

YIL/YEAR: 13
CİLT/VOLUME: 13
SAYI/ISSUE: 24



GİRESUN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

The Black Sea Journal of Social Sciences

KARADENİZ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

E-ISSN: 2602-3407

İLKBAHAR/SPRING 2021

**TÜRKİYE CUMHURİYETİ
GİRESUN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRESUN UNIVERSITY INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES**

**KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
THE BLACK SEA JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES**

**KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ YILDA İKİ KEZ YAYINLANAN
(HAZİRAN-ARALIK) ULUSLAR ARASI HAKEMLİ BİR DERGİDİR.**

**THE BLACK SEA JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES IS A PEER REVIEWED
INTERNATIONAL JOURNAL PUBLISHED BIANNUALY (JUNE –
DECEMBER).**

İLKBAHAR / SPRING 2021

YIL / YEAR: 13

CİLT/VOLUME: 13

SAYI/ISSUE: 24

Amaç

Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi yılda iki kere yayımlanan (Haziran – Aralık) hakemli bir sosyal bilimler dergisidir. Derginin amacı, sosyal bilimler merkezli araştırmaları, tartışmaları ve analizleri içeren bilimsel makalelere ev sahipliği yapmaktır.

Aim

The Black Sea Journal of Social Sciences is a peer-reviewed social science journal published twice a year (June – December). The intent of the magazine is to host scientific articles that include research, discussion and analysis centered on social sciences.

Kapsam

Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi, sosyal bilimler alanına özgün katkıları olan, kuramsal, deneysel nitelikleri taşıyan makaleler yayımlamaktadır.

Ön değerlendirme sürecinden geen, derginin yayın ilkelerine uygun olduğu değerlendirilen her makale, yayımlanmadan önce ift-kör hakemlik sürecinden geçmektedir.

Scope

The Journal of Social Sciences of the Black Sea publishes theoretical and empirical articles which are unique contributions to the field of social sciences. Through the preliminary evaluation process, each article considered to be in conformity with the editorial rules of the magazine passes through the double-blinded arbitration process before publication.

Kıymetli Okurlar,

Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi'nin 13. Yılında 24. Sayısı olan İlkbahar sayımızı sizlere sunmanın mutluluğunu ve heyecanını yaşamaktayız. Bundan önceki sayılarımızda olduğu gibi dergimizde sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinden, alanlarında önemli bir boşluğu dolduracağına inandığımız makalelere yer vererek Haziran sayımızı yayınlamaya gayret gösterdik.

Haziran sayımız için de değerli araştırmacılar dergimize makaleleri ile yoğun bir ilgi ve teveccüh gösterdiler. Bu durum bizi fazlası ile memnun ettiği gibi dergimizde yer verdiğimiz makale sayısının artmasına da neden oldu. Büyük bir özveriyle yürütmüş olduğumuz sürecin sonucunda 28 makaleye 2021 yılının ilk sayısı olan Haziran sayımızda yer vermeyi başardık. Bu çalışmaların ve gayretimizin bilim dünyasına katkı sağlamasını temenni ediyoruz.

Diğer taraftan bir önceki sayımızda da bahsetmiş olduğumuz kıtalar arası salgının olumsuz etkilerini maalesef yaşamaya devam ediyoruz. Aşılama oranının hızla arttığı bu günlerde salgının hızının en kısa süre içerisinde yavaşlamasını, yayılımının durmasını umut ediyoruz. Daha güzel, daha sağlıklı günlerde yeniden buluşmak dileğiyle....

Editör Kurulu

Süleyman ÖCAL, Levent MEMİŞ

KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
THE BLACK SEA JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

E-ISSN: 2602-3407

Sahibi / Owner

Prof. Dr. Güven ÖZDEM

Editörler / Editors

Dr. Öğr. Üyesi Süleyman ÖCAL
Dr. Öğr. Üyesi Levent MEMİŞ

Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Güven ÖZDEM
Prof. Dr. Mehmet DURKAYA
Prof. Dr. Mustafa ŞANAL
Doç. Dr. Cahit KAYA
Doç. Dr. Mehmet ALVER
Doç. Dr. Tefvik UZUN
Doç. Dr. Tolga AKAY
Doç. Dr. Oğuz Serdar KESİCİOĞLU
Doç. Dr. Murat BAYRAM
Doç. Dr. Selçuk KORUCUK
Doç. Dr. Murat SERÇEMELİ
Doç. Dr. Üyesi Hakan AKYURT
Dr. Öğr. Üyesi Fadime ÜSTÜNER TOP
Dr. Öğr. Üyesi İsmail Cem FERİDUNOĞLU
Dr. Öğr. Üyesi Özgür HASANÇEBİ DEMİRKAN
Dr. Öğr. Üyesi Selahattin YILMAZ
Dr. Öğr. Üyesi Ülkü KARA
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ali GENİŞ
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YAZAR
Dr. Öğr. Üyesi Cenk ÖZGEN
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe BİLGİNER
Dr. Öğr. Üyesi Nurullah ÇALIŞ
Dr. Öğr. Üyesi Adem ÖZBEK
Dr. Öğr. Üyesi Ayşe BİLGİNER KUCUR

Yayın Kurulu/ Editorial Board

Prof. Dr. Ayfer YILMAZ - Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Betül KARAGÖZ YERDELEN - Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Beyhan KESİK - Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Enver SARI- Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Güven ÖZDEM - Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Halis DEMİR - Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Prof. Dr. Kasım KARAMAN-Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa CİN - Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Servet CEYLAN - Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Seyfettin ARTAN - Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit DENİZ - Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Cenay BABAOĞLU-Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet ALVER - Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet ÖZMENLİ - Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. Murat BAYRAM-Pamukkale Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuz Serdar KESİCİOĞLU - Giresun Üniversitesi
Doç. Dr. Tefvik UZUN- Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ceren ÇEVİK KANSU – Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Dursun ŞAHİN - Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Levent MEMİŞ- Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Nazım KURUCA - Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Oktay KARAMAN - Giresun Üniversitesi
Dr. Üyesi Onur KULAÇ-Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Süleyman ÖCAL- Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şenol SEZER - Ordu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ülkü KARA - Giresun Üniversitesi

© Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi
ULAKBİM, Sosyal Bilimler Atıf Dizini
(SOBİAD), Index Copernicus, Akademia
Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index),
Araştırma Bilimsel Yayın İndeksi ve Türk
Eğitim İndeksi tarafından taranmaktadır.

Dergimiz TUBITAK ULAKBİM DergiPark
sponsorluğunda PİLA (CrossRef®) ile
üyelik anlaşması yapmıştır. Anlaşma ile
yayınlanan makalelere DOI numaraları
verilmiştir.

Dergimizde yayınlanan yazıların her türlü
sorumluluğu yazarlarına aittir.

Yazı İşleri Müdürü / Editor in Chief

Doç. Dr. Levent MEMİŞ

İngilizce Editörleri / English Editors

Doç. Dr. Vedi AŞKAROĞLU, Giresun
Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Murat KARAKOÇ, Giresun
Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Halis GÖZPINAR, Giresun
Üniversitesi

Öğr. Gör. Melike GÜNBEY, Giresun
Üniversitesi

Öğr. Gör. Eray KARA, Giresun Üniversitesi

Öğr. Gör. Emel TOZLU KILIÇ, Giresun
Üniversitesi

Öğr. Gör. Zeynep Yıldız ÇELEBİ, Giresun
Üniversitesi

Sekreter / Secretary

Doç. Dr. Mehmet ALVER

Dr. Öğr. Üyesi Derya CEYLAN

Web Editörü / Web Editor

Dr. Öğr. Üyesi Erkan GÜLER

Öğr. Gör. Hüseyin KARA

Öğr. Gör. Melikali GÜÇ

Kapak Tasarım / Cover Design

Öğr. Gör. Recep GELEGEN

Yazışma Adresi / Correspondence Address:

Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler

Enstitüsü Güre Yerleşkesi 28200 / Giresun

Tel: (0454) 310 10 85

e-mail: sosdergi@gmail.com

Yayın Dili / Language of Publication:

Türkçe / Turkish

Bilim ve Danışma Kurulu / Science and Advisory Board

Prof. Dr. Abdurrahman GÜZEL

Emekli Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Abdülkadir EMEKSİZ

İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Abide DOĞAN

Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet KOLBAŞI

Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Akmatali ALİMBEKOV

Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Prof. Dr. Ali DERAN

Tarsus Üniversitesi

Prof. Dr. Ali YAKICI

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Anvarbek MOKEYEV

Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Prof. Dr. Arzu TERZİ TOZDUMAN

İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Ayfer YILMAZ

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Battal ODABAŞ

Emekli Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Bayram KAYA

Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Belir TECİMER

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Betül KARAGÖZ YERDELEN

Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Burhanettin KESKİN

Columbus State University, GA, USA

Prof. Dr. Burul SAGINBAYAVA

Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Prof. Dr. Cemal KURNAZ

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Cengiz ALYILMAZ

Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Cevdet YAKUPOĞLU

Kastamonu Üniversitesi

Prof. Dr. Divina Frau-MEİGS

Sorbonne Üniversitesi, Fransa

Prof. Dr. Enver SARI

Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Erdoğan ERBAY

Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. F. Ahsen TURAN

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Feridun EMECEN

İstanbul 29 Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Firdevs GÜNEŞ

Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Giedre KVIESKIENE

Lietuvos Edukologijos Universitėti,
Litvanya

Prof. Dr. Goran SVENSSON

Norway and Halmstad University, Sweden

Prof. Dr. Günay KARAAĞAÇ

Emekli Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Güven MURAT

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Güven SAYILGAN

Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Hayati AKYOL

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Hayati DOĞANAY

Emekli Öğretim Üyesi

Prof. Dr. Hikmet YAZICI

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Hiroki ODAKA

Aichi Gakuin University, Aichi, Japan

Prof. Dr. İbrahim CANBOLAT

Uludağ Üniversitesi

Prof. Dr. İbrahim TELLİOĞLU

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. İlhan EKİCİ

Ordu Üniversitesi

Prof. Dr. İsa ÖZKAN

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. İsmail Hakkı ACUN

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. İsmail Hakkı DEMİRCİOĞLU

Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi

Prof. Dr. Kasım KARAKÜTÜK

Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Kemal ÜÇÜNCÜ

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ

Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Kürşat YILMAZ

Dumlupınar Üniversitesi

Prof. Dr. M. Öcal OĞUZ

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Madina TEKUEVA

Kabardino-Balkarian State University,
Rusya

Prof. Dr. Mario Joao SILVEIRINHA

Lizbon Üniversitesi, Portekiz

Prof. Dr. Mehmet AÇA

Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Dursun ERDEM

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet ERSAN

Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet Serhat YILMAZ

Kastamonu Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet ŞAHİNGÖZ

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Metin BOZKUŞ

Cumhuriyet Üniversitesi

Prof. Dr. Mevhibe COŞAR

Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Miri Gal-EZER

Kinneret Üniversitesi, İsrail

Prof. Dr. Muhsin MACİT

Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Mukim SAĞIR

Erzincan Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa CİN

Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa KİBAROĞLU

Okan Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa ÖNER

Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa ÖZTÜRK

Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. Mustafa ŞANAL

Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Nurullah ÇETİN

Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Olcabay KARATAYEV

Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi

Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU

Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Qui GUO

Macquarie Üniversitesi, Avustralya

Prof. Dr. Refik TURAN

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Serkan DOĞANAY

Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Suat UNGAN

Trabzon Üniversitesi

Prof. Dr. Ülkü ÖZGÜR

Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Ünsal BEKDEMİR

Giresun Üniversitesi

Prof. Dr. Yaşar ÖZBAY

Hasan Kalyoncu Üniversitesi

Prof. Dr. Yılmaz CAN

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Doç. Dr. Binali TUNÇ

Mersin Üniversitesi

Doç. Dr. Hüseyin DOĞRAMACIOĞLU

Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet TOPAL

Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Tuncer BÜLBÜL

Trakya Üniversitesi

KARADENİZ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
THE BLACK SEA JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES
Cilt: 13, Sayı: 24 Hakem Listesi

List of Referee for the Volume Eleven, Issue Twenty Three

- Prof Dr. Ayşe Dilek ÖĞRETİR ÖZÇELİK-Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Abdullah ÖZDEMİR-Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Emrah ÖZKUL-Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Gizem SAYGILI-Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Prof. Dr. İbrahim ÜNAL-İnönü Üniversitesi
Prof. Dr. Oktay KIZILKAYA-Kafkas Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa CİN-Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Seyhan ÇİL KOÇYİĞİT-Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Şaban ÇETİN-Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Tarik TOTAN-Aydın Adnan Menders Üniversitesi
Prof. Dr. Zekiye Beril AKINCI VURAL-Ege Üniversitesi
Doç. Dr. Ahmet Semih UZUNDUMLU-Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Aytekin FIRAT-Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Bahadır KILCAN- Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Çiğdem AKMAN-Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr. ERSİN KURNAZ-Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Doç. Dr. Evren GÜÇER-Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Fatih Mehmet SANCAKTAR-İstanbul Üniversitesi
Doç. Dr. Eyüp KUL-Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan Gökhan DOĞAN-Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail YILDIRIM- Hitit Üniversitesi
Doç. Dr. Derya DERİN PAŞAOĞLU-Karadeniz Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet ARSLANTEPE-Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Nur DİLBAZ ALACAĞAN-Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Doç. Dr. Oğuzhan ERDOĞAN-Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr. Osman ÖZKUL-Sakarya Üniversitesi
Doç. Dr. Ömer ALANKA- Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Sedat ÇELİK-Şırnak Üniversitesi
Doç. Dr. Selen DEMİRTAŞ ZORBAZ-Ankara Üniversitesi
Doç. Dr. Sibel Er NAS-Trabzon Üniversitesi
Doç. Dr. Sibel ER NAS-Trabzon Üniversitesi

Doç. Dr. Ümmet ERKAN-Muş Alparslan Üniversitesi
Doç. Dr. Yasin KELEŞ-Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abdulvahap ULUÇ-Harran Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YÜCEL-Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Akif GÖKÇE-Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Kahramanoğlu-Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Can Ekiz-Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emrullah METE-Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erhan PIŞKİN-Giresun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Esin GHADİANİ-Trabzon Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatma YURTTAŞ ÖZCAN-Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Harun ÖĞÜNÇ-Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi İsa YILDIRIM-Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Tahir Karaboğa-Mersin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mevlüt Can Koçak-Karabük Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat ÇETİNKAYA-Ordu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat KIZANLIKLI- Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Orhan ÖZER-Anadolu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer BAYKAL-Bartın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Özlem ARDA- İstanbul Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Öznur ATAŞ AKDEMİR-Fırat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Reşat ARICA-Adıyaman Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semih ARICI-Pamukkale Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semih BÜYÜKİPEKÇİ-Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Semih OKUTAN-Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şadiye KOTANLI KIZILOĞLU-Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şeyma BİLGİNER ERDOĞAN-Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yelda KORKUT-Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zeki KARATAŞ-Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zerrin BÖLÜKBAŞI MACİT-Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zeynep BİRİCİK-Atatürk Üniversitesi
Dr. Ayşegül ÇİLİNGİR-Erciyes Üniversitesi
Dr. Duygu YILDIZ KARAKOÇ-Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Dr. Emrah AKYÜZ-Bingöl Üniversitesi
Dr. Fatma Esin KURT-Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Bu Sayıda Yer Alan Çalışmalar, 27 Araştırma ve 1 Derleme Makalesinden oluşmaktadır.

Türk Sigorta Sektörünün 2010-2019 Dönemi Prim ve Reasürans İlişkisinin Zaman Serisi Yöntemi ile Analizi **1**

Hakan ÖZCAN, Furkan YILDIRIM

14 Subat Sevgililer Günü Televizyon Reklamlarının Göstergibilimsel Cözümlemesi **17**

Elif ŞEŞEN

Farklı Bilgelik Yaklaşımları Açısından “Ömür Dediğin” Belgeselinin Analizi **36**

Gülten ÜNAL

Rize İli Sevahat Acentalarının Sosval Medya Pazarlamasına Yönelik Algı ve Tutumları **48**

Elif ACUNER, Kübra KÜÇÜK

Otel İşletmelerinde Erteleme Davranışının Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Alanya Örneği **79**

Mehmet KAHYAOĞLU, Ersin ARIKAN

Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Medya Araçları Kullanımlarının Karşılaştırmalı Analizi **93**

Özgür KIRAN

Yeni Medya ve Nostalji: TRT Arşiv Üzerine Bir Değerlendirme **116**

Mehmet Emin SATIR

Ekonomik Karmaşıklık Gelir Eşitsizliğini Azaltır Mı? **130**

Orhan CENGİZ, Müge MANGA

Bulancak İlçesinde Tarımsal İşletmelerin ve Üretim Faaliyetlerinin İncelenmesi **148**

Derya ÖZTÜRK, Ali İSLAM, Ali TURAN, Malik Aرسال KÖSE

Turizm İşletmelerinin İhtiyac Duyduğu Danışmanlık Hizmetleri: Kastamonu Örneği

164

Ali ŞENGÜL, Hüseyin PAMUKÇU, Semih ARICI

Avustralya Yönetmelik Sistemi İçerisinde Yerel Yönetimler

184

Zuhal ÖNEZ ÇETİN, Onur KULAÇ

Türkiye’de Yürütülen Model ve Modelleme Konulu Tezlerin Tematik İncelenmesi

Büşra KARAGÖZ Çiğdem ŞAHİN ÇAKIR

Öğretmenlerin Kariyer Tatmini Düzeylerinin Demografik Değişkenlere Göre

İncelenmesi

231

Mustafa KILINÇ, Muhammet TORTUMLU, Kıvanç UZUN

Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Bir Saha

Araştırması

253

İsmailcan DOĞAN

Şehirlerarası Karayolu Ulaştırma Hizmetlerinde Otobüs Firmalarına Yönelik Hizmet

Kalitesi Algısı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Şerif Ahmet DEMİRDAĞ, Elbeyi PELİT

Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği’nin Türkçeye Uyarlanması

308

Fatih AYDOĞDU, Raziye PEKŞEN AKÇA

1980 Öncesi Giresun’da Milli Görüş Hareketinin Panoraması

322

Ali YILMAZ

Öğrenci Gözünden: Sosyal Bilgiler Dersini Ben Anlatsaydım

342

Aylin YAZICIOĞLU, Vesile ALKAN

Maddi Duran Varlıklarda ve Yatırım Amacı Gayrimenkullerde Muhasebeleştirme ve

Değerleme-BIST 100 Endeksindeki Firmaların Yeniden Değerlemeye İlişkin

Uygulamaları

354

Aynur AKPINAR

BİST100 Endeksi Üzerine Bir Ampirik Analiz: 2001 Türkiye Finansal Krizi Örneği

375

Gamzenur COŞKUN, Okyay UÇAN

Türkiye’de Gerçekleşen Askeri Müdahalelerin İngiliz ve Amerikan Basınına

Yansımaları

397

Murat ÖZATA, Oğuz KAAN

Ulrich Beck ve Anthony Giddens’in Risk Toplumu Kavramsallaştırması Işığında Sosyal

Medya ve Bilginin Güvenliği ve Gizliliği İlkesi

415

Aykut SİĞİN

Cocuk Gelistimi Öğrencilerinin Ait Olma Düzeyleri İle Yetiskin Motivasyonları

Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

433

Esin SEZGİN, Erhan ALABAY

Üniversite Öğrencilerinin Giresun Şehir Algısı

454

Mehmet Ozan CİNEL, Cemile BAHTİYAR KARADENİZ

Nostalji Eğilimi & Benliğin Ayrışması

479

Merve ÇERÇİ

İktisadi Hosnutsuzluk Endeksi ve Terörizm Arasındaki İlişki: Türkiye ve Avrasya

Ülkeleri Örneği

492

Rabia EFEOĞLU

Öğrenme Yönetim Sistemi Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında

İncelenmesi: Anadolu Üniversitesi Örneği

503

Barış BARAZ, Emre ATİK, Ezgi ATİK

Türk Sigorta Sektörünün 2010-2019 Dönemi Prim ve Reasürans İlişkisinin Zaman Serisi Yöntemi ile Analizi

Hakan ÖZCAN*
Furkan YILDIRIM†

Öz

Bir güvence enstrümanı olarak sigorta; oluşacak zararların birlikte karşılanmasını sağlayan bir sistemdir. Sigortacılığın en önemli fonksiyonlarından biri riski transfer ederek azaltmaktır. Sigorta şirketleri de prim karşılığı aldıkları risklerin bir kısmını üzerinde tutar ve bir kısmını da reasürans şirketlerine devrederler. Reasüransın en önemli amacı sigorta şirketinin yaptıkları sigorta işleminden dolayı uğrayabileceği zararı azaltmaktır. Bu çalışmanın amacı bir zaman diliminde sigorta prim üretimleri ile reasürans devirleri arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Bu amaca yönelik olarak 2010-2019 döneminde Türkiye’de prim üretimi yapan hayat dışı sigorta şirketlerinin; toplam üretimleri ve reasürans devir verileri ile bir araştırma yapılmıştır. Genel zararlar, genel sorumluluk, yangın ve doğal afetler, nakliyat ile trafik branşlarının toplam reasürans primindeki payları 10 yıl ve 40 dönem aralığında değerlendirilmiştir. Trafik hariç diğer branşlarda yıllar itibariyle benzer bir eğilim gözlemlenmiştir. Trafik branşının reasürans devir payında ise yıllar içinde bir artış tespit edilmiştir. Zaman serisi yöntemi ile yapılan analizde stabil değişim gösteren yangın ve doğal afetler branşı ile artış gösteren trafik branşı verileri incelenmiştir. Trafik branşındaki bu değişimin artan prim üretimi ve primlerin toplam üretim içindeki payından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta Sektörü, Prim Üretimi, Reasürans, Zaman Serisi Metodu

Analysis of the Premium and Reinsurance Relationship of the Turkish Insurance Sector in 2010-2019 by Time Series Method

Abstract

The word insurance means assurance and it is a collective compensation system for damages. One of the most important functions of insurance is to reduce the risk by transferring it. Insurance companies also keep some of the risks they take in return for premiums and transfer some of them to reinsurance companies. The most important purpose of reinsurance is to reduce the loss that the insurance company may incur due to the insurance transaction they make. The purpose of this study is to analyze the relationship between insurance premium productions and reinsurance transfers over a period of time. For this purpose, non-life insurance companies operating in Turkey in the 2010-2019 period; A research was conducted on total premium productions and reinsurance transfer data. The shares of general losses, general liability, fire and natural disasters, transportation and traffic branches in total reinsurance premiums have been evaluated between 10 years and 40 periods. A similar trend has been observed over the years in all branches except traffic. On the other hand, an increase has been observed in the reinsurance transfer share of the traffic branch over the years. In the analysis made with the time series method, the data of the fire and natural disasters branch showing stable changes and the increasing traffic branch data were examined. This change in the traffic branch is thought to stem from the increased premium production and the share of premiums in total production.

Keywords: Insurance Sector, Premium Production, Reinsurance, Time Series Method

Geliş/Received: 10.08.2020

Kabul/Accepted: 25.06.2021

* Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren çalışması kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

* Dr. Öğretim Üyesi, İstanbul Okan Üniversitesi, İşletme ve Yönetim Bilimleri Fakültesi, İşletme, hakan.ozcan@okan.edu.tr, Orcid: 0000-0002-4000-9830

† Yüksek Lisans Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, Sigortacılık, iamfurkanyildirim@outlook.com.tr, Orcid: 0000-0002-5209-5545
(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Sigortacılık sisteminde ortaya çıkabilecek maddi ve manevi zararlar, prim havuzu olarak adlandırılan bir fon sisteminden karşılanmaktadır. Sigorta şirketleri poliçe başlangıcında riskleri reddedebilir, kabul edip yönetebilir veya kabul ettiği riskleri diğer iş ortaklarına transfer edebilirler. Sigortacılığın önemli işlevlerinden birisi de riskin transfer edilerek azaltılmasıdır. Sigorta şirketlerinin risk kabulleri ile prim gelirleri arasında doğru orantı bulunmaktadır. Şirketlerin yüksek prim üretimi ise farklı risklere teminat vermeleri ile mümkündür. Fakat sigorta şirketinin her türlü riske teminat vermesi, teknik ve mali yükümlülükleri açısından mümkün değildir. Sigorta şirketleri reasürans desteği ile; risk kabul kapasitelerinin çok üzerindeki poliçelere teminat verebilir ve hızlı hasar ödemesi gerçekleştirebilirler.

Türkiye'deki sigorta şirketlerinin prim üretiminin yaklaşık 1/4'lük kısmı reasürans şirketlerine devredilmektedir. Ağırlıklı olarak yangın, mühendislik, sorumluluk, ferdi kaza ve nakliyat branşlarında reasürans yapılmaktadır. Yüksek teminatlar sebebi ile yangın ve mühendislik branşlarında reasüransa devir oranları yüksektir.

Bu araştırmanın amacı sigorta şirketlerinin branşlara göre toplam prim üretimi ile reasüransa devredilen prim ilişkisini analiz etmektir. Bu amaç ile genel zararlar, genel sorumluluk, yangın ve doğal afetler, nakliyat ile trafik branşları toplam prim üretimi ve reasüransadevredilen primler kullanılarak; 10 yıllık dönem için zaman serisi yöntemi analizi uygulanacaktır. Sigorta şirketlerinin bir dönem aralığındaki sigorta prim üretimi ve reasüransa devir benzerliklerianaliz edilecek ve değerlendirilecektir. Daha önce yapılan çalışmalarda sigorta sektörün prim ve reasürans ilişkisini branşlar itibarı ile birlikte analiz eden bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışma, aynı alandaki yeni araştırmalara örnek olması açısından önem arz etmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Türk Sigorta Sektörü

Sigorta, bir malın üretimine dayanmayan, iktisadi işlem ve faaliyetleri kapsayan, insanların karşılaşılabilecekleri riskler karşısında birleşerek oluşabilecek çıkabilecek zararların ortaklaşa karşılanması sistemidir. Sigorta, risk yönetiminin temel aracı ve vazgeçilemeyecek bir türüdür (Uralcan, 2004:4). Sigorta sektörü tarafından toplanan primler çeşitli yatırım araçları ile ekonomiye kazandırmaktadır. Türkiye'de 1870 yılından sonra başlayan sigortalık faaliyetleri, ancak 1923'ten sonra gelişim gösterebilmiştir. Sigortacılığın finans sektöründeki rolü ve payı hızla yükselmekte olup sigorta şirketlerinin sayısı da aynı oranda artmaktadır. Türk sigorta sektörünün toplam prim üretiminin GSMH'ye oranı Türkiye'de ortalama %1-1,5 civarında iken, bu oran AB ülkeleri ile gelişmiş ülkelerde %5-10 seviyesindedir. Türk sigorta piyasası, bilanço

büyüklüğüne göre beklenen seviyenin altında olmasına rağmen gelecek yıllarda ciddi oranda büyüme potansiyeli taşımaktadır (Özcan, 2020:179). Özellikle 2007 yılında yayınlanan sigortacılık kanunundan sonra yabancı sermayenin payı hızla artmıştır.

Sigorta Prim Üretimleri

Türkiye’de üretilen sigorta primi yıllar itibarı artmaktadır. Tablo 1’de görüldüğü üzere 2010 yılında 14 Milyar TL civarında olan prim üretimi 10 yıl içinde yaklaşık 5 kat artarak 2019 yılında 69 Milyar TL’yi aşmıştır.

Tablo 1: Türkiye’de 2010-2019 Yılları Sigorta Prim Üretimi

Yıllar	Hayat Dışı Toplam (TL)	Hayat Toplam (TL)	Genel Toplam (TL)
2010	11,948,144,242	2,181,250,027	14,129,394,269
2011	14,479,407,092	2,685,674,091	17,165,081,182
2012	17,115,823,232	2,710,826,393	19,826,649,625
2013	20,834,288,077	3,395,327,657	24,229,615,734
2014	22,709,549,092	3,280,003,588	25,989,552,680
2015	27,264,486,899	3,761,410,730	31,025,897,629
2016	35,447,988,684	5,038,808,257	40,486,796,941
2017	39,710,606,624	6,844,082,921	46,554,689,545
2018	47,735,257,399	6,920,771,569	54,656,028,968
2019	57,882,453,461	11,359,715,131	69,242,168,593

Kaynak: TSB Resmi İstatistikleri

Türkiye’de Reasürans

Sigorta şirketleri prim karşılığı aldıkları risklerin bir kısmını üzerlerinde tutar ve bir kısmını da diğer sigorta şirketlerine devrederler. Başka bir ifade ile sigorta şirketinin sorumluluğunun güvence altına alınması yani sigortanın sigortasıdır (Acınan, 2005:7). Reasüransın en önemli amacı sigorta şirketinin yaptıkları sigorta işleminden dolayı uğrayabileceği zararı azaltmak için yapılan sigortacılık işlemidir (Alanya, 2003:11).

Sigorta ve reasürans şirketleri arasında, bir dizi mali değerler baz alınarak, branşlara göre kendi üzerlerinde kalan paylar ayrıldıktan sonra, arta kalan kısım farklı reasürans sözleşmeleri ile reasürörlere aktarılmaktadır. Bu sözleşmelerde teminatını devreden tarafa sedan, teminatı devralan şirkete de reasürör denilmektedir. Sedan şirket, poliçe primlerini ve ödenecek tazminatları farklı tekniklere göre yapılan reasürans sözleşmeleri ile reasürans şirketlerine yansıtır.

Sigorta şirketleri bir sigorta sözleşmesine göre reasüröre teklifte bulunur ve reasürör de anlaşma ile teminat altına alınmış riske ortak olur. Bu sözleşme ile sigorta ve reasürans şirketi arasında bir ortaklık başlamıştır. Bu sözleşmede reasürör ve sigortalının birbirleri ile bağlantısı

bulunmamakta olup; sigorta şirketinin sadece sigortalıya karşı yükümlülüğü mevcuttur (Özcan, 2020:13).

Tablo 2: Türkiye’de 2010-2019 Yılları Hayat Dışı Prim Üretimi ve Reasürans Devri

Yıllar	Yazılan Brüt Prim (TL)	Reasüröre Devredilen Brüt Prim (TL)	Brüt Prim Devredilen Prim (%) /
2010	11,949,186,276	3,225,346,707	0.270
2011	14,479,106,669	3,941,311,554	0.272
2012	17,118,663,351	4,289,294,330	0.251
2013	20,832,405,164	5,341,347,039	0.256
2014	22,711,829,699	5,954,901,906	0.262
2015	27,068,186,066	7,037,635,004	0.260
2016	35,449,976,317	8,331,582,729	0.235
2017	39,734,988,254	11,849,131,455	0.298
2018	47,742,569,680	15,434,595,015	0.323
2019	57,895,951,833	17,949,979,244	0.310

Kaynak: TSB Resmi İstatistikleri

2019 yılında Türkiye’de hayat dışı toplam sigorta prim üretimi 57,8 milyar TL’dir. Sigorta primlerinin branşlar bazında dağılımında en yüksek payın oto branşından geldiği görülmektedir. Çalışmaya konu reasürans devir primine bakıldığında 2019 yılı toplam üretimdeki payı %31’dir. Yıllar itibarı ile reasürans devir oranları incelendiğinde, 2010 %27, 2011 %27,2, 2012 %25,1, 2013 %25,6, 2014 %26,2, 2015 %26, 2016 %23,5, 2017 %29,8, 2018 %32,3, 2019 %31 olduğu görülmüştür. Reasürans devrinde en düşük oran 2016 yılında %23, en yüksek ise 2018 yılında %32 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 2).

Reasürans Yapılan Branşlar

Tablo 3: Türkiye’de 2010-2019 Yılları Reasürans Devrinin Branş Dağılımı

Branşlar	Yüzde (%)
Genel Zararlar	30,2
Genel Sorumluluk	5,5
Yangın ve Doğal Afetler	33,2
Nakliyat	3,1
Trafik	13,4
Diğer	14,5

Kaynak: TSB Resmi İstatistikleri

Reasürans prim devrinin 10 yıllık ortalama branşlar dağılımına bakıldığında; en büyük payın %33,2 ile yangın ve doğal afetler, sırası ile %30,2 genel zararlar, %14,5’in diğer, %13,4 trafik, %5,5 genel sorumluluk ve %3,1 nakliyat branşlarından geldiği görülmektedir (Tablo 3).

Literatür

Yapılan bir çalışmada hasar verilerinin zaman serisi yöntemi ile analizi yapılmıştır. Hasar dosya sayılarının ve ödenen tazminat miktarlarının gruplandırıldığı çalışmada zaman serisi yöntemi ile geleceğe yönelik tahminlerde bulunulmuştur (Harvey & Fernandes, 1989: 513).

Reasürans ile ilgili yapılan bir çalışmada; sigorta ve reasürans brokerliği şirketleri ve bu şirketlerin muhasebe düzenleri incelenmiştir. Yapılan işler gereği en çok kullandıkları hesaplar tespit edilmiş ve muhasebe düzeninin daha etkin işlemesi için önerilerde bulunulmuştur (Polat, 2003:2).

Ekonomik krizler ve mal sigortaları ilişkisi her dönem çalışmalara konu olmasına rağmen; farklı hipotezler ve analizler bulunmaktadır. ABD’de reasürans fiyatının belirlenmesine etki eden faktörlerin belirlenmesine yönelik yapılan bir çalışmada; ülkenin resmi verileri zaman serileri yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışma sonucunda hem kapasite kısıtlama hem de riskli borç hipotezleri desteklenmiştir (Weiss and Chung, 2004:437).

Yapılan çalışmada; sistematik riskler ile risklerin yönetimi için reasürans uygulamaları araştırılmıştır. Büyük risklere teminat verilmesinde reasürans şirketlerinin önemli rolleri bulunmaktadır. Sistematik risklerin, ekonomik kaybın oluşmasına önemli etkileri bulunmaktadır. Yetersiz teminat sigortalananabilir risklerin geçici olarak karşılanamamasına neden olmaktadır. Bu gibi kısıtlamaların sigorta ve reasürans şirketlerine olumsuz etkilerinin bulunmadığı gözlenmiştir (Dinç, 2006:3).

Son senelerde sel, fırtına ve deprem gibi doğal afetler sayısında ve etkisinde bir artış trendi gözlenmektedir. Reasürans ve sigorta şirketlerinin doğal afet risklerini yönetme ve azaltma sorumlulukları daha ön plana çıkmış ve bu ihtiyaçlara yönelik çeşitli mali araçlar geliştirilmiştir. Bunlar, genellikle menkulleştirme yapısına yönelik araçlar, şartlı sermaye yapısına yönelik araçlar ve sigorta türev ürünleri olarak üç gruba ayrılmıştır. Yapılan bir çalışmada, reasürans ve sigorta şirketlerinin afet risklerinin yönetimine yönelik finansal ürünler ve çeşitli metotlar incelenmiştir (Karabıyık ve Anbar, 2009:42).

Yapılan bir çalışmada 1981–2011 dönemi sigorta prim üretim değerlerinin, farklı modellere uygunluğu incelenmiştir. Uygun olduğu düşünülen zaman serisi modeli ile prim üretimlerinin gelişimi araştırılmıştır (Çekici ve İnel, 2013: 135).

Sigorta şirketi ve reasürör seçiminin olumsuz sonuçları üzerine yapılan bir çalışmada; ABD’de 1993-2012 dönemi mal sorumluluk sigortası resmi istatistikleri baz alınarak zaman serisi yöntemi kullanılmıştır. Yaşanan sorunların zaman ile azalan bir modelin sonuçları test edilmiştir. Sonuç olarak sigorta ve reasürans şirketlerinin ortaklık süreleri ile karlılık ve sigortacı kredibilitesi arasında paralel bir ilişki olduğu görülmüştür (Garven, 2014:222).

Ekonomik krizlere bağlı olarak bankaların iflas etmesi sonucu mevduat sahipleri de paralarını alamama riski ile karşı karşıya kalmışlardır. Yapılan bir araştırmada sigortalanan mevduat miktarının toplam mevduat üzerindeki etkisi zaman serisi yöntemi ile araştırılmıştır. Sonuç olarak mevduat sigortası miktarındaki değişimin, Türk bankacılık sisteminin toplam mevduat miktarında pozitif yönlü etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Duramaz, 2017:37).

2009-2017 dönemi reasürans maliyeti ile finansal ve teknik oranlar arasındaki ilişkinin tespitine yönelik bir çalışma yapılmıştır. Finansal ve teknik oranlar ile reasürans maliyeti arasında bir ilişki kurmak için panel veri regresyonu uygulanmıştır. Çalışmada TSB'nin resmi istatistikleri kullanılarak; reasürans maliyetlerinin belirlenmesinde kullanılan kriterlere ait hipotezler test edilmiştir (Alan, 2019:5).

Türk sigorta ve reasürans sektöründe kurumsal yapının ve üretim faaliyetlerinin ülke ekonomisine ve ödemeler dengesine etkilerinin neler olabileceği, bu gelişmelerin yabancı sermaye girişine etkileri ve önemi araştırılmıştır. Çalışmada, sektörün kurumsal yapısının giderek yabancı sermayenin yönetimine geçmesine rağmen üretimde önemli bir artışın olmadığı saptanmıştır. Ödemeler dengesi üzerinden sigorta girdi ve çıktıları karşılaştırıldığında; yabancı sermaye artışı ile parasal çıkışların girişlerden daha fazla olduğu dolayısıyla sektörün ödemeler dengesine bir katkısının olmadığı tespit edilmiştir (Duman, 2019:2).

Türkiye’de faaliyet göstermekte olan sigorta firmaları alacak sigortası hizmetleri ile firmaların gerek yurt içi gerekse yurt dışı satışlarından doğan tahsilat riskini teminat altına almaktadır. Alacak sigortası faaliyetleri nedeniyle sigorta şirketlerinin üstlendiği risklerin boyutu sermaye yeterliliğini direkt olarak etkilemektedir. Yapılan bir çalışmada alacak sigortası hakkında temel bilgiler verilmiş ve bu alanda faaliyet göstermekte olan sigorta kuruluşlarının karlılık ve risk bakımından tanımakta oldukları riski hangi metotla reasürans firmalarına devretmelerinin etkin olduğu araştırılmıştır (Erkök ve Yıldırım, 2019:79).

Bulgular

Amaç

Bu çalışmanın amacı bir zaman diliminde sigorta prim üretimleri ile reasürans devirleri arasındaki ilişkiyi analiz etmektir. Bu amaca yönelik olarak 2010-2019 döneminde Türkiye’de faaliyet gösteren hayat dışı sigorta şirketlerinin; toplam prim üretimleri ve reasürans devir verileri ile bir araştırma yapılmıştır.

Yöntem

Çalışmada sigorta şirketlerinin toplam prim üretim ve reasüransa devredilen prim ilişkisi için zaman serisi analizi kullanılmıştır. Zaman serisi analizinin içerdiği yöntemler nicel yöntemlerdir. Düzenli aralıklarla gözlemlenen verilerin istatistiksel olarak incelenmesi ve gelecek dönemlerde elde edilebilecek verilerin öngörüsünün güvenilir bir şekilde yapılabilmesi maksadı ile zaman serisi yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin analizinde Microsoft Excel programından faydalanılmıştır.

Zaman Serisi Analizi

Zaman serileri, jeofizik, istatistik, tıp, meteoroloji, ekonomi, biyoloji, tarım, alanlarında elde edilen zamana bağlı verilerin analizlerinde yaygın olarak kullanılan bir analiz yöntemidir. Zaman serisi yönteminde hedefe ulaşmak için çok miktarda ve güvenilir dataya ihtiyaç duyulmaktadır (Çelik, 2013:44). Analizi ile incelenen değişkenin geçmişte gösterdiği seyrin özellikleri belirlenir ve bu bilgilere dayanarak değişkenin gelecekteki davranışı hakkında öngörü yapılabilir (Korunur, 2018:33).

Zaman serisi analizinin esas hedefi gözlemleri dikkate alarak rastlantısal süreçlerin özellikleri hakkında yorumlar çıkarmaktır. Zaman serileri analizi, tesadüfü olaylar ile gözlemler arasındaki yapısal bağımlılıkları; ilgili parametreler yardımıyla araştıran istatistiğin bir alt koludur. Zaman serileri analizleri, bilimin her alanında kullanılmakta olan; istatistik ve ekonometrinin önemli bir uygulama alanıdır. Zaman serisi, periyodik zaman aralıklarında gözlenen ölçümlerin bir dizisi olarak da tanımlanabilmektedir (Ertuğrul ve Bekin, 2016:2558).

Zaman serileri analizi, bir olayın geçmişe ait verilerinin incelenmesi ve belirli trendlerin ortaya çıkarılarak ileriye yönelik öngörü modellerine göre tahminlerin yapılması esasına dayanmaktadır. Bu yöntemin amacı, geçmişteki gözlem değerlerinin veri kalıplarını kullanarak istatistiksel modeller oluşturmak ve bu modeller ile geleceği tahmin etmektir (Zorlutuna ve Bircan, 2019:19). Zaman serisi analizi, oluşturulan gözlem setinin söz konusu zaman aralığındaki gelişimini görme açısından gereklidir. Çalışmada takip edilen ekonometrik yöntem şu şekildedir: Zaman serisi analizi, öngöründe bulunulacak değişkenin geçmiş dönemlerdeki davranışlarını esas alan bir yaklaşımdır. Gözlemlenen data seti, tesadüfi değişkenlerden oluşan rastlantısal bir süreç ile tahmin edilebilmektedir (Mutlu ve Akıncı, 2012:201).

Araştırmanın konusu olan büyüklüğün zaman içinde sıralanmış ölçümlerinin bir kümesi zaman serisi olarak isimlendirilmektedir. Zaman serileri ile ilgili gözlem yapılmasının sebebi ise; gözlem yapılan dönemlerdeki temsil edilen gerçek bilginin anlaşılması ve zaman serisi değişkenlerinin gelecek değerlerinin doğru tahmin edilmesidir. Zaman serileri dört farklı bileşenden oluşmaktadır.

Trend (Genel eğilim) bileşeni; gözlemi yapılan zaman serisinde uzun vadede görülen yükselme ve düşme süreci sonrasındaki kararlı durumdur. Mevsimsellik bileşeni: gözlemi yapılan zaman serisinde mevsimsel değişimi ifade etmektedir. Zaman serisinde kullanılan verilerin bir kısmı diğer dönemlere göre farklılık gösterebilmektedir. Düzenli bileşen, ekonomide görülen fakat mevsimsel olmayan dönemlik değişimlerdir. Ekonomideki genel eğilimden bağımsız büyüme ya da kısa vadeli küçülme buna örnek olabilmektedir. Irregular (Düzensiz) bileşen; belirli olmayan ve hata terimi ile ifade edilebilecek değişimlerdir (Şeker, 2015:24).

Veriler

Genel zararlar, genel sorumluluk, yangın, nakliyat ve trafik branşlarına göre; 2010-2019 yılları arası 3 aylık dönemler resmi istatistikleri kullanılarak reasürans devir oranları hesaplanmış ve Tablo 4 hazırlanmıştır.

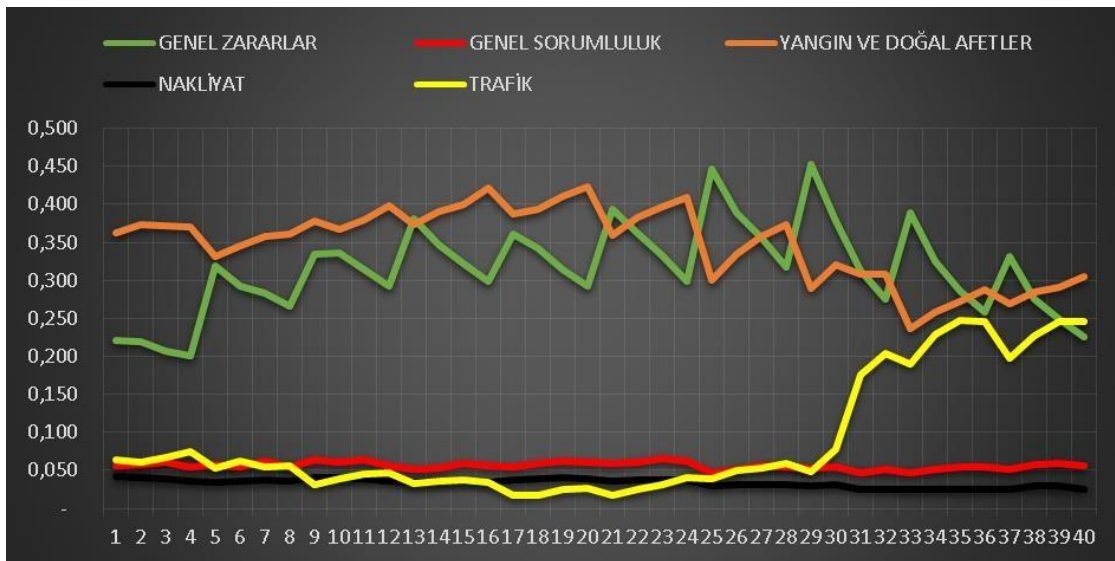
Tablo 4: Reasüröre Devredilen Toplam Primin Branşlara Göre Dağılımı

YIL - DÖNEM	GENEL ZARARLAR	GENEL SORUMLULUK	YANGIN DOĞAL AFETLER	VE NAKLİYAT	TRAFİK
2010-I	0.221	0.055	0.363	0.041	0.063
2010-II	0.221	0.057	0.374	0.040	0.060
2010-III	0.208	0.061	0.373	0.038	0.066
2010-IV	0.201	0.054	0.372	0.036	0.074
2011-I	0.319	0.057	0.332	0.034	0.052
2011-II	0.294	0.055	0.346	0.035	0.061
2011-III	0.284	0.061	0.359	0.037	0.054
2011-IV	0.267	0.055	0.361	0.035	0.055
2012-I	0.335	0.063	0.378	0.039	0.031
2012-II	0.336	0.060	0.368	0.040	0.038
2012-III	0.315	0.063	0.381	0.039	0.044
2012-IV	0.293	0.056	0.399	0.036	0.046
2013-I	0.382	0.050	0.374	0.034	0.031
2013-II	0.348	0.053	0.392	0.035	0.035
2013-III	0.323	0.059	0.401	0.036	0.036
2013-IV	0.299	0.056	0.422	0.034	0.034
2014-I	0.361	0.055	0.388	0.036	0.016

2014-II	0.344	0.059	0.394	0.039	0.019
2014-III	0.316	0.061	0.411	0.040	0.024
2014-IV	0.293	0.060	0.424	0.038	0.026
2015-I	0.394	0.058	0.360	0.035	0.018
2015-II	0.363	0.060	0.383	0.036	0.024
2015-III	0.333	0.065	0.397	0.037	0.030
2015-IV	0.300	0.061	0.409	0.036	0.039
2016-I	0.447	0.047	0.300	0.029	0.038
2016-II	0.390	0.051	0.335	0.031	0.049
2016-III	0.357	0.056	0.358	0.031	0.053
2016-IV	0.319	0.054	0.374	0.031	0.058
2017-I	0.453	0.052	0.290	0.030	0.048
2017-II	0.379	0.054	0.322	0.031	0.077
2017-III	0.313	0.050	0.308	0.027	0.175
2017-IV	0.276	0.050	0.308	0.026	0.204
2018-I	0.389	0.049	0.237	0.025	0.190
2018-II	0.327	0.051	0.259	0.026	0.228
2018-III	0.287	0.055	0.274	0.026	0.247
2018-IV	0.259	0.053	0.288	0.027	0.245
2019-I	0.332	0.050	0.269	0.028	0.197
2019-II	0.276	0.057	0.285	0.029	0.226
2019-III	0.249	0.058	0.292	0.029	0.246
2019-IV	0.226	0.056	0.305	0.028	0.245
Ortalama	0.302	0.055	0.332	0.031	0.134

Kaynak: Türkiye Sigorta Birliği (TSB) Resmi İstatistikleri 2010- 2019 Yılları Raporları

Reasürans prim devrinin 10 yıllık ortalama branş dağılımına bakıldığında; en büyük payın %33,2 ile yangın ve doğal afetler, sırası ile %30,2 genel zararlar, %13,4 trafik, %5,5 genel sorumluluk, %15'in diğer branşlardan geldiği görülmüştür. Tablo 4 'deki veriler için hazırlanan Grafik 1'de yangın ve doğal afetler genel zararlar, genel sorumluluk ve nakliyat branşları daha stabil iken trafik branşında bir artış tespit edilmiştir.



Grafik 1. Zaman Serisinde Reasüröre Devredilen Toplam Primin Branşlara Göre Değişimi

Grafik 1’de trafik dışındaki diğer branşlarda yıllar itibariyle benzer bir eğilim gözlemlenmektedir. Bu tespite yönelik stabil olan yangın ve doğal afetler ile değişim gösteren trafik branşlarının analiz edilmesine karar verilmiştir.

Yangın ve Doğal Afetler Branşı Veri Analizi

Grafik 1’de 10 yıl ve 40 dönemde stabil değişim gösteren yangın ve doğal afetler branşındaki veriler Tablo 5’te derlenerek analiz edilmiştir.

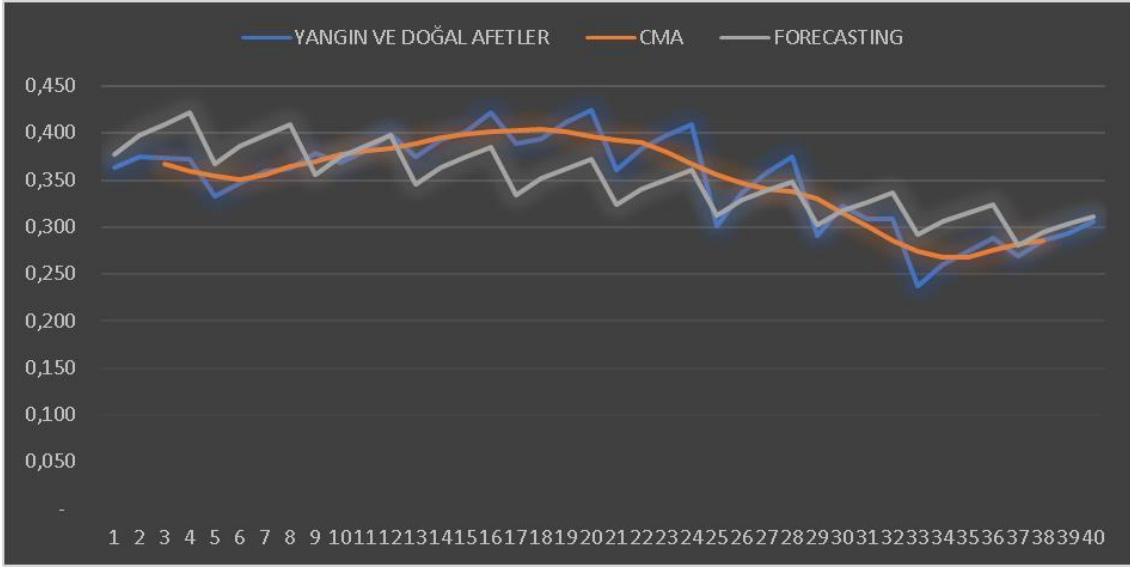
Tablo 5: Yangın ve Doğal Afetler Branşı Reasüröre Devredilen Prim ile Hayat Dışı Toplam Reasüröre Devredilen Prim Zaman Serisi Analizi

Y-Q	PERCENT	MA	CMA	ST IT	ST	DESEASONALIZE	TT	FORECASTING
2010-I	0.363				0.928	0.391	0.406	0.377
2010-II	0.374				0.985	0.38	0.403	0.397
2010-III	0.373	0.37	0.367	1.017	1.022	0.365	0.4	0.409
2010-IV	0.372	0.363	0.359	1.035	1.06	0.351	0.397	0.421
2011-I	0.332	0.356	0.354	0.938	0.928	0.357	0.395	0.366
2011-II	0.346	0.352	0.351	0.987	0.985	0.351	0.392	0.386
2011-III	0.359	0.349	0.355	1.009	1.022	0.351	0.389	0.397
2011-IV	0.361	0.361	0.364	0.993	1.06	0.341	0.386	0.409
2012-I	0.378	0.367	0.369	1.025	0.928	0.408	0.383	0.355
2012-II	0.368	0.372	0.377	0.977	0.985	0.374	0.38	0.374
2012-III	0.381	0.381	0.381	1	1.022	0.373	0.377	0.386
2012-IV	0.399	0.38	0.383	1.04	1.06	0.376	0.374	0.397
2013-I	0.374	0.386	0.389	0.962	0.928	0.403	0.371	0.345
2013-II	0.392	0.391	0.394	0.994	0.985	0.398	0.369	0.363
2013-III	0.401	0.397	0.399	1.006	1.022	0.393	0.366	0.374
2013-IV	0.422	0.401	0.401	1.052	1.06	0.398	0.363	0.385
2014-I	0.388	0.401	0.402	0.963	0.928	0.418	0.36	0.334
2014-II	0.394	0.404	0.404	0.975	0.985	0.4	0.357	0.352
2014-III	0.411	0.404	0.401	1.026	1.022	0.402	0.354	0.362
2014-IV	0.424	0.397	0.396	1.07	1.06	0.4	0.351	0.372
2015-I	0.36	0.395	0.393	0.917	0.928	0.388	0.348	0.323
2015-II	0.383	0.391	0.389	0.985	0.985	0.389	0.345	0.34
2015-III	0.397	0.388	0.38	1.046	1.022	0.389	0.343	0.35

2015-IV	0.409	0.373	0.367	1.116	1.06	0.386	0.34	0.36
2016-I	0.3	0.361	0.356	0.844	0.928	0.324	0.337	0.312
2016-II	0.335	0.351	0.346	0.969	0.985	0.34	0.334	0.329
2016-III	0.358	0.342	0.341	1.05	1.022	0.35	0.331	0.338
2016-IV	0.374	0.339	0.338	1.108	1.06	0.353	0.328	0.348
2017-I	0.29	0.336	0.33	0.881	0.928	0.313	0.325	0.302
2017-II	0.322	0.324	0.315	1.02	0.985	0.326	0.322	0.317
2017-III	0.308	0.307	0.3	1.026	1.022	0.301	0.319	0.326
2017-IV	0.308	0.294	0.286	1.078	1.06	0.291	0.316	0.335
2018-I	0.237	0.278	0.274	0.865	0.928	0.255	0.314	0.291
2018-II	0.259	0.269	0.267	0.971	0.985	0.263	0.311	0.306
2018-III	0.274	0.264	0.268	1.02	1.022	0.268	0.308	0.315
2018-IV	0.288	0.272	0.276	1.044	1.06	0.272	0.305	0.323
2019-I	0.269	0.279	0.281	0.957	0.928	0.29	0.302	0.28
2019-II	0.285	0.284	0.286	0.997	0.985	0.289	0.299	0.295
2019-III	0.292	0.288			1.022	0.286	0.296	0.303
2019-IV	0.305				1.06	0.288	0.293	0.311

YQ: Yıllar ve Çeyrekler (Years, Quarters), **PERCENT:** Branşta reasüröre devredilen primin Hayat Dışı Toplam reasüröre devredilen prime oranı (Yüzde), **MA:** Hareketli Ortalama (Moving Average), **CMA:** Merkezi Hareketli Ortalama (Centered Moving Average), **ST:** Mevsim Bileşeni (Seasonal Component), **IT:** Düzensizlik Bileşeni (Irregular Component), **DESEASONALİZE:** Mevsimsellikten Arındırma, **TT:** Trend Bileşeni (Trend Component), **FORCASTING:** Tahmin

Yangın ve doğal afetler branşındaki reasürans devrinin toplam reasüranstaki payı incelendiğinde 40 dönemde ortalama %33,2 olup; en yüksek %42,4 en düşük %23,7'dir. Zaman serisi analizi uygulandığında; Merkezi Hareketli Ortalama (CMA) ve Tahmin (Forecasting) eğrilerinin birbirine uyumlu hareket ettiği gözlenmiştir (Grafik 2). Tahmin eğrisi incelendiğinde en yüksek değer %42,1 iken en düşük değer %28 olarak tespit edilmiştir.



Grafik 2. Yangın ve Doğal Afetler Branşı Reasüröre Devredilen Prim ile Hayat Dışı Toplam Reasüröre Devredilen Prim Zaman Serisi Analizi

Trafik Branşı Veri Analizi

Grafik 1’de 10 yıl ve 40 dönemde stabil değişim gösteren trafik branşındaki veriler Tablo 6’da derlenerek analiz edilmiştir.

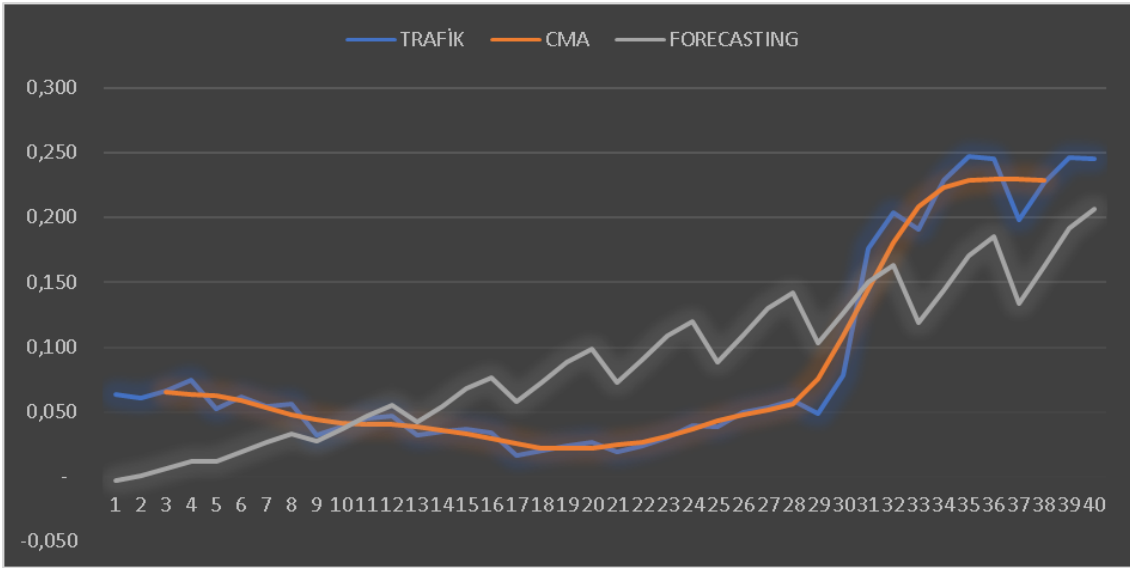
Tablo 6: Trafik Branşı Reasüröre Devredilen Prim ile Hayat Dışı Toplam Reasüröre Devredilen Prim Zaman Serisi Analizi

Y Q	PERCENT	MA	CMA	ST	IT	ST	DESEASONALIZE	TT	FORECASTING
2010-I	0.063					0.794	0.079	-0.005	-0.004
2010-II	0.06					0.938	0.064	0	0
2010-III	0.066	0.066	0.064	1.022	1.078	0.061		0.005	0.005
2010-IV	0.074	0.063	0.063	1.168	1.133	0.065		0.01	0.011
2011-I	0.052	0.063	0.062	0.847	0.794	0.066		0.015	0.012
2011-II	0.061	0.06	0.058	1.053	0.938	0.065		0.019	0.018
2011-III	0.054	0.056	0.053	1.019	1.078	0.05		0.024	0.026
2011-IV	0.055	0.05	0.047	1.164	1.133	0.049		0.029	0.033
2012-I	0.031	0.045	0.043	0.719	0.794	0.039		0.034	0.027
2012-II	0.038	0.042	0.041	0.924	0.938	0.04		0.038	0.036
2012-III	0.044	0.04	0.04	1.109	1.078	0.041		0.043	0.047
2012-IV	0.046	0.04	0.039	1.169	1.133	0.041		0.048	0.054
2013-I	0.031	0.039	0.038	0.822	0.794	0.039		0.053	0.042
2013-II	0.035	0.037	0.036	0.972	0.938	0.037		0.058	0.054
2013-III	0.036	0.034	0.032	1.132	1.078	0.034		0.062	0.067
2013-IV	0.034	0.03	0.028	1.189	1.133	0.03		0.067	0.076

2014-I	0.016	0.026	0.025	0.661	0.794	0.021	0.072	0.057
2014-II	0.019	0.023	0.022	0.868	0.938	0.021	0.077	0.072
2014-III	0.024	0.021	0.022	1.091	1.078	0.022	0.081	0.088
2014-IV	0.026	0.022	0.022	1.172	1.133	0.023	0.086	0.098
2015-I	0.018	0.023	0.024	0.768	0.794	0.023	0.091	0.072
2015-II	0.024	0.024	0.026	0.902	0.938	0.025	0.096	0.09
2015-III	0.03	0.028	0.03	0.99	1.078	0.028	0.101	0.108
2015-IV	0.039	0.033	0.036	1.093	1.133	0.035	0.105	0.119
2016-I	0.038	0.039	0.042	0.908	0.794	0.048	0.11	0.087
2016-II	0.049	0.045	0.047	1.041	0.938	0.052	0.115	0.108
2016-III	0.053	0.05	0.051	1.041	1.078	0.049	0.12	0.129
2016-IV	0.058	0.052	0.056	1.044	1.133	0.051	0.124	0.141
2017-I	0.048	0.059	0.074	0.647	0.794	0.061	0.129	0.103
2017-II	0.077	0.09	0.108	0.717	0.938	0.082	0.134	0.126
2017-III	0.175	0.126	0.144	1.218	1.078	0.162	0.139	0.15
2017-IV	0.204	0.162	0.18	1.129	1.133	0.18	0.144	0.163
2018-I	0.19	0.199	0.208	0.912	0.794	0.239	0.148	0.118
2018-II	0.228	0.217	0.222	1.027	0.938	0.243	0.153	0.144
2018-III	0.247	0.227	0.228	1.08	1.078	0.229	0.158	0.17
2018-IV	0.245	0.229	0.229	1.07	1.133	0.216	0.163	0.184
2019-I	0.197	0.229	0.229	0.863	0.794	0.249	0.167	0.133
2019-II	0.226	0.229	0.229	0.989	0.938	0.241	0.172	0.162
2019-III	0.246	0.229			1.078	0.228	0.177	0.191
2019-IV	0.245				1.133	0.216	0.182	0.206

YQ: Yıllar ve Çeyrekler (Years, Quarters), **PERCENT:** Branşta reasüröre devredilen primin Hayat Dışı Toplam reasüröre devredilen prime oranı (Yüzde), **MA:** Hareketli Ortalama (Moving Average), **CMA:** Merkezi Hareketli Ortalama (Centered Moving Average), **ST:** Mevsim Bileşeni (Seasonal Component), **IT:** Düzensizlik Bileşeni (Irregular Component), **DESEASONALİZE:** Mevsimsellikten Arındırma, **TT:** Trend Bileşeni (Trend Component), **FORECASTING:** Tahmin

Trafik branşındaki reasürans devrinin toplam reasüranstaki payı incelendiğinde 40 dönemde ortalama %13,4 olup; en yüksek %24,7 en düşük %1,6'dır. Zaman serisi analizi uygulandığında; Merkezi Hareketli Ortalama (CMA) ve Tahmin (Forecasting) eğrilerinin birbirine uyumlu hareket etmediği ve artış trendinde olduğu gözlenmiştir (Grafik 3). Tahmin eğrisi incelendiğinde en yüksek değer %20,6 iken en düşük değer %0,5 olarak tespit edilmiştir.



Grafik 3. Trafik Branşında Reasüröre Devredilen Prim ile Hayat Dışı Toplam Reasüröre Devredilen Prim Zaman Serisi Analizi

Sonuç ve Tartışma

Literatür incelendiğinde; Harvey ve Fernandes (1989) hasar verilerinin analizi, Polat (2003) sigorta ve reasürans brokerlerinin muhasebe düzenini, Weiss ve arkadaşları (2004) ABD’de reasürans fiyatına etki eden faktörleri, Dinç (2006) kısıtlı kapasitelerin sigorta ve reasürans şirketlerine olumsuz etkilerini, Karabıyık ve arkadaşları (2013) doğal afetlere yönelik reasürans enstrümanlarını, Çekici ve İnel (2013) zaman serisi yöntemi ile prim üretimini, Garven (2014) sigorta ve reasürans şirketleri ilişki süresinin önemini, Duramaz (2017) mevduat sigortasının zaman serisi analizi ile genel mevduat üzerindeki etkisini, Alan (2019) reasürans maliyeti ile teknik ve finansal oranlar arasındaki ilişkiyi, Duman (2019) sigorta sektöründe yabancı sermaye ve reasürans devir ilişkisini, Erkök ve arkadaşları (2019) reasürans devretme metodunun sigorta şirketinin risk ve karlılığına etkisini inceleyen araştırmalar yapmışlardır.

Genellikle reasürans ile ilgili; prim üretimi, hasar, fiyatlandırma, risk, karlılık, mali yapı ve sigorta şirket ilişkisine yönelik araştırmalara rastlanılmış olup; yabancı ve yerli çalışmalarda sektörün prim ile reasürans ilişkisini branşlar itibarı ile analiz eden bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu çalışma, aynı alandaki yeni araştırmalara örnek olması açısından önem arz etmektedir.

2019 yılında Türkiye’de hayat dışı toplam sigorta prim üretimi 57,8 milyar TL’dir. Sigorta primlerinin branşlar bazında dağılımında en yüksek payın oto branşından geldiği görülmektedir. Çalışmaya konu reasürans devir primine bakıldığında şirketlerin 10 yıllık ortalama verilerine bakıldığında ise reasürans devir oranı yaklaşık %27 civarındadır. Genel zararlar, genel sorumluluk, yangın ve doğal afetler, nakliyat ile trafik branşlarının toplam reasürans primindeki

payları 10 yıl ve 40 dönem aralığında değerlendirilmiştir. Trafik hariç diğer branşlarda yıllar itibariyle benzer bir eğilim gözlemlenmiştir.

Bu tespite yönelik stabil olan yangın ve doğal afetler ile değişim gösteren trafik branşları için zaman serisi analizi yöntemi uygulanmıştır. Yangın ve doğal afetler branşının reasürans devir payı 40 dönem aralığında benzerlik göstermektedir. Zaman serisi yönetimi analizi ile toplam prim içinde devredilen primin payı, hareketli ortalaması ve tahmin grafikleri hazırlanmış ve benzerlikleri tespit edilmiştir. Dönemsel kısmi hareketlerin yaz aylarında azalan, yılsonu ve yılbaşında yükselen bir trende sahip olduğu görülmüştür. Yılbaşlarında ve yıl sonlarındaki artışın poliçe üretimi ve poliçe yenilemelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Trafik branşının reasürans devrindeki payı 40 dönem aralığında benzerlik göstermemektedir. Zaman serisi yöntemi analizi ile toplam prim içinde devredilen primin payı, hareketli ortalaması ve tahmin grafikleri hazırlanmış ve değişkenlik olduğu tespit edilmiştir. Dönemsel hareketlerde sürekli bir artış görülmüş; 2010 yılı başında %6,3 olan pay, 2019 yılsonu %24,5'e yükselmiştir. Trafik branşındaki bu değişimin branşın prim üretimindeki hızlı yükselişi ve toplam üretimdeki pay artışından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Branşlarda sigorta şirketlerinin hasar prim oranlarının reasürans devrinde önemli etkisi olmaktadır. Şirketler riskli işleri devretmek istemelerine rağmen reasürörler riski az olan teminatları kabul etmektedir. Yangın ve doğal afetler branşında her zaman yüksek teminatlar nedeni ile reasürans ihtiyacı duyulmaktadır. Sigorta şirketleri de özellikle ticari ve endüstriyel yangın poliçelerinde reasürans payını arttırmak istemektedirler. Trafik prim üretiminin yıllar içerisinde hızla artması ile beraber özellikle yüksek teminatlarda hasarlarda reasürans ihtiyacı artmaktadır. Rekabet sonucu prim artışı yapılamaması trafik branşında zarara yol açmaktadır. Hasar/prim dengesinin kötü olması ise reasürans devrini zorlaştırmaktadır.

Yazar Katkıları: Bu çalışmanın giriş, kavramsal çerçeve, sonuç ve tartışma bölümünde birinci yazar, verilerin analizi ve bulgular bölümlerinde ikinci yazar katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması olmamıştır. Araştırmanın analizi için; Türkiye Sigorta Birliği resmi istatistikleri kullanılmıştır.

Kaynakça

- Acınan, H. (2005). Reasürans, İstanbul: Güneş Sigorta Yayınları.
- Alan, B. (2019). Türk elementer şirketlerinde reasürans maliyetlerinin belirleyicileri, (Yüksek Lisans). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Alanya, Ç. (2003). Reasürans, İstanbul: Türk Sigorta Enstitüsü Yayınları.
- Çekici, M. & İnel, M. (2013). Türk sigorta sektörünün direkt prim üretimlerinin tahmin teknikleri ile incelenmesi, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 34, 135-152.

- Çelik, Ş. (2013). Zaman serileri analizi ve trafik kazası verilerine uygulanması. *Iğdır Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 43-51
- Dinç, M. (2006). Sistematik riskler ve sistematik risklerin yönetimi için reasürans uygulamaları, (Yüksek Lisans). Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Duman, E. (2019). Türkiye sigorta ve reasürans sektöründeki gelişmenin yabancı sermaye girişine etkisi, (Yüksek Lisans). Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul.
- Duramaz, S. (2017). Mevduat sigortası artışının toplam mevduata etkisi: türk bankacılık sistemi örneği, *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3, 1-13.
- Erkök, B. & Yıldırım, B. (2019). Alacak sigortasında reasürans uygulamaları, *Bankacılar Dergisi*, 108, 79-96.
- Ertuğrul, İ. & Bekin, A. (2016). Türkiye’de bazı temel gıda fiyatları için yapay sinir ağları ve zaman serisi tahmin modellerinin karşılaştırmalı analizi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13).
- Garven, J., Hilliard, J. & Grace, M. (2014). Advers selection in reinsurance markets, *The Geneva Risk and Insurance Review*, 39, 222-253.
- Harvey, A.& Fernandes, C. (1989). Time series models for insurance claims, *Journal of the Institute of Actuaries* , 116, 513-528.
- Karabıyık, L.& Anbar, A. (2009). Sigorta ve reasürans şirketlerinin doğal afet riskinin yönetiminde kullanabilecekleri finansal enstrümanlar, *Muhasebe ve Finans Dergisi*, 41, 42-52.
- Koronur-Engiz, B. & Kurnaz, Ç. (2018). Bir ortamdaki elektrik alan şiddetinin zaman serisi analizi ile belirlenmesi. *Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi*, 10(2).
- Mutlu-Çamoğlu, S. & Akıncı, M. (2012). türkiye’de sektörel banka kredilerinin gelişimi: bir zaman serisi analizi. Yönetim ve ekonomi: *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1).
- Özcan, H. (2020). Turkish Insurance Market, E.Yılmaz & N.Tekeli(Eds), Turkey’s economy from different perspectives after 1980, (pp.169-183). Berlin: Peter Lang Publishing.
- Özcan, H. (2020). Hasar ve reasürans uygulamaları ders notları, İstanbul: Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü.
- Polat, L. (2003). Sigorta ve reasürans brokerliği şirketlerinde muhasebe düzeni, (Yüksek Lisans). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şeker, S. E. (2015). Zaman serisi analizi (Time Series Analysis). YBS Ansiklopedisi, 2(4).
- TSB Resmi İstatistik Raporları, 2010-2019 Yılı, <https://www.tsb.org.tr/resmi-istatistikler.aspx?pageID=909>
- Uralcan, Ş. (2011). Temel sigorta bilgileri ve sigorta sektörünün yapısal analizi, İstanbul: Hiperlink Yayınları.
- Weiss, M. & Chung, J. (2004). U.S. Reinsurance prices, financial quality and global capacity, Philadelphia: Temple University Publishing

14 Şubat Sevgililer Günü Televizyon Reklamlarının Göstergebilimsel Çözümlemesi

Elif ŞEŞEN*

Öz

İhtiyaç ve tüketim arasındaki ilişkinin değiştiği, bireyler için tüketimin ihtiyacı karşılamaktan farklı anlamlara geldiği ve bir kimlik göstergesine dönüştüğü günümüz tüketim toplumunda, değişen olgulardan biri de aşk ya da sevgi kavramıdır. Aşkın sürekli gösterilmesi gereken bir şey haline gelmesi ve ayrıca tüketim nesnelere geçerek anlatılması ve anlaşılması bu sürecin temel özelliklerinden biridir. Aşk ile tüketim arasındaki ilişkiyi yeniden kuran mecraların başında ise reklamlar gelmektedir. Tüketimle yönlendirilen aşkın toplumsal algısı, 14 Şubat Sevgililer Günü reklamları aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Hediye olarak sevdiğini mutlu etme düşüncesinin reklam mesajları ile nasıl dolaşıma sokulduğunu ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada, 13 Şubat 2019 tarihinde 6 ulusal televizyon kanalında prime time zaman diliminde yani 21.00 ile 23.00 saatleri arasında yayınlanan 14 Şubat'a özel reklamlar incelenmektedir. Toplam 11 reklamın göstergebilimsel yöntemden hareketle analiz edildiği çalışmada, reklam söylemini kuran göstergeler ve bu göstergelerin anlamlandırılmasını sağlayan gönderge sistemleri incelenmiştir. Reklamların ortak vadinin Sevgililer Günü'nde alınacak hediye için aşkın göstergesi olduğu yönündedir.

Anahtar Kelimeler: 14 Şubat Sevgililer Günü, Reklam, Tüketim, Mit, Göstergebilim

Semiotic Analysis of 14th February Valentine's Day Television Advertisements

Abstract

In today's consumer society, where the relationship between the need and consumption changes for individuals consumption has a different meaning and turns into an identity sign, one of the changing phenomenon is love. The main characteristics of this process are that love has become something to be shown continuously, and that is explained and understood through consumption objects. Advertising is one of the leading channels that reconstructs the relationship between love and consumption. The social perception of love driven by consumption, is reproduced through 14th February Valentine's Day advertisements. In this study, which aims to reveal how the idea of making happy his/her lover by buying a gift circulating by advertising messages, special advertisements for Valentine's Day which featured on 6 national television channels on February 13, 2019 during the prime time period, that is, between 21:00 and 23:00, were examined. In the study in which a total of 11 ads were analyzed based on the semiotic method, the signs establishing the discourse and the referent systems that give meaning to these signs were examined. The sharing promise of advertisements is that the gift bought on Valentine's Day is a sign of love.

Keywords: 14th February Valentine's Day, Advertisement, Consumption, Myth, Semiotic

Geliş/Received: 10.08.2020

Kabul/Accepted: 22.06.2021

* Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

* Doç. Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, elifsesen@gmail.com, ORCID: 0000-0002-8513-9647.
(Makale Türü: Araştırma Makalesi)

Giriş

Beynelmilel (2006) filminin bir sahnesinde, “Senin kız arkadaşın da vardır şimdi üniversitede?” diye soran esas kıza, esas oğlan “Yoktur, küçük burjuva alışkanlıkları bunlar. Hem artık devrimci oldum ben.” diye cevap verir. Bunun ne anlama geldiğini bilmeyen kızsız “Çok iyi yapmışsın vallahi.” diye karşılık verir. Ne de olsa aşık olmak ya da flört etmek, parası ve boş zamanı olan burjuvalara hitap eden bir şeydir. Ancak postmodern tüketim toplumunda durum böyle değildir. Lefebvre’nin (1998) tüketimi yönlendirilmiş ya da örgütlenmiş toplum olarak tanımladığı tüketim toplumunda, tüketim artık gerçek olduğu kadar hatta belki de gerçekten çok, simgeseldir. Çağdaş tüketim kalıpları sembolik anlam ve değer sistemleri üzerine kuruludur (Bocock, 1997: 56) ve reklamın da işlevi her türlü günlük ya da kültürel değer ve olguları tüketime aktarmaktır. Tüketim toplumuna olumlu bakış açısı bu toplumu “kapitalist sistemde hızlı bir ekonomik gelişme sağlayarak insanların her türlü ihtiyacını karşılayan toplum” (Odabaşı, 2006: 19) olarak görürken olumsuz ya da eleştirel bakış açısına göre ise ekonomik büyüme ve üretim bolluğunu gelişme ile eşitleyen bu toplum aslında ayrımcılığın işaretleriyle dolu, göstergelerden beslenen (Baudrillard, 2004: 51) bir toplumdur. İhtiyaç kavramının anlamının değiştiği tüketim toplumunda, insanların ihtiyaçları hiçbir zaman tam olarak karşılanmamakta ve aslında ürünleri değil bu ürünlerin sahte imaj ve göstergelerini tüketen insanların ihtiyaçları, hayalleri, umutları ve beklentileri sömürülmektedir. Tüketimin, bireylerin kimliklerini inşa ettikleri bir araç haline gelmesiyle tüketilen malların kişi için anlamı, içinde yaşadığı toplumsal ilişkiler ağıyla bağlantılı şekilde oluşturulan, gündelik yaşam pratiklerine yansımış bir tür dile dönüşmüştür.

Barthes’a (1998: 168) göre bu dil içindeki göstergelerden oluşan yapı dizgelerinde, nesnelere anlam aktarmaktadır yani bir nesne tüketim aracılığıyla başka bir şeyin (duygu, hayal, kimlik, prestij, saygınlık, zenginlik, lüks, aşk, sevgi vb) yerine geçmektedir. Tüketim toplumunda, toplumun ve onun dekorunun, yani modernliğin temel ürünü haline gelen gündelik yaşam içinde kadın-erkek ilişkileri de değişmiştir. İnsanın davranışlarını, kişiliğini, ilişkilerini, zevk algısından, estetik yapısına kadar her şeyini belirleyen bu kültür içinde aşk, hem toplumun tüm kesimlerine yayılması gereken bir şey gibi anlatılır hale gelmiş hem de her meta gibi pazara çıkmıştır. Bu sürecin simgelerinden biri de tüketim toplumunun vardığı son nokta, tüketim çılgınlığı, tüketim tuzağı gibi sıfatlarla anılan ancak her şeye rağmen etkisinde kaldığımız Sevgililer Günü’dür. Aşkın toplumsal algısı, tüketim bağlamında Sevgililer Günü ve bu güne özel reklamlar aracılığıyla yeniden üretilmektedir. Yılbaşı, bayram gibi diğer özel günlerde olduğu üzere reklamlar, Sevgililer Günü’nde neler alınması ya da yapılması gerektiğine, bu günün nasıl kutlanması gerektiğine dair ipuçlarını hatırlatma görevini üstlenmektedir.

Küresel olarak şekillendirilmiş aşk kavramının medya ve reklam mesajları ile nasıl dolaşıma sokulduğunu sergilemeyi amaçlayan bu çalışma, 2019 yılında Sevgililer Günü'nden bir gün önce reklamların şahikaya ulaştığı 13 Şubat'ta ulusal televizyon kanallarında yayınlanan bu güne özel reklamları incelemektedir. Çalışmada, Sevgililer Günü reklamlarındaki aşk ve tüketime dair mitler ve imgeler göstergebilimsel yöntemden hareketle çözümlenerek bu güne özel olarak yayınlanan reklamlarda tekrar edilen sembollere dair genel bir tablo ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Aşk, Tüketim Kültürü ve Reklam

Aşkı tüm dürtülerin en güçlüsü olarak gören Schopenhauer (2011: 35) aşkın insan hayatında hayat sevgisinin yanı başında durduğunu yazmaktadır. Romanlar, şiirler, şarkılar, filmler ve reklamların aşka dair algımızı şekillendirmede etkili olduğuna dikkati çeken Büyükdüvenci (2001: 172) aşkın anlamının ve ifade araçlarının zamanla değiştiğini ve günümüzde metaların sevginin göstergesi olarak sunulduğunu söylemektedir. Belirli mal ya da hizmetlere sahip olmanız ya da size hediye edilmesi durumunda mutlu olacağınızı söyleyen reklam mesajları ile dolu tüketim toplumunda aşk, bir sevgili ya da eşin, sevgisinin ifadesi olarak belirli bir ürünü satın almasını gerektiren ticari bir işleme, bir alışverişe dönüşmektedir. Miller'e (2010: 181) göre tüketim kültürünün yerleşmesi aşkı satın alınabilen bir meta haline getirmiştir. Tüketim kültürünün, mal ve hizmetlerin gösterge işlevinin fayda işlevinden daha önemli hale gelmesiyle karakterize olduğunu belirten Bauman'a (1997: 83) göre metaların mübadele değerinin ortadan kalkmasıyla alınıp satılan ve tüketilen şey, göstergeler haline gelmiştir. Göstergelerin sistemli bir şekilde güdümlendiği (Baudrillard, 2014: 240) tüketim toplumunda nesnelere bir bağlam içinde tüketiciye sunulmaktadır. Örneğin bir fırın sadece yemek pişirmeye yarayan bir nesne olarak değil, yeni ve modern diğer beyaz eşyaların da sergilendiği bir mutfağın parçası, lüks ve modern bir yaşam tarzının sembolü olarak gösterilmektedir.

Satış, mübadele ve kâr amacı güden ücretli emek ve meta üretimine dayanan (Marshall, 2005: 382) kapitalist sistemde sürekli yapılan tüketim propagandası, modern yaşamın ruhsal yalnızlığını hedef alır ve modern insanın bunalımlarına çare olarak da tüketimi gösterir (Lasch, 2006: 125). Üstelik kapitalist sistemin harekete geçirdiği tüketim seferberliği giyimden dekorasyona, spor alışkanlıklarımızdan dinlediğimiz müzik türüne, yeme içmeden boş zaman etkinliklerimize kadar gündelik hayatımızın hemen her anını içine alan geniş bir alanda çalışmaktadır (Bauman, 2014: 77). Satın almanın ve tüketimin büyümesi tüm bu alanlarda sürekli olarak üretime çevrilmelidir ancak bu da tüketiciyi asla kazanamayacağı bir oyuna dahil eder. Nitekim Baudrillard (2013) da *Üretimin Aynası*'nda, ihtiyacın artık içgüdülerce değil metalar arasındaki ilişkilerce belirlendiği, her gün daha fazla gösterge ve imajlarla dolup taşan tüketim toplumunda tüketicilerin asla tatmin olamayacağını söylemektedir. Çünkü bireylerin sahip

olduklarından tatmin olması tüketimi sekteye uğratar. Modern tüketim kültürünün temel özelliklerini maddileşme, estetikleşme ve sürekli farklılaşma olarak sayan Zorlu (2003:7) tüketim kültürü ile bireysel beğeniler ve yaşam tarzlarının yanı sıra toplumsal değerlerin de ifade edildiğini vurgulamaktadır. İnsanların gerçek ihtiyaçları yerine statü ya da yenilik arama, ilgi uyandırma gibi saikler ile tüketimde bulunduğu bir sistem olarak tüketim kültürü, nesnelerin imgesel düzeyde anlamlandırılmasına dayanmaktadır. Featherstone (1996: 145) aslında sıradan ya da gündelik nesnelerin lüks, güzellik ve cazibe gibi arzu edilen şeylerle bağlantılandırıldığını ve bu süreçte metalaşan nesnelerin gerçek işlevlerinin giderek önemsizleştiğini söylemektedir. Türkiye’de de 1960’lardan başlayarak artan şekilde yerleşen tüketim alışkanlıkları ile tüketim, bireyin kimliğini ifade etmesinde (Topay ve Erdem, 2019: 173) önemli bir araç haline gelmiştir. Toplumsal başarı, her alanda yüksek tüketim ile özdeşleşirken, sevgi, dostluk, aşk kısaca tüm insani ilişkiler, ticareti yapılabilen birer nesne olmuşlardır (Bayhan, 2011: 233).

Aşk, üzerinde tıptan büyücülüğe uzanan geniş bir sektörel ağın yükseldiği (Yıldız, 2013: 192) bir duygudur. Günümüz tüketim toplumunda ise bir duygu olarak kalmamakta romanlar, filmler, diziler, reklamlar ile metaforik ve mitsel bir söyleme dönüştürülmektedir. Özellikle reklamlar kullandıkları anlam kurma stratejileri ile bu söylemin önemli bir parçasıdır. Gündelik hayatı yeniden büyüleyen ve inşa eden reklam, sıradan ürünlere yeni anlamlar katarak sihirli imgelere yani mitlere dönüşmesini ve böylece tüketicinin ürünün gerçek ederinin çok daha üzerinde bedeller ödemeye bireylerin razı edilmesini sağlamaktadır. Reklam, ideolojik işlevini inşa ettiği mitler sayesinde yerine getirmektedir (Kükreler, 2010: 29). Bu mitler, bireylere reklamlarda kurulan simgesel anlamlarla donatılmış kimliklere ancak tüketim aracılığıyla sahip olunabileceği düşüncesini aşlamaktadır. Satın alma eylemi ile prestij, saygınlık ya da kimlik kazanma arzularını birbirine bağlayan reklam, mevcut toplumsal değerlerden yola çıkarak yapay konumlar yaratır ve bedelini ödemek şartıyla bu konumlara sahip olabileceklerine bireyleri inandırır. Wernick’in (1996: 63) vurguladığı gibi reklam sadece bir metaya ihtiyaç duymamız gerektiğini söylemekle kalmaz o metanın inşa edilmiş sembolik anlamını da devreye sokar. Bir ürün ya da hizmetten çok daha fazlasını başarı, haz, sevgi gibi duyguları, değerleri, imgeleri satan reklam, vaadini basitçe “bu ürünü alırsan memnun kalacaksın” şeklinde değil, “sadece bu ürünü alırsan mutlu olacaksın ve insanlar seni kıskanacak” şeklinde ortaya koyar.

Nesneler ile ilgili ifadeleri, tüketici ve insan ilişkileri tarzında ifadelere çeviren (Dyer, 2010: 168) reklam söyleminde yapılan, temel olarak bir şeyin anlamını başka şeye yükleyerek değeri ürünle bağlantılandırmaktır. ‘Pırlanta ebedidir’ sloganlı reklamı örnek gösteren Williamson (2001) pırlantanın artık bir taş ya da mineral olarak değil, insani ilişkiler bağlamında bir gösterge olarak anlamlandırıldığını söylemektedir. Belki pırlanta aşkı satın alamaz ama reklam bize ebedi aşka benzetilen pırlantanın aşkı sağlayabileceğini ima eder ve böylece reklamın dilinde

insanlar ile nesnelere yer değiştirir. Reklamın temel amacı, hedef olarak belirlenen tüketici kitlesi üzerinde belirli bir etki oluşturmak ve bu kitlenin düşünce ve alışkanlıklarını etkileyerek satın almaya yönlendirmektir (Kocabaş ve Elden, 2004: 21). Ancak reklam, tüketicinin değerleri ve yaşam tarzı ile ilişki kurup zihninde anlamlı bir çağrışıma yol açarsa bu hedefine ulaşabilir. İşte bu nedenle reklamlar genellikle ürünün özellikleri hakkında değildir. Reklamlarının ilgili olduğu asıl şey tüketicinin özelliğidir. Reklamlardaki film yıldızları ya da sporcular, romantik anlar, güzel evler, lüks mekanlar aslında ürünle ilgili bir şey söylemez. Bunlar ve daha birçok reklam imgesi tüketicinin hayalleri, duyguları, korkuları ve fantezilerine seslenir. Postman'a (2006: 192) göre zaten bir reklamcının bilmesi gereken şey ürün hakkında neyin doğru olduğundan çok, ürünü satın alacak tüketici ile ilgili neyin yanlış ya da eksik olduğudur.

Reklamlarla Metalaşan 14 Şubat Sevgililer Günü

Anneler Günü, Babalar Günü, Sevgililer Günü gibi özel günlerin tüketim toplumunun kurucuları tarafından tüketimi kamçılama amacıyla icat ve ilan edildiğini belirten Ersoy (2008: 150) bu durumun sadece tüketim harcamalarında değil insanların zihniyet dünyalarında da değişime sebep olduğuna dikkati çekmektedir. Erdoğan ve Alemdar (2005: 167) da kapitalist pazarın ihtiyaçlarını karşılamak için bir tür promosyon olarak kullanılan özel günlerde tüketicilerin duygularının istismar edilmesiyle yaratılan yeni tüketim kültürü yoluyla insanların sürekli harcama baskısı altında tutulduklarını söylemektedirler. Yılbaşından anneler gününe, babalar gününden sevgililer gününe özel(leştirilen) günlerin kutlanmasına dair ritüeller medya ve reklamlar aracılığıyla aktarılmaktadır. Kültürel alışverişi hızlandıran küreselleşme toplumları daha yakın hale getirmekle beraber aynı süreçte birbirine benzeşmelerine yol açmaktadır (Ünal ve Doğan, 2019: 4). Batı dünyasından tüm dünyaya yayılan ve küreselleşen bu özel günlerde, pazarlama çabalarının da bir sonucu olarak hediye vermek olmazsa olmaz bir durum haline almıştır (Şeker, 2019: 870). Hediye geleneğini şekillendiren temel dinamik haline gelen medya; reklam mesajları aracılığıyla ulusal, yerel ve kişisel çeşitliliği ortadan kaldırarak küresel kültürel standardizasyonu gerçekleştirmede önemli bir rol oynamaktadır.

Hediye verme sebepleri çeşitlidir ve resmi protokol kurallarından bayramlara, özel günlerden anlık davranışlara kadar değişebilir. Mauss (1954) hediye değişimini ekonomik, hukuki, ahlaki, estetik, dini ve mitolojik anlamlar içeren toplumsal bir olgu olarak görür. Hediye, elde olmayanın verilmesi bağlamında düşünüldüğünde aşkla sevgiyle ilişkilendirilmektedir (Akay, 1999: 89). Hediyeleşmenin toplumsal ve ekonomik sonuçları da önemlidir (Rupp, 2003). Hediye vermenin neredeyse bir zorunluluk haline geldiği özel günlerden biri de Sevgililer Günü'dür. Son yıllarda ülkemizde de popüler hale gelerek kutlanan Sevgililer Günü tüketime endekslenmiş özel bir gün olarak kapitalist pazardaki yerini almıştır.

Başlangıcına dair çok sayıda hikâye olan Sevgililer Günü'ne dair efsanelerden en fazla dile getirilenlerinden biri, Roma İmparatorluğu zamanında evliliğin yasaklandığı bir dönemde Valentinus adlı bir din adamının gizlice çiftleri evlendirdiği ve bunun açığa çıkmasıyla 14 Şubat günü öldürüldüğüne, onun ölüm gününün de hatırasını yaşatmak adına aşk ve sevgi günü olarak kutlanmaya başlandığına dayanır (Calesta, 2006: 18). Sevgililer Günü'nün romantik sevgi ile ilişkilendirilmesi Orta Çağa kadar gitmektedir (Siddiqui, 2016: 171). 19. yüzyılın ikinci yarısında İngiltere'den ABD'ye geçen Sevgililer Günü, 20. yüzyılda neoliberal ekonomiyle beraber gelen toplumsal değişimle dünyaya yayılır (Brosius, 2012). Aşk ve sevgi gününün bir tüketim çılgınlığına dönüşümü ise 1980'lerden sonra olmuştur. Ekonomik değerinin farkına varılmasıyla 14 Şubat, kapitalizmin manivelası kültür endüstrisi tarafından kutsanan ve reklam çabalarının en üst düzeye çıkarıldığı günlerden biri haline gelmiştir. İnsanlar arasındaki duygular ve ilişkiler de dahil olmak üzere modern insanın yaşamının her noktasına müdahale ederek her şeyi ticarileştiren kapitalizm, Çubuklu'ya (2007: 98) göre aşk ve sevgiyi de popülerleştirerek bir meta olarak sunmaktadır. Sevginin sürekli ifade edilmesi ve gösterilmesi gerektiği düşüncesinin bilinçli bir şekilde yaygınlaştırıldığı Debord'un (1996) adlandırmasıyla gösteri toplumunda, duygular ancak metalden geçerek ifade edilebilmekte ve hediyein parasal değeri duygunun yoğunluğunun ölçüsü haline gelmektedir. Medyanın parlattığı 14 Şubat, özellikle erkeklerin eşlerine ya da sevgililerine hediye almalarının bir dayatma haline geldiği, aşkın ya da sevginin ancak bir hediye ile ispatlanabileceği bir tarihe karşılık gelmeye başlamıştır. Sevgililer Günü başlangıcındaki dini bağlamından farklı şekilde postmodern tüketim kültürü tarafından kutsanan ve ticari olarak inşa edilmiş bir gündür (Kimura ve Belk, 2005). Sevgililer Günü, tebrik kartları, hediyeler, özel partiler ve tatiller gibi çeşitli tüketim etkinlikleriyle kutlanır. Bu tür kutlama etkinlikleri için günler önce yapılan harcamalar bu günü küresel pazar için vazgeçilmez hale getirmektedir. ABD Ulusal Perakende Federasyonu'nun (National Retail Federation) 2019 Yılı Sevgililer Günü Harcama Anketine (Annual 2019 Valentine's Day Spending Survey) göre, sadece bugün için yapılan hediye alışverişinde kişi başı harcama 161 dolar ve toplam harcama ise 20 milyar dolardan fazlaydı. Ülkemizde de özellikle 1990'lardan itibaren hediyelerin fiyatı ve çeşitliliği artmış, alışveriş süreci abartılı hale gelmiştir. Aslında bu durumda, Kozanoğlu'nun (1995: 168) sözleriyle pop çağı ateşi ile yanan Türkiye'de, daha önce hiç bu kadar sık söylenmeyen sevgi sözlerinin içini boşaltıp bir dolgu haline getiren piyasa mantığının da önemli bir rolü vardır.

Pek çok toplumsal öğretisi ve pratikle birleşen Sevgililer Günü, popüler kültürün en açık ve en pembe rengi olarak (Arık, 2004) kapitalizmin metalaştırdığı ve fetişleştirdiği, aşkın tüketim ile özdeşleştirildiği bir kültürel gösterge haline gelmiştir. Sevgililer Günü'nde insanların birbirlerine hediye alma zorunluluğunu hissetmeleri kitle kültürünün tezahürü olarak değerlendirilebilir (Canöz, 2015: 141). Bugüne özel hazırlanan reklamlarla da sevginin ekonomik

araçlarla ifade edilmesi meşrulaştırılarak özendirilir. Vannini'ye (2004: 171) göre, Sevgililer Günü'nde metaların romantikleşmesi ve romantizmin metalaşması olmak üzere birbirine bağlı iki süreç söz konusudur. Başta reklamlar olmak üzere medya çeşitli araçlarla, bir gösteri olarak aşk fikrini iletir. Metaların romantikleşmesi, medya belirli davranış ya da ürünleri romantizmin göstergesi olarak sunduğunda ortaya çıkar. Örneğin ikisi de çiçek olmasına rağmen kaktüs, romantik değildir ama kırmızı gül, romantiktir ya da lüks bir restoranda mum ışığı eşliğinde yenen

bir akşam yemeği romantiktir ama fastfood restoranındaki öğle yemeği romantik değildir. Romantizmin metalaşması ise evlilik teklifi için tek taş yüzük alınması gibi belirli tüketim pratiklerinin bireylerin zihninde aşkın sembolü olarak yerleştirilmesinin sonucunda ortaya çıkar.

Sevgililer Günü'nün tüketim ve reklam açısından yeri ve rolüne dair çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Minowa, Khomenko ve Belk'in (2011: 45) Sevgililer Günü hediyelerinde cinsiyete dayalı ritüellerin; tüketim ideolojisi ile zamanla değişen toplumsal değerler ve cinsiyet rollerini yansıttığını ortaya koymuşlardır. Close ve Zinkhan (2006: 359) bu güne özgü tüketici davranışlarının başında tek taş yüzük, kırmızı gül, çiçek, oyuncak ayı, akşam yemeği gibi hediyeler verilmesinin geldiğini belirtmektedirler. Rugimbana, Donahay, Neal ve Polonsky'e (2003) göre bu hediyelerin seçiminde reklamların yarattığı atmosfer önemli bir faktördür.

Sevgililer Günü reklamlarında genel olarak bir kadının ancak erkeği için özel olarak hazırlanarak güzel görünmesi halinde, bir erkek ise kendisinden beklenen romantik davranışları gösterirse "ideal" bir sevgili olabileceği fikri yerleştirilmeye çalışılır. Ülkemizde yapılan çalışmalardan Atar, Şener ve Onay'ın (2016) Sevgililer Günü için hazırlanan dergi reklamlarını inceledikleri çalışmalarında, en çok reklamı yapılan ürünlerin tek taş ve pahalı mücevherler olduğunu belirterek bu durumu sevginin büyüklüğünün hediyein pahası yani fiyatıyla gösterme isteğiyle açıklamaktadırlar. Aydın ve Akcan'ın (2017) Sevgililer Günü hediyelerini inceledikleri çalışmalarında, bazı reklamların sevdiğini mutlu etme amacını öne çıkarmakla birlikte hemen tüm reklamların daha fazla tüketim ile daha mutlu olmayı vadettiğini belirtmektedirler. Gazete reklamlarını inceleyen Adalı Aydın (2016) da çalışmasında incelenen reklamlarda belirli ürünlerin kullanılarak daha aşık ya da daha mutlu olunacağı ile belirli ürünlerin satın alınarak iyi bir sevgili olunacağı mitlerinin sıkça tercih edildiğini ortaya koymuştur. Denilebilir ki reklamlar hediyein maddi değerini öne çıkaracak şekilde kurgulanmaktadır.

Yöntem

Bu çalışmanın amacı, markalar tarafından Sevgililer Günü'ne özel olarak hazırlanan ve 2019 yılında ulusal kanallarda yayınlanan televizyon reklamlarının göstergebilimsel çözümlemesini yapmaktır. Nitel araştırmalarda sıkça kullanılan amaçlı örneklem yöntemine başvurulmuştur. Amaçlı örnekleme belirli bir hedefe ulaşmak için araştırılan konu kapsamında incelenen olguyu açıklamaya yardımcı olacak ve belirli niteliklere sahip nesne, birey, mekân ya

da örneklerin seçimine dayanır (Marshall, 1996: 523). Çalışmada öncelikle bir medya takip ajansından 2019 yılında Sevgililer Günü'nün bir gün öncesinde yani 13 Şubat 2019 tarihinde ATV, Fox TV, Kanal D, Show TV, Star TV, TRT 1 olmak üzere ulusal televizyon kanallarında[†] prime time saatleri (21.00-23.00 arası) arasındaki programlarda yayınlanan reklamların listesi edinilmiş, tekrarlar çıkarılmıştır. 14 Şubat Sevgililer Günü'ne özel 13 reklam tespit edilmiş ve sonraki aşamada reklam videolarına, video paylaşım kanalı Youtube'dan ulaşılmaya çalışılmış olup 2 reklamın (Colins ve Lizay) videosuna ulaşılamamıştır. Dolayısıyla Sevgililer Günü'ne özel olarak hazırlanmış 11 reklam, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Çalışma kapsamındaki reklamlar, göstergebilimsel yöntemden hareket eden Chapman'ın (1986) Reklamda Mit Analiz Modeli ile incelenmiştir.

Göstergebilim, her türlü metinde imgelerin ve göstergelerin anlamlarını çözümleyerek anlamın nasıl meydana geldiğini ortaya koymayı amaçlar. Göstergebilim açısından trafik işaretlerinden kıyafetlere, sofrada adabından romana, fotoğraftan reklama her şey bir metin, bir söylemdir. Göstergebilimin temel çözümleme birimi olan gösterge, başka bir şeyi çağrıştırarak iletişimi mümkün kılar. Gösterge bir kelime, bir ses veya görsel bir imge olabilir. Gösterge; gösteren ve gösterilen olmak üzere iki unsurdan meydana gelir. Gösteren; harfler, ses, görüntü gibi gösterenin algılanan yanıdır. Gösterilen ise gösterenin zihnimizde oluşturduğu imge, kavram ya da anlamdır. Reklam açısından baktığımızda reklamı yapılan ürün gösteren, ürünün vadettiği şey ise gösterilendir. Örneğin reklamlarda konforun göstergesi arabada uyuyan bir bebek, aşkın göstergesi tek taş yüzük olarak sunulabilir. Bunu sağlayan ise nesne ile duygu arasında kurulan bağlantı yani göstergelerin anlamlandırılmasıdır.

Modern toplumlarda reklamın, geleneksel toplumlardaki efsanelerin doğası ve işlevine benzeyen mitsel bir boyutu vardır. Göstergebilimin betimlediği moda, spor, yemek, reklam gibi sistemler aracılığıyla dünyayı anlamlandırmayı sağlayan mitler (Coward ve Ellis, 1985: 51) insan davranışı için model oluşturur. Postman'a (1994: 92) göre mit, farkında bile olmadığımız, bilincimizin derinliklerine gömülmüş bir düşünme şeklidir. Göstergebilimi gündelik hayatımızdaki hemen her şeye hakim olan mitlerin analizi ile başlatan Barthes (2014) anlamlandırmanın düz anlam ve yan anlam olmak üzere iki düzeyde gerçekleştiğini söylemektedir. İlk düzey olan düz anlam, gösterenin ne olduğunun zihinsel olarak kavranmasına dayanan bilinen anlamıdır. Yan anlamda ise kültürel ve toplumsal kodlara bağlı olarak göstergeye bir başka anlam ya da değer atfedilir. Yani yan anlam, ima edilen anlamdır. Örneğin bir reklam görselindeki elma, Newton'un yerçekimini keşfetmesini sağlayan elmaya atfen "bilimsellik" ile

[†] Türkiye'de ulusal çapta yayın yapan kanallar listesinde yer alan Kanal 7, TV8 ve Beyaz TV'de takip edilen tarihte bu güne özel bir reklam yayınlanmamıştır (https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_yay%C4%B1n_yapan_televizyon_kanallar%C4%B1_listesi).

ya da Pamuk Prenses'in yiyip zehirlendiği elmayı çağrıştıracak şekilde "kıskançlık" ile kodlanabilir. Reklam açıkça söylenen ya da "gösterilen" düzlemde değil, ima edilen "gösterenler" düzleminde işler. Yani reklamın anlamını asıl kuran, yan anlamdır. Örneğin bir margarin reklamı aslında gösterilen "ürün" düzeyinde değil, anne sevgisini o margarini kullananların daha iyi bir anne olduğu imgesine tahvil ettiği "gösteren" düzeyinde anlamlandırılır. Williamson'a (2001:30) göre reklamı anlamak için nasıl işlediğini çözümlmek gerekir. Reklamı yapılan ürüne ilk aşamada, izleyicide zaten bir anlamı olan bir nesne ya da kişi tarafından değer verilir; sonraki aşama ise ürünün kendisinin bir anlam ifade etmesidir. Önce bir nesne, bir duygunun yerine geçer, sonra reklamdaki ürün o nesnenin yerine geçerek bu duyguyu kendine mal eder. Ancak bu anlamlandırma süreci izleyicinin içinde bulunduğu sosyokültürel, ideolojik ve psikolojik yapıdan bağımsız değildir. Bir başka deyişle anlam, bir göstergede kendiliğinden var olmaz (Günay, 2002: 173). Reklamın hedefi olan kişi, gösteren ile gösterilene birleştirip gösterge haline getirmek için kültürel kodlara yani gönderge sistemine başvurur.

Reklamın çözümlenmesinde göstergebilimin temel kavramlarından yola çıkan Chapman (1986) reklam mitlerinin analizi için bir model ortaya koymuştur. Tablo 1'de verilen Chapman'ın (1986: 70-73) analiz modelinde reklam, izleyicilerine vaatlerde bulunan bir yapı olarak kavramsallaştırılır. Vaadin zıddı, problem olarak ve reklamdaki vaatlerin problemleri çözmek üzere konumlandırılması süreci de kısaca mit olarak adlandırılır. Mitin çözümlenmesinde 'gösterenler', 'gösterilenler' ve 'gönderge sistemleri' olmak üzere üç temel analitik araçtan faydalanılır. Göstergebilimde gösterge kavramının birer parçası olan gösterenler (signifiers) ile gösterilenler (signifieds) modelde anlamın oluşmasını sağlayan temel iki analitik araçtır. Basılı reklamlarda başlık, metin (görsel ya da yazılı) ve slogan anlamın oluşmasını sağlayan temel gösterenler olarak öne çıkarken görüntülü reklamlarda ise temel gösterenler, imge ile metin ve varsa slogandır. Üçüncü analitik araç olan gönderge sistemleri (referrent systems) ise reklamın temel öğelerinin dayandığı ve bu öğelerin anlamlarını yansıtan temel sosyokültürel kaynaktır.

Mitler

1. *Gösterenler* (Reklamda ne gösteriliyor?): İlk aşamada reklamda görünen ile gösterilenlerin anlamı kavramsal olarak ayrıştırılır ve bunun için de öncelikle gösterenler ile gösterilenlerin ayrılması gerekir. Reklamda göstergeler genellikle metaforlar ya da metonimiler (düz değişmece) ile temsil edilir.
2. *Gösterilenler* (Reklamda görünenler ne anlatıyor?): İkinci aşamada her göstergenin ne çağrıştırdığına bakılır. Çok sayıda gösterilen, aynı tema etrafında toplanarak hikâyenin kurucu ögesi olarak işler.

3. *Gönderge Sistemleri* (Reklamı yapılan ürün ile kullananların dünyası nasıl?): Gösterenler ile gösterilenlerin bir bütün olarak ürüne ya da kullanıcılarına dair ilettiği mesajlar çözümlenir.

Vaatler (Reklam izleyiciye ne öneriyor?): Reklamlar ürün, ürünün kullanıcıları ya da marka ile ilgili duygusal ya da bilişsel vaatler ileterek izleyicileri ürünü satın almaya ikna etmeyi amaçlar.

Problemler (Reklam neyi azaltmayı / çözmeyi öneriyor?): Problem ürün ya da ürünü kullananlarla ilgili olabilir. Bu son aşamada reklamın azalttığı ya da çözdüğü sorun, gerginlik ve çelişkiler ortaya konulur.

Tablo 1: Reklamda Mit Analiz Modeli

	MİTLER			VAATLER	PROBLEMLER
	1. Gösterenler	2. Gösterilenler	3. Gönderge Sistemleri		
Ürün ile ilgili	Bir sosyal/kültürel mit için metafor olarak kullanılan ürünün rolü			Ürünün olumlu tarafları	Ürünün tüketiciye çağrıştırdığı olumsuz tarafları
Kullanıcı ile ilgili	Ürünü kullanan kişinin temel vasıfları, ihtiyaçları ve sosyal konumu gibi özellikleri kısaca mitsel portresi			Ürünün kullanıcılarının olumlu özellikleri	Ürünün mevcut ya da potansiyel kullanıcılarının olumsuz özellikleri

Kaynak: (Chapman, 1986: 73)

Reklamların Mit Analizi

Çalışmada toplam 11 reklam analiz edilmiştir. Reklamı yapılan ürünlerin 3 tanesi mücevher, 2'ser tanesi ulaşım ve elektronik, diğerleri ise alışveriş sitesi, mobilya, banka ve ev tekstilidir. Reklam görselleri ve metinlerindeki mitler, vaatler ve problemler çözümlemeye tabi tutulmuş olup analiz, Tablo 2'de özet olarak sunulmaktadır. Bu üç başlığa dair incelenen reklamların söylemlerinde tekrar eden ya da öne çıkan noktaların ortaya konulması için de reklamda anlamı kuran temel gösterenler olan imge ve metin (görsel) ile yazılı metin ve sloganlar (varsa) incelenmiştir.

Reklamlarda mitsel söylem, göstergenin iki temel ögesi olan gösteren ve gösterilen ile bunları anlamlandırmayı sağlayan gönderge sistemi aracılığıyla kurulmaktadır. Temel gösterenin aşk olduğu reklamlarda gösterilen ise yüzük, çikolata, cep telefonu, kolye gibi bir nesnedir. Reklamlardaki gösterenler ile gösterilen yani aşk ile nesnel arasında bağ kurmayı sağlayan gönderge sistemi ise büyük oranda Sevgililer Günü'dür. Bu günde hediye almak, romantik bir sevgili/eş olduğunu göstermek gibi “yapılması gerekenler” reklamlardaki imgeler vasıtasıyla izleyicilere “gösterilmekte”dir. Örneğin Özdilek reklamında sinirli bir sesle “Ahmet bugün günlerden ne?” diye soran genç kadına, genç erkek tereddütle “Bugün? 14 Şubat.” diye karşılık verir. “Bir kere de beni şaşırt Ahmet” diye sevgilisine çıkışan genç kadın, odanın kapısını




açtığında yatağın üzerindeki kalpli nevresim takımından yerdeki mumlara, kırmızı güllerden kalpli küçük kırmızı renkli lambalara romantik bir şekilde süslenmiş bir oda ile karşılaşır. “Şaşırtırım hayatım sen iste yeter ki” diyen sevgilisine, ellerini kalbinin üzerinde birleştirip oldukça yumuşak bir sesle adını söyleyerek cevap verir genç kadın. Romantizmin sembolleri olarak sunulan kalp, mum ve güller ile donatılmış oda, aşka dair algımızı şekillendiren ve Sevgililer Günü’nde romantizm adına yapılması gereken davranış kalıplarını belirleyen gönderge sisteminin bir parçasıdır. Aşka dair mitik söylem, Maksimum Kart reklamında oyuncu Mert Fırat’ın söylediği şarkıda da yankısını bulmaktadır. İdeal bir sevgili olmak için yapılması gerekenler, şarkının “Tribünü satıp gitmediğim maçlar; yağmur çamur gittiğim yollar var. Telefonda sildirdiği kızlar; tango, salsa gittiğim kurslar; tatlış tatlış bir sürü kur var.” şeklindeki sözlerinde anlatılmaktadır. Şarkının devamında “Yaparsın, sen de yaparsın. İnsan aşktan bihaber, büyük konuşma birader.” sözleri ile hemcinslerine seslenen aşık genç erkek “Yap yap ne varsa, kalbine girmenin yoluysa. Gel gel utanma, aşk değer tüm bunlara.” sözleri ile aşka dair tavsiye verir. Erkeğe “yap ne gerekiyorsa” diye seslenen reklamda aşkın göstergesi olarak sunulan davranış ise gül, çikolata, pelüş ayıcık gibi bir nesnenin satın alınmasıdır. Enza Home reklamında da genç bir erkek sevgilisine yine çiçek ve pelüş ayıcık hediye etmektedir. Aşka dair mitsel söylemin diğer bir örneği olan Blue Diamond reklamında, pahalı bir yüzük ile edilen evlenme teklifi romantizmin ve aşkın büyüklüğünün göstergesi olarak sunulmaktadır. “Aşık olduğunuz kadına evlenme teklif etmek kolay değil ama ona tek taş yüzük almak çok kolay” sözleri tek taş yüzüğün zorlu evlilik teklifini kolaylaştıracağı algısını yaratmaktadır. “Her kadının hakkı” sloganı ise tek taşlı yüzükle evlilik teklifini, erkek için bir zorunluluğa, kadın için ise bir hakka dönüştürmektedir.

Reklamlardaki vaatler aracılığıyla iyi/ideal/istenen bir sevgili olmanın koşulu bir hediye almaya bağlanmaktadır. Reklam söyleminin temel vaadi, alacağınız hediye sevginizi/aşkıınızı anlatacağıdır. Örneğin Çiçek Sepeti reklamında kolye, çiçek, pelüş ayıcık, parfüm, çikolata, kemer gibi görseller ile “Aşkını anlatmanın en güzel yolu” olarak sunulan hediyeler arasında, kişiler “Sevdiğine özel hediye” seçmeye çağrılmaktadır. Pırlanta kolye, Ariş ve Zen Pırlanta reklamlarında aşkın sembolü olarak sunulurken Ariş Pırlanta reklamında “Pırlanta ile ışığını yansıt, göster kendini” sözleri ile kadına güzel görünmenin ve sevildiğini başkalarına göstermenin yolunun pahalı bir mücevherden geçtiği mesajı verilmektedir. Alınan hediye, ne kadar pahalıysa karşıdaki kişi için o kadar değerli olduğunuzu kanıtlayan bir göstergeye dönüşmektedir. Örneğin Pegasus reklamında masa başında bilgisayardan hediye seçmeye çalışan genç bir erkeğin olduğu odaya giren genç bir kadın telefonla konuşmaktadır. Ekranda en klasik Sevgililer Günü hediyesi oyuncak ayı görünmektedir. Telefonda kız arkadaşına (ya da eşine) Sevgililer Günü için hediye olarak ne alabileceğini soran Necip adlı arkadaşına genç kadın “Hödük gibi gidip de oyuncak ayı

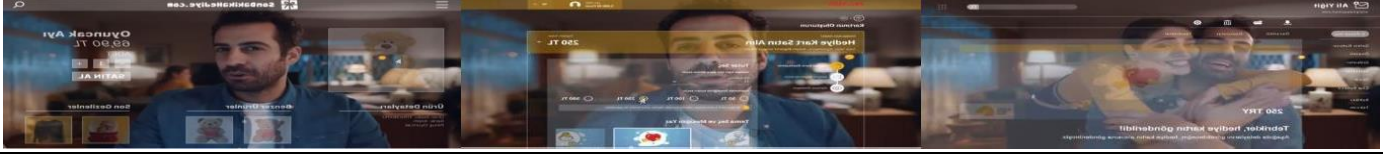



alma, onun yerine Pegasus hediye kartı al” der. Bunu duyan sevgilisi oyuncak ayı almaktan vazgeçip hemen havayolunun sitesine girer. Sonrasında genç kadın, “Ama sakın ucuz olanımı seçme dedim” sözleriyle telefon konuşmasının içeriğini sevgilisine anlatmaktadır. Görünen bilgisayar ekranında en ucuz paketi seçmeye hazırlanan erkek bundan da hemen vazgeçer “İyi demişsin hayatım, Necip pintidir çünkü” der. Erkeğin yanına yaklaşır “Sen ne yapıyorsun?” diye soran genç kadına “Tesadüfün böylesi. Ben de sana Pegasus Sevgililer Günü hediye kartı almıştım. Ona bakıyorum.” diye karşılık verir. Ekranı bakıp buna çok sevinen genç kadın “Sevgilim benim” diyerek erkeğe sarılır. Ne de olsa erkek en pahalı hediye kartını alarak sevgisini ispatlamıştır. Eğer hediye pahalı değilse o zaman da romantik ve farklı olmalıdır. Örneğin “Şimdi her yer kalp, gül, çikolata, pelüş ayıcık dolu. Atlas Global ise herkese yetecek kadar sevgiyle dolu. Sevgililer Günü’nde istediğiniz yere uçun diye bir bilet alana ikincisi hediye” şeklindeki Atlas Global reklamı klasik hediyelerden farklı bir seçenek sunar gibi görünmekte ancak yine de hediye almayı Sevgililer Günü’nün olmazsa olmazı olarak saymaktadır. Reklam metni bir adım daha ileri giderek hediyeyi yani uçak biletini sevgiyle dolu olarak nitelermekte ve insani duygu sevgi ile nesneyi yer değiştirmektedir. Vestel reklamında ise ekranda genç bir erkek görünmekte ve üst sestem “Hey gidi koca yürekli adam. Yürek yedin ve Sevgililer Günü’nde sevgiline küçük ev aleti aldın demek. Alkışlıyoruz seni ve şimdi de ilişkin için saygı duruşu.” sözleri duyulmaktadır. Reklamda daha sonra cenaze marşı eşliğinde kırık bir kalp altındaki mezar taşında ilişkinin doğum ve ölüm tarihi görünmektedir. Ölüm tarihi 14 Şubat 2019’dur. Genç erkek, sembolik mezarın başında yas tutmaktadır. Alt yazıda ise “Biz ilişkilere saygımızdan Sevgililer Günü’nde küçük ev aleti satmıyoruz. Daha romantik öneriler için www.vestel.com.tr” yazmaktadır. Reklam her ne kadar ürün ile duygu arasında doğrudan bir bağ kurmuyorsa da sevgili olmaya ve romantizme dair algımızı etkileyen gönderge sisteminin şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Çünkü daha çok mutfakta kullanılan küçük ev aletleri Sevgililer Günü’nde bir erkeğin sevgilisine verebileceği ‘romantik’ hediye sınıfına girmemektedir.

Reklamlarda çözüm önerilen en önemli problem ise kişinin sevgisini anlatamamasıdır. Tek taş yüzük evlilik teklifini olması gerektiği hale getirerek kabul edilmesini sağlayacak, pırlanta kolye ya da şık oturma grubu sevgilinize (ya da eşinize) sevildiğini gösterecek, tatil için uçak bileti ya da hediye kartı da yine sevgilinize cömert görünmenizi sağlayacaktır. Hepsinin ortak paydası ise aşkın tüketim nesnelere geçerek anlatılabileceği ya da gösterilebileceği söylemini desteklemeleridir. Örneğin Samsung reklamının “Sevginiz hala taze ama telefonunuz eskiyse, değiştirin. Aşkınız parlarsa da fotoğraflarınız karanlık çıkıyorsa değiştirin” şeklindeki metni, aşkı taze ve parlak tutmanın yolunun nesnelere geçtiğini söylemektedir. Enza Home reklamı ise her ne kadar “önemli olan ona sevdiğinizi söylemenizdir” dese de şık mobilyalar ile dolu bir ev, sevgiyi anlatmak için daha uygun bir ortam olarak sunulmaktadır.

Tablo 2: Reklamların Mit Analizi

MİTLER			VAATLER	PROBLEMLER	
1. Gösteren	2. Gösterilen	3. Gönderge Sistemleri			
1) ARIŞ PIRLANTA					
Pırlanta kolye	Pırlanta kolye	Mücevher tasarımcısı	Aşk ile tasarlanan	Işığını yansıtmak	Gösterişsiz görünmek
Kadınlar	Pırlanta kolyeyi takan kadın	Gösteriş, güzellik	Aşkın sembolü hediye	Kendini göstermek	Sevdiğini gösterememek
					
2) ATLAS GLOBAL					
Uçak bileti	Gül, kalpli çikolata, peluş ayıcık	Sevgi, aşk	Geleneksel hediyeler	Tatil, eğlence	Sıkıcı olmak
Bilet alacak kişiler	Tatile çıkmış eğlenen insanlar	Tatil yerleri	Farklı bir hediye	Birlikte zaman geçirme	Geleneksel hediyelerle kendini sınırlanmak
					
3) BLUE DIAMOND					
Tek taş yüzük	Çeşitli mücevherler takmış bir ünlü, tek taş yüzük, hediye paketleri	Aşk, lüks, gösteriş	Evlilik teklifi	Teklifin kabul edilmesi	Olumsuz cevap alma riski
Yüzük alacak erkekler	Doğrudan gösterilmemiş	Aşk	Evlilik teklif edecek erkek	Olumlu cevap	Teklifinin kabul edilmeme korkusu/gerginliği
					
4) ÇİÇEK SEPETİ					
Hediye	Çiçek, kolye, peluş ayıcık, parfüm, kemer, çikolata	Sevgi, aşk	Sevgililer Günü	Aşkın göstergesi	Sevgiliye özel hediye bulamamak
Hediye alacak kişiler	Doğrudan gösterilmemiş	Sevgi, aşk	Sevgililer Günü	Aşkını anlatmak	Hediye almayı unutmak

					
5) ENZA HOME MOBİLYA					
Mobilya	Pelüş ayıcık, koltuk takımı	Sevgi, aşk	Sevgililer Günü	Sevgiyi ifade etmek	Sevgiyi anlatamamak
Mobilya kişiler	Genç bir erkek ve bir kadın	Sevgi, aşk	Sevgililer Günü	Aşkı yaşatmak	Aşkı sürdürmemek
					
6) MAKSİMUM KART					
Kredi kartı	Çiçek, hediye paketi, pelüş ayıcık	Aşk	Sevgililer Günü	Aşkı göstermek için hediyeler almak	Sevgilinin beğeneceği hediye bulamamak
Hediye erkekler	Şarkı söyleyen genç bir erkek	Aşk	Sevgililer Günü	Aşkı göstermek	Aşkı anlatamamak
					
7) ÖZDİLEK					
Nevresim takımı	Yatak, kalpli nevresim takımı, mumlar, çiçekler	14 Şubat, aşk	Sevgililer Günü	Sevgiliyi/kadını şaşırtmak	Aşkı gösterememek
Hediye erkekler	Tartışan genç bir çift	14 Şubat, aşk	Sevgililer Günü	Sevgiler gününü unutmadığını göstermek	Sevgiler gününü unuttuğu için eleştirilmek
					
8) PEGASUS					
Hediye kartı	Bilgisayar ekranı, pelüş ayıcık	14 Şubat, aşk	Geleneksel hediyeler	Sevgilinin/kadının beğenisi	Sıkıcı ve ucuz hediye almak

Hediye alacak erkekler	Genç bir erkek ve bir kadın	14 Şubat, aşk	Farklı bir hediye	Sevgiliye cömert görünmek	Sürekli aynı hediyeleri almak
					
9) SAMSUNG					
Cep telefonu	Cep telefonu	Telefonları ile fotoğraf çeken çiftler	Sevgililer Günü	Aşkın her anını fotoğraflarla biriktirmek	Aşkın değerli anlarını kaçırmak
Telefon alacak kişiler	Üç farklı çift	Aşkın tazeliği ve parlaklığı	Sevgililer Günü	Aşkın tazeliğini korumak	Aşkı güncel tutmak
					
10) VESTEL					
Küçük ev aletleri	Küçük ev aletleri, mezar taşı	Aşkın ölümü, ilişkinin bitmesi	Sevgililer Günü	Uygun hediye seçmek	Yanlış hediye seçmek
Hediye alacak erkekler	Genç bir erkek ve sevgilisi	Romantizm	Sevgililer Günü	İlişkinin devam etmesi	Ayrılmak
					
11) ZEN PIRLANTA					
Pırlanta kolye	Pırlanta yüzük ve kolye	Aşk	Sevgililer Günü	Aşkı göstermek	Aşkı gösterememek
Erkekler	Doğrudan gösterilmiyor	Aşk, evlilik teklifi	Sevgililer Günü	Uygun bir evlilik teklifi yapmak	Evlilik teklifinin kabul edilmemesi
					

Sonuç

Tüm dünyada ve ülkemizde markaların satış artırmada Yılbaşı, Sevgililer Günü, Anneler Günü, Babalar Günü gibi özel tarihlerden faydalanmaya çalışması daha sık görülen bir uygulama haline gelmiştir. Reklamlar ile bu günlerin özel ve önemli olduğu yönünde yeni bir hayat tarzı ve bu günlere özel hediye alınması gerektiği fikri yerleştirilmeye çalışır. Hıristiyan bir rahibin idamla sonuçlanan hazin hayat hikayesi etrafında oluşturulan bir mitin, nasıl iyi kurgulanmış bir eski zaman aşk masalına dönüştürüldüğünün örneği olan Sevgililer Günü, içine ustaca yerleştirilen “sevdiğine hediye vererek mutlu etme” motifi sayesinde kârlı bir satış stratejisi haline gelmiş ve hızla küreselleşmiştir.

Kişilerin tüketime çağrılmasını ve satın almaya ikna edilmesini insani duygu ve ilişkiler ile nesnelere arasında bağ kurarak bir başka deyişle nesnelere birer göstergeye dönüştürerek başaran reklam söylemi, bunun için çeşitli gönderge sistemlerinden faydalanır. Önce gösteren ile gösterilene birbirine bağlayan, daha sonra da kişiler için bir değer ya da anlam ifade eden gösterilene dair duygu ve düşüncelerimizi gösterene aktaran reklam, izleyicisinin bu iki öğeyi zihninde birleştirerek gösterge haline getirebilmesi ve istedik yönde anlamlandırabilmesi için başvuracağı gönderge sisteminin de temel taşlarını dizmeye katkıda bulunur. Böylece mum ışığında akşam yemeği romantizmin ya da tek taş yüzük aşkın sembolü haline gelir. Bu anlamlandırma süreci, izleyicide inşa edilen mitler sayesinde işlemektedir.

2019 yılında Sevgililer Günü’nden bir gün önce yani 13 Şubat 2019 tarihinde ulusal televizyon kanallarında yayımlanan reklamları, göstergebilimden yola çıkarak çözümlemeyi amaçlayan bu çalışma, reklam söyleminin aşka ve tüketime dair mitsel söylemini incelemektedir. Çalışma kapsamında incelenen Sevgililer Günü için özel olarak hazırlanmış reklamlarda, mitsel aşk söylemini kuran gönderge sistemi, bu günde “yapılması” ve “yapılmaması” gerekenlere dair yerleştirilmeye çalışılan davranış kalıplarına dayanmaktadır. Reklamlarda çözümü önerilen temel problem sevgiyi gerektiği gibi gösterememek, temel vaat ise Sevgililer Günü’nde alınacak hediye aşkın göstergesi olduğudur.

Reklamların cinsiyetçi bir söylemi de vardır. Çünkü alıcı olarak genellikle erkeğe seslenir. Blue Diamond, Enza Home, Özdilek, Pegasus, Vestel, Zen Pırlanta reklamlarında hedef alıcının erkek olduğu çeşitli imge ya da ifadeler ile belli edilmektedir. Örneğin Enza Home reklamında hediye ayıcık erkeğin elindedir, Özdilek reklamında sevgilisine sürpriz yapan erkektir. Pegasus reklamında hediye alan ya da Vestel reklamında ilişkinin devamı için doğru hediye alması gereken de erkektir. Close ve Zinkhan’ın (2006) çalışmasında tek taş yüzük, çiçek ya da akşam yemeği gibi Sevgililer Günü’ne has olarak kabul gören hediyelerin kadının erkekten beklediği şeyler olduğu ifade edilmektedir. Atar ve arkadaşlarının (2016) çalışmasında da en fazla dergi reklamı yapılan 14 Şubat hediyelerinin başında erkeklerin alması beklenen pahalı mücevherlerin geldiğine dikkat çekilmektedir. Bir başka deyişle reklamı yapılan ürünler cinsiyetçi kalıpları yansıtmaktadır.

Örneklemin genelleme yapmaya yetersiz olmasının yanı sıra çalışma kapsamında incelenen reklamların izleyici gözünden de analizinin eksik oluşu çalışmanın temel sınırlılıklarıdır. Farklı

çalışmalarla, reklam mesajlarının anlamlandırılmasını sağlayan gönderge sistemlerinin kültürel, tarihsel, psikolojik ve sosyolojik olarak daha geniş bir perspektifle incelenmesi reklamların yerleştirmeye çalıştığı mitsel söylemin ortaya konulması açısından faydalı olacaktır.

Kaynaklar

- Adalı Aydın, G. (2016). Popüler Kültür ve Reklam İlişkisi: Basılı Reklamlarda 14 Şubat Sevgililer Günü. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12), 387-410.
- Akay, A. (1999). Armağan. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Arık, M. B. (2004). Bir Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak 14 Şubat Sevgililer Günü. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 20 (1), 79-87.
- Atar, M., Şener, G. ve Onay, A. (2016). Aşkın Metafor Hali: Sevgililer Günü Kapsamında Kadın ve Erkek Dergilerindeki Reklamlarda Aşkın Sunumu. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (12), 411-433.
- Aydın, D. ve Akcan, B. (2017). Love Monitoring: Analysis of Valentine's Day Advertisements. *Intermedia International Journal*, Spring, 4 (6), 110-119.
- Barthes, R. (1998). Anlatıların Yapısal Çözümlemelerine Giriş. (Çev.: Mehmet Rıfat ve Sema Rıfat). İstanbul: Gerçek.
- Barthes, R. (2014). Çağdaş Söylenler. (T. Yücel, Çev.). İstanbul: Metis.
- Baudrillard, J. (2004). Tüketim Toplumu. (Çev.: Nilgün Tural ve Ferda Keskin). İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2013). Üretim Aynası. (O. Adanır, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Baudrillard, J. (2014). Nesnelere Sistemi. (O. Adanır ve A. Karamollaoğlu, Çev.). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Bauman, Z. (1997). Özgürlük. (K. Eren, Çev.). İstanbul: Sarmal Yayınları.
- Bauman, Z. (2014). Sosyolojik Düşünmek. (A. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Bayhan, V. (2011). Tüketim Toplumunda Bireyin Ontolojik Mottosu: "Tüketiyorum Öyleyse Varım". *Sosyoloji Konferansları Dergisi*, 43, 221-248.
- Bocock, R. (1997) Tüketim. (İ. Kutluk, Çev.). Ankara: Dost Kitabevi.
- Brosius, C. (2010). Love in the Age of Valentine and Pink Underwear: Media and Politics of Intimacy in South Asia. Springer (Eds. C. Brosius & R. Mandoki), *Transcultural Turbulences* (pp. 27-66). Berlin.
- Büyükdüvenci, S. (2001). Modern ve Postmodern 'Aşk' İkilemi. *Doğu Batı*, Sayı 15, 169-172.
- Calesta, K. (2006). Valentine's Day. *Teen Ink*, 17 (6), 18-24.
- Canöz, N. (2015). Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak 14 Şubat Sevgililer Günü. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34, 135-143.
- Chapman, S. (1986). *Great Expectations: Advertising and the Tobacco Industry*. London: Comedia.
- Close, A. ve Zinkhan, G. M. (2006). A holiday loved and loathed: A consumer perspective of Valentine's Day. *Advances in Consumer Research*, 33, 356-365.
- Coward, R. ve Ellis, J. (1985). Dil ve Maddecilik. (E. Tarım, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çubuklu, Y. (2007). Kurgular ve Cinsiyetçilik. İstanbul: Everest Yayınları.
- Debord, G. (1996). Gösteri Toplumu. (A. Ekmekçi ve O. Taşkent, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.

- Dyer, G. (2010). İletişim Olarak Reklamcılık. (N. Öncel, Çev.). İstanbul: Beta.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K. (2005). Popüler Kültür ve İletişim. Ankara: Erk Yayınları.
- Ersoy, E. (2008). Tarihsel Kapitalizmden Güncel Kapitalizme Küreselleşme. Ankara: Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları.
- Featherstone, M. (1996). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü. (M. Küçük, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Gülmez, M. ve Önder, S. S. (2006). Beynelmilel. <https://www.imdb.com/title/tt0893507/>.
- Günay, D. (2002). Göstegebilim Yazıları. İstanbul: Multilingual.
- Kimura, J. ve Belk, R. W. (2005). Christmas in Japan: Globalization versus localization. *Consumption, Markets and Culture*, 8 (2), 325-338.
- Kocabaş, F. ve Elden, M. (2004). Reklamcılık. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kozanoğlu, C. (1995). Pop Çağı Ateşi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kükreler, Ö. (2010). Reklamda Mitler ve Anlam. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 13 (1), 25-43.
- Lasch, C. (2006). Narsisizm Kültürü. (S. Öztürk ve Ü. Yolsal, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Lefebvre, H. (1998). Modern Dünyada Gündelik Hayat. (I. Gürbüz, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Marshall, G. (2005). Sosyoloji Sözlüğü. (O. Akınhay ve D. Kömürcü, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Marshall, M. N. (1996). Sampling for Qualitative Research. *Family Practice*, 13(6), 522-526.
- Mauss, M. (1954). The Gift: Forms and Functions of Exchange in Archaic Societies. London: Cohen and West.
- Miller, G. (2010). Sevişen Beyin: Eş Bulma Süreci İnsan Doğasını Nasıl Belirledi? (M. Asım Karaömerlioğlu, Çev.). İstanbul: NTV Yayınları.
- Minowa, Y., Khomenko, O. ve Belk, R. W. (2011). Social Change and Gendered Gift-Giving Rituals: A Historical Analysis of Valentine's Day in Japan. *Journal of Macromarketing*, 31(1), 44-56.
- National Retail Federation (NRF). Annual 2019 Valentine's Day Spending Survey (2019) <https://nrf.com/media-center/press-releases/fewer-consumers-celebrating-valentines-day-those-who-do-are-spending>.
- Odabaşı, Y. (2006). Tüketim Kültürü İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Postman, N. (1994). Televizyon: Öldüren Eğlence. (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı.
- Postman, N. (2006). Teknopoli: Yeni Dünya Düzeni. (M. E. Yılmaz, Çev.). İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Rugimbana, R., Donahay, B., Neal, C. ve Polonsky, M. (2003). The role of social power relations in gift giving in Valentine's Day. *Journal of Consumer Behaviour*, 3 (3), 63-73.
- Rupp, K. (2003). Gift-giving in Japan: Cash, Connections, Cosmologies. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Schopenhauer, A. (2011). Aşkın Metafiziği: Aşka ve Kadınlara Dair. (A. Aydoğan, Çev.). İstanbul: Say Yayınları.
- Siddiqui, T. (2016). Media Coverage of Valentine's Day: Is Media Biased in Covering the Festival? *International Journal of Social Sciences*, 3 (3), 171-187.
- Şeker, A. (2019). Hediye ve Hediye Satın Alma Davranışları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (3), 869-887.

- Topay, G., Erdem, R. (2019). Türkiye’de Tüketim Kültürünün Gelişimine Dair Kavramsal Bir İnceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35 (3), 162-183.
- Ünalın, D. Ve Doğan, Ő. (2019). Globalization and Media: Dissemination of Culture Through Media. Akademisyen Kitabevi (G. Topçu & A. D. Topçu (Eds.), Communication Studies (pp 1-24). Ankara.
- Vannini, P. (2004). Will You Marry Me? Spectacle and Consumption in the Ritual of Marriage Proposals. *Popular Culture*, 38 (1), 169-185.
- Wernick, A. (1996). Promosyon Kültürü: Reklam, İdeoloji ve Sembolik Anlatım. (O. Akınhay, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Williamson, J. (2001). Reklamların Dili: Reklamlarda Anlam ve İdeoloji. (A. Fethi, Çev.). Ankara: Ütopya.
- Yıldız, N. (2013). Aşk Yüzyılı Bitti. İstanbul: Doğan Kitap.
- Zorlu, A. (2003). “Batılı Bir Yaşam Tarzı Olarak Tüketim: Türkiye’de Tüketim Ürünlerinin ve Kültürünün Tarihi Gelişimi”. Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-Dergisi. www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/zorlu_makale.pdf.
- <https://www.youtube.com/watch?v=1qI0PxM6Wdc> (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- https://www.youtube.com/watch?v=1Rb0IxuAP_M (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- <https://www.youtube.com/watch?v=9j2e8Ljui5E> (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- <https://www.youtube.com/watch?v=b6bAn5jP8SE> (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- <https://www.youtube.com/watch?v=e5UaUynafBg> (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- https://www.youtube.com/watch?v=iY_1EyyetWk (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- <https://www.youtube.com/watch?v=PFA8rmQAaco> (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- <https://www.youtube.com/watch?v=qPeQqxe8NxQ> (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- https://www.youtube.com/watch?v=v3j_Owr28no (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- https://www.youtube.com/watch?v=v3j_Owr28no (Erişim tarihi: 25.07.2020).
- <https://www.youtube.com/watch?v=yfyBhobKmco> (Erişim tarihi: 25.07.2020).

Farklı Bilgelik Yaklaşımları Açısından “Ömür Dediğin” Belgeselinin Analizi

Gülten ÜNAL*

Öz

Bilgelik, tanımı üzerinde bir fikir birliği olmamakla birlikte, sosyal, bilişsel ve duygusal alanlardaki bilgi ve deneyimlerinin bireyin hem kendi hayatına hem de diğerlerinin hayatlarına yansımalarını içeren bir kavramdır. Yaşla birlikte artışı doğrusal olmayan ve farklı yaklaşımlarla ele alınmaya çalışılan bu kavram, ulusal alanyazında yeteri kadar ele alınmamıştır. Bu araştırmanın amacı, uluslararası alanyazındaki üç farklı bilgelik yaklaşımı çerçevesinde “Ömür Dediğin” isimli belgeselin 170. Bölümünün kısmen incelenmesini içermektedir. Bu doğrultuda, araştırmada MORE Bilgelik Modeli, Grossman’a göre bilgelik uygulamaları ve Ardelt’e göre bilgelik yaklaşımı kullanılarak 80 yaşındaki bir kadının kendi dilinden anlattığı hayat hikâyesi üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçları ele alınan belgeselde üç farklı bilgelik yaklaşımından da farklı değişkenler olduğunu göstermektedir. Neticede, bu araştırmada ulusal çerçevede bir bilgelik modeli geliştirilmesi ve uygulamalı olarak bilgeliğin hayata katkısının sunulmasının öneminden bahsedilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bilgelik, Yaşlılık, Bilgelik Yaklaşımları, Belgesel Analizi, “Ömür Dediğin”

Analysis of the Documentary “Ömür Dediğin” in Terms of Different Approaches to Wisdom

Abstract

Although there is no consensus on its definition, wisdom is a concept that includes the reflections of the knowledge and experiences in social, cognitive and emotional areas to both the individual’s own life and the lives of others. Wisdom does not increase with age and it has been tried to be handled with different approaches. But still it has not been adequately addressed in the national literature. The aim of this research is to examine the part of the 170th episode of the documentary named “Ömür Dediğin” within the framework of three different wisdom approaches in the international literature. Accordingly, analyzes were carried out on the life story of an 80-year-old woman by using the MORE Wisdom Model, wisdom practices according to Grossman and wisdom approach according to Ardelt. The results of this study show that there are different variables from three different wisdom approaches in the discussed documentary. As a result, it was proposed to develop a wisdom model in the national framework and to present the contribution of wisdom to life in practice.

Keywords: Wisdom, Elderly, Approaches to Wisdom, Documentary Analysis, “Ömür Dediğin”

Geliş/Received: 01.10.2020

Kabul/Accepted: 22.06.2021

*Bu çalışmada, katılımcılardan veri toplanmadığı için etik izne gerek bulunmamaktadır.

*Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Psikoloji Bölümü, gunal@ybu.edu.tr ORCID ID: 0000-0003-1000-952X
(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Bilgelik, tanımı üzerinde henüz uzlaşılmamış olan ve hayatın bilişsel, sosyal ve duygusal alanlarında bireyin deneyimlerinin kendi hayatına ve diğerlerinin hayatlarına yansımalarını içeren çok yönlü bir kavramdır. Bilgelik bu çok yönlü doğası nedeniyle (Ardelt, 2003, s.276), araştırmacının hipotezleri ve yönelimine bağlı olarak farklı modellerde ele alınma eğilimindedir. Bilgelik, güncel tanımlarından birinde “insan yaşamının temel sorunları hakkında hem geniş ve derin hem de örtük ve açık olan deneyime dayalı bir bilgi bütünü” olarak tanımlanmaktadır (Weststrate ve Glück, 2017, s. 801).

Bu araştırmada, uluslararası alanyazındaki üç farklı bilgelik yaklaşımı (MORE Bilgelik Modeli, Grossman’a göre bilgelik uygulamaları ve Ardelt’e göre bilgelik yaklaşımı) yaşlılığa dair bir içerik üzerinden doküman analizi yöntemi ile ele alınmıştır. Çalışmada doküman olarak kullanılan “Ömür Dediğin” belgeseli, TRT Haber kanalında haftalık olarak yayınlanan ve özellikle yaşlı kişilerin hayatlarını onların kendi söylemleri üzerinden ele alan bir yapıdır (<https://www.trt1.com.tr/omur-dedigin>). Bilgelikle bazen olumlu yönde ele alınan (örn., Sternberg, 2005; Worthy, Gorlick, Pacheco, Schnyer ve Maddox, 2011) bazen de durağan olarak kaldığı düşünülen (örn., Baltes ve Staudinger, 2000; Staudinger ve Glück, 2011) “yaşlılık” bu çalışmanın hedef örnekleme işaret etmektedir. Bu nedenle, bu araştırmada “Ömür Dediğin” isimli belgeselin farklı bilgelik yaklaşımları üzerinden incelenmesi hedeflenmiştir.

Belgeseller, popüler hafızaya ve sosyal tarihe yeni boyutlar katan dünyayı temsil ederek onunla ilişki kuran önemli birer yapıdır. Bu bakımdan, belgeseller bize hem tanınabilir bir aşinalık taşıyan dünyanın bir benzerini ya da tasvirini sunarken diğer yandan dünyayı farklı açılardan temsil edebilmektedirler (Nichols, 2001, s. 2-4). Bu bağlamda, bu araştırmada “Ömür Dediğin” belgeselinin bir bölümünün kısmen incelenmesi ile hem belgeselde sunulan yaşlılık tasviri üzerinden hem de “yaşlılık” kavramının belgeseldeki “örnek kişiler” tarafından tasviri üzerinden üç farklı bilgelik yaklaşımının incelenmesi amaçlanmıştır.

Literatür Taraması

Bilgelik Modelleri

Alanyazında birçok farklı türde bilgelik modeli ve yaklaşımı bulunmaktadır. Bu model ve yaklaşımların başlıcaları “Berlin Bilgelik Paradigması” (Baltes ve Smith, 1990; Baltes ve Staudinger, 2000), Sternberg’in (1998, 2000) bilgelik yaklaşımı, Ardelt’e (2003) göre bilgelik yaklaşımı, Bassett’e (2005) göre bilgelik modeli, “Bilgeliğin Süreç Görünümü” modeli (Yang, 2008), Grossman’a (2012) göre bilgelik uygulamaları, “HERO(E)” bilgelik modeli (Webster, 2014) ve “MORE Bilgelik Modeli”dir (Glück ve Bluck, 2013). “Berlin Bilgelik Paradigması”

bilgeliği (zengin olgusal bilgi, yargılama ve tavsiye verme, öngörülemezliğin kabulü gibi) beş farklı kriterden oluşan performansa dayalı bir yaklaşımla ele alırken (Baltes ve Staudinger, 2000), Sternberg’in (1998, 2000) bilgelik yaklaşımında bilgelik, zekâ ve yaratıcılığın başarılı bir şekilde kullanılarak herkes için iyiye ulaşmak için değer sistemleri aracılığıyla içsel, kişilerarası ve kişisel olmayan çıkarları dengeleme üzerine kuruludur. Diğer yandan, Ardelt’e (2003) göre bilgelik yaklaşımı bilgeliği bilişsel, duygusal ve yansıtıcı boyutları ile tanımlarken Bassett’e (2005) göre bilgelik modelinde ayırt etme (bilişsel), ilgili olma (duygusal), ilgi çekici (aktif) ve dönüştürücü (yansıtıcı) boyutlar yine Ardelt’in modeline benzer bir şekilde yer almaktadır.

“Bilgeliğin Süreç Görünümü” modelinde Yang (2008) bilgeliği bireyin hem kendisine hem de diğerlerine olumlu katkılar sağlayan bir yaşam süreci olarak ele almaktadır. Grossman’a (2012) göre bilgelik uygulamalarında değişim, uzlaşma, esneklik ve bakış açısı gibi kavramlar ön plana çıkmaktayken bilgelik modellerinden bir diğeri olan “HERO(E)” bilgelik modeli (Webster, 2014) mizah, duygusal düzenleme, hatırlama/yansıtma, açıklık ve deneyiminin kendisini bilgeliğin ana unsurları olarak incelemektedir. Son olarak “MORE Bilgelik Modeli”nde ise “DAHA FAZLA yaşam deneyimi modeli” ile ustalık, deneyime açıklık, yansıtıcı tutum ve empati ile duygu düzenleme bilgeliğin ana unsurları olarak değerlendirilmektedir (Glück ve Bluck, 2013). Bu araştırma kapsamında, içeriklerinin daha uygulamalı kavramlar kapsamı nedeni ile, MORE bilgelik modeli, Grossman’a (2012) göre ise bilgelik uygulamaları ve Ardelt’e göre bilgelik yaklaşımı ele alınmıştır.

Glück ve diğerlerinin (2013) geliştirdiği MORE bilgelik modelinde dört ana başlık (ustalık (Mastery), açıklık (Openness), yansıtma (Reflection) ve duygu düzenleme/empati (Empathy)) ve üç yan başlık (yaşam zorluklarıyla yüzleşmek, zorluklarla başa çıkmak ve hayat hikayesi uyumu) bulunmaktadır. Bu ana başlık ve yan başlıkların kesişiminden oluşan alanlarda ise bilgeliğin özelliklerini yansıtan özellikler bulunmaktadır. Tablo 1’de Glück ve diğerlerinin MORE bilgelik modelindeki yer alan bilgilerden yola çıkılarak bir tablo hazırlanmıştır.

Tablo 1: MORE Bilgelik Modeli*

Kaynaklar	Yaşam zorluklarıyla yüzleşmek	Zorluklarla başa çıkmak	Hayat hikâyesi uyumu
Ustalık	* Her türlü zorluğun üstesinden gelebilme * Kaçınılmaz ve olumsuz olaylardan korkmama	* Devam eden zorluklarla başa çıkabilme * Zorluklarla aktif olarak ilgilenilme ve bunlara uyum sağlayabilme	* Başa çıkma deneyimlerini yansıtıcı bir ustalık hikâyesine sahip olma
Açıklık	* Yeni bakış açılarıyla ilgilenilme	* Çoklu bakış açıları ile ilgilenilme	* Yeni deneyimlere ve bakış açılarına dayanarak kendi hikâyelerini değiştirmeye açık olma

Yansıtma	* Belirsizliğe tolerans gösterebilme	* Davranışlarını eleştirel bir şekilde yansıtabilme	* Yeni anlamlar çıkarabilmek amacıyla geçmiş deneyimler üzerine derinlemesine düşünebilme
Duygu Düzenleme / Empati	* Kendilerinin ve başkalarının duygularını doğru olarak algılayabilme	* Durumun gerektirdiği şekilde duygularını düzenleyebilme	* Geçmişe dönük olarak duyguları anlayabilme ve bütünleştirebilme

*Glück ve Bluck (2013)

Grossmann’a (2012) göre ise bilgelik birçok farklı açıdan uygulamaları içermektedir. Bu uygulamalar aşağıda sıralanmıştır:

Tablo 2: Bilgelik Uygulamaları*

Uygulamalar	Açıklama
Değişim	Kişinin kendisinin, diğerlerinin ve şeylerin değişebilme olasılığını tanıma
Uzlaşma	Uzlaşma arayışı içinde olma
Esneklik	Durumlar karşısında esneklik gösterebilme
Bakış açısı	Durumlar karışığında farklı bakış açıları bulundurabilme
Çözüm	Uyuşmazlıklar karşısında çözüm üretebilme
Bilginin sınırları	Hayattaki belirsizliği tanıyabilme ve bilgisinin sınırlı olduğunu kabul edebilme

*Grossman (2012)

Son olarak, Ardelt’e (2003) göre bilgelik, bilişsel, yansıtıcı ve duygusal boyutların bir bütünü olarak tanımlanır. Bilgeliliğin bilişsel boyutu, bir kişinin yaşamı anlama, olayların özellikle içsel ve kişilerarası konulardaki önemini ve daha derin anlamını anlama yeteneğini ifade eder. Bu yetenek, insan doğasının olumlu ve olumsuz yönleri, bilginin doğasında var olan sınırlar ve yaşamın öngörülemezliği ve belirsizlikleri hakkındaki bilgileri içerir. Bilgeliliğin yansıtıcı boyutu, bilgeliliğin bilişsel boyutunun gelişmesi için bir ön koşuldur. Yansıtıcı boyutun gelişebilmesi için kişinin kendi farkındalığını ve iç görüşünü geliştirmek için olaylara birçok farklı perspektiften bakarak yansıtıcı düşünme ile meşgul olması gerekir. Bilgeliliğin duygusal boyutu ise, azalan bir benmerkezcilik ve insanların davranışlarını daha iyi anlamayı, kişinin duygusallığını ve başkalarına karşı tavrını iyileştirme ile sevgiyi artırma eğilimindedir. Bu üç boyut birbirinden bağımsız değildir. Fakat yine de bir kişinin “bilge” olarak kabul edilebilmesi için üç boyutun da kişi de aynı anda mevcut olması gerekir (Ardelt, 2003).

Bilgelik ve Yaşlılık

Bilge insanların yaşlı olma olasılığı daha yüksek iken, bilgelik yaşla birlikte otomatik olarak artmamaktadır (Ardelt, 2000; Strenberg, 2005). Ayrıca, yaşlanmanın bazı bilişsel gerilemelere yol açtığı belirtilse de en iyi kararları verebilmek için gereken içgörü ve bilgelikte kazanımlara da yol açabileceği belirtilmektedir (Worth vd., 2011).

Bilgece yaşlanmayı etkileyen birçok etken bulunmaktadır. Bunlar; yaşam bilgisi, yaşam olayları, sezgi ve farkındalık, deneyime açıklık, zekâ ve bilişsel fonksiyonlar ve üretkenlik olarak sıralanmıştır (Yıldırım ve Abukan, 2015). Örneğin, (hayatın dönemsel özellerine ait bilgiyi içeren) teorik, (bilginin kullanılması ile oluşan) pratik ve (bilginin samimi bir şekilde diğerlerinin faydasına paylaşılmasıyla ortaya çıkan) üretici yaşam bilgisinin yaşlılıkta bilgelik üzerinde etkili olduğunu belirtilmektedir (Ardelt, 2000). Bireyin yaşam olaylarına bakıldığında ise, zorlayıcı yaşam deneyimleri yaşlılarda bilgeliği yordayabilmektedir (Le, 2008). Yaşama odaklanmış açık bir zihnin olumlu türde enerjile hayata devam edebilmesini sağlayan sezgi ve farkındalık, bireylerin yaşlandıklarında bilgelik kazanmalarına yardımcı olabilmektedir (Erçetin, 2007). Ayrıca, yaşlı bilge kişiler hayatlarına dair deneyimlerini başkaları ile paylaşmaktan mutluluk duydukları için deneyime açıklık gibi kişilik özellikleri bilgeliğin önemli bir göstergesi olarak kabul edilebilir (Billig, 2000, aktaran Yıldırım vd., 2015). Diğer yandan zeka, bilgelikle özellikle ayrı kavramlar olarak ele alınmakta, fakat yine de bilgeliğin ayırt edici özelliklerinden birisi olarak değerlendirilmektedir (Jeste vd., 2010). Son olarak, bilge yaşlıların kendi hayat deneyimleri ile diğer bireylere rehberlik ederek katkıda bulunabilme özellikleri bilgelik için üretkenlik etkeninin değerini ortaya koymaktadır (Yıldırım vd., 2015).

Yaşlılıkta bilgeliğin olası öncüllerini çalışan bir araştırmada, erken yetişkinlikte destekleyici bir sosyal çevrenin 40 yıl sonra bile bilgelik üzerinde önemli bir etkisi olduğu bulunmuştur (Ardelt, 2000). Aynı araştırma, erken yaşta oluşan olgunluğun yaşlılıktaki olgunlukla önemli ölçüde ilişkili olmadığını göstermiştir. Sonuçlar, erken yetişkinlik döneminde olumlu bir sosyal çevrenin ve olgun kişilik özelliklerinin, yaşlı katılımcıların sosyal ve psikolojik durumu sabit tutulsa bile, sonraki yıllarda özellikle kadınların yaşamdan memnuniyetini artırma eğiliminde olduğunu ortaya koymuştur. Öte yandan, sosyal çevrenin ve olgun kişilik özelliklerinin erken yetişkinlikteki katılımcıların yaşlılık durumu üzerindeki etkisi, öncelikli olarak düşük statülü işlerde çalışan veya ücretli iş gücünün bir üyesi olmayan kadınlar için çok daha önemli görünmektedir (Ardelt, 2000).

Ayrıca, bilge insanlar diğer insanlardan daha başarılı yaşlanmaktadır (Ardelt, 1997, 2000). Özellikle bilge yaşlı kadınlar yaşamlarının sonraki yıllarında kendi hallerinden daha tatmin, aynı zamanda daha sağlıklı ve daha iyi aile ilişkilerine sahip olma eğilimindedir. Bu bilge kadınlar, kendilerine yardım etmenin yanı sıra, tavsiyeleri, eylemleri ve olumlu örnekleriyle başkalarına da yardım edebilmektedirler (Ardelt, 2000).

Bu araştırmanın problemini, literatürdeki bilgelik yaklaşımlarının birbiri ile genel olarak örtüşmemesi ve bir birey örneğinde bile bu bireyden yansıyan bilgelik özelliklerinin farklı bilgelik modellerinden açaları yansıtabileceğini oluşturmaktadır. Bu problem üzerinden

araştırmanın amacı ise, “Ömür Dediğin” belgeseli örneği kullanılarak literatürde bulunan üç farklı bilgelik yaklaşımının analiz edilmesidir. Bu çalışmanın alana katkısı, kavramsal olarak bilgelik farklı yaklaşımlarla ele alınarak özellikle yaşça büyük bir örneklem üzerinde sonuçlarının yansıtılmasıdır.

Yöntem

Bu çalışmada, “Ömür Dediğin” belgesel programı bir doküman olarak ele alınarak programın farklı bilgelik yaklaşımları açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yaklaşımı kullanılmıştır. Doküman incelemesi yöntemi, üzerinde araştırma yapılan olgu(lar) hakkında bilgi sunan yazılı materyallerin inceleme ve analizini içermektedir (Yıldırım vd., 2006). Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi ile “Ömür Dediğin” belgeselinin 170. Bölümü (yayımlama yılı: Ocak 2019) çalışmanın örnekleme olarak kullanılmıştır.

Bu çalışmada kullanılan veriler, içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Krippendorff (2004) içerik analizini, metinlerden (veya diğer anlamlı konulardan), bu metinlerin kullanımları ve bağlamları incelenerek tekrarlanabilir ve geçerli çıkarımlar yapılabilir bir araştırma tekniği olarak tanımlanmıştır. Bu tekrarlanabilir yapının bazı kıstaslara göre kodlandığı içerik analizi yönteminde, üç farklı bilgelik yaklaşımı ((i) MORE Bilgelik Modeli (Glück vd., 2019), (ii) Grossman’a (2012) göre bilgelik uygulamaları ve (iii) Ardelt’e (2003)’e göre bilgelik yaklaşımı) ana temalar olarak kullanılmıştır. Sonrasında bu ana temaların belirleyici özellikleri ise (esneklik, değişim, açıklık, yansıtma gibi) alt temalar olarak ele alınmıştır. Sonuç olarak da bu alt temalar ile “Ömür Dediğin” belgeselinin 170. bölüm içeriği arasında bağlantılar kurulmuştur. Araştırmada, özetleyici içerik analizi ve niyet-güdü çıkarımları için içerik analizi kullanılmıştır. Özetleyici içerik analizinde “Ömür Dediğin” belgeselinin 170. bölümünün içeriği azaltılarak aynı anlama gelen başka kelimelerle ve/ya cümlelerle açıklanmaya çalışılmıştır (Tavşancıl vd., 2001). Niyet-güdü çıkarımları için içerik analizinde ise, eldeki problemle ilgili olarak güvenilir bir model ya da yaklaşım varsa, doğrudan bu model/yaklaşım kullanılarak incelenen veri ile ilgili analizler yapılabilmektedir (Tavşancıl vd., 2001). Bu çalışmada ise, niyet-güdü çıkarımları için içerik analizi alanyazındaki üç farklı bilgelik yaklaşımı kullanılarak ilgili belgeselin analizi yoluyla yapılmıştır. Çalışmada geçerlik ve güvenilirlik önlemleri olarak, eldeki belgesel verisi derinlemesine bir şekilde iki farklı zaman diliminde incelenmiş ve veri araştırmacı tarafından yorumlarken belgeseldeki içerik olduğu gibi ve araştırmacının yorumlarını içermeyen yansıtılmaya özen gösterilmiştir.

Araştırma Bulguları

“Ömür Dediğin” belgeseli TRT Haber kanalında haftalık olarak yayınlanan yönetmenliğini Zeliha İlhan Doymuş’un yaptığı, genel olarak yaşı ilerlemiş kişileri hayatlarını kendi öz geçmişleri üzerinden yansıtan bir yapımdır (<https://www.trt1.com.tr/omur-dedigin>). Bu çerçevede bu araştırmada “Ömür Dediğin” belgeselinin 170. bölümü incelenmiştir.

“Ömür Dediğin” belgeselinin 170. bölümünün ilk konuğu olan Nazik Hanım, kendisi ile görüşme gerçekleştirildiği zaman (2019) 80 yaşındadır ve eşini uzun yıllar önce kaybetmiştir (Bilgelik kavramı için cinsiyet farklılıkları nispeten küçük olarak nitelendirildiğinden (Staudinger vd., 2011), bu çalışmada cinsiyet farklılıklarından bahsedilmemiş ve içeriğinde yalnızca bir kadının bulunduğu bir belgesel bölümü analiz edilmiştir.). Nazik Hanım geçimini hayırseverler tarafından kendisine sağlanan aylıkla sağlamaktadır. Nazik Hanım, hem kısmen anne-babasının durumunun iyi olmadığı, hem de eşinin durumunun iyi olmadığı bir hayat sürmüştür. Ailesinin hayvancılıkla uğraştığından bahseden Nazik Hanım, ilkokulu 3-4 yıl okuduğundan ve o dönemdeki çoğu kimse gibi okutulmadığından bahsetmiştir. Sonrasında evlenen Nazik Hanım hem kendi çocuklarına hem eşinin babasına hem de eşinin iki küçük kardeşine baktığını belirtmiştir.

Başlangıçta, belgeselde Nazik Hanım, eşinin kendisi ile değil, başka biri ile evlenmeyi düşündüğünden bahsetmektedir. Fakat Nazik Hanım bu durumu kabullenmekte ve eşine hakkını helal etmektedir (bkz. “...gene de ben hakkımı helal ediyom.”). Fakat, yine de Nazik Hanım, kendi doğruları doğrultusunda eğer eşinin bu durumunu bilseydi, kendisinin eşini “almayacağımı” (evlenmeyeceğini) belirtmektedir (bkz. “Sonra (bu durumu bana) dediler ama, o zaman deseler alır mıydım?”). Burada, Nazik Hanım eşini affetme ve açık sözlü olma davranışı üzerinden kendisinin ve eşinin (bilge bir şekilde) “değişebilme olasılığını tanımakta” (Grossman, 2012) ve görüşmenin ilerleyen kısımlarında ise eşini sevdiğini belirtmektedir (“E canım, birbirini sevmesen, anlaşmasan evlenilir mi kuzum? Bir zor eden mi var? Yoook. Askere gitti. Yolunu gözlen mi? İki tane kayınım vardı, küçük. İki de kendi çocuğum, bir de kayınbabam. Bunların yemeği, çamaşırı hep elde yunur. Yapardın, onun hatırı için yapan, değil mi?”). “Değişebilme olasılığını tanıma” özelliği ile Nazik Hanım’ın Grossman’a (2012) göre bilgelik uygulamalarının alt değişkenlerinden birisi olan “değişim” uygulaması ile örtüşen bir söylemde bulunduğunu düşünülebilir.

Nazik Hanım, eşinin ailesinin durumunun iyi olduğundan bahsetmekte, fakat onlardan kendilerine herhangi bir yardım gelmediğini belirtmektedir (“Onların (eşinin babasının) durumu bizden azcık iyiydi kuzum da kayınbaba işte.”). Yine de Nazik Hanım, eşinin ailesi için kötü düşünce ve duygular içeren açıklamalarda bulunmamakta, olayın arka planında neler olabileceğinden bahsetmektedir (“İşte o (kayınpederim) paralardan ne bize kısmet etti ne kendi

yedi. Rahmetli, yaşlılığın zorundan mı etti? O seferberlikteki (bir)şeylerini düşündüğünden mi etti?”). Bu bilgilerden yola çıkarak, Nazik Hanım’ın “durumlar karışığında farklı bakış açıları bulundurabilme” yeteneği olduğu söylenebilir (Grossman, 2012). Ayrıca, yine bu açıdan eşinin babasının davranışlarının nedenini anlayabilen Nazik Hanım’ın “duygusal bilgelik boyutu”nun (Ardelt, 2003) gelişmiş olduğundan da söz edilebilir.

Nazik Hanım, devamlı olarak çalıştığından bahsetmekte ve bu bilgiyi de yorumsuz olarak karşısına iletmektedir (“Ben kendim çalıştım. İki kayınma, bir kayınbabama, iki çocuğuma baktım.”). Burada da Nazik Hanım yine “yaşamın zorlukları ile yüzleşirken” “ustalığı” gösterebilmekte, “kaçınılmaz ve olumsuz olaylardan korkmayarak” belki de ailesinin başına gelen en büyük zorluklardan birisi olan “yoksulluk” durumunun üstesinden gelmeye çalışarak bilgeliğin ustalık boyutunu (Glück vd., 2019) yansıtmaktadır.

Belgeselin ilerleyen kısımlarında Nazik Hanım, nişanlıyken evlenmek üzere olduğu eşine kaçtığı için ailesinin kendisiyle küs olduğundan bahsetmiştir. Bu nedenle ailesiyle görüşemediğini ve hiç barışamadıklarını anlatmıştır. Fakat Nazik Hanım bu hususta doğrudan sitem etmemekte ve yine de olumsuz duygu ve düşüncelerden bahsetmemektedir (“Annem babam vardı da küslerdi işte. Nişanlıyken götürdünüz siz (kızımızı) diye. Bir tek kızımızı diye. Küslerdi annem babam.”). Öte yandan, Nazik Hanım bu durum için kendini suçlu bulmakta (“Ama barışmadı babam. Barışmadı (benimle) kızım. Ama haklıydı.”), ama yine de kendi yaptığını da bir yaşanmışlık olarak kabul etmiş görünmektedir (“Bir evin bir kızı kaçar mı? Kaçtı işte.”). Burada ise Nazik Hanım ailesinin davranış ve duygularının arkasında yatan nedeni anlayabilmekte ve yine “bilgeliğin duygusal boyut özellikleri”ni (Ardelt, 2003) yansıtmaktadır.

Nazik Hanım, eşini en büyük kızının eski nişanlısının öldürdüğünü ağlayarak fakat soğukkanlı bir şekilde anlatmaktadır (“(Eşim) Yaşıyor dediler. Hastaneye vardık, kanı da bitmiş. Kocam da öyle öldü kuzum. 6 tane çocukla kaldık...”). Eşini kaybettikten sonra ağlaya ağlaya da olsa yaşamaya devam ettiklerini belirtmektedir (“Ağlaya ağlaya kızım, meğer gözyaşı da bitmez imiş.”). Sonrasında, serin ve olumlu bir anlatımla, çocuklarını köy halkının da yardımlarıyla büyüttüğünden ve onların büyümesi için kendi yemeyip onlara yedirdiğinden bahsetmektedir (“Yemeği yaptım da, bir tatlı yemek koydum mu, ben bir öyle açık ekmeğin arasına alıverirdim. Öyle dolanırdım. Çocuklarım yesin doysun diye. Yani, tatlı bir şey oldu muydu (dayanamazdım)... Eee, anasın. Her şey üstüne kaldı.”). Devamında ise, Nazik Hanım çok çalışarak hayata devam ederek sorumluluk aldığından ve zorlukların üstesinden gelmeye çalıştığından bahsetmektedir (“Öyle işte. Komşunun desteğiyle derken... Çalıştık. Çalıştık. Çok çalıştık kızım. O çocukları besleyeceğiz diye. İşte öyle öyle 6 çocuk büyüdü.”). Yine burada da, Nazik Hanım’ın “yaşamın zorluklarıyla yüzleşerek” ve “zorluklarla başa çıkıp bunlara uyum

sağlayarak” hayatını sürdürdüğü, yani bilgenin daha çok “ustalık” yönünü yansıttığı (Glück vd., 2019) söylenebilir.

Belgeselin son kısımlarına doğru Nazik Hanım çocuklarına yük olduğunu düşünerek onların yanında kalmamakta ve onlara kendisinin herhangi bir yardımı dokunmadığı için mahcup olduğunu ifade etmektedir (“...(Çocuklarım için) Bir şey yapamadım. (Onlara karşı) Çok mahcup oluyorum...”). Nazik Hanım’ın çocukları için söyledikleri göz önünde bulundurulduğunda, kendisinin “zorluklarla başa çıkarken yansıtma” yapabilmesi yoluyla “kendi davranışlarını eleştirel bir şekilde yaklaşabilmesi” ise kendisinin bilgeliğinin “yansıtma” yönünü (Glück vd., 2019) ortaya koyduğu göstermektedir.

Genel anlamda Nazik Hanım’ın anlattığı kendi yaşam hikâyesinde akıcı bir şekilde bütünlük bulunmaktadır. Nazik Hanım, hayat hikayesiyle hem Ardelt (2003), hem Glück ve diğerlerinin (2013), hem de Grossman’ın (2012) bilgelik yaklaşımlarındaki farklı açıları yansıtabilmektedir. Ardelt’in daha çok duygusal bilgelik boyutunu yansıtan Nazik Hanım, Glück ve Bluck’un bilgelik modelinde ise “ustalık” ve “yansıtma” özelliklerini göstermektedir. Grossman’ın yaklaşımından ise bilgeliğin “değişim” ve “bakış açısı” kavramları öne çıkmaktadır. Nazik Hanım’ın kendi yaşam deneyimlerini hem olumlu bir şekilde ve problem-odaklı olarak yeniden değerlendirebilmesi hem de yaşama bağlılığı ile bilgeliği farklı açılardan yansıtabildiği söylenebilir (Etezadi vd., 2013). Ayrıca, “bilge kadın”ların kendileri ve çevrelerine olan faydaları (Ardelt, 2000) bilgisinden yola çıkıldığında ise, Nazik Hanım’ın hem kendisine hem de ailesi ve çevresine düşünceleri ve davranışları ile faydalı olduğundan da bahsedilebilir.

Ayrıca, araştırmadaki belgeselin içeriğinin “yaş”lı odaklı olması ve genç bireylerle kıyaslandığında, yaşlı bireylerin olumsuz bilgilere nazaran olumlu bilgilere daha fazla dikkat etmesi ve bu bilgileri hatırlaması (Reed vd., 2012), Nazik Hanım’ın yaşam olayları her ne kadar olumsuz olsa da bu olaylardan kendisine çıkardığı payın aynı derecede olumsuz olmadığı söylenebilir. Bunun nedeni ise, bireylerin kendilerini bilge hissedebildikleri otobiyografik deneyimlerini hatırladıklarında ve yeniden anlattıklarında, bu kişilerin zorluklarla veya belirsizliklerle yüzleşirken kendilerinin ne kadar etkili olduklarını hissedebilmeleri olabilir (Bluck vd., 2004). Aynı zamanda, bu durum, aslında bu bireylerin geçmişlerini kabul edebilmeleri üzerinden giden bir anlam arayışı ile de açıklanabilir (Durmüş, 2019). İşte bu anlam arayışı ile birey, olumsuz yaşam olaylarına karşı daha sakin kalabilmeyi deneyimleyerek hayatını düzenliyor da olabilir.

Öte yandan, bilgelik seviyeleri bireylerin zorlu yaşam deneyimlerini yansıtarak bunları nasıl işlediğinin bir işlevi olarak kişiden kişiye de değişebilmektedir. Daha bilge bireyler, içindeki buldukları süreç bazen olumsuz olsa bile, yaşam zorluklarını anlam ve büyümeyi vurgulayan

araştırmacı bir tarzda işleyebilmektedirler (Weststrate vd., 2017). Bu araştırmada farklı bilgelik yaklaşımları yardımıyla ele alınan Nazik Hanım'ın yaşamı da yine zorlu deneyimlerden sonra, bu deneyimleri yine de şükranla anarak, Nazik Hanım muhtemelen depresyon ve strese karşı koruyabilmekte (Wood vd., 2008) ve onu olumsuz içerikli anılarını yeniden yorumlarken bu yorumlamayı yapacak gücü vermede yardımcı olabilmektedir (Fredrickson vd., 2003).

Sonuç ve Öneriler

Bilgelik hem günümüz hem de gelecek nesiller için taşıdığı değer nedeniyle, bu kavramın teoride ve uygulamada geniş bakış açıları ile ele alınması büyük önem taşımaktadır. Bu amaçla yapılacak olan çalışmalarda, öncelikli olarak kültürler arası farklılıklarla birlikte yaş değişkenlerine dikkat edilmelidir. Örneğin, bilgelik (özellikle birden fazla bakış açısının tanınması, kişisel bilginin sınırları ve uzlaşmanın önemi gibi özellikler için) Amerikalılarda yaşla birlikte artarken, Japonlarda daha genç ve orta yaşlı bireyler, akranları Amerikalılara göre daha bilgece düşünebilmektedir (Grossmann vd., 2012). Diğer yandan ise, büyük şehir, kasaba ve yurt dışı gibi farklı kesimlerde yetişmiş katılımcılarla bilgeliğin çalışılması yine önem taşımaktadır. Ayrıca, bilgelik araştırmalarına farklı sosyo-ekonomik seviyeden ve farklı kişilik özelliklerinden katılımcıların dâhil edilmesi, kavramın daha iyi anlaşılabilmesinde etkili olabilir.

Öte yandan, bilgelik kavramının hem ulusal hem de uluslararası alanda araştırılmasına katkı sağlayabilmek için, bu araştırmada ele alınan bilgelik yaklaşımları ile diğer bilgelik yaklaşımlarının birlikte sentezlenerek ele alınması alana katkı sağlayabilir. Bu sentez yaklaşımların farklı kültür, sosyo-ekonomik seviye, yaş ve cinsiyetten bireylerle yapılacak olan çalışmalarda kullanılması, sonrasında ilgili sonuçlardan hayatın uygulamalı alanlarında faydalanılması önemlidir. Bu çerçevede, bilgeliğe giden yolda elde edilecek yaklaşımların içerdiği değişkenleri, yetişmekte olan nesle bilgi ve davranışsal olarak aktarabilmek için hem eğitsel hem de sosyal sorumluluk projeleri geliştirilmesi önerilebilir. Ayrıca hem hâlihazırda yaşlı olan bireyler hem de yaşlanma süreci içerisindeki bireyler için izlenebilecek uygulamalı yollar (farklı terapi tekniklerinin içeriğinde bilgelik değişkenlerinin kullanılması ve tiyatro, belgesel, film gibi iletişim araçları üzerinden bilge bilgilerin yaygınlığının artırılması gibi), bilgelik kavramını bilişsel, duygusal ve sosyal anlamda daha etkili bir konuma taşıyabilir. Bunlara ek olarak, Türkiye’de yaşayan bireyler üzerinden çıkarılacak bir bilgelik yapısının tekrardan Türkiye toplumunda uygulamalı olarak kullanılması ise, hem kuşaklar arası çatışmaları azaltmada hem de gelecek için daha bilge nesillerin yetişmesinde faydalı olabilir. Kendi kültürüne has bir bilgelik yapısı ile büyüyen bir toplumun çocukları, bilgeliğin getireceği daha gelişmiş bir zihin yapısı ve daha dengeli bir şekilde kullanılabilen duygular ile bilişsel olarak da sağlıklı bir yaşlılık dönemi geçirebilirler. Sonuç olarak, çocukların yaşlı yetişkinlerin bilgeliğinden faydalanabildikleri

derecede, genç nesillerin sonraki yıllarda bilgelik gösterme olasılığı artabilecektir (Worthy vd., 2011). Bu nedenle, bilgelik ve özellikle yaşlılığa giden yolda bilgeliğin gelişimi ile ilgili çalışmalar yapılması önemlidir.

Kaynaklar

- Ardelt, M. (1997). Wisdom And Life Satisfaction In Old Age. *Journal Of Gerontology: Psychological Sciences*, 52(1), 360-394. <https://doi.org/10.1093/geronb/52B.1.P15>
- Ardelt, M. (2000). Antecedents And Effects Of Wisdom In Old Age: A Longitudinal Perspective On Aging Well. *Research On Aging*, 22(4), 360-394. <https://doi.org/10.1177/0164027500224003>
- Ardelt, M. (2003). Empirical Assessment Of A Three-Dimensional Wisdom Scale. *Research On Aging*, 25(3), 275-324. <https://doi.org/10.1177/0164027503025003004>
- Baltes, P. B. ve Smith, J. (1990). The Psychology Of Wisdom And Its Ontogenesis. R. J. Sternberg (Ed.), *Wisdom* (ss. 87-120). New York, NY: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139173704>
- Baltes, P. B. ve Staudinger, U. M. (2000). Wisdom: A Metaheuristic (Pragmatic) To Orchestrate Mind And Virtue Toward Excellence. *American Psychologist*, 55, 122-136. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.55.1.122>
- Bassett, C. (2005). Emergent Wisdom: Living A Life In Widening Circles. *ReVision: A Journal Of Consciousness And Transformation*, 27, 6-11. <https://doi.org/10.3200/REVN.27.4.6-11>
- Billig, N. (2000). *Üçüncü Bahar Yaşlılık Ve Bilgelik*. Ankara: Evrim Yayınevi.
- Bluck, S. ve Glück, J. (2004). Making Things Better And Learning A Lesson: Experiencing Wisdom Across The Lifespan. *Journal Of Personality*, 72(3), 543-572. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00272.x>
- Durmuş, D. C. (2019). *Effect of Accepting the Past on Finding a Meaning in Life among Turkish Old Age Individuals; Moderating Role of Perceived Social Support*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erçetin, Ş. Ş. (2007). Bilgece Yaş Almak. *I. Ulusal Yaşlılık Konseyi Kongresi*, 1 Ekim, Türkiye Yaşlılık Konseyi Derneği & Hacettepe Üniversitesi.
- Etezadi, S. ve Pushkar, D. (2013). Why Are Wise People Happier? An Explanatory Model Of Wisdom And Emotional Well-Being In Older Adults. *Journal Of Happiness Studies: An Interdisciplinary Forum On Subjective Well-Being*, 14(3), 929-950. <https://doi.org/10.1007/s10902-012-9362-2>
- Fredrickson, B.L., Tugade, M.M., Waugh, C.C. ve Larkin, G.R. (2003). What Good Are Positive Emotions In Crises? A Prospective Study Of Resilience And Emotions Following The Terrorist Attacks On The United States On September 11th, 2001. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 365-376. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.2.365>
- Glück, J. ve Bluck, S. (2013). The MORE Life Experience Model: A Theory Of The Development Of Personal Wisdom. N. M. Weststrate ve M. Ferrari (Ed.), *The Scientific Study Of Personal Wisdom* (ss. 75-97). Dordrecht: Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-7987-7_4
- Grossmann, I. (2012). *Getting Wisdom: Aging, Culture and Perspective*. Yayınlanmamış doktora tezi, Michigan Üniversitesi, Michigan.

- Grossmann, I., Karasawa, M., Izumi, S., Na, J., Varnum, M. E., Kitayama, S. ve diğerleri. (2012). Aging And Wisdom: Culture Matters. *Psychological Science*, 23(10), 1059–1066. <https://doi.org/10.1177/0956797612446025>
- Jeste, D. V., Ardelt, M., Blazer, D., Kraemer, H. C., Vaillant, G. ve Meeks, T. W. (2010). Expert Consensus On Characteristics Of Wisdom: A Delphi Method Study. *Gerontologist*, 50(5), 668-680. <https://doi.org/10.1093/geront/gnq022>
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Thousand Oaks, California: Sage Publications Inc.
- Le, T. N. (2008). Cultural Values, Life Experiences, And Wisdom. *The International Journal Of Aging & Human Development*, 66, 259-281.
- Nichols, B. (2001). *Introduction To Documentary*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press.
- Reed, A. E. ve Carstensen, L. L. (2012). The Theory Behind The Age-Related Positivity Effect. *Frontiers In Emotion Science*, 3, Article 339. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2012.00339>
- Staudinger, U. M. ve Glück, J. (2011). Psychological Wisdom Research: Commonalities And Differences In A Growing Field. *Annual Review Of Psychology*, 62, 215–241. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.121208.131659>
- Sternberg, R. J. (1998). A Balance Theory Of Wisdom. *Review Of General Psychology*, 2, 347–365. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.4.347>
- Sternberg, R. J. (2000). *Handbook Of Intelligence*. New York, NY: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511807947>
- Sternberg, R. J. (2005). Older But Not Wiser? The Relationship Between Age And Wisdom. *Ageing International*, 30, 5-26. <https://doi.org/10.1007/BF02681005>
- Tavşancıl, E. ve Aslan, E. (2001). Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller için İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri. İstanbul: Epsilon Yayınevi.
- Webster, J. D. (2014). *Time To Be Wise: Temporal Perspective And Wisdom*. Yayınlanmamış doktora tezi, Twente Üniversitesi, Hollanda.
- Weststrate, N. M. ve Glück, J. (2017). Hard-Earned Wisdom: Exploratory Processing Of Difficult Life Experience Is Positively Associated With Wisdom. *Developmental Psychology*, 53, 800-814. <https://doi.org/10.1037/dev0000286>
- Wood, A. M., Maltby, J., Gillett, R., Linley, P.A. ve Joseph, S. (2008). The Role Of Gratitude In The Development Of Social Support, Stress, And Depression: Two Longitudinal Studies. *Journal Of Research In Personality*, 42, 854–871. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2007.11.003>
- Worthy, D. A., Gorlick, M. A., Pacheco, J. L., Schnyer, D. M. ve Maddox, W. T. (2011). With Age Comes Wisdom: Decision Making In Younger And Older Adults. *Psychological Science*, 22(11), 1375–1380. <https://doi.org/10.1177/0956797611420301>
- Yang, S. (2008). A Process View Of Wisdom. *Journal Of Adult Development*, 15, 62–75. <https://doi.org/10.1007/s10804-008-9037-8>
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (5. baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Yıldırım, F. ve Abukan, B. (2015). Yaşlılıkta Bilgelik Konusunda Bir Derleme. *Türk Psikoloji Yazıları*, 18(35), 1-9.

Rize İli Seyahat Acentalarının Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Algı ve Tutumları

Elif ACUNER*

Kübra KÜÇÜK†

Öz

Bu çalışmanın amacı Rize’de faaliyet gösteren seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumlarını belirlemektir. Çalışmanın teorik alt yapısı sosyal ağlar teorisine dayandırılmaktadır. Çalışmanın evrenini TÜRSAB’a kayıtlı olup, Rize ilinde faaliyet gösteren seyahat acentaları oluşturmaktadır. Çalışmada betimsel araştırma modellerinden tarama araştırmasının kesitsel tarama türü kullanılmıştır. Buna ek olarak işletmelerin sosyal medya pazarlamasına yönelik tutumlarını desteklemek için nitel araştırma yöntemlerinden biri olan tarama araştırması kullanılmıştır. İşletmelerin Instagram hesapları içerik analizi ile incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumlarının olumlu olduğu görülmüştür. Diğer yandan işletmelerin sosyal medyayı; şirketlerini ve ürünlerini tanıtmak, marka farkındalığı oluşturmak ve satış geliştirmek amaçlı kullandıklarına yönelik sonuçlara ulaşılmıştır. Sosyal medya pazarlamasının işletmeler tarafından daha etkin ve verimli şekilde kullanılması için işletme bünyesinde sosyal medya pazarlaması ile ilgilenecek donanımlı personelin bulundurulması ve gerekli eğitimlerin alınması önem taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Pazarlaması, İşletme Algı ve Tutumları, Seyahat Acentaları, Rize.

Perceptions and Attitudes of Rize Travel Agencies Towards Social Media Marketing

Abstract

The aim of this study is to determine the perception and attitudes of travel agencies operating in Rize towards social media marketing. The theoretical background of the study is based on the theory of social networks. The universe of the study consists of travel agencies operating in Rize, which are registered in TÜRSAB. The cross-sectional screening type of screening research from descriptive research models was used in the study. In addition, screening research, one of the qualitative research methods, has been used to support businesses' attitudes towards social media marketing. The Instagram accounts of businesses have been analyzed with content analysis. The study concluded that the perception and attitude of travel agencies towards social media marketing is positive and that businesses use social media to promote companies and products, create brand awareness, and develop sales. In order to use social media marketing more effectively and efficiently by businesses, it is necessary to have well-equipped personnel to deal with social media marketing and to receive training on social media marketing.

Keywords: Social Media Marketing, Business Perception and Attitudes, Travel Agencies, Rize.

Geliş/Received: 14.10.2020

Kabul/Accepted: 22.06.2021

* Bu çalışma için, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan 20.10.2020 tarih ve 2020/125 sayılı karar ile etik kurul izni alınmıştır.

* Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Ardeşen Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Öğretim Üyesi, elif.acuner@erdogan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7769-8705.

† Yüksek Lisans Öğrencisi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, kubra_kucuk191@erdogan.edu.tr, ORCID: 0000-0002-7876-4698.

(Makale Türü: Araştırma Makalesi)

Giriş

Sosyal medya, kişilerin sosyalleşmesine olanak sağlayan (Kılıç, Kırılı ve Esen, 2017), bireylerin fotoğraf ya da video gibi paylaşımlar yapabildiği (Karabulut ve Bulut, 2017), yapılan paylaşımlarla farklı insanları olumlu ya da olumsuz etkileyebilen çok yönlü bir alan olarak tanımlanmaktadır (Eryılmaz ve Şengül, 2016). İşletmeler, sosyal medya sayesinde daha fazla kişi ile etkileşim ve iletişim kurabildiklerinden, ürünlerini pazarlamak için sosyal medya platformlarını aracı olarak kullanmaktadır (Castronovo ve Huang, 2012). Bu eylemlerden doğan faaliyet sosyal medya pazarlaması faaliyetidir. Sosyal medya pazarlaması, işletmelerin ürünlerini ya da hizmetlerini sosyal ağlar vasıtasıyla daha geniş topluluklara ulaştırma süreci olarak tanımlanmaktadır (Weinberg, 2009).

Sosyal medya pazarlaması, diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de gün geçtikçe yaygın olarak kullanılmaktadır (Eröz ve Doğdubay, 2012). Tüketiciler ise sosyal medya platformlarında seyahat öncesinde planladıkları tatilleri ile ilgili bilgi toplamakta ve diğer ürünlerle kıyaslama yapmaktadırlar. Ayrıca, hizmet ya da ürün ile ilgili bilgi topladıktan sonra satın alma davranışını gerçekleştirmektedirler (Xiang ve Gretzel, 2010; Huang, Basu, ve Hsu, 2010; Burgess, Sellitto, Cox, ve Buultjens, 2011; İşlek, 2012; Kılıç, vd., 2017; Yıldız Sanay, 2017; Şahin, Çağlıyan, ve Başer, 2017). Tüketiciler seyahat sırasında ve sonrasında ürün ya da hizmet ile ilgili yaşamış oldukları deneyimlerine ilişkin olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerini sosyal medya platformlarını kullanarak yapmaktadırlar (Civelek ve Dalgın, 2013). Tüketicilerin ürün ya da hizmet ile ilgili yapmış oldukları olumlu ya da olumsuz değerlendirmeler, işletmeler tarafından sosyal medya aracılığı ile kolaylıkla takip edilebilir ve yapılan değerlendirmeler sonrasında işletmelerin kendilerini yenilemeleri ve geliştirebilmeleri açısından çeşitli avantajlara sahip olacakları söylenebilir.

Buna göre işletmelerin sağlayacağı avantajlar ya da faydalar arasında; marka farkındalığının oluşturulması (Yung, 1997; Park ve Oh 2012; Yılmazdoğan ve Özel, 2014; Aspasia ve Ourania, 2014; Seo ve Park, 2018), ürünlerin küresel ölçekte pazarlama imkânına sahip olması (Pan, MacLaurin, ve Crotts, 2007; Inversini, Cantoni, ve Buhalis, 2009; Leung, Law, ve Lee, 2011), reklam giderlerinin azaltılması (Eröz ve Doğdubay, 2012), satışların arttırılması (Jones, Borgman, ve Ulusoy, 2015) tüketicilerle yakından etkileşim ve iletişim kurulması (Buzlukçu, 2015; Gümüş ve Kütahyalı, 2017; Torun, 2017; Tekeli, 2018), rakip firmalara karşı rekabet üstünlüğü sağlanması (Baş, 2015; Karabulut ve Bulut, 2015) yer almaktadır. Her ne kadar günümüzde sosyal medya pazarlamasının işletmeler tarafından kullanımı yaygın olsa da bazı işletmeler tarafından sosyal medya pazarlama faaliyetleri ihmal edilmektedir (Hays, Page, ve Buhalis, 2013). İşletmeler tarafından sosyal medya pazarlama

faaliyetinin tercih edilmemesinin çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenler arasında; işletmelerin sosyal medya pazarlaması için profesyonel personellerinin olmaması (Kaşlı, 2006; Gümüş ve Kütahyalı, 2017; Karabulut ve Bulut, 2017; Tekeli, 2018) ve sosyal medya pazarlamasıyla ilgili yeterli bilgilerinin ve zamanlarının olmaması (Jones, vd., 2015) gibi nedenler sıralanmaktadır.

“Türkiye Turizm Stratejisi 2023”te “Yayla Koridoru” içerisinde yer alan Rize ilinin sahip olduğu turizm potansiyelinin turistlere tanıtılmasında önemli aktörlerden bir tanesi de seyahat acentalarıdır. Rize’nin turizm potansiyeli ile ilgili gerçekleştirilen pazarlama çalışmalarında ve özellikle tutundurma faaliyetlerinde sosyal medya platformları sıklıkla tercih edilmektedir. Bu çalışmanın amaçlarında bir tanesi Rize ilinde bulunan seyahat acentası çalışanlarının sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumlarını belirlemektir. Diğer taraftan çalışma ile başka bir husus daha amaçlanmıştır. Yayla turizmi ile ön plana çıkmış olan Rize ilinde bulunan konaklama işletmelerinin, sosyal medya kullanım durumları ve sosyal medya hesapları içerik açısından analiz edilmiştir (bkz: Yıldırım ve Erkılıç, 2019). Ancak literatürde Rize ilinde bulunan seyahat acentalarının sosyal medya hesaplarının incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Buradan yola çıkılarak Rize ili seyahat acentalarının “Instagram Hesaplarının” içerik analizi ile incelenerek sosyal medya pazarlamasını etkin şekilde kullanıp kullanmadıkları tespit edilecektir. Araştırma sonuçlarına bağlı olarak sektör temsilcilerine yönelik, Rize ilinin sahip olduğu turistik ürünlerin pazarlanmasında sosyal medya pazarlama araçlarının etkin kullanılması için çeşitli önerilerin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Çalışmanın sonuçları ve çalışma ile getirilecek önerilerden dolayı, diğer taraftan Rize ilinde faaliyette bulunan seyahat acentası çalışanlarının sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumlarının belirlenmesi ve acentalar için sosyal medya kullanım etkinliğinin tespit edilmesi ayrıca literatüre sağladığı katkılardan dolayı çalışma önem taşımaktadır. Ayrıca belirlenen örneklem üzerinden elde edilen sonuçlar ile ilgili işletmelerin kendileri için çıkarım yapma şansına sahip olmaları da, çalışmanın bir diğer önemli çıktısı olarak kabul edilebilir.

Literatür Taraması

Sosyal ağ teorisi, sosyal ağlar üzerinde birbirleriyle bağlantıda olan kişiler arasındaki ilişkiyi açıklamak için kullanılmaktadır (Hartline, Mirrokni, & Sundararajan, 2008). Sosyal ağ teorisine dayandırılarak açıklanan bu ilişkide, çeşitli sosyal medya araçlarının aktif şekilde kullanılması işletmelere birçok avantaj sağlamaktadır. Bu bağlamda sosyal medya, tüketici ve işletmeler arasındaki ilişkide köprü vazifesi üstlenmektedir.

Tüketiciler sosyal medya platformlarını genel olarak diğer kişilerle bağlantı kurmak, eğlenmek ve bilgi edinmek için kullanılmaktadırlar. Diğer taraftan tüketiciler, üreticileri daha

doğru bir ifade ile hizmet ifa eden (turizm) işletmelerini de takibe almaktadırlar. Tüketicilerin sosyal medya platformlarından işletmeleri takip etme nedenleri arasında ise; sunulan hizmet ile işletme hakkında bilgi sağlamak, indirim ve promosyonları takip etmek ve diğer tüketicilerin değerlendirmelerini incelemek gibi amaçlar yer almaktadır (Yanar ve Yılmaz, 2017; Özeltürkay, Bozyiğit ve Gülmez 2017, Demirci Orel ve Arık, 2019;). İşletmeler ise sosyal medya araçları sayesinde küresel ölçekte ürünlerini pazarlama fırsatı yakalayabilmekte, marka bilinirliği ve imajın geliştirilmesi için avantajlar sağlayabilmektedir (Karaahmet ve Aydın, 2017). İşletmeler tüketicilere; reklam, satış, promosyon, duyuru gibi faaliyetlerini sosyal ağlar üzerinden iletmektedir. İletiler sayesinde satışların artmasına bağlı olarak işletme gelirlerinin yükselmesine, küresel ölçekte ürün ve firma tanıtımına, marka değerinin yükselmesine, müşteri portföyünün gelişmesine katkı sağlanmaktadır (Hartline, Mirrokni, ve Sundararajan, 2008; Çiftçi, 2016). Bilindiği üzere işletmelerde, sosyal medya pazarlamasında blog ve mikrobloglardan ziyade, sosyal ağlar tercih edilmektedir (Yılmazdoğan ve Özel, 2014). Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de işletmeler, “Instagram”, “Facebook”, “Youtube”, “Twitter” ve “Foursque” gibi sosyal medya platformlarını kullanarak sosyal medya pazarlamasını rahat bir şekilde gerçekleştirmektedir (Buzlukçu, 2015; Çiftçi, 2016; Karabulut ve Bulut, 2017; Tekeli, 2018).

İşletmeler tarafından sosyal medya platformlarında düzenli olarak paylaşım yapılması, tüketicilerin algıları üzerinde olumlu imaj yaratılmasına katkı sağlamaktadır. Çünkü sürekli ve tutarlı paylaşım yapmayan işletmeler tüketiciler tarafından güvenilir bulunmamaktadır (Çetin ve Taşdemir, 2018). Halbuki işletmelerin; reklamlarla tüketiciye karşı avantajlı kampanyalar ayrıca ürünlerle ilgili güvenilir içerikler sunması, farklı sosyal medya platformlarında yer alması ve reklamların bilgilendirme derecesinin yüksek olması, müşterilerle işletme arasında empati yapabilme imkanı sağlamaktadır. Bu tür sürekli ve tutarlı paylaşımlar sayesinde müşteri sadakati artacak ve tüketicilerin işletme ürünlerini satın alma davranışı da pozitif yönde etkilenecektir (Erdoğan ve Cicek, 2012; Can ve Serhateri, 2016; Leblebeci Koçer ve Arslan Koçkaya, 2016; Demirci Orel ve Arık, 2019).

Ulusal ve uluslararası literatürde sosyal medya ve turizm sektörü bağlamında çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmaların bazıları turistlerin sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumu, buna bağlı olarak da davranışlarındaki değişim ile ilgili iken; bazıları ise turizm işletmelerin sosyal medya pazarlamasına yönelik görüşlerini tespit etmek üzerinedir.

Yılmazdoğan (2013), Antalya’da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel ile tatil köylerinde çalışan yöneticilerin sosyal medya pazarlamasına yönelik algılarını belirlemek için yapmış olduğu çalışmada; yöneticilerin demografik özellikleri ile sosyal medya

pazarlamasına yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşmıştır. Daha ileri bir yaşa sahip olan yöneticiler, genç yöneticilere göre sosyal medya pazarlamasına olumsuz bir yaklaşım sergilemektedirler. Yılmazdoğan çalışmasında, yöneticilerin eğitim seviyesi ve işletmelerin sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya pazarlamasına yönelik algı arasında anlamlı farklılıklar bulunduğunu ifade etmiştir.

Buzlukçu (2015), Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren butik ve küçük otel işletmelerinde çalışan yöneticilerin sosyal medya pazarlamasına yönelik algılarını ölçmek için yapmış olduğu çalışmada; sosyal medya pazarlamasına yönelik eğitim alan yönetici sayısının az olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yöneticilerin pazarlama faaliyetlerini Facebook, Instagram, Foursque gibi sosyal medya platformları aracılığıyla yaptıklarını belirtmiştir. Buzlukçu (2015) çalışmasında; yöneticilerin, sosyal medya pazarlamasını otel ile ilgili farkındalık oluşturmak, farklı müşterilerle iletişime geçmek ve marka tutundurması amacıyla kullandıklarını belirtmiştir. Yöneticilerin yaşları, eğitim seviyeleri, işletmedeki görevleri, çalışma süreleri ile sosyal medya pazarlamasına yönelik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu çalışmanın diğer sonuçlarından biridir. Ayrıca erkek yöneticilerin kadın yöneticilere göre sosyal medya pazarlamasının işletmelere sağladığı kârlılık konusunda daha olumlu bir algıya sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Tekeli (2018), Fethiye ilçesinde bulunan konaklama işletmelerinde çalışan yöneticilerin, sosyal medya pazarlamasının yararlarına yönelik algılarının tespiti için yapmış olduğu çalışmada; yöneticilerin, pazarlama faaliyetinde sadece sosyal medya araçlarının yeterli olmadığını buna ek olarak geleneksel pazarlama yöntemlerinin de kullanılması gerektiği yönündeki görüşlerini ortaya koymuştur.

Baş (2015), İstanbul'da faaliyet gösteren beş yıldızlı konaklama işletmelerinin kullanımının genel bir değerlendirilmesini yapmış olduğu çalışmada; yöneticilerin sosyal medya kullanımı ile demografik özellikleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı, buna karşın yöneticilerin sektörde çalışmış olduğu süre ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir fark bulunduğunu ortaya koymuştur. Çalışmayla, yöneticilerin sosyal medya platformlarını; rekabet üstünlüğü sağlamak, hizmet kalitesini iyileştirmek ve tüketicilerin isteklerini karşılamak amacıyla kullandıkları belirtilmiştir.

Park ve Oh (2012), Kore'de faaliyet gösteren KAL seyahat acentasının sosyal medya pazarlamasının kullanımına ilişkin yapmış olduğu çalışmada; işletmenin sosyal medya pazarlaması sayesinde önemli derecede kâr elde ettiği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca işletmelerin çeşitli taleplere cevap verebilmek için farklı sosyal medya platformları kullandığını

belirtmişlerdir. Sosyal medya sayesinde tüketicilerle doğrudan iletişim kurma imkânının olduğunu ve marka bilinirliğinin arttığını da ifade etmişlerdir.

Russel (2010), sosyal medya pazarlamasının konaklama işletmelerinde oluşturduğu etkiyi incelediği çalışmada; sosyal medya pazarlamasının konaklama işletmeleri için düşük maliyetli bir pazarlama yöntemi olduğu sonucuna ulaşmıştır. İşletmeler sosyal medya pazarlamasını etkin ve verimli kullanması durumunda sosyal medya pazarlamasının işletmelere çok fazla fayda sağlayacağını belirtmiştir.

Aspasia ve Ourania (2014); Yunan gıda üretim işletmelerinin sosyal medya kullanımı ve işletme yöneticilerinin sosyal medya pazarlamasına yönelik algılarını ölçmek için yapmış olduğu çalışmalarında; işletmelerin ürünlerini pazarlamak amacıyla sosyal medya araçlarını kullanmaya yönelik önemli bir çaba gösterdikleri sonucuna ulaşmışlardır. Sosyal medya pazarlamasının işletmelere sağladığı faydaların; marka imajı oluşturmak, tüketiciye ürün, yarışma, ödüller hakkında bilgi sunmak olduğunu belirtmişlerdir.

Araştırmanın Yöntemi

Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde belirlenen yayla koridorunda yer alan Rize ilinin sahip olduğu potansiyelin gelişmesi adına, turizm işletmeleri ve özellikle seyahat acentaları tarafından yürütülen pazarlama faaliyetlerinde, sosyal medya önemli bir rol üstlenmektedir. Buradan yola çıkarak Rize ilinde yer alan seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumlarını tespit etmek önem arz etmektedir. Bu amaç kapsamında ana araştırma sorusu, *“Doğu Karadeniz bölgesinde yer alan Rize’de faaliyet gösteren seyahat acentası personelinin sosyal medya pazarlamasına yönelik tutum ve alguları nasıldır?”* olarak belirlenmiştir. Ana araştırma sorusuna ek olarak alt sorular şu şekilde belirlenmiştir:

1: Seyahat acentalarında çalışan personellerinin demografik özellikleri ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

2: İşletme çalışanlarının sosyal medya eğitimi alma durumu ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

3: İşletmenin sosyal medya araçlarında pazarlama odaklı harcadıkları süre ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

4: İşletmenin sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

5: Seyahat acentalarında çalışan personellerin işyerinde ki görevi ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

Araştırma evrenini Rize ilinde faaliyet gösteren seyahat acentaları oluşturmaktadır. Rize Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne bağlı toplam 45 seyahat acentası faaliyet göstermektedir (Rize Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2020). Çalışmada kullanılan anket “*Google Formlar*”dan online olarak hazırlanmıştır. Hazırlanan anket katılımcılara, acentalarının web sitesinde bulunan elektronik posta adresinden, işletmenin kullandığı sosyal medya platformlarından olan “Instagram” adresinden ve işletmeye ait “Whatsapp” iletişim kanalından online anket şeklinde ulaştırılmıştır. İşletmelere gönderilen online anket formu sonrasında seyahat acentalarına telefon ile ulaşıp anketin taraflarına ulaşp ulaşmadığı kontrol edilmiştir. Rize ilinde kayıtlı olan 7 seyahat acentasına hiçbir şekilde ulaşlamamış olup, 8 acentanın ise katılım sağladığı anket çalışmasında verilerin güvenilir olmamasından dolayı değerlendirmeden çıkarılmıştır. Sonuç olarak 30 acentanın verileri analize dâhil edilmiştir

Çalışmada betimsel araştırma modellerinden tarama araştırmasının kesitsel tarama türü kullanılmıştır. Araştırma da veriler anket yöntemi ile elde edilmiştir. Çalışmanın ölçeği, seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik tutum ve algılarını belirlemek amacıyla oluşturulmuş; Yung (1997), Buhalis ve Licata (2002), Özturan ve Roney (2004), Vrana ve Zafiroopoulos (2006), Karabulut (2015) çalışmalarında kullanılan ölçeklerin derlenmesi suretiyle hazırlanmıştır. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde seyahat acentası personellerine ait demografik bilgiler ve işletmeye ait bilgiler yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde işletmenin sosyal medya araçlarının pazarlama unsuru olarak kullanım durumlarına yönelik sorular yer almaktadır. Son bölümde ise seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik tutum ve algılarını belirlemek için 27 ifade yer almaktadır. 27 yargı cümlesine katılım düzeyini belirlemek için ölçekte 5’li Likert derecelemesi kullanılmıştır. 5’li likert derecelendirmeleri şu şekilde belirtilmiştir; (1): Kesinlikle Katılmıyorum, (2): Katılmıyorum, (3): Orta Düzeyde Katılıyorum, (4): Katılıyorum, (5): Kesinlikle Katılıyorum.

Kesitsel araştırma yöntemine ek olarak acentaların sosyal medya pazarlamasına yönelik tutumlarıyla ilgili fikir vermesi açısından nitel araştırma yöntemlerinden olan tarama yöntemi kullanılmıştır. Anket çalışmasına katılan 30 tane seyahat acentasının sosyal medya pazarlaması için en çok kullandığı platformlarından biri olan “*Instagram*” hesapları içerik analizi ile incelenmiştir. İşletmelerin yapmış oldukları paylaşımlar incelenerek içeriklerle ilişkili temalar oluşturulmuştur. İçerik analizi kapsamında oluşturulan sınıflandırma da; işletme kimliği kapsamında, marka logosu ve sloganın yer alıp almadığı incelenmiştir. Marka farkındalığı kapsamında, “hashtag (#)” ve “mention (@)” kullanımı, işletmenin sahip olduğu diğer sosyal ağlarla bağlantısı gibi değişkenler incelenmiştir. Etkileşim kapsamında, tüketicilerin yapmış oldukları yorumlar, yapılan yorumların özellikleri ve işletmenin yorumlara cevap verme durumu

incelenmiştir. İçerik kapsamında, işletmenin sahip olduğu takipçi sayısı, gönderi sayısı, beğeni sayısı ve toplam yorum sayısı incelenmiştir. Satış özendirme kapsamında ise ürün promosyon durumu ve gönderilerde internet sitesi linkinin paylaşılıp paylaşılmadığı incelenmiştir.

Anket verilerinin normallik testi sonucunda Kolmogorov-Smirnov'a göre "*p*" değeri 0,2 ve Shapiro-Wilk'e göre ise "*p*" değeri 0,059 sonucuna ulaşılmıştır. Buna ek olarak basıklık değeri -0,466 iken çarpıklık değeri ise 3,089'tür. Elde edilen sonuçlara göre veriler normal dağılım göstermektedir ve verilerin analizi için bağımsız örneklem T-testi ve ANOVA testi kullanılmıştır.

Araştırmanın Bulguları

Acentaların kullanmış oldukları Instagram hesapları içerik analiz ile incelenmiştir. Instagram hesaplarının genel görünümü ile ilgili bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır. İçerik analizi ile birlikte işletmelerin paylaşım yaptığı tüm gönderiler 14.04.2020 ile 05.05.2020 tarihleri arasında incelenmiştir.

Tablo 1: Acentaların Instagram Hesaplarının Genel Görünümü

NO	GENEL GÖRÜNÜM							
	Gönderi Sayısı	Takipçi sayısı	Takip edilen kişi sayısı	Gönderilerin Toplam beğeni sayısı	Gönderilerin Toplam Yorum sayısı	Kurum web adresi	Logo	Slogan
A1	304	2688	44	48.908	1668	Var	Var	Var
A2	246	6332	2828	13.750	331	Var	Var	Yok
A3	641	19500	2524	133.234	5122	Var	Var	Var
A4	153	7136	2467	13.767	133	Var	Var	Yok
A5	67	761	3	4.688	108	Var	Var	Yok
A6	167	794	624	12.029	78	Var	Var	Yok
A7	3983	9508	22	1.136.283	2637	Var	Var	Yok
A8	26	947	619	2.056	55	Yok	Var	Yok
A9	24	64	243	438	14	Var	Yok	Yok
A10	25	5006	14	354	15	Yok	Var	Yok
A11	893	3062	1204	111.222	574	Var	Var	Var
A12	931	24100	748	355.370	6428	Var	Var	Yok
A13	58	690	34	2.444	37	Var	Var	Yok
A14	732	5426	5	73.182	749	Var	Var	Yok
A15	53	828	3	4.610	45	Yok	Var	Yok
A16	735	8191	7145	69.292	8325	Var	Var	Yok
A17	153	1024	2751	3.964	97	Var	Yok	Yok
A18	618	6497	7243	33.063	867	Var	Var	Yok
A19	16	137	1	152	0	Var	Var	Yok
A20	576	5889	55	83.346	1758	Var	Var	Yok
A21	35	5856	2	1.754	58	Var	Var	Var
A22	61	1832	1304	1.782	19	Var	Var	Yok

A23	362	1963	20	7.647	542	Var	Var	Var
A24	233	1765	434	5.518	94	Var	Var	Var
A25	432	1305	598	35.328	289	Var	Var	Yok
A26	717	16900	6474	277.263	9785	Var	Var	Yok
A27	365	12800	3905	61.173	607	Var	Var	Var
A28	182	11200	8	22.896	429	Yok	Var	Var
A29	167	1731	1434	5.878	128	Var	Var	Yok
A30	326	11300	6957	17.155	311	Var	Var	Yok
TOPLAM	13281	175232	49713	2538546	41303			

Yapılan analiz sonucunda 3983 gönderi ile A7 işletmesi, paylaşım yapan acentalar arasında ilk sırada yer alırken bunu A12 işletmesi 931 gönderi ile ve A11 işletmesi 893 gönderi ile takip etmektedir. İşletmelerin takipçi sayıları analiz edildiğinde ilk sırada 24100 takipçi ile A12 işletmesi gelmektedir. Tüketiciler tarafından gönderilere yapılmış olan yorumlar dikkate alındığında en çok yoruma sahip olan işletme 1.136.283 yorum ile birlikte A7 işletmesidir. İşletmelerin çoğunluğu “Instagram” hesaplarında ürün ya da hizmetleri ile ilgili bilgilendirmelerin daha detaylı olduğu web sitelerinin adreslerini bulundurmaktadır. Ancak A8, A10, A15, A28 işletmeleri kurumsal web sitelerini “Instagram” hesaplarında paylaşmamışlardır. Kurumsal kimliği ifade eden logo ise işletmelerin çoğunluğu tarafından kullanılırken; A9 ve A17 işletmeleri tarafından logo kullanılmamaktadır. Tüketicilerde işletmeler ile ilgili çağrışım yapacak olan slogan ise 8 işletme tarafından kullanılırken diğer işletmelerin herhangi bir sloganı “Instagram” hesaplarında yer almamaktadır.

Tablo 2: İşletmelerin Instagramdaki Gönderi İçerikleri, Gönderi Türü ve Gönderi Yükleme Sıklığı

GÖNDERİ İÇERİKLERİ	Frekans	Yüzde
Ürün	7175	54,82
Promosyon	115	0,88
Reklam	1423	10,87
Sosyal Sorumluluk	34	0,26
Özel Gün	344	2,63
Çalışma Alanı	250	1,91
Tüketici Tarafından Oluşan İçerik	3748	28,63
TOPLAM	13089	100
GÖNDERİ TÜRÜ	Frekans	Yüzde
Fotoğraf	10823	91,59
Video	994	8,41
TOPLAM	11817	100
GÖNDERİ YÜKLEME SIKLIĞI	Frekans	Yüzde
Hafta içi	8841	66,55
Hafta sonu	4443	33,45
TOPLAM	13284	100

Tablo 2’de işletmelerin “Instagramda” paylaşım yaptıkları gönderi içerikleri yer almaktadır. İşletmelerin yapmış olduğu gönderilerin %54.82’sini ürünler oluştururken;

%28,63'ünü ise tüketici tarafından oluşan içerikler oluşturmaktadır. İşletmelerin paylaştıkları gönderilerin çoğunluğunu ürünler oluşturmakta, bunun yanında işletmelerin “Instagram” hesaplarını tüketiciye karşı ürünlerin tanıtılmasında kullandıkları sonucuna ulaşılmaktadır. İşletmelerin yapmış oldukları gönderi türü incelendiğinde %91,59 kısmı fotoğraf paylaşımı yaparken; %8,41'i ise video paylaşımı yapmaktadır. Buna ek olarak, işletmelerin yapmış oldukları paylaşımların %66,55'i hafta içi yapılmışken; %33,45'i ise hafta sonu yapılmıştır.

İşletmelerin yapmış olduğu paylaşımları ön plana çıkarmada kolaylık sağlayan “hashtag”, marka farkındalığının oluşturulmasında kullanılmaktadır. Yapılan çalışmada tüm işletmelerin yapmış oldukları paylaşımlarda hem ürünle ilgili hem de işletme adında “hashtag” kullandığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna ilişkin veriler Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: İşletmelerin Hashtag Kullanımı, Marka Promosyon Durumu, Ürün Tanıtımı, Web Sitesine Bağlanma ve Yapılan Yorumlara Cevap Verme

HASHTAG KULLANIMI	Frekans		Yüzde	
Hashtag kullanım	30		38,46	
Hashtag Marka İsmi	30		38,46	
Mention Kullanımı (@)	18		23,08	
TOPLAM	78		100	
MARKA PROMOSYON DURUMU	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
	13	43,33	17	56,67
TOPLAM	30		100	
ÜRÜN TANITIMI	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
	23	76,67	7	23,33
TOPLAM	30		100	
WEB ADRESİ BAĞLANTISI	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
	11	36,67	19	63,33
TOPLAM	30		100	
YAPILAN YORUMLARA CEVAP VERME	Evet		Hayır	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
	16	53,33	14	46,67
TOPLAM	30		100	

Tablo 3'e göre tüm işletmelerin kendi adlarını da “hashtag” ile kullanması, marka farkındalığı oluşturulmasında önemli bir etmen olarak görülmektedir. İşletmelerin 18 tanesi “mention” kullanırken; 12 tane işletme “mention” kullanmamaktadır. İşletmelerin %56,67'si ürünleri ile ilgili promosyon yaparken; %43,33'ü ise ürünleri ile ilgili promosyon uygulamamaktadır. İşletmelerin %76,67'si ürünlerinin tanıtımı için “Instagramı” kullanırken; %23,33'ü ise ürün tanıtımı yapmamaktadır. İşletmelerin paylaştıkları gönderilerde %63,33'ünde “web sitesine” bağlantı verilmezken; %36,67'si ise paylaşımlarında “web adresi” bağlantısı

kullanmaktadır. Tüketiciler tarafından yapılmış olan yorumlara; işletmelerin %53,33'ü cevap verirken, %46,67'si ise cevap vermemektedir.

Tablo 4'te tüketicilerin işletmeler tarafından paylaşılan gönderilere yapmış oldukları yorumların özellikleri incelenmiştir. Yapılan yorumların %46,65'i farklı tüketicilerin etiketlenmesini oluştururken; %31,36'sı "emoji" oluşturmaktadır. Yapılan yorumlara işletme tarafından verilen cevaplar incelendiğinde ise %62,57'sini açıklama oluştururken; %23,06'sını ise "emoji" oluşturmaktadır.

Tablo 4: Yapılan Yorumların ve Yoruma Verilen Cevabın Özellikleri

YAPILAN YORUMLARIN ÖZELLİKLERİ	Frekans	Yüzde
İstek	168	0,41
Şikayet	414	1
Eleştiri	124	0,3
Soru	1506	3,65
Cevap	1253	3,03
Emoji	12953	31,36
Beğeni belirtme	5620	13,61
Etiketleme	19267	46,65
Toplam	41303	100
YORUMLARA VERİLEN CEVABIN ÖZELLİKLERİ	Frekans	Yüzde
Açıklama	784	62,57
Müşteri temsilcilerine yönlendirme	180	14,37
Emoji bırakma	289	23,06
Toplam	1253	100

Tablo 5'te işletmeler tarafından paylaşım yapılmış olan gönderilerin altına yazılan metin özellikleri incelenmiştir. Gönderilerin metin özelliklerinin %33,2'si söyleşi iken; %26,09'u ürün ile ilgili açıklama ve % 22,01'i ise ürünle ilgili "hashtag" kullanımı oluşturmaktadır.

Tablo 5: Fotoğrafın Altında Kullanılan Metnin Özellikleri

FOTOĞRAFIN ALTINDA KULLANILAN METNİN ÖZELLİKLERİ		
	Frekans	Yüzde
Açıklama	2716	26,09
Tavsiye	351	3,37
Söyleşi	3456	33,2
Soru cevap	22	0,21
Yönlendirme	213	2,05
Tanıtım	638	6,13
Hashtag kullanımı	2291	22,01
Bilgilendirme	723	6,95
TOPLAM	10410	100

Rize ili seyahat acentalarında çalışan personellerin sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumlarının belirlenmesinde yapılan nicel araştırma sonuçları aşağıdaki şekildedir. Aşağıda Tablo 6'da seyahat acentaları ve çalışanlarına ilişkin demografik verilere yer

verilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların %73,3'ünü erkekler ve %80'ini 21-40 yaş arasında olan katılımcılar oluşturmaktadır. Katılımcıların %33,3'ü lise, %30'u ise lisans eğitim düzeyine sahiptirler. Katılımcıların %53,3'ü işletme sahibidir. İşletmelerin %50'si 1-3 yıl arasında, %30'u ise 4-9 yıl arasında faaliyet göstermektedir. Çalışmaya katılan acentalar sektördeki diğer acentalarla kendilerini kıyasladığında %40'ı kendi acentasını küçük olarak görmektedir. Acentalar rakiplerinin %53,3'ünün yurtiçinden, misafirlerinin ise %53,3'ünün hem yurtiçinden hem de yurtdışından olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 6: Seyahat Acentaları ve Çalışanına İlişkin Demografik Bilgiler

Değişken Grupları	(f)	%	Değişken Grupları	(f)	%
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	8	26,7	21-40	24	80
Erkek	22	73,3	41-55	6	20
Eğitim			İşletmede ki Görev		
Lise	10	33,3	İşletme sahibi	16	53,3
Önlisans	5	16,7	Genel Müdür	3	10
Lisans	9	30	Hem işletme Sahibi hem de Genel Müdür	6	20
Lisansüstü	6	20	Operasyon Müdürü		
			Rezervasyon Sorumlusu	3	10
				2	6,7
İşletme Faaliyet Süresi			Diğer Acentalara Göre Büyüklük		
1 yıldan az	3	10	Kıyaslaması		
1-3 yıl	15	50	Küçük	12	40
4-9 yıl	9	30	Orta	17	56,7
10 yıl ve üzeri	3	10	Büyük	1	3,3
Rakiplerin Bulunduğu Pazar			Müşterilerin Bulunduğu Pazar		
Yurtiçi	16	53,3	Yurtiçi	12	40
Yurtdışı	3	10	Yurtdışı	2	6,7
Her İkisi de	11	36,7	Her İkisi de	16	53,3

Çalışmaya katılan acentaların tümünün sosyal medya hesabı bulunmaktadır. Çalışmaya katılan acentaların %90'ı sosyal medya pazarlaması kullanırken %10'u ise sosyal medya pazarlaması kullanmamaktadır. Sosyal medya pazarlamasını kullanmama sebepleri arasında ise sosyal medya aracılığı ile müşterilere ulaşılabileceğinin düşünülmemesi ve pazarlama için sosyal medyanın güvenilir bulunmadığı yer almaktadır. Seyahat acentalarının %43,3'ü 1-2 yıl arasında sosyal medya hesabı kullanmakta iken, acentaların %40'ı haftalık 1-5 saatini sosyal medya pazarlamasına harcamaktadırlar.

Sosyal medya pazarlaması kullanan acentaların %66,7'si sosyal medya pazarlaması ile ilgili herhangi bir eğitim almamışlardır. İşletmelerin kullandığı sosyal medya hesap güncellemelerinin %50'sini işyeri personeli yapmaktadır. Acentaların %46,7'si, sosyal medya pazarlamasının işletmeye sağladığı en önemli faydanın, şirketin tanınmasına katkı sağladığı şeklinde belirtmiş; sosyal medya platformlarını kullanma nedenleri arasında ise %40'ı farklı

içerikler paylaşarak müşterinin dikkatini çekmek olduğunu belirtmişlerdir. İşletmelerin %20,6'sı pazarlama aracı olarak sosyal medya araçlarını, %17,6'sı websitesini, %15,3'ü basılı tanıtım materyalini kullanmakta iken; sosyal medya pazarlaması için %31'i "Facebook", %31'i "Instagram" platformunu kullanmaktadırlar.

Seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik durumları aşağıda Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Seyahat Acentalarının Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Durumları

Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Durumlar	(f)	%	Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Durumlar	(f)	%
Sosyal Medya Hesabımız Var mı?			Sosyal Medya Pazarlaması Yapıyor musunuz?		
Evet	30	100	Evet	27	90
Hayır	0	0	Hayır	3	10
İşletmede Kullanılan Sosyal Medya Araçları			Sosyal Medya Pazarlaması İçin Ayrılan Haftalık Süre		
Facebook	27	31	1 saatten az	4	13,3
Youtube	15	17,2	1-5 saat	12	40
Instagram	27	31	6-10 saat	5	16,7
Blog	5	5,7	11 saatten fazla	6	20
Twitter	9	10,3			
Foursquare	4	4,6			
Sosyal Medya Kullanma Süresi			Sosyal Medya Pazarlaması Eğitim Durumu		
1 yıldan az	2	6,7	Evet	7	23,3
1-2 yıl	13	43,3	Hayır	20	66,7
3-5 yıl	6	20			
5 yıldan daha fazla	6	20			
Sosyal Medya Güncellemelerini Yapan Kişi			Sosyal Medya Pazarlamasının Sağladığı Fayda		
İşyeri sahibi	10	33,3	Şirketin tanınmasını sağlamak	14	46,7
İşyeri personeli	15	50	Şirkete ait web sitesin yoğunluğunu artırmak	1	3,3
Dışarıdan uzmanlar tarafından	2	6,7	Şirkete ait sadık müşteriler kazanmak	2	6,7
			Satışları artırmak	10	33,3
Sosyal Medyayı Kullanma Amacı			İşletmede kullanılan Pazarlama Araçları		
Şirket ile ilgili ana bilgileri paylaşmak	1	3,3	TV ve radyo	3	2,3
Şirket ile ilgili video veya fotoğraf paylaşmak	10	33,3	Basılı tanıtım Materyali	20	15,3
Müşteri ile iletişim kurmak			Gazete ve dergi	18	13,7
Farklı içerikler paylaşarak müşterinin dikkatini çekmek	4	13,3	Fuar ve Sergiler	8	6,1
	12	40	Websitesi	23	17,6
			Billboardlar	9	6,9
			E-posta	6	4,6
			Sosyal Medya araçları	27	20,6
			Diğer müşteriler aracılığıyla	17	13

Aşağıda Tablo 8'e göre; katılımcılar tarafından "Sosyal medya kullanımı oldukça esnek ve rahattır." (x=4,48), "Sosyal medya sayesinde müşterilere kolaylıkla erişim sağlanmaktadır." (x=4,51), "Sosyal medya sayesinde müşteriler ile etkileşim artışı sağlanmaktadır." (x=4,48),

“Sosyal medya sayesinde müşterilere birden fazla seyahat hizmetleri sunulmaktadır.” (x=4,51) yargılarıyla sosyal medya pazarlamasına yönelik olumlu tutum sergilenmektedir. “Sosyal medya potansiyel müşterilerin şirkete karşı yabancılaşmasına neden olmaktadır.” (x=1,81), “Sosyal medyada şirketin ürünlerini etkin şekilde pazarlamak oldukça zordur.” (x=2,03), “Sosyal medyada müşterilerin ve satışların kayıtlarını güncel tutmak oldukça zordur.” (x=2,03), “Sosyal medya da ürünleri etkili şekilde pazarlamak zordur.” (x=2,07) gibi sosyal medya pazarlamasına yönelik olumsuz yargıları ise katılımcılar onaylamamaktadır.

Tablo 8: İşletmelerin Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Tutumları

Yargılar	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Orta Düzeyde Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	x	s.s
Sosyal medya kullanımı oldukça esnek ve rahattır.	3,3	0	3,3	29,6	63,0	4,48	0,89
Sosyal medya sayesinde müşterilere kolaylıkla erişim sağlanmaktadır.	3,3	0	3,7	25,9	66,7	4,51	0,89
Sosyal medya sayesinde pazarlama maliyetleri azaltmaktadır.	3,7	11,1	3,7	40,7	40,7	4,03	1,12
Sosyal medya sayesinde müşteriler ile etkileşim artışı sağlanmaktadır.	3,7	0	3,7	29,6	63,0	4,48	0,89
Sosyal medya sayesinde müşteri portföyünü hedeflemek ve tanımlamak daha kolaydır.	3,3	0	6,7	36,7	43,3	4,29	0,91
Sosyal medyada iletişim esnasında insan teması ve güven eksikliği hissedilmektedir.	13,3	20,0	16,7	26,7	13,3	3,07	1,32
Sosyal medya sayesinde ürünler küreselleşmektedir ve yeni pazarlar oluşturmaktadır.	6,7	0	13,3	33,3	36,7	4,03	1,12
Sosyal medyada yüz yüze satış esnasında sunulan fırsatların eksikliği hissedilmektedir.	10,0	13,3	26,7	26,7	13,3	3,22	1,21
Sosyal medya da güvenlik sorunları yer almaktadır.	20,0	6,7	23,3	26,7	13,3	3,07	1,38
Sosyal medyada kişiye özel ürünler yerine standart ürünler satılmaktadır.	33,3	20	20	10	6,7	2,29	1,29
Sosyal medya potansiyel müşterilerin şirkete karşı yabancılaşmasına neden olmaktadır.	50	23,3	3,3	10,0	3,3	1,81	1,17
Sosyal medyada şirketin ürünlerini etkin şekilde pazarlamak oldukça zordur.	46,7	16,7	10	10	6,7	2,03	1,34
Sosyal medyada müşterilerin ve satışların kayıtlarını güncel tutmak oldukça zordur.	40	23,3	13,3	10	3,3	2,03	1,19
Sosyal medya sayesinde seyahat ürünleri kolaylıkla	3,3	0	14,8	33,3	48,1	4,22	0,97

Yargılar	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Orta Düzeyde Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	x	s.s
pazarlanabilmektedir.							
Sosyal medya sayesinde müşterilere birden fazla seyahat hizmetleri sunulmaktadır.	3,3	0	3,3	23,3	60	4,51	0,89
Sosyal medya sayesinde rakip firmalar kolaylıkla takip edilir ve değişikliklere uyum sağlanır.	3,3	0	3,3	33,3	50	4,40	0,88
Sosyal medya sayesinde gelecek zamanda pazarlama için kullanılacak olan müşteri bilgileri elde edilmektedir.	3,3	3,3	3,3	50	30	4,11	0,93
Sosyal medya uluslararası pazarlama ve satış kolaylığı sağlamaktadır.	3,3	0	3,3	50	33,3	4,25	0,97
Sosyal medya işletmede işgücü maliyetini azaltmaktadır.	3,3	13,3	10	23,3	40	3,92	1,23
Sosyal medya sayesinde ürünlerin ve şirketin tanıtımı kolaylıkla yapılmaktadır.	3,3	0	3,3	36,7	46,7	4,37	0,88
Sosyal medya satış sürecini ve hizmet sunumunu standartlaştırmaktadır.	6,7	20	23,3	23,3	16,7	3,25	1,22
Sosyal medya da ürünleri etkili şekilde pazarlamak zordur.	36,7	30	10	6,7	6,7	2,07	1,23
Tedarikçiler ve tüketiciler e-ticaret için yetersizdirler.	23,3	26,7	16,7	20	3,3	2,48	1,22
Şirkette sosyal medya için teknik uzmanlık eksikliği mevcuttur.	23,3	6,7	10	33,3	16,7	3,14	1,51
Sosyal medya kullanımının başlangıcında yüksek maliyetler gereklidir.	26,7	40	3,3	13,3	6,7	2,25	1,25
Sosyal medya kullanımı stratejileri ile ilgili işletmelere tavsiye eksikliği yer almaktadır.	10	13,3	16,7	30	20	3,40	1,30
Sosyal medya önümüzde ki 5-7 yıl içerisinde turizm sektörünün iş yapma şeklini değiştirecektir.	3,3	3,3	16,7	33,3	33,3	4,0	1,03

Çalışma kapsamında geliştirilen araştırma alt soruları T-testi ve ANOVA analiz yöntemleri ile test edilmiştir. Araştırma kapsamında geliştirilen ilk araştırma alt sorusu olan “1: *Seyahat acentalarında çalışan personellerin demografik özellikleri ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?*” sorusu T-testi analizine tabi tutulmuştur. Analiz sonucuna göre $p > 0.05$ olduğu için araştırmanın ilk araştırma alt sorusuna ait herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırma kapsamında incelenen ikinci araştırma alt sorusu olan “2: *İşletmenin sosyal medya eğitimi alma durumu ile sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir farklılık var*

mıdır?” sorusu yine T-testi yardımı ile analiz edilmiştir. T-testine ilişkin analiz sonuçları aşağıda Tablo 9’da yer almaktadır.

Tablo 9’da yer alan analiz sonucuna göre $p < 0.05$ olduğundan dolayı ikinci araştırma alt sorusuna ilişkin istatistiksel anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Dolayısıyla sosyal medya kullanımının esnek ve rahat olması için eğitim alan katılımcılar ile herhangi bir eğitim almayan katılımcı arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Tablo 9: İşletmelerin Sosyal Medya Pazarlama Eğitimi Alma Durumuna Göre Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Tutumlarının T-testi Sonuçları

Yargılar	Eğitim Alma Durumu	n	x	s.s.	t	p
Sosyal medya kullanımı oldukça esnek ve rahattır.	Evet	7	5	,00	3,19	0,05*
	Hayır	20	4,3	,97		
Sosyal medya sayesinde müşterilere kolaylıkla erişim sağlanmaktadır.	Evet	7	4,71	,48	,66	,511
	Hayır	20	4,45	,99		
Sosyal medya sayesinde pazarlama maliyetleri azaltmaktadır.	Evet	7	4,42	,78	1,07	,294
	Hayır	20	3,9	1,20		
Sosyal medya sayesinde müşteriler ile etkileşim artışı sağlanmaktadır.	Evet	7	4,71	,48	,796	,434
	Hayır	20	4,4	,99		
Sosyal medya sayesinde müşteri portföyünü hedeflemek ve tanımlamak daha kolaydır.	Evet	7	4,71	,48	1,43	,16
	Hayır	20	4,15	,98		
Sosyal medyada iletişim esnasında insan teması ve güven eksikliği hissedilmektedir.	Evet	7	3,42	1,61	,815	,423
	Hayır	20	2,95	1,23		
Sosyal medya sayesinde ürünler küreselleşmektedir ve yeni pazarlar oluşturmaktadır.	Evet	7	4,71	,48	1,94	,063
	Hayır	20	3,8	1,16		
Sosyal medyada yüz yüze satış esnasında sunulan fırsatların eksikliği hissedilmektedir.	Evet	7	3,57	1,39	,876	,389
	Hayır	20	3,1	1,16		
Sosyal medya da güvenlik sorunları yer almaktadır.	Evet	7	3,14	1,67	,15	,882
	Hayır	20	3,05	1,31		
Sosyal medyada kişiye özel ürünler yerine standart ürünler satılmaktadır.	Evet	7	2,71	1,88	,751	,476
	Hayır	20	2,15	1,03		
Sosyal medya potansiyel müşterilerin şirkete karşı yabancılaşmasına neden olmaktadır.	Evet	7	2,28	1,6	1,24	,226
	Hayır	20	1,65	,98		
Sosyal medyada şirketin ürünlerini etkin şekilde pazarlamak oldukça zordur.	Evet	7	2,42	1,81	,892	,381
	Hayır	20	1,9	1,16		
Sosyal medyada müşterilerin ve satışların kayıtlarını güncel tutmak oldukça zordur.	Evet	7	2,42	1,61	1,01	,322
	Hayır	20	1,9	1,02		
Sosyal medya sayesinde seyahat ürünleri kolaylıkla pazarlanabilmektedir.	Evet	7	5	,00	4,7	,00*
	Hayır	20	3,95	,99		
Sosyal medya sayesinde müşterilere birden fazla seyahat hizmetleri sunulmaktadır.	Evet	7	5	,00	1,71	,098
	Hayır	20	4,35	,98		

Yargılar	Eğitim Alma Durumu	n	x	s.s.	t	p
Sosyal medya sayesinde rakip firmalar kolaylıkla takip edilir ve değişikliklere uyum sağlanır.	Evet Hayır	7 20	4,85 4,25	,377 ,966	1,6	,122
Sosyal medya sayesinde gelecek zamanda pazarlama için kullanılacak olan müşteri bilgileri elde edilmektedir.	Evet Hayır	7 20	4,42 4	,53 1,02	1,04	,305
Sosyal medya uluslararası pazarlama ve satış kolaylığı sağlamaktadır.	Evet Hayır	7 20	4,57 4,15	,53 ,74	1,37	,183
Sosyal medya işletmede işgücü maliyetini azaltmaktadır.	Evet Hayır	7 20	3,42 4,1	1,71 1,02	-,97	,36
Sosyal medya sayesinde ürünlerin ve şirketin tanıtımı kolaylıkla yapılmaktadır.	Evet Hayır	7 20	4,57 4,15	,53 ,97	,693	,495
Sosyal medya satış sürecini ve hizmet sunumunu standartlaştırmaktadır.	Evet Hayır	7 20	3 3,35	1,41 1,18	-,64	,527
Sosyal medya da ürünleri etkili şekilde pazarlamak zordur.	Evet Hayır	7 20	2,57 1,9	1,81 ,96	,934	,38
Tedarikçiler ve tüketiciler e-ticaret için yetersizdirler.	Evet Hayır	7 20	2,57 2,45	1,51 1,14	,194	,851
Şirkette sosyal medya için teknik uzmanlık eksikliğimiz mevcuttur.	Evet Hayır	7 20	3 3,2	1,91 1,39	-,29	,77
Sosyal medya kullanımının başlangıcında yüksek maliyetler gereklidir.	Evet Hayır	7 20	2,42 2,2	1,61 1,15	,344	,739
Sosyal medya kullanımı stratejileri ile ilgili işletmelere tavsiye eksikliği yer almaktadır.	Evet Hayır	7 20	3,28 3,45	1,79 1,14	-,28	,781
Sosyal medya önümüzde ki 5-7 yıl içerisinde turizm sektörünün iş yapma şeklini değiştirecektir.	Evet Hayır	7 20	3,71 4,1	,75 1,11	-,84	,408

* Veriler %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Yukarıda Tablo 9'a göre; eğitim alan kullanıcının (x=5) eğitim almayan kullanıcıya göre (x=4,3) sosyal medya kullanımı oldukça esnek ve kolaydır. Sosyal medya sayesinde ürünlerin pazarlanmasının kolay olma durumunda, eğitim alan katılımcı ile almayan katılımcı arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır. Eğitim alan katılımcılar (x=5) eğitim almayan katılımcılara (x=3,95) göre sosyal medya sayesinde ürünlerin oldukça kolay pazarlanabildiğini belirtmektedirler.

Araştırma kapsamında incelen bir diğer araştırma alt sorusu "3: İşletmenin sosyal medya araçlarında pazarlama odaklı harcadıkları süre ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?" sorusu ANOVA testi ile ölçülmüştür. Analiz sonuçları Tablo 10'da yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre $p < 0.05$ olduğundan istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa rastlanmaktadır.

Tablo 10. İşletmelerin Sosyal Medyada Harcadıkları Sürelere Göre Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Tutumlarının T-testi Sonuçları

Yargılar	Harcanan Süre	n	x	s.s.	F	p
Sosyal medya kullanımı oldukça esnek ve rahattır.	1 Saatten az	4	4,75	0,50	1,52	0,23
	1-5 Saat	12	4,08	1,16		
	6-10 Saat	5	4,80	0,44		
	11 Saatten Fazla	6	4,83	0,40		
Sosyal medya sayesinde müşterilere kolaylıkla erişim sağlanmaktadır.	1 Saatten az	4	4,5	1,00	0,89	0,46
	1-5 Saat	12	4,25	1,13		
	6-10 Saat	5	5,00	0,00		
	11 Saatten Fazla	6	4,66	0,51		
Sosyal medya sayesinde pazarlama maliyetleri azaltılmaktadır.	1 Saatten az	4	4,00	1,41	0,03	0,99
	1-5 Saat	12	4,00	1,04		
	6-10 Saat	5	4,20	1,78		
	11 Saatten Fazla	6	4,00	0,63		
Sosyal medya sayesinde müşteriler ile etkileşim artışı sağlanmaktadır.	1 Saatten az	4	4,5	0,57	1,16	0,34
	1-5 Saat	12	4,16	1,19		
	6-10 Saat	5	5,00	0,00		
	11 Saatten Fazla	6	4,66	0,51		
Sosyal medya sayesinde müşteri portföyünü hedeflemek ve tanımlamak daha kolaydır.	1 Saatten az	4	4,5	0,57	0,44	0,72
	1-5 Saat	12	4,08	1,16		
	6-10 Saat	5	4,60	0,54		
	11 Saatten Fazla	6	4,33	0,81		
Sosyal medyada iletişim esnasında insan teması ve güven eksikliği hissedilmektedir.	1 Saatten az	4	4,00	1,41	0,76	0,52*
	1-5 Saat	12	2,91	1,31		
	6-10 Saat	5	2,80	1,64		
	11 Saatten Fazla	6	3,0	1,09		
Sosyal medya sayesinde ürünler küreselleşmektedir ve yeni pazarlar oluşturmaktadır.	1 Saatten az	4	4,50	0,57	0,51	0,67
	1-5 Saat	12	3,75	1,13		
	6-10 Saat	5	4,20	1,78		
	11 Saatten Fazla	6	4,19	0,75		
Sosyal medyada yüz yüze satış esnasında sunulan fırsatların eksikliği hissedilmektedir.	1 Saatten az	4	4,5	1,00	2,42	0,92
	1-5 Saat	12	2,75	1,28		
	6-10 Saat	5	3,2	0,83		
	11 Saatten Fazla	6	3,33	1,03		
Sosyal medya da güvenlik sorunları yer almaktadır.	1 Saatten az	4	4,75	0,50	2,76	0,52
	1-5 Saat	12	2,75	1,35		
	6-10 Saat	5	2,80	1,30		

Yargılar	Harcanan Süre	n	x	s.s.	F	p
	11 Saatten Fazla	6	2,83	1,32		
Sosyal medyada kişiye özel ürünler yerine standart ürünler satılmaktadır.	1 Saatten az	4	3,00	1,41	0,55	0,64
	1-5 Saat	12	2,33	1,15		
	6-10 Saat	5	2,00	1,41		
	11 Saatten Fazla	6	2,00	1,54		
Sosyal medya potansiyel müşterilerin şirkete karşı yabancılaşmasına neden olmaktadır.	1 Saatten az	4	1,75	1,5	0,36	0,78
	1-5 Saat	12	1,83	1,11		
	6-10 Saat	5	1,4	0,54		
	11 Saatten Fazla	6	2,16	1,60		
Sosyal medyada şirketin ürünlerini etkin şekilde pazarlamak oldukça zordur.	1 Saatten az	4	2,00	2,00	0,79	0,50
	1-5 Saat	12	2,00	1,20		
	6-10 Saat	5	1,40	0,54		
	11 Saatten Fazla	6	2,66	1,63		
Sosyal medyada müşterilerin ve satışların kayıtlarını güncel tutmak oldukça zordur.	1 Saatten az	4	2,25	1,50	0,10	0,95
	1-5 Saat	12	1,91	1,08		
	6-10 Saat	5	2,20	1,09		
	11 Saatten Fazla	6	2,0	1,54		
Sosyal medya sayesinde seyahat ürünleri kolaylıkla pazarlanabilmektedir.	1 Saatten az	4	3,75	0,95	1,31	0,29
	1-5 Saat	12	4,00	1,12		
	6-10 Saat	5	4,80	0,44		
	11 Saatten Fazla	6	4,50	0,83		
Sosyal medya sayesinde müşterilere birden fazla seyahat hizmetleri sunulmaktadır.	1 Saatten az	4	4,25	0,50	1,25	0,31
	1-5 Saat	12	4,25	1,21		
	6-10 Saat	5	5,00	0,00		
	11 Saatten Fazla	6	4,83	0,40		
Sosyal medya sayesinde rakip firmalar kolaylıkla takip edilir ve değişikliklere uyum sağlanır.	1 Saatten az	4	4,75	0,50	0,63	0,60
	1-5 Saat	12	4,16	1,19		
	6-10 Saat	5	4,40	0,54		
	11 Saatten Fazla	6	4,66	0,51		
Sosyal medya sayesinde gelecek zamanda pazarlama için kullanılacak olan müşteri bilgileri elde edilmektedir.	1 Saatten az	4	4,00	0,00	0,14	0,93
	1-5 Saat	12	4,08	1,16		
	6-10 Saat	5	4,00	1,22		
	11 Saatten Fazla	6	4,33	0,51		
Sosyal medya uluslararası pazarlama ve satış kolaylığı sağlamaktadır.	1 Saatten az	4	4,25	0,50	0,13	0,93
	1-5 Saat	12	4,16	0,93		
	6-10 Saat	5	4,40	0,54		
	11 Saatten Fazla	6	4,33	0,51		

Yargılar	Harcanan Süre	n	x	s.s.	F	p
Sosyal medya işletmede işgücü maliyetini azaltmaktadır.	1 Saatten az	4	3,50	1,00	1,73	0,18
	1-5 Saat	12	3,66	1,30		
	6-10 Saat	5	5,00	0,00		
	11 Saatten Fazla	6	3,83	1,47		
Sosyal medya sayesinde ürünlerin ve şirketin tanıtımı kolaylıkla yapılmaktadır.	1 Saatten az	4	4,25	0,50	0,64	0,59
	1-5 Saat	12	4,16	1,19		
	6-10 Saat	5	4,80	0,44		
	11 Saatten Fazla	6	4,5	0,54		
Sosyal medya satış sürecini ve hizmet sunumunu standartlaştırmaktadır.	1 Saatten az	4	3,50	0,57	0,53	0,66
	1-5 Saat	12	3,00	1,27		
	6-10 Saat	5	3,80	1,64		
	11 Saatten Fazla	6	3,16	1,16		
Sosyal medya da ürünleri etkili şekilde pazarlamak zordur.	1 Saatten az	4	2,25	1,89	0,19	0,90
	1-5 Saat	12	2,00	1,12		
	6-10 Saat	5	1,80	0,83		
	11 Saatten Fazla	6	2,33	1,50		
Tedarikçiler ve tüketiciler e-ticaret için yetersizdirler.	1 Saatten az	4	3,00	1,41	0,70	0,56
	1-5 Saat	12	2,66	1,15		
	6-10 Saat	5	2,00	0,70		
	11 Saatten Fazla	6	2,16	1,60		
Şirkette sosyal medya için teknik uzmanlık eksikliğimiz mevcuttur.	1 Saatten az	4	4,00	0,00	1,53	0,23
	1-5 Saat	12	3,33	1,49		
	6-10 Saat	5	2,00	1,41		
	11 Saatten Fazla	6	3,16	1,83		
Sosyal medya kullanımının başlangıcında yüksek maliyetler gereklidir.	1 Saatten az	4	2,5	1,00	0,56	0,64
	1-5 Saat	12	2,33	1,30		
	6-10 Saat	5	1,60	0,89		
	11 Saatten Fazla	6	2,5	1,64		
Sosyal medya kullanımı stratejileri ile ilgili işletmelere tavsiye eksikliği yer almaktadır.	1 Saatten az	4	3,50	1,29	1,82	0,17
	1-5 Saat	12	3,91	0,90		
	6-10 Saat	5	2,40	1,14		
	11 Saatten Fazla	6	3,16	1,83		
Sosyal medya önümüzde ki 5-7 yıl içerisinde turizm sektörünün iş yapma şeklini değiştirecektir.	1 Saatten az	4	4,25	0,95	0,21	0,88
	1-5 Saat	12	3,83	1,11		
	6-10 Saat	5	4,00	1,41		
	11 Saatten Fazla	6	4,16	0,75		

* Veriler %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 10’da yer alan analiz sonuçlarına göre sosyal medyanın güvenlik sorunu oluşturduğu düşüncesi sosyal medya pazarlaması için 1 saatten az harcanan süren ile daha fazla harcanan süre arasında anlamlı bir fark vardır. Sosyal medya pazarlaması için 1 saatten daha az harcayan işletmeler ($p=0,52$) daha fazla harcayan işletmelere göre sosyal medyanın güvenlik sorunu oluşturduğunu belirtmektedir.

Araştırma kapsamında geliştirilen dördüncü araştırma alt sorusu olan “4: İşletmenin sosyal medya kullanım süresi ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı farklılık var mıdır?” sorusu ANOVA testi ile incelenmiştir. Analiz sonucuna göre $p >0.05$ olduğundan dolayı herhangi bir anlamlı farklılığa rastlanmamıştır.

Araştırma kapsamında incelen son araştırma alt sorusu olan “5: Seyahat acentalarında çalışan personellerin işyerindeki görevi ile sosyal medya pazarlamasına ilişkin tutumları arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?” sorusu ANOVA testi ile analiz edilmiştir. Analize yönelik sonuçlar Tablo 11’de verilmiştir. Analiz sonucunda $p<0.05$ olduğundan istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya çıkmaktadır.

Tablo 11: İşletme Çalışanlarının İşletmedeki Görevlerine Göre Sosyal Medya Pazarlamasına Yönelik Tutumlarının T-testi sonuçları

Yargılar	İşletmedeki Görev	n	x	s.s.	F	p
Sosyal medya kullanımı oldukça esnek ve rahattır.	İşletme Sahibi	15	4,33	1,11	0,40	0,80
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,50	0,54		
	Operasyon Müdürü	2	5,0	0,0		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	5,0	0,0		
Sosyal medya sayesinde müşterilere kolaylıkla erişim sağlanmaktadır.	İşletme Sahibi	15	4,46	1,12	0,33	0,85
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,66	0,51		
	Operasyon Müdürü	2	5,0	0,0		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	5,0	0,0		
Sosyal medya sayesinde pazarlama maliyetleri azaltmaktadır.	İşletme Sahibi	15	3,86	1,40	0,24	0,91
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,16	0,75		
	Operasyon Müdürü	2	4,50	0,70		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,00	0,00		
Sosyal medya sayesinde müşteriler ile etkileşim artışı sağlanmaktadır.	İşletme Sahibi	15	4,40	1,12	0,37	0,82
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,66	0,51		
	Operasyon Müdürü	2	5,0	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,0	0,00		
Sosyal medya sayesinde müşteri	İşletme Sahibi	15	4,20	1,08	0,47	0,75

Yargılar	İşletmedeki Görev	n	x	s.s.	F	p
portföyünü hedeflemek ve tanımlamak daha kolaydır.	Genel Müdür	2	4,0	1,41		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,50	0,54		
	Operasyon Müdürü	2	5,0	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,0	0,00		
Sosyal medyada iletişim esnasında insan teması ve güven eksikliği hissedilmektedir.	İşletme Sahibi	15	2,80	1,47		
	Genel Müdür	2	3,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	3,83	0,98	0,76	0,55
	Operasyon Müdürü	2	2,50	2,12		
Sosyal medya sayesinde ürünler küreselleşmektedir ve yeni pazarlar oluşturmaktadır.	Rezervasyon Sorumlusu	2	3,00	0,00		
	İşletme Sahibi	15	3,93	1,38		
	Genel Müdür	2	3,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,50	0,54	0,36	0,83
Sosyal medyada yüz yüze satış esnasında sunulan fırsatların eksikliği hissedilmektedir.	Operasyon Müdürü	2	4,00	1,41		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,00	0,00		
	İşletme Sahibi	15	2,93	1,33		
	Genel Müdür	2	3,50	0,70		
Sosyal medyada güvenlik sorunları yer almaktadır.	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,16	0,40	1,41	0,26
	Operasyon Müdürü	2	2,50	2,12		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	3,00	0,00		
	İşletme Sahibi	15	2,86	1,50		
Sosyal medyada kişiye özel ürünler yerine standart ürünler satılmaktadır.	Genel Müdür	2	3,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	3,66	1,36	0,45	0,77
	Operasyon Müdürü	2	2,50	2,12		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	3,00	0,00		
Sosyal medyada kişiye özel ürünler yerine standart ürünler satılmaktadır.	İşletme Sahibi	15	2,33	1,44		
	Genel Müdür	2	2,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	3,00	0,89	1,59	0,21
	Operasyon Müdürü	2	1,00	0,00		
Sosyal medya potansiyel müşterilerin şirkete karşı yabancılaşmasına neden olmaktadır.	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,00	0,00		
	İşletme Sahibi	15	1,80	1,26		
	Genel Müdür	2	2,00	0,00		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	2,33	1,36	0,75	0,56
Sosyal medyada şirketin ürünlerini etkin şekilde pazarlamak oldukça zordur.	Operasyon Müdürü	2	1,00	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,00	0,00		
	İşletme Sahibi	15	2,26	1,48		
	Genel Müdür	2	1,50	0,70		
Sosyal medyada şirketin ürünlerini etkin şekilde pazarlamak oldukça zordur.	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	2,33	1,36	0,83	0,51
	Operasyon Müdürü	2	1,00	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,00	0,00		
	İşletme Sahibi	15	2,26	1,48		

Yargılar	İşletmedeki Görev	n	x	s.s.	F	p
Sosyal medyada müşterilerin ve satışların kayıtlarını güncel tutmak oldukça zordur.	İşletme Sahibi	15	2,06	1,27	0,67	0,61
	Genel Müdür	2	2,00	0,00		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	2,50	1,37		
	Operasyon Müdürü	2	1,50	0,70		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,00	0,00		
Sosyal medya sayesinde seyahat ürünleri kolaylıkla pazarlanabilmektedir.	İşletme Sahibi	15	4,06	1,16	0,83	0,52
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,00	0,63		
	Operasyon Müdürü	2	5,00	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	5,00	0,00		
Sosyal medya sayesinde müşterilere birden fazla seyahat hizmetleri sunulmaktadır.	İşletme Sahibi	15	4,40	1,12	0,32	0,86
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,50	0,54		
	Operasyon Müdürü	2	5,00	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	5,00	0,00		
Sosyal medya sayesinde rakip firmalar kolaylıkla takip edilir ve değişikliklere uyum sağlanır.	İşletme Sahibi	15	4,33	1,11	0,54	0,70
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,16	0,40		
	Operasyon Müdürü	2	5,00	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	5,00	0,00		
Sosyal medya sayesinde gelecek zamanda pazarlama için kullanılacak olan müşteri bilgileri elde edilmektedir.	İşletme Sahibi	15	4,00	1,19	0,21	0,93
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,16	0,40		
	Operasyon Müdürü	2	4,50	0,70		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,00	0,00		
Sosyal medya uluslararası pazarlama ve satış kolaylığı sağlamaktadır.	İşletme Sahibi	15	4,26	0,88	0,18	0,94
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,16	0,40		
	Operasyon Müdürü	2	4,50	0,70		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,0	0,00		
Sosyal medya işletmede işgücü maliyetini azaltmaktadır.	İşletme Sahibi	15	4,26	1,09	4,34	0,01*
	Genel Müdür	2	4,00	1,41		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,33	0,51		
	Operasyon Müdürü	2	2,00	1,41		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	2,00	0,00		
Sosyal medya sayesinde ürünlerin ve şirketin tanıtımı kolaylıkla yapılmaktadır.	İşletme Sahibi	15	4,33	1,11	0,32	0,85
	Genel Müdür	2	4,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,33	0,51		
	Operasyon Müdürü	2	5,00	0,00		

Yargılar	İşletmedeki Görev	n	x	s.s.	F	p
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,00	0,00		
Sosyal medya satış sürecini ve hizmet sunumunu standartlaştırmaktadır.	İşletme Sahibi	15	3,46	1,30	1,43	0,25
	Genel Müdür	2	4,00	1,41		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	3,33	0,81		
	Operasyon Müdürü	2	2,0	1,41		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	2,0	0,00		
Sosyal medya da ürünleri etkili şekilde pazarlamak zordur.	İşletme Sahibi	15	2,06	1,38	1,18	0,34
	Genel Müdür	2	2,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	2,66	1,03		
	Operasyon Müdürü	2	1,0	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,0	0,00		
Tedarikçiler ve tüketiciler e-ticaret için yetersizdirler.	İşletme Sahibi	15	2,26	1,27	1,65	0,19
	Genel Müdür	2	3,0	1,41		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	3,16	0,98		
	Operasyon Müdürü	2	3,0	0,00		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,0	0,00		
Şirkette sosyal medya için teknik uzmanlık eksikliğimiz mevcuttur.	İşletme Sahibi	15	3,20	1,47	1,27	0,31
	Genel Müdür	2	3,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	3,66	1,36		
	Operasyon Müdürü	2	3,00	2,82		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,00	0,0		
Sosyal medya kullanımının başlangıcında yüksek maliyetler gereklidir.	İşletme Sahibi	15	2,53	1,35	1,11	0,37
	Genel Müdür	2	1,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	2,50	1,22		
	Operasyon Müdürü	2	1,50	0,70		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,00	0,00		
Sosyal medya kullanımı stratejileri ile ilgili işletmelere tavsiye eksikliği yer almaktadır.	İşletme Sahibi	15	3,73	1,16	3,26	0,03*
	Genel Müdür	2	3,50	0,70		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	3,00	1,26		
	Operasyon Müdürü	2	4,50	0,70		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	1,00	0,00		
Sosyal medya önümüzde ki 5-7 yıl içerisinde turizm sektörünün iş yapma şeklini değiştirecektir.	İşletme Sahibi	15	4,0	1,30	0,13	0,96
	Genel Müdür	2	4,0	0,00		
	Hem İşletme Müdürü Hem Genel Müdür	6	4,16	0,75		
	Operasyon Müdürü	2	3,50	0,70		
	Rezervasyon Sorumlusu	2	4,0	0,00		

* Veriler %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 11'göre; işyeri sahibi olan katılımcılar ($x=4,26$) sosyal medya pazarlamasının operasyon müdürü ($x=2,0$) ve rezervasyon sorumlusuna ($x=2,0$) göre iş gücü maliyetini

azalttığını belirtmektedir. Sosyal medya kullanımı stratejileri ile ilgili işletmelerin tavsiye eksikliğinin olması ile işletmedeki görev arasında ANOVA testine göre anlamlı bir farklılık saptanmıştır. İşletme sahibi ile (x=3,5) rezervasyon sorumlusu (x=1,0) arasında ve operasyon müdürü (x=4,5) ile rezervasyon sorumlusu (x=1,0) arasında anlamlı bir farklılık mevcuttur.

Çalışmanın Literatür Açısından Karşılaştırılması ve Değerlendirme

Literatürde işletmelerin sosyal medya pazarlamasını kullanma yahut kullanmama amaçlarına ilişkin farklı sonuçlara ulaşılmıştır. İşletmeler tarafından sosyal medya pazarlamasının; ürünlerini pazarlamak, farklı rakiplere karşı rekabet avantajı elde etmek, tüketiciyi bilgilendirmek (Yeniçaktı, 2016; Yılmazdoğan, 2014; Ozturan, 2004), marka bilinirliğini artırmak, tüketici ile etkileşimi artırmak (Çelen ve Tuna, 2018; Jones vd., 2015; Yılmazdoğan, 2013; Civelek ve Dalgın, 2013; Baş, 2015; Buzlukçu, 2015; Yung, 1997; Park, 2012), pazarlama maliyetlerinin diğer yöntemlere göre ucuz olması, satışların ve karlılığın artırılması (Karabulut, 2015), ürünlerin yurtdışı pazarında da tanıtılması (Kaşlı, 2006), tedarikçilerle işbirliği içerisinde olmak (Buhalis, 2002) gibi amaçlar için kullanıldığı ifade edilmektedir. Araştırmamızın sonucunda ise literatürde yer alan çalışmalarla benzer sonuçlara ulaşılmış olup, seyahat acentaları tarafından sosyal medya pazarlamasının; işletmelerin tüketiciye ulaştırmak istedikleri ürünlere ait fotoğraf ya da video paylaşımlarında bulunmak, işletmenin bilinirliğini artırmak, tüketicilerle iletişime geçmek amacıyla kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürün değerlendirilmesi sonucunda, işletmeler tarafından sosyal medya pazarlamasının tercih edilmeme nedenleri arasında ise; profesyonel personelin istihdam edilmemiş olması, bilgi birikiminin olmaması, zamanın yetersiz olması, finansal kaynağın yetersiz olması, gerekli altyapı eksiklerinin olması, işletmelerin ihtiyaç duymaması, sosyal medyanın oluşturduğu güvenlik sorunu (Yılmazdoğan, 2014; Gülbahar ve Yildirim, 2015; Jones, 2014; Karabulut, 2015; Kaşlı, 2006; Vrana ve Zafiroopoulos, 2006; Yung, 1997; Gümüş ve Kütahyalı, 2017; Jones vd., 2015) yer aldığı tespit edilmiştir. Araştırmamızdan elde edilen sonuca göreyse; sosyal medya pazarlamasını kullanmayan işletmeler, sosyal medyanın güvenlik sorunu oluşturduğunu ve potansiyel müşterilere sosyal medya platformu ile ulaşamayacağını belirtmektedirler.

Yılmazdoğan ve Özel (2014) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumda yaş faktörünün anlamlı farklılığa sahip olup, yaş arttıkça sosyal medya pazarlamasının yararlarına yönelik algıda azalmakta ve faydalı bulunmamaktadır. Buna ek olarak Yılmazdoğan (2013) yapmış olduğu çalışmada, çalışanların eğitim seviyesi arttıkça, sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumda olumlu şekilde artış göstermektedir.

Araştırmamızda ise; sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutum ile demografik faktörler arasında herhangi bir farklılığa rastlanmamıştır.

Buzlukçu (2005) ve Tekeli (2008) yapmış oldukları çalışmalar sonucunda işletme bünyesinde sosyal medya pazarlamasına ilişkin eğitim alan çalışan sayısının az olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Araştırmamızla da benzer sonuca ulaşılmış ayrıca çoğu acenta sosyal medya pazarlaması ile ilgili herhangi bir eğitim almadıklarını ifade etmişlerdir.

Sonuç

Sosyal medya pazarlaması, işletmelere diğer pazarlama yöntemlerine göre daha düşük bütçelerle tanıtım ve markalaşma fırsatı sunarken; tüketiciyle yakından etkileşim konusunda önemli avantajlar sağlamaktadır. Ayrıca işletmelerin sosyal medyayı verimli şekilde kullanması, faaliyette buldukları pazarda rekabet avantajı yakalamalarına da katkı sağlamaktadır.

Rize’de faaliyet gösteren seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik algı ve tutumlarının incelendiği çalışma neticesinde, acentaların büyük çoğunluğunun sosyal medya pazarlamasına yöneldikleri tespit edilmiş, buradan yola çıkılarak seyahat acentalarının sosyal medya pazarlamasına yönelik tutum ve algılarının olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Acentalar, sosyal medya pazarlamasını farklı içerikler paylaşarak müşterinin dikkatini çekmek ve şirket ile ilgili video veya fotoğraf paylaşmak amacıyla kullanmaktadırlar. Sosyal medya pazarlamasını kullanmayan acentalar ise, sosyal medya pazarlamasını güvenilir bulmamakta ve müşterilerine sosyal medya aracılığı ile ulaşmanın mümkün olmadığını düşünmektedirler. Dolayısıyla bu acentaların sosyal medya pazarlamasına daha az vakit harcadıkları görülmektedir. Ayrıca sosyal medyanın kendileri için güvenlik sorunu oluşturduğunu da dile getirmektedirler. Gelişen dijital çağda devlet, işletme ve bireylerin göstermiş oldukları bu hassasiyete karşılık güvenlik sorununu en aza indirmekte ve gerekli güvenlik tedbirlerini almaktadır. Haliyle bu çağda toplum, sosyal medya platformlarını sıklıkla kullanmaktadır. Dolayısıyla acentaların sosyal medya pazarlamasına yönelmelerinin önem taşıdığı ve katkı sağlayacağı yönündeki öneri, çalışmanın önemli çıktıları arasında yer almaktadır.

Araştırma sonucunda seyahat acentalarının sosyal medya pazarlaması ile ilgili herhangi bir eğitim almadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Hâlbuki işletme çalışanlarının sosyal medya pazarlaması konusunda eğitim almaları halinde önemli avantajlar sağlayacağı bilinmektedir. Eğitimli “*Sosyal Medya Pazarlamacı*”ları sayesinde; ürünler daha geniş kitlelere ulaştırılacak, ne tür içeriklerin tüketicilerin dikkatini çekeceği bilinecek, tüketici ile etkili iletişim konusunda bilinçli olunacaktır. Haliyle işletmenin sosyal medya üzerinden pazarladığı ürünlerin satışı ve buna bağlı olarak gelirleri de olumlu yönde gelişim gösterecektir.

Yapılan içerik analizi sonuçlarına göre; acentaların sahip olduğu farklı sosyal medya bağlantılarının, onlar tarafından kullanılan “Instagram” hesaplarında ilan edilmediği/yer verilmediği tespit edilmiştir. Bu bulgulara dayanarak işletmelerce kullanılan diğer sosyal medya hesapları ile “Instagram” hesaplarının bağlantılı şekilde kullanılmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bilindiği üzere işletmenin farklı sosyal medya platformların da yer alması ve tüm platformları bağlantılı şekilde kullanması farklı potansiyellere sahip tüketicilere ulaşmada kolaylık sağlamaktadır. Bu nedenle Rize ili seyahat acentalarının farklı sosyal medya platformlarında yer alması ve tüm platformları bağlantılı şekilde kullanması önerilebilir. Çünkü bu durum farklı potansiyele sahip tüketicilere ulaşmada kolaylık sağlayacaktır.

Rize ili seyahat acentalarının ürün paylaşımı yanında tüketicilerinde içerisinde bulunduğu paylaşımlara önem verdiği görülmektedir. Bu durum diğer tüketicilerin acentayı tercih etmesini ve acentaya karşı güvenin artmasını sağlayan önemli faktörlerden biridir. Diğer taraftan acentalar, sosyal medya hesaplarından çoğunlukla fotoğraf paylaşımı yapmaktadırlar. Halbuki tüketicinin istek ve ihtiyaçlarına uygun hazırlanmış video içerikleri, tüketici ile işletme arasındaki etkileşimi daha fazla arttırmaktadır. Bu noktada acentaların video içerikli paylaşımları daha fazla kullanmaları önerilebilir.

Acentalar “Instagram” hesaplarında marka logolarını kullanırken; yapmış oldukları gönderilerde marka logosu ve slogana yer vermemektedirler. Acentaların yapmış oldukları paylaşımlarda da, marka logosu ve slogana yer vermeleri tüketici zihninde oluşacak marka imajına ve markaya karşı tutumlarına olumlu katkı sağlayacaktır. İnceleme yapılan acentaların hepsi gönderilerinde “hashtag” kullanımına önem vermektedirler. “Hashtag” kullanımı ürünlerin ve işletmenin tanıtımında daha geniş kitlelere ulaşması için yardımcı olmaktadır. Bu durumda işletmelerin ürün tanıtımında kullandıkları “hashtag” ile işletmeyi takip etmeyen kişilere de kolaylıkla ulaşım sağlamaları mümkün olacaktır. Böylelikle “hashtag” kullanımı ile marka farkındalığı arttırılacaktır.

Acentaların “Instagram” hesaplarında ürünleri ile ilgili herhangi bir promosyon duyurusunu paylaşmadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Ürün promosyonları, farklı hedef kitlelere ulaşip acentalara yeni müşteriler kazandırılmasında ve satışların özendirilmesinde önemli katkılar sunmaktadır. Dolayısıyla Rize ili seyahat acentalarının sosyal medya paylaşımları arasına promosyon duyurularını dâhil etmeleri, sosyal medya pazarlamasının etkinliğine katkı sağlayacağı söylenebilir.

Acentalar, paylaşımlara yapılmış olan yorumlara cevap vererek tüketici ile acentaları arasında etkileşimin artmasına katkı sağlarlar. Acentalar; tüketiciler tarafından yapılan yorumlar arasında “farklı kişilerin etiketlenmesi” ve “emojilerin” yoğunlukla kullanıldığını ifade etmiştir.

Farklı kişilerin yorumlara etiketlenmesi, ürünlerin farklı hedef kitlelere de ulaşmasında çok etkili bir yöntem olup, tüketiciler de acentanın ürünlerinin tanıtımına katkı sağlamaktadır. İçerik analizi yapılırken tespit edilen “emojilere” dikkat edildiğinde, tüketiciler tarafından “gülücük” ve “kalp” emojiilerinin daha fazla kullanıldığı tespit edilmiştir. Buradan yola çıkarak tüketiciler ürün ya da hizmetle ilgili memnuniyetlerini ve beğenilerini yazı ile değil de “emoji” ile dile getirdikleri sonucuna varılmıştır. Acentanın paylaşımları altına yapılan yorumlara cevap vermesiye, diğer tüketicilerinde ürün ya da hizmet hakkında daha detaylı bilgi edinmesine katkı sağlamaktadır. Buna bağlı olarak ürün ya da hizmetleri tecrübe etmemiş tüketiciler için satın alma kararı kolaylaşacaktır. Buna ek olarak yorum yapan tüketicinin “sorununa” ya da “sorusuna” cevap verilmesi, tüketicinin düşüncesi yahut sorunlarıyla ilgilenildiği algısıyla, tüketicinin kendini değerli hissetmesine katkı sağlayacaktır. Böylelikle tüketici ile işletme arasında etkileşim ve iletişim olumlu şekilde sonuçlanacaktır. Ayrıca müşteri sadakati olumlu yönde etkilenecektir.

Acentalar her ne kadar sosyal medya pazarlamasını kullanıyor olsalar da, önemli olan bu durumun etkin ve sürdürülebilir şekilde devam ettirilmesidir. Bundan dolayı acentaların sosyal medya pazarlaması ile ilgili profesyonel eğitimler alarak sosyal medya platformlarını etkin ve verimli şekilde kullanmaları, işletme açısından daha etkin sonuç alınmasına yardımcı olacaktır. Acentaların müşterilerle yakından etkileşim kurması ve sürekli olarak sosyal medya hesaplarını güncel tutması amacıyla, işletme bünyesinde sosyal medya pazarlaması için ayrı bir personel bulundurulması olumlu sonuçlar doğuracaktır. Acentaların sosyal medya platformlarında paylaştıkları gönderileri sadece Türkçe dilini kullanarak değil, farklı pazarlara da ulaşabilmek için, İngilizce veya hitap ettiği pazarın kullanmış olduğu dil seçeneği ile ürün tanıtımına da önem vermeleri bir diğer önemli husus olarak göze çarpmaktadır. Acentalar tasarladıkları promosyonları sosyal medya platformlarından tüketicilerine tanıtmaları, ürün ya da hizmet satışlarını arttıracaktır. Dolayısıyla Rize ili seyahat acentalarının çeşitli promosyonları tasarlamaları ve sosyal medya platformlarından tanıtmaları gerekmektedir. Sosyal medya platformlarının sürekli kendini yenilemesi, acentalar tarafından göz ardı edilmemeli ve bu yeniliğe ayak uydurarak rakip firmalara karşı rekabet avantajı elde edilmelidir.

Yazar Katkısı: Bu çalışmada yazarların çalışmaya katkısı tamdır. Her iki yazar çalışmanın bütününde iş birliği ve ortak çalışmayı esas almıştır. Çalışmada yer alan literatür özeti, alan araştırması ve verilerin analizi kısımları yazarların ortak çabasıyla tamamlanmıştır.

Çıkar Beyanı: Bu çalışmada yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

Aspasia, V. ve Ourania, N. (2014). Social media adoption and managers' perceptions. *International Journal on Strategic Innovative Marketing*, 1(2), 61-63.

- Baş, M. (2015). *Otel işletmelerinin sosyal medya kullanma nedenleri: İstanbul'daki beş yıldızlı otellerde bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Düzce.
- Buhalis, D. ve Licata, M. C. (2002). The future e-Tourism intermediaries. *Tourism management*, 23(3), 207-220.
- Burgess, S., Sellitto, C., Cox, C. ve Buultjens, J. (2011). Trust perceptions of online travel information by different content creators: Some social and legal implications. *Information systems frontiers*, 13(2), 221-235.
- Buzlukçu, C. (2015). *Butik ve küçük otel işletmeleri yöneticilerinin sosyal medya pazarlamasına ilişkin algılamalar*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Muğla.
- Can, L., ve Serhateri, A. (2016). Sosyal medya reklamlarının markaya yönelik tutuma etkisi: facebook üzerinde bir uygulama. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 16-28.
- Castronovo, C. ve Huang, L. (2012). Social media in an alternative marketing communication model. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6(1), 117-134.
- Civelek, M. ve Dalgın, T. (2013). Turizm pazarlamasında sosyal medya, turizm işletmeleri üzerine bir araştırma: Muğla örneği. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 266-282, Kayseri.
- Çelen, O. ve Tuna, M. (2018). Türkiye'deki gurmelerin instagram hesaplarının içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 411-436.
- Çetin, F. A., ve Taşdemir, N. H. (2018). Sürdürülebilir sosyal medya pazarlaması ve markaların sosyal medyada sürdürülebilirliğe karşı tutumu. *Journal of Institute of Economic Development and Social Researches*, 4(8), 31.
- Çiftçi, Ö. G. H. (2016). Turistik destinasyon ürünlerinin popülerleşmesinde sosyal medyanın rolü. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(33), 544-551.
- Demirci Orel, F. ve Arık, A. (2019). Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma niyetine etkisinin teknoloji kabul modeli aracılığıyla incelenmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (57), 239-266.
- Erdoğan, İ. E., ve Cicek, M. (2012). The impact of social media marketing on brand loyalty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences* (58), 1353-1360.
- Eröz, S. S.ve Doğdubay, M. (2012). Turistik ürün tercihinde sosyal medyanın rolü ve etik ilişkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(1), 133-157.
- Eryılmaz, B. ve Şengül, S. (2016). Sosyal medyada paylaşılan yöresel yemek fotoğraflarının turistlerin seyahat tercihleri üzerindeki etkisi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 32-42.
- Gulbahar, M. O., ve Yildirim, F. (2015). Marketing efforts related to social media channels and mobile application usage in tourism: Case study in Istanbul. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195(3), 453-462.
- Gümüş, N. ve Kütahyalı, D. N. (2017). Kobi'lerin pazarlama çalışmalarında sosyal medya kullanma ve kullanmama nedenlerinin belirlenmesi: Kastamonu ilinde bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(4), 891-910.

- Hartline, J., Mirrokni, V. ve Sundararajan, M. (2008). Optimal marketing strategies over social networks. *In Proceedings of the 17th international conference on World Wide Web*, 189-198, Beiji.
- Hays, S., Page, S. J. ve Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current issues in Tourism*, 16(3), 211-239.
- Huang, Y., Basu, C. ve Hsu, M. K. (2010). Exploring motivations of travel knowledge sharing on social network sites: an empirical investigation of US college students. *Journal Of Hospitality Marketing ve Management*, 19(7), 717-734.
- Inversini, A., Cantoni, L. ve Buhalis, D. (2009). Destinations' information competition and web reputation. *Information Technology and Tourism*, 11(3), 221-234.
- İşlek, M. S. (2012). *Sosyal medyanın tüketici davranışlarına etkileri: Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları üzerine bir araştırma*, Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Karaman.
- Jones, N., Borgman, R. ve Ulusoy, E. (2015). Impact of social media on small businesses. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 611-632.
- Karabulut, M. Ş. ve Bulut, E. (2017). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin sosyal medya pazarlamasına bakışı: Sinop ilinde bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 7(1), 70-88.
- Karamehmet, B., ve Aydın, G., (2017). Turizm sektöründe sosyal medya kullanım etkinliğinin iyileştirilmesi: 5 yıldızlı oteller üzerinde bir çalışma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 593-606.
- Kaşlı, M. (2006). *Konaklama işletmelerinde bilgi teknolojilerinin pazarlama aracı olarak kullanımı: Balıkesir'de bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Kılıç, B., Kırılı, G. ve Esen, F. Ö. (2017). Sosyal Medya kullanımı benlik algısı ilişkisi: turistik tüketiciler üzerine bir araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(1), 70-85.
- Leblebeci Koçer, L., ve Arslan Koçkaya, F. (2016). Tüketicilerin sosyal medya reklamlarına yönelik tutum ve düşüncelerinin satın alma davranışlarına etkisi. *Journal of International Social Research*, 7(43), 2052-5062.
- Leung, D., Law, R. ve Lee, H. A. (2011). The perceived destination image of Hong Kong on Ctrip. com. *International Journal of Tourism Research*, 13(2), 124-140.
- Özeltürkay, E. Y., Bozyiğit, S. ve Gülmez, M. (2017). Instagram'dan alışveriş yapan tüketicilerin satın alma davranışları: Keşifsel bir çalışma. *Öneri Dergisi*, 12(48), 175-198.
- Özturan, M. ve Roney, S. A. (2004). Internet use among travel agencies in Turkey: an exploratory study. *Tourism Management*, 25(2), 259-266.
- Pan, B., MacLaurin, T. ve Crotts, J. C. (2007). Travel blogs and the implications for destination marketing. *Journal of Travel Research*, 46(1), 35-45.
- Park, J. ve Oh, I. K. (2012). A case study of social media marketing by travel agency: The salience of social media marketing in the tourism industry. *International Journal of Tourism Sciences*, 12(1), 93-106.
- Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2020). Tesisler ve acentalar. (10.03.2020) <https://rize.ktb.gov.tr/TR-272448/seyahat-acentalari.html>.

- Russell, J. (2010). Evaluate the effectiveness of social media marketing on hotels. *Hospitality Management Review Student Journal at Sheffield Hallam University*, (1), 1-22.
- Seo, E. J. ve Park, J.W. (2018). A study on the effects of social media marketing activities on brand equity and customer response in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, (66), 36-41.
- Şahin, E., Çağlıyan, V. ve Başer, H. H. (2017). Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi: Selçuk Üniversitesi İİ BF Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(4), 67-86.
- Tekeli, A. (2018). *Konaklama işletmelerinde sosyal medya kullanılması ve yöneticilerin sosyal medya pazarlamasına yönelik algulamaları: Fethiye ilçesinde bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Kütahya.
- Torun, E. (2017). Tüketici satın alma davranışları üzerinde internet ve sosyal medyanın yeri ve önemi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(62), 955-970.
- Vrana, V. ve Zafiroopoulos, C. (2006). Tourism agents' attitudes on internet adoption: an analysis from Greece. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(7), 601-608
- Weinberg, T. (2009). *The new community rules: Marketing on the social web*. New York: O'Reilly: California.
- Xiang, Z. ve Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.
- Yanar, K., ve Yılmaz, K. G. (2017). Sosyal medyanın satın alma öncesi ve sonrası tüketici davranışına etkisi üzerine bir araştırma. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 24-40.
- Yeniçifti, N. A., (2016). Halkla ilişkiler aracı olarak Instagram: sosyal medya kullanan 50 şirket üzerine bir araştırma, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 92-115.
- Yıldırım, G. ve Erkilic, E. (2019). Rize'deki konaklama işletmelerinin sosyal medya kullanımı üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism Theory and Research*, 5(3), 380-395.
- Yıldız Sanay, G. (2017). *Elektronik turizm pazarlamasında güncel yaklaşımlar ve sosyal medyanın turistlerin destinasyon seçimi üzerindeki etkileri ve analizi*. Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.
- Yılmazdoğan, C. O. (2013). *Otellerde sosyal medya pazarlamasının yararlarına yönelik yönetici algılarının belirlenmesi: Antalya örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Eskişehir.
- Yılmazdoğan, C. O. ve Özel, H. Ç. (2014). Sosyal medya pazarlamasının otellerdeki kullanımının yararların yönelik yönetici algılarının belirlenmesi: Antalya örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37-62.
- Yung, C. Y. (1997). Internet marketing: the perception of travel agencies in Taipei, Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2(1), 67-74.

Otel İşletmelerinde Erteleme Davranışının Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Alanya Örneği

Mehmet KAHYAOĞLU*
Ersin ARIKAN†

Öz

Bu çalışmada otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri ve bu davranışın çeşitli değişkenlere göre farklılıklarının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında Alanya'daki beş yıldızlı otellerde çalışan 419 kişiden 2019 yılı Ağustos – Ekim ayları arasında kolayda örneklem yöntemiyle anket elde edilmiştir. İş görenlerin örgütsel erteleme davranışlarının bazı değişkenlere göre farklılıklarını belirleyebilmek için, bağımsız örneklem için t testinden ve tek yönlü varyans analizinden (ANOVA) yararlanılmıştır. Bulgular ışığında genel olarak çalışanların çok yüksek bir erteleme davranışı sergilemedikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların erteleme davranışlarında, cinsiyetleri, turizm eğitimi alma durumları, işletmelerinin sezonluk veya tüm yıl olma durumları, öğrenim durumları, yaşları, maaşları, görevleri, departmanları ve deneyimlerine göre istatistiki olarak anlamlı farklılaştığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Otel İşletmesi, Erteleme Davranışı, Alanya

Investigation of Procrastination Behaviour in Hotel Businesses in Terms of Demographic Variables: The Case of Alanya

Abstract

In this study, it was aimed to determine the organizational procrastination behaviour levels of hotel business employees and the differences of this behaviour according to various variables. Within the scope of the study, a questionnaire was obtained from 419 people working in five-star hotels in Alanya using the convenience sampling method between August – October 2019. Independent samples t-test and one-way analysis of variance (ANOVA) were used to determine the differences in the organizational procrastination behaviours of the participants according to some variables. In the light of the findings, it has been determined that the employees generally do not exhibit a very high degradation behaviour. It has been determined that there is a statistically significant difference in the procrastination behaviours of the participants according to their gender, tourism education status, seasonal or full year status of their businesses, educational status, age, salary, duties, departments and experiences.

Key Words: Hotel Businesses, Procrastination Behaviour, Alanya

Geliş/Received: 17.10.2020

Kabul/Accepted: 22.06.2021

*Araştırma verileri 2019 yılında Etik Kurul Onay zorunluluğundan önce toplanmıştır.

* Öğr. Gör. Dr., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Gazipaşa Mustafa Rahmi Büyükbali Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı, mehmet.khyaoglu@alanya.edu.tr, Orcid id: 0000-0003-4110-7456.

† Dr. Öğr. Üyesi, Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, arikanersin@gmail.com, Orcid id: [0000-0002-6171-1813](https://orcid.org/0000-0002-6171-1813).
(Makale Türü: Araştırma Makalesi)

Giriş

Örgütler, her geçen gün artan küresel çeşitlilikle birlikte daha karmaşık bir hale gelmiştir. Günümüzde örgütlerin küresel pazar liderleriyle rekabet edebilmeleri için motivasyonu yüksek çalışanlara ihtiyacı vardır. Bu nedenle örgütler, çalışanlarından pozitif davranışlar elde edebilmek için stratejiler geliştirmektedirler. Erteleme davranışı da çalışanların performanslarını olumsuz etkileyen önemli bir konu olmakla birlikte çalışanların işlerini ertelediği, kendini sabote eden işlevsiz bir psikolojik davranış olarak belirtilmektedir (Khattak ve Ilyas, 2017). Modern yönetim yaklaşımlarıyla birlikte yönetim anlayışının üzerinde durduğu en önemli konulardan birisi verimliliği arttırmaktır. Son zamanlarda üretkenliği ve verimliliği etkileyen faktörlerden birisi de erteleme konusudur (Lay, 1986).

Erteleme ile ilgili yapılan araştırmalarda erteleme davranışında olan çalışanlar ile olmayanlar arasındaki karşılaştırmanın yapıldığı bilinmektedir. Bu bağlamda erteleme davranışı zaman kaybına, düşük performansa ve artan strese yol açabilen, kendi kendini sabote eden bir davranış olarak kabul edilmektedir (Chu ve Choi, 2005). Erteleme davranışlarına yönelik yapılan araştırmalarla birlikte ortaya çıkarılan neden ve sonuçlar değerlendirildiğinde bu davranış biçiminin, kişilerin örgüte uyum, iş başarımı, psikolojik ve fizyolojik sağlık durumunu ve performansı etkilediği söylenebilir (Baltacı, 2017). Erteleme davranışının farklı sektörlerde sürekli artan bir biçimde incelenmesi ve önemini kaybetmemesi bu konuda yapılacak çalışmaların önemini de arttırmaktadır. Söz konusu gerekçelerle gerçekleştirilen bu çalışmada; otel işletmesi çalışanlarının erteleme davranışlarının düzeyleri ve bu davranışın çalışanların ve işletmelerinin bazı özelliklerine göre değişip değişmediğini tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışma da öncelikle örgütsel erteleme konusuna kavramsal olarak açıklık getirilmeye çalışılmış devamında ise Alanya'daki beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan işgörenler üzerine gerçekleştirilen alan araştırmasının sonuçlarına yer verilmiştir.

Örgütsel Erteleme

Erteleme alışkanlığı İngilizce 'deki "procrastination" kelimesinin Türkçeleştirilmiş hali olmakla birlikte, bazı çalışmalarda prokrastinasyon olarak da kullanılabilir. Ayrıca yararcılık ve geçiştirmecilik kelimeleri ile de kullanıldığı görülmektedir (Sadykova, 2016). Erteleme davranışına ilişkin çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde örgütsel alan yazında, sosyoloji veya psikoloji alanlarında yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmaktadır (Özkan ve Akdemir, 2017). Erteleme davranışı, seçim yapmayı ve karar almayı sonraya bırakma veya geciktirme olarak tanımlanırken; değişim için gerekli fırsatların gerçekleşmesine kadar devamlılık gösterebilmektedir (Knaus, 2000). Diğer ve genel bir ifade ile erteleme, yapmamız gerektiğini bildiğimiz şeyi yapmaktan kaçınmak olarak betimlenebilir (Van Eerde, 2003). Yapılacak olan işle

ilgili yeni bireysel yüklerin beraberinde gelmesi, başarısızlıkla sonuçlanma hissi, işle ilgili yetkin olmadığını hissetme ve mükemmeliyetçilik gibi duygular erteleme davranışına neden olabilmektedir (Dryden, 2000). Ek olarak, Haycock, McCarthy ve Skay (1998: 317) da benzer bir tanımlamayla ertelemeyi “*bir görev veya işi başarılı bir şekilde sonuçlandırmak veya sorumluluk almayı ve karar vermeyi ilerleyen bir tarihte yapmak üzere karar almak*” şeklinde tanımlamaktadır. Erteleme kavramı tartışılmaya başlandığı ilk zamanlarda zaman yönetimindeki yetersizlik ve zamanında anlık karar vermeyi erteleme, ciddi konularda kararları olabildiğince vermeme ve sorumluktan kaçma şeklinde tanımlanmıştır (Ellis ve Knaus, 1977). Erteleme, gündelik işler olarak da açıklanabilecek düzenli olarak gerçekleştirilmesi gereken işleri erteleme, genel olarak karar almada erteleme davranışı, nörotik erteleme, kompulsif erteleme ve akademik erteleme olarak çeşitlendirilmiştir (Milgram, Marshevsky ve Sadeh, 1995). Uzun ve Demir (2015) ertesi gün, yapılacak işi gerçekleştirmenin daha iyi olacağı düşüncesinin ertesi gün geldiğinde yarına ertelenme şeklinde kısır döngü içerisinde devam ettiğini bu durumunda “*ertesi gün sendromu*” olarak isimlendirildiğini belirtmiştir. Kişilerin özel yaşamları ve işleri ile ilgili işyerinde erteleme davranışı her iki alanda da her geçen gün artan bir sorun olarak görülmektedir. Ertelemenin süresi ve sıklığı yapılan işin niteliğine göre değişmekle birlikte erteleme davranışı işletmeler açısından olumsuz bir takım sonuçları beraberinde getirmektedir. Bu nedenle örgütsel davranış alanında üzerinde durulan bir konu olarak her geçen gün önemini arttırmaktadır (Güğerçin ve Korkmazıyrek, 2020).

Çalışanlar örgütlerin amaçlarına ulaşmada önemli bir role sahiptir. Çalışanların kendilerine verilen görevleri zamanında gerçekleştirmiş olmaları örgütün ve kendilerinin verimli olmasını sağlayabilmektedir. İşlerin ertelenmemesi gereğinden fazla zaman harcanmamasına ve son dakikaya bırakmanın stresinin yaşanmamasına neden olabilmektedir (Naktiyok ve Kızıllı, 2018). Erteleme boyutları davranışsal, bilişsel ve duygusal boyut olarak üç başlıkta incelenmektedir. Davranışsal boyut, sürekli geciktirme, erteleme eğiliminin alışkanlık haline gelmesiyle ortaya çıkan davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Bilişsel boyut, kişilerin görevlerine yönelik niyetleri, öncelikleri ile görev ve sorumlulukları yerine getirmede verimleri arasındaki uyumsuzluğun alışkanlık haline gelmesi olarak açıklanmaktadır. Duygusal boyut ise, kişilerin sorumluluk ve görevlerine başlamama, çalışmama veya zamanında işi bitirmeme alışkanlığı karşısında duyulan rahatsızlık olarak tanımlanmaktadır (Vestervelt, 2000; Çakıcı, 2003; akt., Cömert, 2009). Chu ve Choi (2005) ise erteleme davranışını iki açıdan değerlendirerek kararlarını hızlı bir biçimde veremeyen aslında erteleme davranışında isteyerek bulunmayan pasif erteleme davranışında bulunanlar diğeri de bunun aksine kararlarını zamanında yerine getirme yeteneğine sahip ancak eylemlerini gerçekleştirmeyen aktif erteleme davranışında bulunanlar olarak belirtmişlerdir.

Ajayi ve Osiki (2007) erteleme davranışında bulunana erteleyicilerin genellikle baskı altında daha iyi çalıştıklarını ve işleri sonuçlandırmak için daha fazla zamanları oldukları gibi yargıları ileri sürmektedirler. Ayrıca ertelemenin konsantrasyon eksikliği, korku, endişe ve kişisel sorunlardan dolayı meydana gelebileceğini belirtmektedir. Erteleme ile ilgili yapılan çalışmaların yerli ve yabancı literatürde akademik erteleme davranışı (Bridges ve Roig, 1997; Beck, Koons ve Milgrim, 2001; Deniz, Traş ve Aydoğan, 2009; Balkıs, 2007; Lakshminarayan vd., 2013; Milgram vd., 1995; Türkan, 2018; Sirois, 2014; Zacks ve Hen 2018) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Erteleme, esas olarak eğitim alanlarında araştırmaya konu olurken, diğer sektörlerde sadece sınırlı sayıda çalışma yapılmıştır. Erteleme birçok sektörü ilgilendiren daha geniş bir konudur (Steel, 2010). Ayrıca yapılan literatür taramasında iş çevresi ve iş performansı ile ilgili yapılan çalışmaların da (Sadykova, 2016; Khattak ve Ilyas; 2017; Kaplan ve Keriman, 2019) olduğu görülmektedir.

Yöntem

Konaklama işletmelerinin kârlılıklarının artırılması ve verimliliğin sağlanmasında önemli konulardan birisi de örgüt içerisinde erteleme davranışının göz önünde bulundurulmasıdır. Bu kapsamda araştırmada, konaklama işletmelerinde çalışanların erteleme davranışına yönelik görüşleri ele alınmıştır. Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri iş görenlerinin belirttikleri bakış açılarından elde edilen verilerle Alanya bölgesinde beş yıldızlı otellerde çalışan iş görenlerin örgütsel ertelemeye bakış açıları tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırmada konaklama işletmeleri iş görenlerinin örgütsel erteleme davranışına yönelik yapılabilecek çalışmalar kapsamında önerilerin belirlenmesi planlanmıştır.

Bu çalışmada, otel işletmelerinde çalışan iş görenlerin örgütsel erteleme davranışlarına yönelik algılarını ölçmek, erteleme davranışlarına yönelik algının belirlenen değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını ortaya koymak amaçlanmıştır. Araştırmanın belirlenen amacı doğrultusunda ilgili literatürde yer alan araştırma sonuçlarından (Kaplan, 2018; Uzun ve Demir, 2015) hareketle “Otel işletmeleri çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı algıları demografik özelliklere göre farklılık gösterir mi?” sorusuna cevap aranmıştır. Bu doğrultuda araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir.

H₁: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.

H₂: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık gösterir.

H₃: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.

H₄: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri maaşlarına göre farklılık gösterir.

H₅: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri öğrenim durumlarına göre farklılık gösterir.

H₆: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri turizm eğitimi alma durumlarına göre farklılık gösterir.

H₇: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri görevlerine göre farklılık gösterir.

H₈: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri departmanlarına göre farklılık gösterir.

H₉: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri otellerin çalışma şekline göre farklılık gösterir.

H₁₀: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri sektörel deneyimlerine göre farklılık gösterir.

H₁₁: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri oteldeki deneyimlerine göre farklılık gösterir.

Çalışmada katılımcıların; cinsiyetleri, medeni durumları, yaşları, maaşları, öğrenim durumları, turizm eğitimi alma durumları, görevleri, departmanları otellerinin çalışma şekilleri, sektörel ve otellerindeki deneyimlerine göre örgütsel erteleme davranışlarının düzeyleri karşılaştırılmıştır. Araştırmada veri toplama ölçeği olarak Lay (1986) tarafından geliştirilen Aksoy (2017) tarafından 18 maddeden oluşturulan “Genel Erteleme Ölçeği (GEÖ) kullanılmıştır. Çalışma kapsamında yüzde, frekans, güvenilirlik, geçerlilik, normallik analizlerinin yanı sıra t-testi ve varyans analizlerinden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında Alanya’daki beş yıldızlı otel işletmesi çalışanlarından oluşan 419 katılımcıya kolayda örneklem yöntemiyle uygulanan anketten elde edilen bulgular değerlendirilmiştir. Söz konusu anket, 2019 yılı Ağustos – Ekim ayları arasında yüz yüze ve internet yoluyla uygulanmıştır. Araştırma evrenini Alanya’daki beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Lakin çalışanların sayısını tespit etmeye yönelik bir bulgunun olmamasından dolayı, yatak başına düşen personel sayısı hesaplamaları ile evren büyüklüğü tespit edilmeye çalışılmıştır. Alanya Ticaret ve Sanayi Odası (2018), Alanya’da 84 beş yıldızlı otelde 64.449 yatak kapasitesinin olduğunu belirtmektedir. Üngüren ve Çevirgen (2016) tarafından yapılan çalışmada ise Alanya’daki konaklama işletmelerinde yatak başına 0,25 çalışanın düştüğünü tespit etmiştir. Buradan yola çıkarak Alanya’daki beş yıldızlı otelerde 16.112 (64.449*0,25) iş görenin çalıştığı söylenebilir. Araştırma evreni, bu veri üzerinden değerlendirildiğinde ilgili alan yazına göre (Ural ve Kılıç, 2006) örneklem alma yoluyla 384 katılımcıya anket uygulanmasının evrenin temsil edilmesi açısından yeterli olacağı

belirtilmektedir. Bu bağlamda araştırma örnekleminin evreni temsil etmek için yeterli olduğunu söylemek mümkündür.

Bulgular

Çalışmanın bu kısmında yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Bireysel veya İşletmelerine Ait Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Erkek	212	51,0
	Kadın	204	49,0
Medeni Durum	Evli	160	38,5
	Bekar	256	61,5
Yaş	18-24 yaş arası	132	31,7
	25-39 yaş arası	264	63,5
	40 yaş ve üzeri	20	4,8
Maaş	2020 TL	292	70,2
	2021-3500 TL	104	25,0
	3501 TL ve üzeri	20	4,8
Öğrenim Durumu	İlköğretim ve altı	100	24,0
	Lise	136	32,7
	Önlisans	116	27,9
	Lisans	52	12,5
	Yüksek Lisans	12	2,9
Turizm Eğitimi	Evet	220	52,9
	Hayır	196	47,1
Görev	Yönetici	140	33,7
	Çalışan	276	66,3
Departman	Yiyecek ve İçecek	272	65,4
	Kat Hizmetleri	68	16,3
	Ön Büro	16	3,8
	Diğer	60	14,4
Otel Çalışma Şekli	Sezonluk	372	89,4
	Tüm yıl	44	10,6
Sektörel Deneyim	0-3 yıl arası	52	12,5
	3-5 yıl arası	108	26,0
	5-7 yıl arası	108	26,0
	7 yıl veya üzeri	148	35,6
Oteldeki Deneyim	1 yıldan az	80	19,2
	1-3 yıl arası	120	28,8
	3-5 yıl arası	92	22,1
	5-7 yıl arası	56	13,5
	7 yıl veya üzeri	68	16,3
Toplam Katılımcı		416	

Katılımcıların bireysel ve işletmelerine ait özellikleri incelendiğinde; cinsiyete göre katılımcı sayılarının yakın olduğu, bekar katılımcıların çoğunluğu oluşturduğu, 25-39 arası katılımcıların yoğunlukta olduğu, araştırmanın gerçekleştiği dönemdeki asgari ücreti düzeyinde maaş alan katılımcıların yine çoğunluğu oluşturduğu bulgulanmıştır. Ayrıca katılımcıların çoğunluğunun lise düzeyinde öğrenim görmüş olduğu, turizm eğitimi alanların almayanlara kıyasla daha fazla olduğu, katılımcıların büyük bölümünün yöneticiden ziyade çalışanlardan olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların departmanları incelendiğinde yiyecek ve içecek departmanında çalışanların çoğunlukta olduğu, anket uygulanan otellerin çoğunun sezonluk çalıştığı, katılımcıların çoğunluğunun turizm sektöründe 7 yıl veya daha uzun bir süredir çalıştığı ve mevcut oteldeki deneyimi 1-3 yıl arası olan katılımcıların yine yoğun olduğu belirlenmiştir (Tablo 1).

Tablo 2: Erteleme Davranışı Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı Bilgiler

Cronbach Alpha	Skewness	Kurtosis	\bar{x}
0,92	0,508	-0,847	2,53

Tablo 2’de araştırmada kullanılan ölçeğe ilişkin tanımlayıcı bazı bilgiler verilmiştir. Ölçeğin güvenirlik analizi için elde edilen İç tutarlılık (Cronbach Alpha) değerinin 0,92 olması ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçeğin Çarpıklık (Skewness) “0,508” ve Basıklık (Kurtosis) “-0,847” değerlerinin de kabul edilebilir aralıklarda olması verilerin normal dağıldığına işaret etmekle birlikte parametrik testler için ön koşulların sağlandığı anlaşılmıştır. Çalışmanın izleyen kısmında gerçekleştirilen analizlerde bu durum göz önünde bulundurulmuştur. Tablo 3’te yapısal eşitlik modelinin bir bileşeni olarak bilinen doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen bulgular sunulmuştur. Söz konusu analiz için AMOS programı kullanılarak kestirim yöntemlerinde Maximum Likelihood tercih edilmiştir.

Tablo 3: Erteleme Davranışı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar

İfade	Standartlaştırılmış Faktör Yüğü	t Değeri
E5	0,67	15,12
E7	0,78	18,64
E9	0,83	20,03
E10	0,80	19,25
E13	0,78	18,61
E14	0,86	21,42
E15	0,69	15,57
E18	0,72	16,70

CR: 0,92 AVE: 0,591 $X^2=39,22$ SD=16 $X^2/SD=2,45$ RMSEA=0,059 NFI=0,99 CFI=0,99 GFI=0,98

Orijinal olarak 18 ifadeden oluşan ölçeğe uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda t-değerlerinin istatistiki olarak anlamlı olmaması ya da anlamlı olsa bile faktör yükünün 0,50’nin

altında kalması nedeniyle 10 ifadenin ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir. Yapılan uygulama sonucunda; doğrulayıcı faktör analizi için oluşturulan ölçüm modelinde kıstas alınan uyum iyiliği değerlerinin tamamının kabul edilebilir veya iyi uyum iyiliği değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte tek boyuttan oluşan ölçeğin faktör yüklerinin 0,67-0,86 aralığında değiştiği görülmektedir. Bulgulanan t değerlerinin ise tamamının istatistiki olarak anlamlı olduğu ve 15,12-21,42 aralığındaki değerlere sahip olduğu belirlenmiştir.

Elde edilen bulgular ışığında yapı geçerliliği için CR değeri incelendiğinde; 0,92 olarak bulunması ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlandığına, Yakınsak geçerliliği için de AVE değerinin 0,592 kabul edilebilir değer olduğuna ulaşılmıştır (Hair Vd, 2010).

Tablo 4: Katılımcıların Erteleme Davranışlarının Bazı Özelliklere Göre Karşılaştırılmasına İlişkin t-testi Sonuçları

Değişkenler		n	\bar{x}	t	p
Cinsiyet	Erkek	212	2,43	-2,193	0,029*
	Kadın	204	2,63		
Medeni Durum	Evli	160	2,63	1,764	0,079
	Bekar	256	2,47		
Turizm Eğitimi	Evet	220	2,43	-2,333	0,020*
	Hayır	196	2,64		
Otel Çalışma Şekli	Sezonluk	372	2,58	3,200	0,001*
	Tüm Yıl	44	2,13		
Görev	Yönetici	140	2,21	-5,262	0,000*
	Çalışan	276	2,69		

p<0,05

Tablo 4 incelendiğinde; katılımcıların erteleme davranışlarının cinsiyetlerine göre istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir (p=0,029). Kadın katılımcıların ifadelerine verdiği yanıtlardan elde edilen ortalamaların (\bar{x} =2,63) erkek katılımcılara (\bar{x} =2,43) kıyasla daha yüksek olması kadın katılımcıların daha fazla erteleme davranışı sergiledikleri şeklinde değerlendirilebilir. Katılımcıların erteleme davranışları medeni durumlarına göre kıyaslandığında ortalamalar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Her ne kadar evli katılımcıların (\bar{x} =2,63) bekâr katılımcılara (\bar{x} =2,47) kıyasla daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülse de daha önce ifade edildiği gibi bu farklılık istatistiki olarak anlamlı değildir. **Hata! Başvuru kaynağı bulunamadı.** Katılımcıların erteleme davranışlarının turizm eğitimi alma durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılık gösterdiği belirlenen diğer bir bulgudur (p=0,020). Grupların ortalamaları incelendiğinde; turizm eğitimi almış katılımcıların (\bar{x} =2,43) turizm eğitimi almamış çalışanlara (\bar{x} =2,64) kıyasla daha az erteleme davranışı sergiledikleri söylenebilir. Katılımcıların otellerinin çalışma şekillerine göre erteleme davranışları

incelendiğinde; ortalamalar arasındaki farkın da istatistiki olarak anlamlı olduğu gözlemlenmiş ($p=0,001$) ve sezonluk çalışanların ($\bar{x}=2,58$) tüm yıl çalışanlardan ($\bar{x}=2,13$) daha fazla erteleme davranışında bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Katılımcıların Erteleme Davranışlarının Bazı Özelliklere Göre Karşılaştırılmasına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Değişkenler	n	\bar{x}	F	p	
Öğrenim Durumu	İlköğretim ve altı	100	2,38	7,072	0,000*
	Lise	136	2,69		
	Ön lisans	116	2,70		
	Lisans	52	2,06		
	Yüksek Lisans	12	2,33		
Yaş	18-24 yaş arası	132	2,73	5,031	0,007*
	25-39 yaş arası	264	2,44		
	40-54 yaş arası	20	2,35		
Maaş	2020 TL	292	2,67	12,452	0,000*
	2021-3500 TL	104	2,21		
	3501 TL ve üzeri	20	2,18		
Departman	Yiyecek ve İçecek	272	2,34	16,232	0,000*
	Kat Hizmetleri	68	3,08		
	Önbüro	16	2,31		
	Diğer	60	2,79		
Sektörel Deneyim	0-3 yıl arası	52	2,98	7,933	0,000*
	3-5 yıl arası	108	2,64		
	5-7 yıl arası	108	2,45		
	7 yıl veya üzeri	148	2,34		
Oteldeki Deneyim	1 yıldan az	80	2,23	7,742	0,000*
	1-3 yıl arası	120	2,59		
	3-5 yıl arası	92	2,90		
	5-7 yıl arası	56	2,37		
	7 yıl veya üzeri	68	2,53		

$p<0,05$

Tablo 5'teki bulgular incelendiğinde; katılımcıların erteleme davranışlarında öğrenim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Lisans düzeyinde öğrenim görmüş olan katılımcıların ($\bar{x}=2,06$) diğer gruplardaki çalışanlara kıyasla daha az erteleme davranışı sergilediği söylenebilir. Bununla birlikte Lise ($\bar{x}=2,69$) ve Ön Lisans ($\bar{x}=2,70$) düzeyinde öğrenim görmüş olan katılımcılar ise diğer gruplara göre daha fazla erteleme davranışı sergilediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların erteleme davranışında bulunma düzeyleri katılımcıların yaşlarına göre de değişiklik göstermektedir ($p=0,007$). 18-24 yaş arası çalışanların ($\bar{x}=2,73$) erteleme davranışı sergileme düzeyi diğer yaş gruplarına göre fazla iken tespit edilen bir diğer nokta ise katılımcıların yaşları arttıkça erteleme davranışında bulunma eğilimlerinin azaldığıdır.

Katılımcıların maaşlarına göre erteleme davranışları incelendiğinde, grupların ortalamaları arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Alan araştırmasının gerçekleştiği dönemde Asgari ücret düzeyinde maaş alan katılımcıların ($\bar{x}=2,67$) diğer gruplara kıyasla daha fazla erteleme davranışı sergiledikleri göze çarpmaktadır. Katılımcıların erteleme davranışlarının görevlerine göre de değişiklik gösterdiği tespit edilen bulgulardandır ($p=0,000$). Bu bulgulara göre; yöneticilerin ($\bar{x}=2,21$) diğer çalışanlara ($\bar{x}=2,69$) kıyasla daha az erteleme davranışı eğiliminde olduğu söylenebilir. Katılımcıların erteleme davranışları çalıştıkları departmana göre kıyaslandığında ise; yine ortalamalar arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Kat hizmetleri departmanında çalışan katılımcıların ($\bar{x}=3,08$) diğer departmanlara kıyasla çok daha fazla erteleme davranışı eğiliminde olduğu görülürken; ön büro çalışanlarının ($\bar{x}=2,31$) daha az bu eğilimde olduğu ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların erteleme davranışlarının sektörel deneyimlerine göre de istatistiki olarak değiştiği tespit edilmiştir ($p=0,000$). Turizm sektöründeki deneyimi 0-3 yıl arasında olan katılımcıların ($\bar{x}=2,98$) diğer gruplara kıyasla daha fazla erteleme davranışı eğiliminde olduğu görülmüş ve sektörel deneyim arttıkça erteleme davranışında bulunma eğiliminin azaldığı gözlemlenmiştir. Katılımcıların erteleme davranışları mevcut otellerindeki deneyimlerine göre kıyaslandığında yine ortalamalar arasında istatistiki olarak anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Mevcut oteldeki deneyimi 3-5 yıl arasında olan katılımcıların diğer gruplara göre daha fazla erteleme davranışında olduğu tespit edilirken; 1 yıldan daha az deneyimi olan katılımcıların diğer gruplara kıyasla daha az erteleme davranışında bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular ışığında çalışma hipotezlerinin sonuçları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6: Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Hipotez	Sonuç
H₁: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri cinsiyetlerine göre farklılık gösterir.	Kabul
H₂: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri medeni durumlarına göre farklılık gösterir.	Ret
H₃: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri yaşlarına göre farklılık gösterir.	Kabul
H₄: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri maaşlarına göre farklılık gösterir.	Kabul
H₅: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri öğrenim durumlarına göre farklılık gösterir.	Kabul
H₆: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri turizm eğitimi alma durumlarına göre farklılık gösterir.	Kabul
H₇: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri görevlerine göre farklılık gösterir.	Kabul
H₈: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri departmanlarına göre farklılık gösterir.	Kabul
H₉: Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri otellerin çalışma şekline göre farklılık gösterir.	Kabul

H₁₀ : Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri sektörel deneyimlerine göre farklılık gösterir.	Kabul
H₁₁ : Otel işletmesi çalışanlarının örgütsel erteleme davranışı düzeyleri oteldeki deneyimlerine göre farklılık gösterir.	Kabul

Hipotez testlerine ilişkin veriler özetle incelendiğinde; katılımcıların örgütsel erteleme davranışı düzeyleri medeni durumları hariç tüm diğer değişkenlere göre istatistiki olarak anlamlı farklılaştığı gözlemlenmiştir.

Sonuç

Otel işletmesi çalışanlarının bireysel ve işletmelerine ait bazı özelliklerine göre erteleme davranışında bulunma düzeylerinin kıyaslandığı bu çalışmada bazı bulgular öne çıkmaktadır. Bu bağlamda kadın katılımcıların daha fazla erteleme davranışı sergilediklerine yönelik bulgular tespit edilmiştir. Katılımcıların turizm eğitimi alma durumu incelendiğinde turizm eğitimi almamış çalışanların daha fazla erteleme davranışında bulunduğu yine öne çıkan bulgulardandır. Türkiye turizm sektörünün önemli bir yapısal sorunu olan sezonluk yoğunluğun çalışanların erteleme davranışına yansıdığı yine bu çalışma bulgularındandır. Bu doğrultuda katılımcılardan sezonluk olarak çalıştığını belirtenlerin erteleme davranışı düzeyinin tüm yıl çalışanlara kıyasla daha yüksek olduğu görülmektedir. Öğrenim düzeyinde lise ve ön lisans düzeyinde öğrenim görmüş katılımcıların diğer gruplardan daha yüksek ortalamaya sahip olduğu belirlenirken; yaş bağlamında 18-24 yaş arası katılımcıların bir diğer ifadeyle genç katılımcıların daha fazla erteleme davranışı eğiliminde olduğu gözlemlenmiştir. Maaşı düşük olanların yüksek olanlara kıyasla; çalışanların yöneticilere kıyasla, iş deneyimi düşük olanların yüksek olanlara kıyasla daha fazla erteleme davranışında bulunduğu yine bu çalışmanın bulgularındandır. Katılımcıların çalıştıkları departmanlar açısından incelendiğinde; kat hizmetleri departmanı çalışanlarının erteleme davranışı eğilimlerindeki yüksek ortalama yine göze çarpmaktadır.

Alan yazın incelendiğinde otel işletmelerine yönelik erteleme davranışına ilişkin yapılan çalışmalarda çalışanların bireysel ve işletmelerine ait özellikleri ile kıyaslanmasına ilişkin bulgulara rastlanılamamıştır ve bu araştırmanın ortaya çıkarılma ihtiyacı doğmuştur. Yine alanyazın incelendiğine; otel işletmelerinde erteleme davranışına ilişkin yapılan çalışmaların bulgularından bazıları şunlardır.

Baumeister ve Scher (1988) ve Lakshminarayan (2013) erteleme davranışının performans ile negatif ilişki olduğunu belirtmişlerdir. Kaplan ve Keriman (2019) otel işletmelerinde yapmış oldukları çalışmada iş güvencesizliği ile iş erteleme arasında pozitif yönlü ilişki, örgüt temelli özsaygı ile iş erteleme arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Sadykova (2016) hizmet sektöründe iş rolü belirsizliğinin işyerindeki erteleme alışkanlığı üzerine etkisini belirlemeyi amaçlayan çalışmasında iş rolü belirsizliği ile işyeri erteleme boyutları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucunu belirlemiştir. Saffarinia ve Amirkhani (2016)

örgütsel erteleme ve tükenmişlik arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmada örgütsel erteleme ile tükenmişlik arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucunu belirtmişlerdir.

Erteleme davranışında bulunana çalışanların işletmelerde yaratacağı olumsuz yönetsel durumlar göz önüne alındığında bu davranışta daha fazla bulunan çalışanların özelliklerini belirlemek ve bu olumsuz davranışın ortadan kaldırılması için uygulamaların gerçekleştirilmesi özellikle otel işletmeleri gibi emek yoğun işletmeler açısından oldukça önemlidir. İş güvencesi, örgütsel bağlılık gibi öncülleri ve performans, tükenmişlik gibi ardılları ile önemli bir konu olan çalışanların erteleme davranışının giderilmesi otel işletmelerinin verimliliğini arttıracaktır muhtemeldir bu nedenle yöneticilerin bu davranışın olumsuz çıktıları ile ilgili eğitimlerle çalışanların bilinçlendirmesini sağlamalı bununla birlikte çalışanların daha az erteleme davranışında bulunması için motivasyonları, iş tatminleri ve örgütsel bağlılıkları gibi pozitif örgütsel unsurlara dikkat etmelidir. Alan yazına yapılan katkı göz önüne alındığında daha fazla ya da az erteleme davranışında bulunana çalışanların profilini tespit etmek adına bu araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte bu davranışın ardılı veya öncülü olarak ele alınacak birçok örgütsel davranış konusu ilerleyen çalışmalarda değerlendirilebilir ve alan araştırmalarıyla elde edilecek bulgularla desteklenebilir.

Yazar Katkıları: Çalışmaya yazarların katkısı eşittir.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Ajayi, A. I. ve Osiki, P. M. (2008). Procrastination Among the Undergraduates in a Nigerian University: Implications for Time Management, *International Business Management*, 2 (4), 126-131.
- Aksoy, H. (2017). Kamu Kurumlarında Erteleme Davranışı: Bir Kamu Kurumunda Örnek Çalışma, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Alanya Ticaret ve Sanayi Odası. (2018). Alanya Ekonomik Rapor 2018. Antalya: Alanya Matbaası.
- Balkıs, M. (2007). Öğretmen Adaylarının Davranışlarındaki Erteleme Eğiliminin, Karar Verme Stilleri İle İlişkisi, *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21, 67-83.
- Baltacı, A. (2017). Erteleme Davranışı Eğilimi ve Beş Faktörlü Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Okul Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 56-80.
- Baumeister, R. F. ve Scher, S. J. (1988). Self-Defeating Behaviour Patterns Among Normal Individuals: Review and Analysis of Common Self-Destructive Tendencies. *Psychological Bulletin*, 104 (1), 3-22.

- Beck, B. L., Koons, S. R., ve Milgrim, D. L. (2001). Correlates and Consequences of Behavioral Procrastination: The Effects of Academic Procrastination, Self Consciousness, Self-Esteem, and Self Handicapping. *Journal of Social Behavior Personality*, 16 (1), 3-11.
- Bridges, K. R. ve Roig, M. (1997). Academic Procrastination and Irrational Thinking: A Reexamination with Context Controlled, *Personality and Individual Differences*, 22 (6), 941-944.
- Chu, A. H. C. ve Choi, J. N. (2005). Rethinking Procrastination: Positive Effects of “Active” Procrastination Behavior on Attitudes and Performance, *The Journal of Social Psychology*, 145 (3), 245-264.
- Cömert, M. (2009). Okul Yöneticilerinin Ertelemecilik Davranışları, İş Yükleri ve Kişilik Özelliklerine İlişkin Algıları, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Çakıcı, D. Ç. (2003). Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Genel Erteleme ve Akademik Erteleme Davranışının İncelenmesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Deniz, M. E., Traş, Z. ve Aydoğan, D. (2009). An Investigation of Academic Procrastination, Locus of Control, and Emotional Intelligence. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 9 (2), 623-632.
- Dryden, W. (2000). *Overcoming Procrastination* London: Sheldon Press.
- Ellis, A. ve Knaus, W. (1977). *Overcoming Procrastination*, New York: Signet.
- Gügerçin, U. ve Korkmazıyürek, H. (2020), Erteleme Davranışının Öncülleri Olarak Dış Kontrol Odaklılık ve Rol Çatışması: Ampirik Bir Çalışma, *BMIJ*, 8(1): 711-730.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., and Anderson, R. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.): Prentice-Hall, Inc. Upper Saddle River, NJ, USA.
- Haycock, L. A., McCarthy, P. ve Skay, C. L. (1998). Procrastination in College Students: The Role of Self and Anxiety, *Journal of Counseling ve Development*, 76, 317-324.
- Kaplan, M. (2018). İş Erteleme: Demografik Özellikler Açısından Farklılıkların Analizi, *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 8 (2), 287-309.
- Kaplan, M. ve Keriman, G. (2019). İş Güvencesizliği ile İş Erteleme Arasındaki İlişkide Örgüt Temelli Özsaygının Düzenleyici Rolü. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 9 (2), 552-564.
- Khattak, A. N. ve Ilyas, M. (2017). Task Procrastination: Overcoming Through Re-Establishment of Psychological Association, *Journal of Business Strategies*, 11 (2), 73-88.
- Knaus, W. J. (2000). Procrastination, Blame, and Change, *Journal of Social Behaviour and Personality*, 15, 153 – 166.
- Lakshminarayan, N., Potdar, S., ve Reddy, S. G. (2013). Relationship Between Procrastination and Academic Performance Among a Group of Undergraduate Dental Students in India. *Journal of Dental Education*, 77 (4), 524-528.
- Lay, C. (1986). At Last, My Research Article on Procrastination, *Journal of Research in Personality*, 20, 474-495.
- Milgram, N. A., Marshevsky, S. ve Sadeh, C. (1995). Correlates of Academic Procrastination: Discomfort, Task Aversiveness and Task Capability, *Journal of Psychology*, 129 (2), 145-155.
- Naktiyok, A. ve Kızıl, S. (2018). Örgütsel Destek ve Özyeterlik Algısının Akademik Erteleme Davranışı Üzerine Etkisi: Araştırma Görevlileri Üzerinde Bir İnceleme, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 267- 285.

- Özkan, G. ve Akdemir, B. (2017). Örgütsel Sinizmin Çalışanlarda Erteleme Davranışına Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Social Sciences Studies Journal*, 3 (8), 387-402.
- Sadykova, G. (2016). İş Güvencesizliği İle İşyeri Prokrastinasyonu (Erteleme Alışkanlığı) İlişkisi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (30), 97-120.
- Saffarinia, M. ve Amirkhani, Z. (2016). The Relationship Between Organizational Procrastination and Burnout in Employees of Public Organizations in Tehran Province, *Journal of Industrial and Organizational Psychology Studies*, 3 (1), 41-56.
- Sirois, F. M. (2014) Procrastination and Stress: Exploring the Role of Self-Compassion, Self and Identity, 13 (2), 128-145.
- Steel, P. (2010). Arousal, Avoidant and Decisional Procrastinators: Do they exist? *Personality and Individual Differences*, 48, 926-934.
- Türkan, F. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Mobil Teknolojileri Kullanım Amaçlarının Akademik Erteleme Durumları İle İlişkisinin İncelenmesi, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Ural, A., ve Kılıç, İ. (2006). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzun, B. ve Demir, A. (2015). Erteleme: Türleri, Bileşenleri, Demografik Etkenler ve Kültürel Farklılıklar, *Ege Eğitim Dergisi*, 1 (16), 106-121.
- Üngüren, E., & Çevirgen, A. (2016). Alanya'daki Konaklama İşletmelerinin Genel Yapısının Analizi. *Journal of International Social Research*, 9(43),2223-2236.
- Van Eerde, W. (2003). A Meta-Analytically Derived Nomological Network of Procrastination, *Personality and Individual Differences*, 35 (6), 1401-1418.
- Vestervelt, C. M. (2000). An Examination of the CoNtent and Construct Validity of Four Measures of Procrastination, (Unpublished Master Dissertation), The University of Carleton-Ottawa, Ontario.
- Zacks, S. ve Hen, M. (2018) Academic Interventions for Academic Procrastination: A review of the Literature, *Journal of Prevention & Intervention in the Community*, 46 (2), 117-130.

Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Medya Araçları Kullanımlarının Karşılaştırmalı Analizi

Özgür KIRAN*

Öz

Gelişen iletişim teknolojilerinin yaygın kullanımına bağlı olarak hızlı bir toplumsal değişim süreci yaşanmaktadır. İletişim araçları küresel dünyanın birey ve toplumların gözünde giderek küçülmesine, zaman ve mekân algılarının farklılaşmasına, kendileriyle diğer toplum ve kültürleri kıyaslamalarına daha fazla ve kolay olanaklar sunmaktadır. İletişim araçları insanlık tarihinin farklı dönemlerinde birçok değişikliğe uğrayarak günümüze kadar oldukça gelişmiş ve gelişmeye de devam etmektedir. Ancak kitle iletişim araçlarının gelişim hızı son yüzyıllık sürede tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar hızlı yaşanmış ve doğal olarak bu hızlı değişim toplumları da aynı yönde etkilemiştir. Endüstri devriminden itibaren teknoloji, ulaşımdan haberleşmeye, sağlıktan eğitime hayatın hemen her alanında geçmişe kıyasla oldukça hızlı değişimlere yol açarken iletişim teknolojileri genel anlamdaki bu teknolojik gelişmelerin en önemli yansıma alanlarından birisini oluşturmaktadır. Bu araştırma Sinop ilinde 2018-2019 eğitim öğretim yılında öğrenime devam eden üniversite ve lise öğrencileri üzerinde yürütülmüştür. Öğrencilere geleneksel medya araçları olarak televizyon ve gazete, yeni medya araçları olarak da internet ve sosyal medya ile ilgili sorulardan oluşan bir anket formu uygulanmıştır. Araştırma sonucuna göre her iki öğrenim düzeyindeki gençler arasında internet ve sosyal medya kullanımının yaygın olduğu, gazete okuma alışkanlıklarının ise oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Her iki öğrenim türündeki gençler arasında sosyal medya kullanım oranı yüksek bulunmuştur. Medyanın hem teknolojik hem de içerik olarak kendisini hızlı geliştirdiği günümüzde bireyler üzerindeki her türlü etkisi aynı oranda sıklıkla takip edilmelidir. Bu kapsamda genç kitlenin dışında aileler, yetişkinler hatta yaşlılar üzerinde de medya kullanımına ilişkin araştırmaların konunun genişletilmesi önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gençlik, Medya, Sosyal Medya, İletişim Sosyolojisi.

Comparative Analysis of Media Tools Usage of High School and University Students

Abstract

Due to the widespread use of developing communication technologies, there is a rapid process of social change. Communication tools are increasingly shrinking the global world in the eyes of individuals and societies and differentiating perceptions of time and space. This situation offers more and easier opportunities to compare themselves with other societies and cultures. Communication tools have undergone many changes in different periods of human history and have improved considerably. However, the speed of development of mass media has reached its highest level in the last century. This rapid change has affected societies in the same direction. Since the industrial revolution, technology has caused rapid changes in almost every field of life from transportation to communication, from health to education, while communication technologies generally constitute one of the most important reflection areas of these technological developments. This research was carried out on university and high school students who continue to study in the 2018-2019 academic year in Sinop city center. Students were implemented a survey of questions about traditional media tools and new media tools. According to the results of the research, have been found that the use of the internet and social media is widespread among young people at both levels of education, while the habits of reading newspapers are quite low. The rate of social media usage has been found to be high among young people in both education types. Today, when the media is developing itself both technologically and in terms of content, its effects on individuals should be followed closely. In this context, it is important to broaden the subject with researches on the use of media on families, adults and even the elderly, just like young people.

Key words: Youth, Media, Social Media, Communication Sociology.

Geliş/Received: 23.11.2020

Kabul/Accepted: 22.06.2021

* Dr. Öğr. Üyesi, Samsun Üniversitesi, İİSBF, Sosyoloji Bölümü, ozgur.kiran@samsun.edu.tr, Orcid : 0000-0001-6354-6076

(Makale Türü: Araştırma makalesi)

* Bu çalışma için, yazarların 22.02.2018 tarihli başvuru dilekçesiyle Sinop Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik Kurulu'ndan 26.02.2018 tarih ve 2018/22 sayılı karar ile etik kurul izni alınmıştır.

Giriş

Yüzyıllar boyunca icat edilmiş tüm araç gereçler mevcut sosyo-kültürel, ekonomik ve siyasal yapılar üzerinde az ya da çok etkili olmuş, bu anlamda bireysel ve toplumsal tutum ve davranışlarda da değişikliğe yol açmıştır (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007: 7). İletişim araçları da tarihsel süreçte bir önceki dönemine göre giderek artan hızda geliştirilmiş ancak tarihin hiçbir döneminde özellikle son yüzyıllık sürede olduğu kadar hızlı bir değişim ve gelişme göstermemiştir. Doğal olarak bu hızlı değişim ve gelişim aynı doğrultuda toplumları da etkilemiştir.

Endüstri devriminden itibaren teknoloji ulaşımdan haberleşmeye, sağlıktan eğitime hayatın hemen her alanında geçmişe kıyasla oldukça hızlı değişimlere yol açarken kitle iletişim teknolojileri, bu değişimlerin en önemli yansıma alanlarından birisini oluşturmuştur. İletişim teknolojileri içerisindeki her yeni araç önceki versiyonlarından daha kısa sürede yerini almaktadır. Bu durum teknolojik araçların sadece maddi yönlerindeki değişimleri için değil işlevsel yönlerindeki değişimler için de geçerlidir. Örneğin televizyon teknolojisi gelişirken giderek kanal çeşitliliği de artmış, bu artışla birlikte program içerikleri de çeşitlenmiş hatta tematik yayın yapan kanallar ortaya çıkmıştır. Aynı örnek, haberleşmede kullandığımız telefonlar için de verilebilir. Santralli, kablolu, manyetolu telefon teknolojilerinden günümüz akıllı telefon teknolojisine gelene kadar birçok ara teknolojik sistemler geliştirilmiş ve her biri öncekinden daha kısa süre de geliştirilmiştir. Telefon başlangıçta bir alet olarak yalnızca haberleşme amacıyla kullanılırken, günümüzde bunun çok ötesine geçerek haberleşme dışında gerek duyabileceğimiz birçok teknolojik aletin özelliğini de içinde barındırır hale gelmiştir.

Bireyler medya içeriklerinin tüketiminde bilinçli tercihler yaptıklarında gereksinimlerini karşılayabilirler. Fakat tersi durumlarda medyanın zararlı içeriklerine maruz kalma olasılıkları da artacaktır. Bu anlamda gerek birey gerekse ailesi bakımından hangi kitle iletişim aracını ne için ve ne süreyle kullanmaları gerektiği oldukça önemlidir (Aytemiz, 2011: 11-12). İnternetin sağlıklı kullanımında birey için, belli bir hedef doğrultusunda, uygun koşullar altında ve zamanın doğru kullanımı önemlidir. Sağlıksız internet kullanımında ise hem bireyin kendisinin hem de çevresinin yaşamında psiko-sosyal ve bilişsel güçlükler ortaya çıkması söz konusudur (Çetin Dağlı ve Gündüz, 2017: 340). Sağlıklı internet kullanımı; istediği hedefe ulaşmak isteyen bireyin, herhangi bir biçimde ve herhangi bir rahatsızlık duymadan birey için uygun zamanda interneti kullanmasıdır (Davis, 2001). Bunun tersi olan sağlıksız internet kullanımı ise, internet kullanımının bireyin önce kendi ve daha sonra çevresinin yaşamında psikolojik, sosyal ve bilişsel alanlarda güçlükler

oluşturmasıdır. Başka bir ifadeyle, sorun, internetin ebeveynlerin, akranların, komşuların ve akrabaların kısacası var olan sosyal çevrenin yerini almasıdır.

Medya alanında iki önemli düşünür olarak kabul edilen McLuhan ve Baudrillard kuramsal anlamda birbirlerinden farklı düşünürlerken[†] birleştikleri en önemli nokta “teknolojik determinizm”dir. Yani toplumsal gerçekliğin teknolojik gelişmeler temel alınarak açıklanmasıdır. Bu anlamda teknoloji toplum üstü bir unsurdur ve teknolojik gelişmeler karşısında insan pasif durumdadır (Baban, 2012: 60-61). Günümüzün iletişim kültüründe nesnel dünyaya ait sayısız kaynak bulmak mümkündür. Bu anlamda önemli olan bize sunulan mesajların fikirlerimizi hangi yönde etkileyeceğini tespit etmek veya mesajlarda sunulan bilginin içeriğinin doğru olup olmadığını saptamaktır (Jols ve Thoman, 2008: 12).

Medya

Medya şüpheye yer vermeyecek derecede hayata bakışımızda, anlayış ve davranışlarımızda son derece etkili olan bir güçtür. Hem geleneksel hem de yeni medya araçları açısından bakıldığında maruz kaldığımız medya mesajları bizden öncekilerle kıyaslanmayacak derecede yoğundur (Jols ve Thoman, 2008: 14). Medyadaki bu yoğun mesaj bombardımanından bireylerin –özellikle çocuk ve gençlerin- etkilenmeleri kaçınılmazdır.

Medya özellikle genç bireylerin bilgi, eğlence, moda, arkadaşlık, cinsellik, evlilik, yaşam tarzı vb. konularına bakış tarzlarını şekillendirmede ön plandadır. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizdeki bireylerin de önemli bir kısmı geleneksel veya yeni medya araçlarından birini/birkaçını kullanarak habere, bilgiye ulaşma, eğitim ve eğlence gibi birtakım ihtiyaçlarını gidermektedirler. Üstelik bu süreçte dijital medya bu imkanlara erişim kolaylığı sağlarken daha ekonomiktir ve yayılma hızı da oldukça fazladır (Bilici, 2017: 2-8). Medyanın insanlar üzerindeki etkisi oldukça gizli, yavaş ve farkında olmadan işlemektedir (Şahin, 2018: 19). Benliğimizi tümüyle esir alan medya özel yaşantımızı her yönüyle kapsamlı bir şekilde etkilemektedir. Bu anlamda medyanın, bireyler olarak ortamlarımızı hangi yollarla ve ne şekilde meydana getirdiğini incelemeyen sosyo-kültürel değişimin hiçbir tarafını kavrayamayız (Fiore, 2019: 26). Günümüz gençliğinin maruz kaldığı yabancılaşma, şiddet, cinsel tutkuya aşırı yönelim, zararlı madde kullanımı, ilgisizlik ve amaçsızlık içeren davranışlarının altında medya araçlarının etkisi oldukça fazladır (Can, 2015: 238).

Geleneksel Medya

Geleneksel medyanın mesaj akışı, yayıncı bir kuruluştan geniş kitlelere yayılacak şekilde ve tek yönlüdür (Bilici, 2017: 8). Geleneksel medya araçları olarak kabul edilen araçların başında radyo ve televizyon gelmektedir. 1900’lü yılların başında radyo son derece güçlü bir propaganda

[†] McLuhan medyayı güçlü, belirleyici, özerk ve aktif bir özne kabul ederken, Baudrillard medyayı bir nesne olarak ele almakta ve medyanın bir kullanım değeri olmadığını ifade etmektedir (Baban, 2012: 60).

aracı olarak kullanılmıştır. Onu takip eden televizyon ise görsellik niteliğinin eklenmesiyle birlikte toplumların yaşamında daha hızlı değişimleri beraberinde getirmiştir. Hem uzakları yakın ederken hem de farklı kültürlerin birbirini tanımalarını, benzerlik ve farklılıklarını ortaya koymuştur. Toplumdaki her yaş kategorisini etkileme özelliği olmasının yanı sıra çocuk ve gençler üzerindeki etkisinin daha fazla olduğu söylenebilir. Arslan'a göre (2006) televizyon, hedef kitlesinde en fazla çocuklara etkide bulunurken bu etkilerinin başında genel olarak dersleri, sosyal gelişimleri, fizyolojik gelişimleri, psikolojik gelişimleri ve cinsel gelişimleri gelmektedir.

Yeni Medya

Günümüzde kullanım yoğunluğunun gitgide artması ve adeta bedenin bir uzvu durumuna gelmesiyle beraber bilgisayarlar, oyun konsolları, mobil cep telefonları, dijital kameralar, internet uygulamaları, MP3 çalarlar, dijital televizyonlar ve benzerleri yeni medya olarak nitelendirilebilir (Binark, 2007: 21; Laughey, 2010: 158). İnternette sosyal paylaşım imkânı veren sitelerin çoğalmasıyla bunun bireysel katılıma da uygun olması yeni medyanın aynı zamanda sosyal medya olarak ifade edilmesini sağlamıştır (Ünür, 2016: 156). İçerik oluşumunda izleyici katkısının olması yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özelliklerden birisidir. Geleneksel medya tek yönlü bir iletişim olanağı sunarken internet temelli yeni medya iletişimi çift yönlü hale getirerek iletişim olgusuna yepyeni bir boyut kazandırmıştır. Frechette'e göre internet gündelik hayatta birçok kolaylık sağlarken aynı zamanda kimlik hırsızlığının, pornografinin, ırkçılığın, dilin kötü kullanımının ve benzeri birçok risk ve sorunların da ortaya çıkmasına yol açmıştır (Frechette'den aktaran; Bilici, 2017: 17).

Sosyal Medya

3G teknolojisi sayesinde iletişimin hızının saliselere inmesi ve geleneksel medyanın temel işlevlerine birde "işbirliği" kavramının eklenmesiyle karşımıza yeni bir medya çıktı: Sosyalmedya (Peltekoğlu, 2012: 4). Sosyal medya bireysel ve toplumsal yaşamda yoğun şekilde yer edinirken zamanla daha fazla ve karmaşık bir biçim alarak popülaritesini artırmıştır. Aynı zamanda sosyal medyanın ağırlığını her geçen gün artırmasında bireylerin psiko-sosyal ihtiyaçlarını da karşılayan bir mecra olması önemli bir etkidir (Babacan, 2019: 210).

Sosyal ağ uygulamalarının öncüleri olan gençler arasında benliğin sunumu önemli bir yere sahiptir (Livingstone, 2016: 86). Sosyal medya ortamındaki arkadaşlık ilişkileri ile gerçek ortamdaki arkadaşlık ilişkileri nitelik yönünden oldukça farklıdır. Gerçek ortamlarda kurulan ve yürütülen arkadaşlık ilişkileri bir mahremiyet sınırına sahipken, sosyal medyadaki arkadaşlık ilişkilerinin mahremiyet sınırı oldukça geniştir. Yani sosyal medyada yüzlerce arkadaşına sahip olunabilirken bu ortamda kurulan ilişkiler ve yapılan paylaşımlar en yakın akrabalarından

(ebeveynlerden) başlayarak uzak tanıdıklara kadar herkesin bir arada olduğu ve görebildiği bir düzlemde gerçekleşmektedir.

2019 itibarıyla dünyada yaklaşık üç buçuk milyar insan sosyal medyayı kullanmaktadır ve bunların da %98'i sosyal medyaya mobil cihazlar üzerinden bağlanmaktadır (BTİK, 2019). Sosyal medyanın geniş kitleler tarafından kabul görmesindeki en önemli faktörlerden birisi geleneksel medyanın tek yönlü buyurgan niteliğini kırması ve çift yönlü etkileşime olanak tanmasıdır. Böylece daha geniş özgürlük alanı sağlayan sosyal medya sayesinde bireyler özellikle geleneksel medya araçlarının birer propaganda alıcısı olma durumundan da kendilerini kurtarmışlardır (Ünür, 2016: 154).

Sosyal medya ortamının kullanım pratiği ve doğası gereği, bu ortamda kurulan ilişkiler uzun süreli bir bağlamdan yoksun gerçekleşmektedir. Gerçek hayatta arkadaşlık ilişkileri daha çok sabır, tahammül, fedakarlık, empati gibi duygusal bir zeminde uzun sürede kurulurken, tam tersine sosyal medyada hızlı ve kompleks biçimde kurulmaktadır (Babacan, 2017: 163). Sosyal medya bireylere özgür olduğu hissini verirken öte yandan birey gözetlendiğini düşünmeksizin bu yanılısamayla istediğini yapabilmektedir (Karaboğa, 2018: 932).

Yöntem

Araştırmada nicel veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Tarama araştırmalarında yanıtlayıcılara tek seferde pek çok şey hakkında sorular sorularak değişkenler ölçülür ve tek bir taramada birçok hipotez test edilir (Neuman, 2016: 395). Araştırmanın evreni Sinop kent merkezinde öğrenim gören lise ve üniversite öğrencileridir. Her iki öğrenim türüne ait evrenin genel toplamı (üniversite öğrencisi 3556, lise öğrencisi 5940 (Sinop Valiliği, 2019) olmak üzere) yaklaşık 10 bin öğrencidir. Bu sayıdaki evrenden seçilen örneklem sayısı %95 güven ve +/- 5 hata payıyla 370'dir (Bilici, 2019: 61). Ancak araştırmada hata payını düşürmek ve güven düzeyini yükseltmek amacıyla örneklem sayısı 700 olarak belirlenmiştir. Uygulamadan sonra hatalı anket formlarının elenmesiyle 611 form değerlendirmeye alınmıştır. Örneklem sayıları (n) belirlenirken, Sinop Üniversitesi'nin merkez kampüsündeki fakülte ve yüksekokullar ile kent merkezindeki ortaöğretim kurumlarının her bir türünde öğrenim gören genel öğrenci yoğunluğu ve cinsiyet dağılımı göz önüne alınmış ve orantısız tabakalı örnekleme (her tabakadan farklı oranlarda örnek) yöntemi kullanılmıştır. Araştırma 2018-2019 eğitim öğretim yılında ilgili kurumlardan etik kurul izinleri alınarak yürütülmüştür.

Araştırmada temel olarak “medya kullanım alışkanlıkları bakımından lise ve üniversite öğrencileri arasında fark var mıdır?” sorusuna cevap aranmıştır. Buna bağlı olarak alt sorular şu şekilde oluşturulmuştur;

1. Öğrencilerin cinsiyeti ile medya kullanım süreleri arasında bir ilişki var mıdır?

2. Öğrencilerin cinsiyeti ile medya kullanım amaçları arasında bir ilişki var mıdır?
3. Öğrencilerin okul türleri ile medya kullanım süreleri arasında bir ilişki var mıdır?
4. Öğrencilerin okul türleri ile medya kullanım amaçları arasında bir ilişki var mıdır?

Araştırmaya 339 kız, 272 erkek olmak üzere toplam 611 öğrenci katılmıştır. Bu öğrencilerin 293'ü (% 48) lise öğrencisi ve 317'si (% 52) üniversite öğrencisidir. Anket soruları oluşturulurken öncelikle öğrencilerin sosyo demografik özelliklerini betimleyici sorulara ardından da geleneksel ve yeni medya araçlarını kullanım tarzlarını belirleyen sorulara yer verilmiştir. Araştırma evrenini oluşturan lise ve üniversite öğrencilerinin sosyo demografik özelliklerini tanımlayan frekans ve yüzde dağılımları verilerek ilgili değişkenler arasındaki ilişkiler çapraz tablolarla gösterilmiştir. Verilerin istatistiki anlamlılık düzeyi ,05 olarak belirlenmiştir.

Bulgular

Bu bölümde araştırma sorularına bağlı olarak ortaya çıkan sonuçlardan, sosyo-demografik içerikliler temel frekans tabloları şeklinde, değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koyanlar ise çapraz tablolar şeklinde gösterilmiştir.

Tablo 1: Öğrencilerin sosyo-demografik durumları

		Sayı	Geçerli %
Cinsiyet	Kız	339	55,5
	Erkek	272	44,5
Okul Türü	Lise	293	48,0
	Üniversite	318	52,0
Yaş Grubu	15-17	265	43,5
	18-20	160	26,2
	21-23	164	26,9
	24 ve üzeri	22	3,5
Yaşadığı Yer	Köy/Kasaba	123	20,1
	İlçe	172	28,1
	İl/Büyükşehir	313	51,1
	Yurt dışı	4	0,7
Ortalama Aile Geliri (aylık)	0-1000 TL.	34	5,7
	1001-2000 TL.	117	19,6
	2001-3500 TL.	179	29,9
	3501-5000 TL.	145	24,2
	5001-7000 TL.	83	13,9
	7001 TL. ve üzeri	40	6,7
Toplam		611	100,0

Araştırmaya 339'u kız öğrenci (%55,5), 272'si de erkek öğrenci (%44,5) olmak üzere toplam 611 öğrenci katılmıştır. Bunların 293'ü (%48) Lise öğrenimi görenlerden, 317'si (%52) ise Üniversite öğrenimi görenlerden oluşmaktadır. Öğrencilerin yaş grubu incelendiğinde; 15-17

yaş grubunun %43,5; 18-20 yaş grubunun %26,2; 21-23 yaş grubunun %26,9; 24 yaş ve üzerinin %3,5 olduğu görülmektedir. Yaş grubu dağılımının örneklem dağılımına da uygun olduğu görülmektedir. Öğrencilerin yaşamlarının çoğunu geçirdikleri yer açısından; %48,2'si (köy/kasaba/ilçe olarak) kırsal bölge; %51,8'i ise il/büyükşehir dağılımı göstermektedir. Kırsal ve kentsel bölge açısından dengeli bir dağılım gösterdiği söylenebilir. Öğrencilerin ailelerinin aylık ortalama gelir durumları açısından, %29,9'unun 2001-3500 TL.; %24,2'sinin 3501-5000 TL.; %19,6'sının 1001-2000 TL.; %13,9'unun 5001-7000 TL.; %6,7'sinin 7001 TL. ve üzerinde; %5,7'sinin ise 0-1000 TL. arasında ortalama gelire sahip oldukları tespit edilmiştir. Öğrencilerin ailelerinin büyük çoğunluğunun alt ve orta gelir grubunda yer aldıkları söylenebilir. Anket formunda aile geliri seçenekleri belirlenirken 2019 itibarıyla, güncel asgari ücret 2000 TL. olarak kabul edilmiştir.

Tablo 2: Araştırma kapsamında yer alan okul türleri

Lise			Üniversite		
	Sayı	%		Sayı	%
Anadolu Lisesi	78	12,8	Fen-Edebiyat Fakültesi	93	15,2
Fen Lisesi	51	8,3	Eğitim Fakültesi	84	13,7
Güzel Sanatlar Lisesi	21	3,4	İlahiyat Fakültesi	92	15,1
Spor Lisesi	22	3,6	Sağlık Yüksekokulu	48	7,9
İmam Hatip Lisesi	50	8,2			
Meslek Lisesi	72	11,8			
Toplam (Lise)	294	48,1	Toplam (Üniversite)	317	51,9
Genel Toplam				611	100,0

Araştırma kapsamında yer alan okul türleri incelendiğinde; Ortaöğretim kurumlarının (Lise) oranı %48,1; Üniversite bünyesindeki fakülte/yüksekokulların oranı ise %51,9 dur. Örneklem sayıları belirlenirken öğrenim gördükleri okul türlerinin oranına paralel olarak hesaplanmıştır. Buna göre lise öğrencileri arasında %12,8 Anadolu Lisesi, %11,8 Meslek Lisesi, %8,3 Fen Lisesi öğrencisi, %8,2 İmam Hatip Lisesi, %3,6 Spor Lisesi, %3,4 Güzel Sanatlar Lisesi öğrencileri temsil edilmektedir. Üniversite öğrencilerinin örneklemini ise %15,2 Fen-Edebiyat Fakültesi, %15,1 İlahiyat Fakültesi, %13,7 Eğitim Fakültesi ve %7,9 Sağlık Yüksek Okulu öğrencilerinden oluşmaktadır.

Tablo 3: Öğrencilerin en çok izledikleri televizyon programları

	Sayı	%	Geçerli %
Eğlence/ Magazin/ Yarışma	55	9,0	9,6
Dizi/Film	288	47,1	50,3
Haber/Belgesel/Tartışma	99	16,2	17,3
Dini içerikli programlar	16	2,6	2,8
Spor programları	35	5,7	6,1
İlgimi çeken her program	78	12,8	13,6
Diğer	2	0,3	0,3
Toplam	573	93,8	100,0

Kayıp	38	6,2
Toplam	611	100,0

Öğrencilerin geneli tarafından en çok izlenen televizyon programları incelendiğinde; %50,3'ünün "dizi/film"; %17,3'ünün "haber/belgesel/tartışma" programı izledikleri görülürken, %13,6'sı ise "ilgimi çeken her programı izlerim" şeklinde cevaplamıştır. Televizyonun genellikle boş zaman değerlendirmeye yönelik bir araç olduğu söylenebilir.

Tablo 4: Öğrencilerin internet kullanma amacı

	Sayı	%	Geçerli %
Haber / e posta	43	7,0	7,1
Dizi ya da film izlemek	59	9,7	9,7
Sosyal ağlara bağlanmak	377	61,7	62,2
Araştırma/Bilgi edinmek	57	9,3	9,4
Eğlence/ Alışveriş	66	10,8	10,9
Diğer	4	0,7	0,7
Toplam	606	99,2	100,0
Kayıp	5	0,8	
Toplam	611	100,0	

Öğrencilerin internet kullanma amaçları genel olarak incelendiğinde; %62,2'lik büyük çoğunluğunun "sosyal ağlara bağlanmak" amaçlı kullandıkları görülmektedir. %10,9'u eğlenmek ya da alışveriş yapmak amaçlı kullanırken; %9,7'si ise "dizi ya da film" izlemek amaçlı internet kullanmaktadırlar.

Tablo 5: Öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklığı

	Sayı	%	Geçerli %
Günlük 1 saatten az	124	20,3	20,5
Günlük 1-2 saat	219	35,8	36,3
Günlük 3-4 saat	107	17,5	17,7
Günlük 5 saat ve üzeri	103	16,9	17,1
Haftada birkaç gün	27	4,4	4,5
Hiç kullanmam	23	3,8	3,8
Diğer	1	0,2	0,2
Toplam	604	98,9	100,0
Kayıp	7	1,1	
Toplam	611	100,0	

Öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklığı incelendiğinde; %36,3'ünün "günde 1-2 saat", %20,5'inin günde 1 saatten az kullandıkları görülürken, %17,7'sinin günde 3-4 saat, %17,1'ini ise günde 5 saat ve üzerinde sosyal medya kullandıkları anlaşılmıştır. Sosyal medya kullanmayanların oranı %3,8 dir. Bu anlamda öğrencilerin %91,5'i sosyal medyayı her gün kullanmaktadırlar.

Tablo 6: Öğrencilerin sosyal medya kullanma amaçları

	Sayı	%	Geçerli %
Güncel olayları takip etmek	177	29,0	30,3
Sohbet etmek/ Eğlence	165	27,0	28,3
Zaman geçirmek	212	34,7	36,3
Yeni arkadaşlar bulmak	29	4,7	5,0

Diğer	1	0,2	0,2
Toplam	584	95,6	100,0
Kayıp	27	4,4	
Toplam	611	100,0	

Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde; %36,3'ünün “zaman geçirmek”, %30,3'ünün “güncel olayları takip etmek”, %28,3'ünün “sohbet etmek/ eğlence” amaçlı, %5'inin ise “yeni arkadaşlar bulmak” şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Gençlerin günlük olayları televizyon ya da gazetelerden takip etmek yerine internet tabanlı sosyal medyaya yöneldikleri söylenebilir.

Tablo 7: Öğrencilerin en çok kullandıkları sosyal mecra

	Sayı	%	Geçerli %
Facebook	34	5,6	6,0
Twitter	22	3,6	3,9
Instagram	380	62,2	66,5
Whatsapp	94	15,4	16,5
Youtube	33	5,4	5,8
Diğer	8	1,3	1,4
Toplam	571	93,5	100,0
Kayıp	40	6,5	
Toplam	611	100,0	

Öğrencilerin sosyal medyada en çok kullandıkları mecra incelendiğinde; %66,5'inin Instagram, %16,5'inin Whatsapp, %6'sının Facebook, %5,8'inin Youtube ve %3,9'unun ise Twitter kullandıkları görülmektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin internete ilişkin değerlendirmeleri

İnternet	Her zaman	Çoğu zaman	Ara sıra	Çok nadir	Hiçbir zaman
Boş zamanlarda internete girerim	146 %23,9	283 %46,3	153 %25	19 %3,1	10 %1,6
İnternete girdiğim zaman keyif alırım	154 %25,2	253 %41,4	155 %25,4	38 %6,2	11 %1,8
Cep telefonumdan internete girerim	308 %50,4	240 %39,3	49 %8,0	7 %1,1	7 %1,1
İnterneti faydalı bulurum	159 %26	241 %39,4	173 %28,3	27 %4,4	11 %1,8
Gündemi internetten takip ederim	201 %32,9	244 %39,9	109 %17,8	36 %5,9	21 %3,4

Öğrencilerin internete ilişkin genel değerlendirmeleri incelendiğinde; “*Boş zamanlarda internete girme*” oranlarında %46,3'ünün çoğu zaman, %25'inin ara sıra, %23,9'unun her zaman, %3,1'inin nadiren internete girdiği görülürken, %1,6'sının ise hiçbir zaman internete girmediği görülmektedir. “*İnternette keyif alma*” durumlarında; %41,4'ü çoğu zaman, %25,4'ünün ara sıra, %25,2'sinin her zaman, %6,2'sinin nadiren keyif aldığı, buna karşın %1,8'inin ise hiçbir zaman keyif almadığı görülmektedir. “*Cep telefonundan internete bağlanabilme*” durumlarında; %50,4'ünün her zaman, %39,3'ünün çoğu zaman, %8'inin ara sıra, %1,1'inin nadiren cep

telefonunda internete bağlandığı görülürken, %1,1'inin ise hiçbir zaman cep telefonundan internete bağlanmadığı görülmektedir. Babacan'ın (2017) araştırmasında da üniversite öğrencilerinin %47,2'sinin cep telefonlarından internete girmeleri araştırmamızla büyük benzerlik taşımaktadır. "*İnterneti faydalı bulma*" durumları incelendiğinde; %39,4'ü çoğu zaman, %28,3'ü ara sıra, %26'sı her zaman, %4,4'ü ise nadiren faydalı bulduğunu belirtirken, %1,8'i hiçbir zaman faydalı bulmadığını belirtmiştir. "*Gündemi internetten takip etme*" durumları incelendiğinde; %39,9'u "çoğu zaman", %32,9'u "her zaman", %17,8'i ara sıra, %5,9'u nadiren gündemi internetten takip ederken, %3,4'ü ise gündemi internetten takip etmediklerini belirtmişlerdir. Buna göre öğrenciler boş vakitlerini genellikle internete girerek değerlendirmekte ve çoğunluğu internete cep telefonlarından girmektedir. İnternete girmek onlar için keyifli ve faydalı bir faaliyet olarak algılanmakta, gündemi de yine internet üzerinden takip etmektedirler.

Tablo 9: Öğrencilerin televizyona ilişkin değerlendirmeleri

Televizyon		Her zaman	Çoğu zaman	Ara sıra	Çok nadir	Hiçbir zaman
Sadece zaman geçirmek için televizyon izlerim	Sayı %	45 %7,4	126 %20,6	176 %28,8	169 %27,7	95 %15,5
Televizyon izlemekten keyif alırım	Sayı %	55 %9,0	122 %20,0	228 %37,3	140 %22,9	66 %10,8
Televizyonda istediğim programı bulabilirim	Sayı %	34 %5,6	56 %9,2	195 %32,0	230 %37,7	95 %15,6
Televizyonu faydalı bulurum	Sayı %	28 %4,6	90 %14,7	237 %38,8	171 %28,0	85 %13,9
Gündemi televizyondan takip ederim	Sayı %	36 %5,9	83 %13,6	223 %36,5	196 %32,1	73 %11,9

Öğrencilerin televizyona ilişkin değerlendirmeleri incelendiğinde; "*Sadece zaman geçirmek için televizyon izleyenlerin*", %28,8'i ara sıra, %27,7'si nadiren, %20,6'sı çoğu zaman, %7,4'ü her zaman cevabı verirken %15,5'i hiçbir zaman, zaman geçirmek için televizyon izlemediğini belirtmiştir. Buna göre öğrenciler arasında televizyon, internet kadar yaygın bir zaman geçirme aracı olarak kullanılmamaktadır. "*Televizyon izlemekten keyif alma*" durumları incelendiğinde; öğrencilerin %37,3'ü ara sıra, %22,9'u nadiren, %20'si çoğu zaman, %9'u her zaman keyif aldığını belirtirken, %10,8'i hiçbir zaman keyif almadığını belirtmiştir. Buna göre televizyon, öğrenciler arasında internet kadar keyifli görünmemektedir. "*Televizyonda her istediği programı bulabilme*" durumları incelendiğinde; öğrencilerin %37,7'si nadiren, %32'si ara sıra, %9,2'si "çoğu zaman", %5,6'sı "her zaman" cevabı verirken %15,6'sı hiçbir zaman cevabını vermişlerdir. "*Televizyonu faydalı bulma*" durumları incelendiğinde; %38,8'i ara sıra, %28'i nadiren, %14,7'si "çoğu zaman", %4,6'sı "her zaman" faydalı bulurken, %13,9'u hiçbir zaman faydalı bulmamaktadır. Öğrenciler arasında genel kanı televizyonun faydalı bir araç olmadığı yönündedir. "*Gündemi televizyondan takip etme*" durumları incelendiğinde; %36,5'i ara sıra, %32,1'i nadiren, %13,6'sı çoğu zaman, %5,9'u her zaman cevabı verirken, %11,9'u hiçbir

zaman gündemi internetten takip etmediklerini belirtmişlerdir. Öğrenciler arasında gündemi televizyondan takip etme durumu düşüktür. Tablo 8’den de anlaşılacağı üzere gündemi internetten takip etmektedirler.

Tablo 10: Öğrencilerin gazete okumaya ilişkin değerlendirmeleri

Gazete		Her zaman	Çoğu zaman	Ara sıra	Çok nadir	Hiçbir zaman
Basılı gazete okurum	Sayı	18	36	165	220	172
	%	%2,9	%5,9	%27	%36	%28,2
Gazeteleri internetten takip ederim	Sayı	66	144	133	128	140
	%	%10,8	%23,6	%21,8	%20,9	%22,9

Öğrencilerin gazete okumaya ilişkin görüşleri incelendiğinde; “*Basılı gazete okuma*” oranlarında %36’sı nadiren, %27’si ara sıra, %5,9’u “çoğu zaman”, %2,9’u “her zaman” basılı gazete okurken, %28,2’si hiçbir zaman basılı gazete okumadığını belirtmiştir. “*Gazeteleri internetten takip etme*” durumlarında ise; %23,6’sı çoğu zaman, %21,8’i ara sıra, %20,9’u nadiren ve %10,8’ her zaman internetten takip ederken, %22,9’u hiçbir zaman cevabını vermiştir. Bu sonuçlara göre öğrencilerin basılı gazete okuma alışkanlığı olmadığı hatta internet üzerinden bile gazete okuma alışkanlığına sahip olmadıkları belirtilebilir.

Tablo 11: Öğrencilerin cinsiyet ve okul değişkenine göre en çok izledikleri televizyon programı türleri

En Çok İzlenen Televizyon Program Türleri		Cinsiyet		Toplam	Okul Türü		Toplam
		Kız	Erkek		Lise	Üniversite	
Eğlence/ Magazin/ Yarışma	Sayı	38	17	55	27	28	55
	Satır	%69,1	%30,9	%100	%49,1	%50,9	%100
	Sütun	%11,8	%6,7	%9,6	%10	%9,3	%9,6
Dizi/ Film	Sayı	176	112	288	150	138	288
	Satır	%61,1	%38,9	%100	%52,1	%47,9	%100
	Sütun	%54,8	%44,4	%50,3	%55,4	%45,7	%50,3
Haber/ Belgesel/ Tartışma	Sayı	46	53	99	40	59	99
	Satır	%46,5	%53,5	%100	%40,4	%59,6	%100
	Sütun	%14,3	%21	%17,3	%14,8	%19,5	%17,3
İlgimi çeken her program	Sayı	48	30	78	34	46	80
	Satır	%61,5	%38,5	%100	%42,5	%57,5	%100
	Sütun	%15	%11,9	%13,6	%12,5	%15,2	%14,0
Dini içerikli programlar	Sayı	7	9	16	3	13	16
	Satır	%43,8	%56,3	%100	%18,8	%81,3	%100
	Sütun	%2,2	%3,6	%2,8	%1,1	%4,3	%2,8
Spor programları	Sayı	6	29	35	17	18	35
	Satır	%17,1	%82,9	%100	%48,6	%51,4	%100
	Sütun	%1,9	%11,5	%6,1	%6,3	%6	%6,1
Diğer	Sayı	0	2	2	0	0	0
	Satır	%0,0	%100	%100	%0,0	%100	%100
	Sütun	%0,0	%0,8	%0,3	%0,0	%0,0	%0,0
Toplam	Sayı	321	252	573	271	302	573
	Satır	%56,0	%44,0	%100	%47,3	%52,7	%100
	Sütun	%100	%100	%100	%100	%100	%100

Özgür KIRAN
Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Medya Araçları Kullanımlarının
Karşılaştırmalı Analizi

$x^2 = 36,473$	$df= 6$	$P= 0,000$ ($P< 0,05$)	$x^2 =10,59df=5$	$P=0,060$ ($P> 0,05$)
----------------	---------	--------------------------	------------------	-------------------------

Cinsiyete göre en çok tercih edilen televizyon programları incelendiğinde istatistiki yönden anlamlı olduğu ($P= 0,000$. $P< 0,05$) görülmüştür. Her iki cinsiyette de (kızlarda %54,8, erkeklerde %44,4) en çok dizi/film/müzik programları tercih edilirken; eğlence/ magazin/yarışma programlarının izlenme oranı kız öğrencilerde %69,1, erkek öğrencilerde %30,9; Dizi/Film/Müzik programları kız öğrencilerde %61,1; erkek öğrencilerde %38,9; Haber/Belgesel/Tartışma programları kız öğrenciler arasında %46,5, erkek öğrenciler arasında %53,5; İlgimi çeken her programı izlerim diyenlerin oranı kız öğrenciler arasında %61,5, erkek öğrenciler arasında %38,5; dini programların izlenme oranı ise kız öğrencilerde %43,8, erkek öğrencilerde %56,3 dür. Yine spor programlarının izlenme oranında erkek öğrencilerin oranı (%82,9) yüksektir. Buna göre kız öğrenciler ağırlıklı olarak “eğlence/magazin/ yarışma” ve “dizi/film/müzik” programlarını tercih ederken; erkek öğrenciler ise haber/belgesel/tartışma, dini programlar ve spor programlarını tercih etmektedirler.

Tablo 12: Öğrencilerin cinsiyet ve okul değişkenine göre televizyon izleme durumları

Televizyon İzleme Sıklığı	Cinsiyet		Toplam	Okul Türü		Toplam	
	Kız	Erkek		Lise	Üniversite		
Günde 1 saatten az	Sayı	76	52	128	50	78	128
	Satır	%59,4	%40,6	%100	%39,1	%60,9	%100
	Sütun	%22,5	%19,1	%21	%17,1	%24,5	%21,0
Günde 1-2 saat	Sayı	83	80	163	86	77	163
	Satır	%50,9	%49,1	%100	%52,8	%47,2	%100
	Sütun	%24,6	%29,4	%26,7	%29,5	%24,2	%26,7
Günde 3-4 saat	Sayı	23	26	49	29	20	49
	Satır	%46,9	%53,1	%100	%59,2	%40,8	%100
	Sütun	%6,8	%9,6	%8	%9,9	%6,3	%8
Günde 5 saat ve üstü	Sayı	2	8	10	5	5	10
	Satır	%20	%80	%100	%50	%50	%100
	Sütun	%0,6	%2,9	%1,6	%1,7	%1,6	%1,6
Haftada birkaç gün	Sayı	130	76	206	88	118	206
	Satır	%63,1	%36,9	%100	%42,7	%57,3	%100
	Sütun	%38,5	%27,9	%33,8	%30,1	%37,1	%33,8
Hiç izlemem	Sayı	23	28	51	31	20	51
	Satır	%45,1	%54,9	%100	%60,8	%39,2	%100
	Sütun	%6,8	%10,3	%8,4	%10,6	%6,3	%8,4
Diğer	Sayı	1	2	3	3	0	3
	Satır	%33,3	%66,7	%100	%100	%0,0	%100
	Sütun	%0,3	%0,7	%0,5	%1,0	%0,0	%0,5
Toplam	Sayı	338	272	610	292	318	610
	Satır	%55,4	%44,6	%100	%47,9	%52,1	%100
	Sütun	%100	%100	%100	%100	%100	%100
$x^2 =16,368$			$df= 6$	$x^2 =16,939$			$df=6$
$P= 0,012$			$(P< 0,05)$	$P= 0,010$			$(P< 0,05)$

Öğrencilerin televizyon izleme sıklıkları incelendiğinde; %33,8'inin (206 kişi) haftada birkaç gün, %26,7'sinin (163 kişi) günde 1-2 saat, %21'inin (128 kişi) günde 1 saatten az, %8'inin ise günde 3-4 saat izledikleri görülürken, hiç izlemeyenlerin oranı %8,4 dür.

Öğrencilerin televizyon izleme durumları, *cinsiyet* değişkenine göre incelendiğinde; günde 1 saatten az izleyenlerde kız öğrenciler %59,4, erkek öğrenciler %40,6; günde 1-2 saat izleyenlerde kız öğrenciler %50,9, erkek öğrenciler %49,1; günde 3-4 saat izleyenlerde kız öğrenciler %46,9, erkek öğrenciler %53,1; günde 5 saat ve üstünde izleyenlerde kız öğrenciler %20, erkek öğrenciler %80; Haftada birkaç gün izleyenlerde kız öğrenciler %63,1, erkek öğrenciler %36,9 orana sahipken, hiç televizyon izlemeyenlerde kız öğrenciler %45,1, erkek öğrenciler %54,9 orana sahiptir.

Öğrencilerin televizyon izleme durumları, *okul türü* değişkenine göre incelendiğinde ise; cinsiyet değişkeninde olduğu gibi her iki öğrenim düzeyinde de çoğunluk %33,6 (206 kişi) haftada birkaç gün televizyon izlediklerini belirtmişlerdir. Cinsiyete göre kız öğrencilerin çoğunluğu göze çarparken okul türünde üniversite öğrencilerinin çoğunluğu göze çarpmaktadır. Bu sonuçlara göre öğrencilerin günlük internet kullanım süreleri (%32,6 günlük 3-4 saat), televizyon izleme sürelerinden (%26,7 günlük 1-2 saat) yüksek bulunmuştur.

Tablo 13: Öğrencilerin cinsiyet ve okul değişkenine göre internet kullanım sıklıkları

İnternet Kullanım Sıklığı		Cinsiyet		Toplam	Okul Türü		Toplam
		Kız	Erkek		Lise	Üniversite	
Günde 1 saatten az	Sayı	24	23	47	32	15	47
	Satır	%51,1	%48,9	%100	%68,1	%31,9	%100
	Sütun	%7,1	%8,5	%7,7	%10,9	%4,7	%7,7
Günde 1-2saat	Sayı	90	104	194	111	83	194
	Satır	%46,8	%53,2	%100	%57,2	%42,8	%100
	Sütun	%26,5	%38,2	%31,8	%37,9	%26,1	%31,8
Günde 3-4 saat	Sayı	119	72	191	84	107	191
	Satır	%62,3	%37,7	%100	%44	%56	%100
	Sütun	%35,1	%26,5	%31,3	%28,7	%33,6	%31,3
Günde 5 saat ve üstü	Sayı	91	57	148	40	108	148
	Satır	%61,5	%38,5	%100	%27	%73	%100
	Sütun	%26,8	%21	%24,2	%13,7	%34	%24,2
Haftada birkaç gün	Sayı	12	13	25	23	2	25
	Satır	%48	%52	%100	%92	%8	%100
	Sütun	%3,5	%4,8	%4,1	%7,8	%0,6	%4,1
Hiç kullanmam	Sayı	3	2	5	3	2	5
	Satır	%60	%40	%100	%60	%40	%100
	Sütun	%0,9	%0,7	%0,8	%1	%0,6	%0,8
Diğer	Sayı	0	1	1	0	1	1
	Satır	%0,0	%100	%100	%0,0	%100	%100
	Sütun	%0,0	%0,4	%0,2	%0,0	%0,3	%0,2
Toplam	Sayı	339	272	611	293	318	611
	Satır	%55,5	%44,5	%100	%48	%52	%100
	Sütun	%100	%100	%100	%100	%100	%100
$\chi^2 = 14,475$ $df = 6$				$\chi^2 = 62,124$ $df = 6$			

Özgür KIRAN
Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Medya Araçları Kullanımlarının
Karşılaştırmalı Analizi

P= 0,025	(P<0,05)	P= 0,000	(P<0,05)
----------	----------	----------	----------

Öğrencilerin İnternet kullanım sıklıkları incelendiğinde; %31,8'inin “günlük 1-2 saat”, %31,3'ünün “günlük 3-4 saat”, %24,2'sinin “günlük 5 saat ve üstü”nde internet kullandıkları görülürken, günde 1 saatten az kullananların oranı %7,7; haftada birkaç gün kullananların oranı ise %4,1 dir.

Öğrencilerin internet kullanma durumları ile “*cinsiyet*” değişkeni arasında anlamlı bir ilişki görülmüştür (P<0,05); günde 1 saatten az kullananlarda kız öğrenciler %51,1, erkek öğrenciler %48,9; günde 1-2 saat kullananlarda kız öğrenciler %46,8, erkek öğrenciler %53,2; günde 3-4 saat kullananlarda kız öğrenciler %61,3, erkek öğrenciler %38,7; günde 5 saat ve üstünde kullananlarda kız öğrenciler %61,5, erkek öğrenciler %38,5; Haftada birkaç gün kullananlarda kız öğrenciler %48, erkek öğrenciler %52 orana sahipken, hiç internet kullanmayanlarda kız öğrenciler %60, erkek öğrenciler %40 orana sahiptir. Cinsiyet değişkenine göre kız öğrencilerin internet kullanma süreleri erkek öğrencilerden daha fazladır.

Öğrencilerin internet kullanma durumları ile *okul türü* değişkeni arasında da anlamlı bir ilişki görülmüştür (P<0,05); Lise öğrencileri arasında çoğunluk (%37) günde 1-2 saat kullanırken, üniversite öğrencileri arasında çoğunluk (%34) 5 saat ve üzerinde kullandıklarını belirtmiştir. Cinsiyete göre kız öğrencilerin internet kullanım süresinin yüksek olduğu göze çarparken okul türünde ise üniversite öğrencilerinin çoğunluğu göze çarpmaktadır.

Tablo 14: Öğrencilerin cinsiyet ve okul değişkenine göre internet kullanım amaçları

İnternet Kullanım Amacı	Cinsiyet		Toplam	Okul Türü		Toplam	
	Kız	Erkek		Lise	Üniversite		
Haber /e posta	Sayı	11	32	43	19	24	43
	Satır	%25,6	%74,4	%100	%44,2	%55,8	%100
	Sütun	%3,3	%11,9	%7,1	%6,6	%7,6	%7,1
Dizi ya da Film izleme	Sayı	34	25	59	31	28	59
	Satır	%57,6	%42,4	%100	%52,5	%47,5	%100
	Sütun	%10,1	%9,3	%9,7	%10,7	%8,9	%9,7
Sosyal ağlara bağlanma	Sayı	231	146	377	166	211	377
	Satır	%61,3	%38,7	%100	%44,0	%56	%100
	Sütun	%68,8	%54,1	%62,2	%57,2	%66,8	%62,2
Araştırma-Bilgi edinme	Sayı	42	15	57	23	34	57
	Satır	%73,7	%26,3	%100	%40,4	%59,6	%100
	Sütun	%12,5	%5,6	%9,4	%7,9	%10,8	%9,4
Oyun/ Müzik/ Alışveriş	Sayı	17	49	66	49	17	66
	Satır	%25,8	%74,2	%100	%74,2	%25,8	%100
	Sütun	%5,1	%18,1	%10,9	%16,9	%5,4	%10,9
Diğer	Sayı	1	3	4	2	2	4
	Satır	%25	%75	%100	50,0%	%50	%100
	Sütun	%0,3	%1,1	%0,7	0,7%	%0,6	%0,7
Toplam	Sayı	336	270	606	290	316	606
	Satır	%55,4	%44,6	%100	%47,9	%52,1	%100

Sütun	%100	%100	%100	%100	%100	%100
	$\chi^2 = 53,545$		df= 5	$\chi^2 = 22,669$		df=6
	P= 0,000		(P< 0,05)	P= 0,000		(P< 0,05)

Öğrencilerin internet kullanım amaçları ile cinsiyet değişkeni incelendiğinde anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır (P< 0,05). Öncelikle her iki cinsiyette de büyük çoğunluk (%62,2) sosyal ağlara bağlanma amaçlı kullandıklarını belirtmişlerdir. İkinci sırada ise oyun, müzik/ alışveriş amaçlı kullanım (%10,9) gelmektedir. Daha sonra %9,7 ile dizi ya da film izleme, %7,1 ile de haber/ e posta amaçlı kullanım gelmektedir.

Cinsiyete göre; “haber/ e posta” amaçlı kullanımda kız öğrenciler %25,6, erkek öğrenciler %74,4; “dizi ya da film izleme” amaçlı kullanımda kız öğrenciler %57,6; erkek öğrenciler %42,4; “sosyal ağlara bağlanma” amaçlı kullanımda kız öğrenciler %61,3; erkek öğrenciler %38,7; “araştırma bilgi edinme” amaçlı kullanımda kız öğrenciler %73,7; erkek öğrenciler %26,3; “oyun/ müzik/ alışveriş” amaçlı kullanımda kız öğrenciler %25,8; erkek öğrenciler %74,2 orana sahiptirler. Buna göre kız öğrenciler dizi ya da film izleme, sosyal ağlara bağlanma ve araştırma ve bilgi edinme amaçlı kullanımda erkek öğrencilerden daha yüksek orana sahipken, erkek öğrenciler ise haber/ e posta amaçlı ve oyun/ müzik/ alışveriş amaçlı kullanımda kız öğrencilerden daha yüksek orana sahiptirler.

Öğrencilerin internet kullanım amaçları ile *okul türü* değişkeni arasında da anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır (P< 0,05). Öncelikle her iki eğitim seviyesinde de büyük çoğunluk (%62,2) sosyal ağlara bağlanma amaçlı kullandıklarını belirtmişlerdir.

Okul türüne göre; “haber/ e posta” amaçlı kullanımda lise öğrencileri %44,2; üniversite öğrencileri %55,8; “dizi ya da film izleme” amaçlı kullanımda lise öğrencileri %52,5; üniversite öğrencileri %47,5; “sosyal ağlara bağlanma” amaçlı kullanımda lise öğrencileri %44; üniversite öğrencileri %56; “araştırma bilgi edinme” amaçlı kullanımda lise öğrencileri %40,4; üniversite öğrencileri %59,6; “oyun/ müzik/ alışveriş” amaçlı kullanımda lise öğrencileri %74,2; üniversite öğrencileri %25,8 orana sahiptirler. Buna göre lise öğrencileri “dizi ya da film izleme” ve “oyun/ müzik/ alışveriş” amaçlı kullanımda üniversite öğrencilerinden daha yüksek orana sahipken, üniversite öğrencileri ise “haber/ e posta”, “sosyal ağlara bağlanma” ve “araştırma ve bilgi edinme” amaçlı kullanımda lise öğrencilerinden daha yüksek orana sahiptirler.

Tablo 15: Öğrencilerin cinsiyet ve okul değişkenine göre sosyal medya kullanma amaçları

Sosyal Medya Kullanma Amacı	Cinsiyet		Toplam	Okul Türü		Toplam	
	Kız	Erkek		Lise	Üniversite		
Güncel olayları takip etmek	Sayı	84	93	177	67	110	177
	Satır	%47,5	%52,5	%100	%37,9	%62,1	%100
	Sütun	%26,3	%35,2	%30,3	%24,1	%35,9	%30,3
Sohbet etmek / Eğlence/ Oyun	Sayı	89	76	165	94	71	165
	Satır	%53,9	%46,1	%100	%57,0	%43,0	%100
	Sütun	%27,8	%28,8	%28,3	%33,8	%23,2	%28,3

Özgür KIRAN
Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Medya Araçları Kullanımlarının
Karşılaştırmalı Analizi

Zaman geçirmek	Sayı	134	78	212	103	109	212
	Satır	%63,2	%36,8	%100	%48,6	%51,4	%100
	Sütun	%41,9	%29,5	%36,3	%37,1	%35,6	%36,3
Yeni arkadaşlar bulmak	Sayı	13	16	29	14	15	29
	Satır	%44,8	%55,2	%100	%48,3	%51,7	%100
	Sütun	%4,1	%6,1	%5	%5	%4,9	%5
Diğer	Sayı	0	1	1	0	1	1
	Satır	%0,0	%100	%100	%0,0	%100	%100
	Sütun	%0,0	%0,4	%0,2	%0,0	%0,3	%0,2
Toplam	Sayı	320	264	584	278	306	584
	Satır	%54,8	%45,2	%100	%47,6	%52,4	%100
	Sütun	%100	%100	%100	%100	%100	%100
$\chi^2 = 12,328$ P= 0,015				df= 4 (P< 0,05)	$\chi^2 = 13,545$ P= 0,009		df= 4 (P< 0,05)

Öğrencilerin sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde hem *cinsiyet* hem de *okul türü* değişkeni arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmıştır (P< 0,05); Öncelikle her iki cinsiyette de çoğunluk (%36,3) sosyal medyayı “zaman geçirmek” amaçlı kullanmaktadır. Daha sonra “güncel olayları takip etmek” (%30,3) amaçlı kullanım gelmektedir.

Cinsiyete göre incelendiğinde; “Güncel olayları takip etmek” amaçlı kullanım kız öğrencilerde %47,5; erkek öğrencilerde %52,5; “sohbet etmek/ eğlence/ oyun” amaçlı kullanım kız öğrencilerde %53,9; erkek öğrencilerde %46,1; “zaman geçirmek” amaçlı kullanım kız öğrencilerde %63,2; erkek öğrencilerde %36,8; “arkadaşlarımın ne yaptığını kontrol etmek/ yeni arkadaşlar bulmak” amaçlı kullanım kız öğrencilerde %44,8; erkek öğrencilerde %55,2 oranına sahiptir. Buna göre kız öğrenciler sosyal medyayı daha çok sohbet, oyun, eğlence ve zaman geçirmek amaçlı kullanırken, erkek öğrenciler ise güncel olayları takip etmek ve yeni arkadaşlar bulmak amaçlı kullanmaktadır.

Okul türüne göre incelendiğinde; “Güncel olayları takip etmek” amaçlı kullanım lise öğrencilerinde %37,9; üniversite öğrencilerinde %62,1; Sohbet etmek / eğlence / oyun amaçlı kullanım lise öğrencilerinde %57, üniversite öğrencilerinde %43; zaman geçirmek amaçlı kullanım lise öğrencilerinde %48,6, üniversite öğrencilerinde %51,4; yeni arkadaşlar bulmak lise öğrencilerinde %48,3, üniversite öğrencilerinde %51,7 oranına sahiptir. Buna göre üniversite öğrencileri sosyal medyada güncel olayları daha fazla takip ederken lise öğrencileri daha çok sohbet, oyun, eğlence amaçlı kullanmaktadır.

Tablo 16: Öğrencilerin sosyal medya kullanma sıklığı ve cinsiyet ilişkisi

Sosyal Medya Kullanma Sıklığı		Cinsiyet		Toplam
		Kız	Erkek	
Günde 1 saatten az	Sayı	60	64	124
	Satır	%48,4	%51,6	%100
	Sütun	%17,9	%23,8	%20,5
Günde	Sayı	117	102	219

1-2saat	Satır	%53,4	%46,6	%100
	Sütun	%34,9	%37,9	%36,3
Günde 3-4 saat	Sayı	62	45	107
	Satır	%57,9	%42,1	%100
	Sütun	%18,5	%16,7	%17,7
Günde 5 saat ve üstü	Sayı	65	38	103
	Satır	%63,1	%36,9	%100
	Sütun	%19,4	%14,1	%17,1
Haftada birkaç gün	Sayı	14	13	27
	Satır	%51,9	%48,1	%100
	Sütun	%4,2	%4,8	%4,5
Hiç kullanmam	Sayı	17	6	23
	Satır	%73,9	%26,1	%100
	Sütun	%5,1	%2,2	%3,8
Diğer	Sayı	0	2	2
	Satır	%0,0	%100	%100
	Sütun	%0,0	%0,4	%0,2
Toplam	Sayı	335	269	604
	Satır	%55,5	%44,5	%100
	Sütun	%100	%100	%100
$\chi^2 = 10,142$		df= 6	P= 0,119 (P> 0,05)	

Öğrencilerin sosyal medya kullanma sıklığı ile cinsiyet ilişkisi incelendiğinde istatistiki olarak anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir. Ancak tablo incelendiğinde her iki cinsiyetinde genel olarak %36,3'ü günde 1-2 saat kullandıklarını belirtmişlerdir. Günde 1 saatten az kullananlar; kız öğrencilerde %48,4, erkek öğrencilerde %51,6; günde 1-2 saat kullananlarda kız öğrenciler %53,4, erkek öğrenciler %46,6; günde 3-4 saat kullananlarda kız öğrenciler %57,9, erkek öğrenciler %42,1; günde 5 saat ve üzerinde kullananlarda kız öğrenciler %63,1, erkek öğrenciler %36,9; haftada birkaç gün kullananlarda kız öğrenciler %51,9, erkek öğrenciler %48,1 oranına sahiptir. Hiç sosyal medya kullanmayanların oranı ise kız öğrencilerde %73,9 erkek öğrencilerde 26,1'dir. Buna göre günde 3-4 saat ve günde 5 saat ve üzerinde kullananlarda kız öğrencilerin oranı erkek öğrencilerden daha yüksektir. Kıran ve Eryılmaz'ın (2017: 95) üniversite öğrencilerine yaptıkları araştırmalarında da kadın öğrencilerin sosyal medyayı erkek öğrencilerden daha fazla kullandıkları saptanmıştır.

Sonuç ve Tartışma

Medya araçları kullanımını açısından lise ve üniversite öğrencileri arasında fark olup olmadığının araştırıldığı bu çalışmada genel anlamda her iki öğrenim türündeki gençler arasında medya kullanımının yoğun olduğu tespit edilmiştir. Buna göre her iki öğrenim türünde öğrencilerin internet kullanım alışkanlıkları televizyon kullanımlarından yüksek bulunmuştur. Lise ve üniversite öğrencilerinin yarısının geleneksel medya aracı olan televizyonu çoğunlukla dizi/film izlemek amacıyla kullandıkları görülmüştür. Cinsiyete göre en çok tercih edilen televizyon programlarında; kız öğrenciler ağırlıklı olarak eğlence/magazin/yarışma ve dizi/film

programlarını tercih ederken; erkek öğrenciler ise haber/belgesel/tartışma, dini programlar ve spor programlarını tercih etmektedirler. Cinsiyete göre televizyon izleme sıklıkları incelendiğinde; kız öğrenciler çoğunlukla haftada birkaç gün, erkek öğrenciler ise günlük 1-2 saat izledikleri şeklinde görüş belirtmişlerdir. Okul türüne göre televizyon izleme sıklıklarında, her iki öğrenim düzeyindeki gençlerin çoğunluğu haftada birkaç gün izlediklerini belirtmişlerdir. Aksaçoğlu ve Yılmaz (2007:15) araştırmalarında öğrenciler için özellikle hafta sonları televizyona bağımlılık düzeylerinin yüksek olduğu, televizyonu 2 -3 saat izlemenin de fazla bulunduğu görülmektedir. Eryılmaz ve Çukurlöz (2018: 901) lise öğrencilerine yönelik dijital bağımlılık konulu araştırmalarında; öğrencilerin sosyal medya başta olmak üzere internet ve mobil telefonlarına bağımlı olduklarını ortaya koymuşlardır.

Öğrencilerin basılı gazeteleri takip etme alışkanlığının neredeyse hiç olmadığı ve internet üzerinden dahi gazete okuma alışkanlıklarının oldukça düşük olduğu söylenebilir. Televizyonun da bir nevi boş zaman geçirme aracı olduğu belirtilebilir. Günümüz gençleri dünyaya gözlerini açtıklarında yeni medya teknolojisiyle karşılaşmışlardır. Bu anlamda hız, hareket ve çeşitlilik içinde belli bir akıcılığa sahip olan yeni medya araçları karşısında gazete, gençler açısından cazip bir medya aracı olarak görülmemektedir. Sosyal medyanın bireylerin haber edinme ihtiyacına da cevap verdiği düşünüldüğünde gençler için gazetelerin internet sayfalarından takibi önemsizleşmektedir. Aksaçoğlu ve Yılmaz (2007: 23) öğrencilerin boş zamanlarında, “kitap okumak”, “televizyon izlemek”, “bilgisayar kullanmak” faaliyetleri içinde kitap okumak en son tercih edilirken, ilk sıralarda “bilgisayar kullanma” ile “televizyon izleme”yi tercih ettikleri saptanmıştır. Adler’e göre, bugün dijital dünyada büyüyen gençlerin birçoğu cep telefonsuz bir yaşam düşünememektedirler ve hiçbir zaman basılı gazete okumayabilirler. Bugünün okuyucuları daha kısa metinler okumayı istiyorlar. Günümüzde haberlerin hızı da geçmiştekinden çok daha hızlıdır (Adler, 2008: 49-52).

İnternet kullanım amacına göre öğrencilerin yarıdan fazlasının yeni medya aracı olarak değerlendirilen sosyal ağlara bağlanmayı tercih ettikleri tespit edilmiştir. Genç ve arkadaşlarının üniversite öğrencileri üzerine yaptıkları araştırmaya göre katılımcıların yaklaşık dörtte üçü interneti sohbet etmek, oyun oynamak, film izlemek ve sosyal ağlarda gezinmek amacıyla kullanmaktadırlar (Genç, vd., 2018: 330). Sosyal medya kullanım sıklığı incelendiğinde ise, çoğunluğu “günde 1-2 saat” kullandıklarını belirtmiştir. Babacan’ın (2017) araştırmasında %80; Demir’in (2016) yaptığı araştırmada da %66 oranlarıyla öğrencilerin sosyal medya kullanım sıklıkları araştırmamızla benzerlik taşımaktadır. Koç ve Tatlı’nın (2017: 75-76) araştırmalarına göre öğrenciler çoğunlukla sosyal mecraları günlük 2-3 saat kullanmaktadırlar. Akyazı ve Tutkun’un (2013), üniversite öğrencilerinin sosyal ağları kullanım alışkanlıklarına göre sosyal

mecraların gündelik kullanım sürelerini inceledikleri araştırmada, öğrencilerin üniversite türüne göre farklılaşmadıkları saptanmıştır. Devlet üniversitelerindeki gençlerin yarıya yakınının (%47,2), günlük “1-3 saat arası” sosyal mecralara bağlandıkları, %30,7’sinin ise, “1 saatten az” bağlandıkları saptanmıştır. Öte yandan, gençlerin günlük anlamda, %14,7’si “3-5 saat arası”, %5,5 gibi az oranda da “5 saatten fazla” sosyal mecralara bağlandıkları görülmüştür. Vakıf üniversitelerinde de (%38,4’ü 1-3 saat, %35,3’ü 1 saatten az, %16,8’i 3-5 saat arası, %6,8’i ise 5 saatten fazla) benzer sonuçlarla karşılaşılmaktadır. Aksaçlıoğlu ve Yılmaz (2007: 15) araştırmalarında bilgisayarı kullanmada ilk amaç “oyun oynamak” şeklinde ortaya çıkmıştır. Laura & Richard (2004) hem ergen hem de yetişkin bireylerin sosyal medya üzerinden paylaşım yapmadıklarında kendilerinde eksiklik hissettiklerini belirtmişlerdir.

Öğrencilerin yine çoğunluğu sosyal medyayı “zaman geçirmek” amaçlı kullanmaktadırlar. Benzer araştırmalardan Demir’e (2016: 33) göre öğrenciler sosyal medyayı çoğunlukla (%51,7) “zaman geçirme” amaçlı kullanırlarken bunu “online sohbet” (%18,5) ile “arkadaş takibi” (%10,9) izlemektedir. Koç ve Tatlı’ya (2017: 75-76) göre öğrencilerin %31’i sosyal medyayı sohbet etmek, yeni arkadaşlar bulmak ve eğlenmek amacıyla kullanmaktadırlar. İnce ve Koçak’ın (2017: 743-744) araştırmasına katılanların çoğunluğu da “eğlenmek ve rahatlamak için” cevabını verirken, ikinci sırada, “arkadaşlarımla iletişimde bulunmak”, üçüncü sırada ise “çeşitli konularda bilgi sahibi olmak için” yer almaktadır. Karaboğa’nın (2018) araştırmasında ise yine katılımcıların %89’u sosyal medyayı arkadaş çevresiyle iletişime geçmek, %84’ü sohbet etmek, %71’i “oyun oynamak, eğlenmek ve zaman geçirmek” amacıyla kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin sosyal medya kullanımları ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişkide, kız öğrenciler sosyal medyayı daha çok sohbet, oyun, eğlence ve zaman geçirmek amaçlı kullanırken, erkek öğrenciler ise güncel olayları takip etmek ve yeni arkadaşlar bulmak amaçlı kullanmaktadır. Okul türü değişkeninde ise, üniversite öğrencileri sosyal medyada güncel olayları daha fazla takip ederken lise öğrencileri daha çok sohbet, oyun, eğlence amaçlı kullanmaktadır. İnce ve Koçak’ın (2017: 743-744) araştırmasına katılanların cinsiyetine göre; kadınlar erkeklere oranla bir oturumda daha uzun süre sosyal medya kullanmaktadır. Karaboğa’ya (2018: 923) göre, üniversiteli gençlerin günlük sosyal medya kullanım süreleri ise ortalama 4 saat 15 dk. dır. Yine üniversite öğrenimi gören kadınlar erkeklere göre sosyal mecralarda daha fazla zaman geçirmektedirler. Tanrıverdi ve Sağır (2014: 807), liseli erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre sosyal medyayı daha fazla benimsediklerini buna karşın daha az başarılı olduklarını belirtmiştir.

Sosyal medyada en fazla kullanılan mecraların başında Instagram gelirken bunu Whatsapp, Facebook, Youtube ve Twitter takip etmektedir. Karaboğa’ya (2018) göre, üniversite öğrencilerinin çoğunluğu sırasıyla Instagram, Whatsapp, Youtube, Twitter ve Facebook

kullanılmaktadır. İnce ve Koçak'ın (2017: 743-744) araştırmasına katılanların yarıya yakını en fazla Facebook'da zaman harcadıklarını belirtmişlerdir. Bunu sırasıyla Twitter ve Instagram izlemektedir. Koç ve Tatlı'nın (2017: 81) araştırmalarına göre kadın öğrencilerin Facebook ve Twitter kullandıklarında erkek öğrencilere göre çevreleriyle iletişimlerini daha fazla kestikleri belirlenmiştir.

Araştırmamıza göre öğrencilerin çoğunluğu boş vakitlerini internetle geçirdiklerini, internete girerken genellikle cep telefonu kullandıklarını, internet kullanmaktan hem keyif aldıklarını hem de faydalı bulduklarını, yine gündeme dair haberleri internet üzerinden takip ettiklerini belirtmektedirler. Babacan'ın da (2017: 151) üniversite öğrencileri ile yaptığı araştırmada öğrencilerin yarıdan fazlasının (%57,1) “her an” internete bağlı durumda oldukları sonucuna ulaşması araştırmamızla benzerlik taşımaktadır. Cinsiyete göre kız öğrencilerin internet kullanım süresinin yüksek oluşu dikkat çekerken, okul türünde ise üniversite öğrencilerinin çoğunluğu göze çarpmaktadır. Öner ve Çakır'ın (2019) araştırmalarında, internet bağımlılığı durumu cinsiyet ile karşılaştırıldığında erkek öğrencilerde bağımlılık düzeyinin kız öğrencilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu anlamda internet ve sosyal medya kullanımı arasında bir ilişki olduğu ortadadır. Öğrencilerin sosyal medya kullanımları ile internet bağımlılıkları arasında düşük fakat pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu sonuca göre öğrencilerin internet kullanımlarında önemli bir etkeninde sosyal medya olduğu söylenebilir.

Öğrencilerin internet kullanım amaçları ile cinsiyet değişkeni incelendiğinde kız öğrenciler dizi ya da film izleme, sosyal ağlara bağlanma ve araştırma/bilgi edinme amaçlı kullanımda erkek öğrencilerden daha yüksek orana sahipken, erkek öğrenciler ise haber/ e posta amaçlı ve oyun/ müzik/ alışveriş amaçlı kullanımda kız öğrencilerden daha yüksek orana sahiptirler. Öğrencilerin internet kullanım amaçları ile *okul türü* değişkeni arasında da her iki eğitim seviyesinde büyük çoğunluk (%62,2) sosyal ağlara bağlanma amaçlı kullandıklarını belirtmişlerdir. Fakat lise öğrencileri “dizi ya da film izleme” ve “oyun/ müzik/ alışveriş” amaçlı kullanımda üniversite öğrencilerinden daha yüksek orana sahipken, üniversite öğrencileri ise “haber/ e posta” ve “araştırma ve bilgi edinme” amaçlı kullanımda lise öğrencilerinden daha yüksek orana sahiptirler. İnternetin kontrolsüzce çok fazla kullanılmasıyla bireylerde iletişim sorunları başta olmak üzere yeme-içme, uyku ve duruş bozuklukları, şiddet gibi bir takım psikososyal ve biyolojik sorunlar görülebilmektedir (Ertuğrul ve Keskin, 2012: 86).

Araştırma sonucundan hareketle şu önerilerde bulunulabilir; kullanım yaygınlığının her geçen gün artıran, maruz kalma yaşını doğum sonrasındaki ilk yıllara indiren medya araçları konusunda benzer araştırmalar sıklıkla ve farklı yaş kategorilerine yayılarak yapılmalıdır. Buna bağlı olarak özellikle çocuk ve gençlerin medyanın zararlı etkilerine karşı bilinçlendirilmesi

konusunda bilinçli medya okuryazarlığı eğitimine nitelik yönünden ağırlık verilmesi de son derece önemlidir. Öyle ki medya kullanımında yasaklayıcı tutum bir çözüm olarak günümüzde anlamlı görülmemekte, bunun yerine hangi medya aracını hangi amaçlarla ne kadar kullanacağını bilen bireyler yetiştirilmesi yönünde çaba gösterilmesi daha faydalı olacaktır. Sorumluluğun yalnızca eğitim kurumlarına bırakılmaması, ilk sosyalleşme ortamı olan ailenin bu konuda öncelikli sorumlu toplumsal kurum olduğu göz önünde bulundurularak ebeveynlerin de bilinçli medya okuryazarlığı konusunda bilgi ve farkındalıklarını artırıcı çeşitli eğitim programları düzenlenmesi uygun olacaktır.

Kaynakça

- Adler, R. P. (2008). Media policy and community values, R. P. Adler, D. Clark, K. Wallman (Ed). Media and Values kitabı içinde (s. 47-56). Wasington, DC.: The Aspen Institute Communication and Society Program Publication.
- Aksaçlıoğlu, A. G. ve Yılmaz, B. (2007). Öğrencilerin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıkları üzerine etkisi. *Türk Kütüphaneciliği* 21 (1), 3-28.
- Akyazı, E. ve Ünal, E. T. (2013). İletişim fakültesi öğrencilerinin amaç, benimseme, yalnızlık düzeyi ilişkisi bağlamında sosyal ağları kullanımı. *Global Media Journal Turkish Edition*, 6 (3), 1-24.
- Arslan, D. A. (2006). Bir sosyolojik olgu olarak televizyon. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8 (1), 1-17.
- Aytemiz, H. (2011). Bilinçli medya kullanımı. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Babacan, M. E. (2017). Sosyal medya ve gençlik. İstanbul: Bir Yayıncılık.
- Baban, E. (2012). Mc Luhan ve Baudrillard'ın penceresinden sosyal medyanın etkisi: ifadenin esareti, gözetlenen toplum ve kayıp kimlik sendromu, T. Kara ve E. Özgen (Der.), Sosyal Medya Akademi kitabı içinde (s. 57-79). İstanbul: Beta Yayınları.
- BTİK. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2020, Şubat). We are social dijital pazar istatistikleri. Erişim adresi: <https://wearesocial.com/blog/2019/04/the-state-of-digital-in-april-2019-all-the-numbers-you-need-to-know>
- Bilici, İ. E. (2017). Medya okuryazarlığı ve eğitimi. Ankara: Nobel Yayınları.
- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu. M. Binark (Der.), Yeni Medya Çalışmaları kitabı içinde. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Can, N. (2015, Temmuz). Medya ve gençlik sorunları ilişkisi. Erişim adresi: <https://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/CAN-Niyazi-MEDYA-VE-GEN%c3%87L%c4%b0K-SORUNLARI-%c4%b0L%c4%b0%c5%9eK%c4%b0S%c4%b0.pdf>
- Çetin Dağlı, M. ve Gündüz, B. (2017). Üniversite öğrencilerinde yalnızlık ve psikolojik iyi oluş ilişkisinde problemlerli internet kullanımının aracı rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 339-357.

- Demir, Ü. (2016). Sosyal medya kullanımı ve aile iletişimi: Çanakkale’de lise öğrencileri üzerine bir araştırma. *Selçuk İletişim*, 9 (2), 27-50.
- Ertuğrul, İ. ve Keskin, N. (2012). İnternet’in Türkçe’nin yaygın kullanımında ve toplum-birey yapısının değişimindeki rolü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi Dergisi*, 3 (2), 79-88.
- Eryazar, K. (2018, Aralık), Türkiye’de ve dünyada sosyal medya raporu. Erişim adresi: <http://www.farklibirbakis.com/turkiyede-ve-dunyada-sosyal-medya-raporu/>
- Eryılmaz, S. ve Çukurluöz, Ö. (2018). Lise Öğrencilerinin dijital bağımlılıklarının incelenmesi: Ankara ili, Çankaya ilçesi örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(67), 889-912.
- Fiore, Q. (2019). Yaradığımız medya. (Ü. Oskay, Çev). İstanbul: Nora Yayınları.
- Genç, Y., Durğun, A., Kara, H. Z. ve Çakır, R. (2018). İnternet kullanımının üniversite öğrencilerinin yalnızlık algılarına etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 13 (2), 301-336.
- İnce, M. ve Koçak, M. C. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları: Necmettin Erbakan Üniversitesi örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2), 736-749.
- Jols, T. ve Thoman, E. (2008). 21. Yüzyıl okuryazarlığı. Ankara: Ekinoks Yayınları.
- Karaboğa, M. T. (2018). Üniversite öğrencilerinin bir sosyalleşme alanı olarak sosyal medya hakkındaki görüşleri. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14 (3), 912-936.
- Kıran, Ö. ve Eryılmaz, Ç. (2018). Üniversite öğrencilerinde medya araçlarını kullanım alışkanlıkları: Sinop Üniversitesi örneği, Ö. Kıran (Ed.), Sosyal Bilimciler Gözüyle Sinop kitabı içinde (s.329-354). Ankara: Berikan Yayınları.
- Koç, B. ve Tatlı, H. (2017). Üniversite öğrencilerinin sosyal ağ sitelerine yönelik tutum ve davranışları. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (13), 71-82.
- Laughey, D. (2010). Medya çalışmaları; teoriler ve yaklaşımlar, (A. Toprak, Çev.), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Laura, A. N. ve Richard, N. (2004). Development of a psychometrically sound internet addiction scale: a preliminary step. *Psychology of Addictive Behaviors*, 18 (4), 381-384.
- Livingstone, S. (2016). Gençliğe ilişkin içerik oluşturmada riskli fırsatları değerlendirmek. H. Hülür ve C. Yaşın (Ed.), Yeni Medya: Kullanıcının Yükselişi kitabı içinde, (s. 85-107). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Öner, İ. E. ve Çakır, R. (2019). Ortaokul öğrencilerinin internet bağımlılığı ve sosyal medya kullanma düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi, *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 33-34.
- Peltekoğlu, B. F. (2012). Sosyal medya sosyal değişim, T. Kara ve E. Özgen (Der.), Sosyal Medya Akademi kitabı içinde, (s. 3-8). İstanbul: Beta Yayınları.
- Sinop Valiliği (2019, Ocak). Erişim adresi: <https://www.sinop.gov.tr/egitim>

Şahin, A. (2018). Eleştirel medya okuryazarlığı. Ankara: Anı Yayınları.

Tanrıverdi, H. ve Sağır, S. (2014). Lise öğrencilerinin sosyal ağ kullanım amaçlarının ve sosyal ağları benimseme düzeylerinin öğrenci başarısına etkisi, *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (18), 775-822.

Ünür, E. (2016). Geleneksel medya'nın sosyal medyayı nasıl kullandığına ilişkin bir inceleme: dizilerin twitter kullanımı. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 20 (1), 153-170.

Yeni Medya ve Nostalji: TRT Arşiv Üzerine Bir Değerlendirme

Mehmet Emin SATIR*

Öz

Tarihsel süreçte öncelikli olarak yurda duyulan özlem olarak kavramsallaştırılan nostalji, anlamsal olarak farklılaşmaya başlamış ve geçmiş zamana yönelmeye başlamıştır. Nostalji çerçevesinde bireyler sıkça geçmişe yönelirler ve geçmişi idealize ederler. Bu çerçevede nostaljik bakış açısının işlerliğinin temelde geçmişin idealize edilmesi ve şimdiki zamanın değersizleştirilmesi noktasında önemli olduğunu belirtmek gerekmektedir. Nostaljik bakış açısının gündelik hayattaki görünürlüğü noktasında yeni medya teknolojilerinin gelişim göstermesi önemli bir eşik oluşturmaktadır. Yeni medya araçları sayesinde geçmiş, bugüne sıklıkla sirayet edebilmektedir. Bu çerçevede yapılmış olan çalışmada, nostaljik bakış açısının yeni medyadaki görünümlerini ortaya çıkartmak amaçlanmaktadır. Çalışmada TRT Arşiv'in YouTube kanalı üzerinden paylaşılmış olduğu içerikler, yargısal örnekleme tekniği ile belirlenmiş olup bu videolara yönelik olarak yapılan yorumlar, netnografi yöntemi ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler, geçmişin idealize edilmesi ve şimdiki zamanın anlamsızlaştırılması çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında incelenen verilerin de göstermiş olduğu üzere nostaljik bakış açısı, geçmiş ve şimdiki zaman arasında bir diyalektik sürecin sonucunda ortaya çıkmaktadır ve geçmiş idealize edilirken; şimdiki zaman değersizleştirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Nostalji, Yeni Medya, TRT Arşiv, Geçmiş, YouTube

New Media and Nostalgia: An Evaluation on TRT Archive

Abstract

Nostalgia, which was conceptualized primarily as the longing for the country in the historical process, began to differentiate semantically and began to turn to the past. In the framework of nostalgia, individuals often turn to the past and idealize the past. So, it should be stated that the functionality of the nostalgic perspective is essential in the idealization of the past and devaluation of the present. The development of new media Technologies constitutes an important threshold for the visibility of the nostalgic perspective in daily life. Thanks to new media tools, the past can often spread to the present. In this study, it is aimed to reveal the appearance of the nostalgic perspective in the new media. In this paper, the contents shared by TRT Archive on YouTube channel were determined by judicial sampling technique, and the comments made for these videos were analyzed by netnography method. The data obtained were evaluated within the framework of idealizing the past and making the present meaningless. As the data examined within the scope of the study show, the nostalgic perspective emerges as a result of a dialectical process between the past and the present, and while the past is idealized; the present is devalued.

Keywords: Nostalgia, New Media, TRT Archive, Past, YouTube.

Geliş/Received: 04.11.2020

Kabul/Accepted: 22.06.2021

*Etik Kurul İzni: Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar kapsamında girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

Giriş

Toplumsal bir varlık olarak insan için geçmiş zaman her zaman değerli olmuştur. Geçmiş, insanın anlam haritalarının oluşmasında ve düşünsel gelişiminin tamamlanmasında önemli bir mefhumdur. Bu bağlamda insanın geçmiş ile ilişkisinin daimî olduğunu belirtmek gerekmektedir. Geçmişin söz konusu olduğu her yerde bir hatırlamanın ve unutmanın da olduğunu ayrıca vurgulamak gerekmektedir. Bir hatırlama edimi olarak kabul edilebilecek nostalji de bu bağlamda önem arz etmektedir. En temelde geçmiş zamana yönelik bir öykünme, durumu olarak kabul edilebilecek olan nostalji olgusu, tarihsel süreçte bir dizi değişim ve dönüşüm geçirmiştir. İlk olarak tıbbi bir hastalığı imleyen nostalji, sonraki dönemlerde yurt özlemi olarak değerlendirilmiştir. Modern dönemde ise nostalji, geçmişin izinin sürülmesi, geçmişin idealize edilmesi noktasında işlevsel olmaktadır.

Modernizmin yükselişe geçmesiyle beraber yaygınlaşan kent yaşamının nostaljik eğilimleri beslediği ifade edilebilir. Modernite ile beraber köklerinden kopmak durumunda kalan birey, anlam arayışı noktasında nostaljiyi bir sığınak olarak değerlendirmektedir. Bugünün kaygılarından ve olumsuzluklarından kaçış noktasında nostalji, modern bireye bir çıkış noktası sunmaktadır. Bu bağlamda nostalji olgusunun modernizmle beraber önemli bir mesele haline geldiğini belirtmek gerekmektedir. Dolayısıyla modernitenin getirmiş olduğu yeni koşullar, bireylerin yaşam dünyalarında birçok noktaya temas ederek, bireyi toplumsal düzlemde farklı bir bağlama yerleştirmiştir. Modern yaşamın bir aktörü olabilme noktasında birey, farklı bir yaşam biçimine alışmaya çalışırken aynı zamanda geçmiş yaşamından getirmiş olduğu davranışsal kalıplarla da bir çatışma içerisine girmiştir. Bu noktada nostaljik eğilimlerin yükselişe geçtiğinin altını çizmek gerekmektedir. Moderniteyle beraber nostalji, bir moda haline gelmiş ve toplumsal yaşamın birçok noktasında görünür olmaya başlamıştır. Özellikle yeni medya teknolojilerinin gelişim göstermesi, nostaljiye yönelik görünümlerin artış yaşamasına yol açmıştır. Bahsi geçen görünümler, İnternet ortamlarında ve sosyal medya platformlarında geçmiş yaşama ve zamana yönelik bir isteğin tezahürü olarak belirginleşmektedirler. Geçmiş yaşamlardan bir görsel, yaşam biçimi ya da kullanılan ürünler, nostaljik bir bakış açısıyla İnternet platformlarında dolaşıma sokulabilmektedir. Bireyler yeni medya araçları sayesinde geçmişi sıklıkla bugüne taşıyabilmekte ve geçmişi bir içerik olarak tüketebilmektedirler. Bu bağlamda yapılmış olan bu çalışmada nostalji olgusu yeni medya ekseninde tartışılmıştır. Nostalji olgusunun, İnternet kullanıcılarının yorumları ekseninde tartışılması noktasında çalışma, kullanıcı bakış açısını yansıtmayı amaçlamaktadır. Çalışmada ilk olarak bir kavram olarak nostalji üzerinde durulmuştur. Nostalji olgusunun tarihsel süreçte geçirmiş olduğu değişim ve dönüşümler açıklanmış ve nostaljiye

yönelik temel bir tartışma yürütülmüştür. Sonrasında ise nostalji olgusunun yeni medya çağındaki mevcudiyeti tartışılmıştır.

Çalışma kapsamında nostalji olgusunun yeni medya platformlarındaki görünümünün ortaya çıkartılması noktasında TRT Arşiv'in YouTube kanalı üzerinden paylaşmış olduğu içerikler değerlendirilmiştir. Çalışma kapsamında TRT Arşiv'in YouTube kanalının örneklem olarak belirlenmiş olmasının nedeni, TRT Arşiv'in Türkiye'nin geçmiş yaşamına yönelik sahip olduğu hafızayı, yakın bir zaman önce kullanıcıların erişimine açmış olmasıdır. Bu noktada TRT Arşiv, geçmişin bugüne taşınması noktasında önemli bir araç olarak dikkat çekmektedir. Oldukça geniş bir video arşivinin bulunması, çalışmanın belirli sınırlılıklar içerisinde yapılmasını zorunlu kılmıştır. Bu kapsamda çalışma, TRT Arşiv'in "Gelenek ve Göreneklerimiz" ile "Eski Bayramlar" adı altında paylaşmış olduğu 15 video sınırlandırılmıştır. Çalışma sınırlılığındaki videolar, yargısal örnekleme tekniği ile belirlenmiş olup, seçilen videoların nostaljik bakış açısının İnternet platformlarındaki görünürlüğünü belirlemek noktasında somut veriler sağladığı varsayımından hareket edilmiştir. Ayrıca videolara yapılmış olan kullanıcı yorumları, netnografi yöntemi ile kategorik bir biçimde analiz edilmiştir. İlgili videolara yapılmış olan 375 yorum, "geçmişin idealize edilmesi" ve "şimdiki zamanın anlamsızlığı" olmak üzere iki temel kategori altında değerlendirilmiştir.

Geçmeyen Geçmiş: Nostalji

Modernizm sonrası dönemde oldukça popülerleşen bir olgu olarak nostalji, modern bireyin yaşantısının önemli bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde nostalji kelimesi bir moda haline gelmiş olup, toplumsal yaşamın farklı veçhelerinde zuhur etmektedir. Gerek bireysel gerekse de kolektif temelli kullanımda nostalji kelimesi, geçmiş zamana atıfta bulunmaktadır. Etimolojik olarak *nostos* (eve dönüş) ve *algia* (özlem) kelimelerinden türeyen nostalji, esasında artık var olmayan yahut da hiçbir zaman var olmamış hayali bir eve duyulan özlemi nitelendirmektedir (Boym, 2009: 14). Bu bağlamda nostaljinin özünün geçmiş olduğunu belirtmek gerekmektedir. Nostaljik bakış, geçmiş zamana yönelir ve kendini geçmişle kurduğu bağ sonucunda var eder. Dolayısıyla nostalji, geçmişin şimdiki zamandaki dışavurumudur.

Nostalji, tarihsel süreçte farklı anlamlar edinmiş ve farklı biçemlerde ele alınmıştır. Nostaljinin ilk zamanlarda bir hastalık olarak ele alındığı bilinmektedir (Routledge, 2016: 3-4; Cassin, 2018: 17). Nostalji sözcüğü, ilk olarak İsviçreli Doktor Johannes Hofer tarafından 1688 yılında kullanılmıştır. Hofer yazmış olduğu tıp tezinde nostaljiyi bireyin kendi memleketine dönme istencinden kaynaklanan üzgün ruh hali olarak tanımlamaktadır (Boym, 2009: 25). Bu bağlamda nostaljinin bir yurt/sıla özlemi olduğu ifade edilebilir. Anavatanından, doğup büyüdüğü coğrafyadan uzakta kalan bireylerde bir hastalık olarak görülen nostalji, sadece psikolojik sonuçlar doğurmakla kalmamaktadır. Nostaljik ruh hali aynı zamanda fizyolojik sonuçlara da yol

açmaktadır. Nitekim Hofer, nostalji hastalığının seyrinde bireylerde yüksek ateş, beyin iltihaplanması, mide bulantısı ve iştah kaybı gibi semptomların ortaya çıktığını ifade etmektedir (Boym, 2009: 26). Temelde sembolik bir kopuş sonucunda ortaya çıkan nostaljinin tarihsel süreçte farklı anlamlar edindiğini ve sosyolojinin bir meselesi haline geldiğini belirtmek gerekmektedir. Özellikle de modernizmin yükselişe geçmesiyle hız kazanan toplumsal hareketliliklerin nostaljiyi pekiştirdiği ifade edilebilir. Kırsal kesimlerden kentlere doğru göçün bir sonucu olarak nostalji, kent yaşamının bilinmezliği ve belirsizliği ile perçinlenmiş olup, bilinen, aşına olunan ortama dönmeye yönelik bir arzu haline dönüşmüştür (Löwenthal, 1975: 2-3). Bu bağlamda değerlendirildiğinde nostaljinin geçmiş yaşama dönmeye yönelik ihtiraslı bir istenç olduğu ifade edilebilir. Bireyin kendisini güvende hissettiği, anılarının yer aldığı ve benliğinin büyük ölçüde şekillendiği bir zamana veya mekâna karşı hissettiği duygusal isteğin dışavurumu olarak nostalji, en temelde bir bellek meselesidir.

Bireyin hatırlanan geçmiş zamana yönelik geliştirmiş olduğu nostaljik yaklaşım, bireyin geçmiş zamanı imgeleminde idealize etmesinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Birey, geçmişine bir özlem duyar ve bu özlem neticesinde ruhsal bir arayışa girer. Ancak bilindiği üzere bu özlemin bir sonucu olarak kavuşma hiçbir zaman gerçekleşmeyecektir. Zaten nostalji en temelde geri gelmeyeceği bilindiği halde bir şeyin özlenmesi, aranması durumu olarak nitelendirilmektedir (Cook, 2005: 2). Geçmiş dönemlerde bireylerin yurtlarına, yuvalarına ve ailelerine dönme arayışı olarak kabul edilen nostalji, modernizm sonrası süreçte farklı anlam katmanlarını sırtlanmışır. Modern toplumlarda nostalji, en temelde geçmiş yaşamın farklı katmanlarına ve yaşam kalitesine bir ağıt, öykünme durumu olarak nitelendirilmektedir (Boyer, 2010: 18). Bu durum da en temelde modernizmin bir açmazı olarak değerlendirilebilir. Modernite ile beraber, bireylerin yaşamı ve gündelik hayat pratikleri radikal bir dönüşüm geçirmiştir. Başta köyden kente doğru başlayan göç dalgası, yeni bir yaşam alanı ortaya çıkartmış ve gündelik hayatı etkisi altına almıştır. Bu çerçevede cemaat toplumundan cemiyet toplumuna geçildiğini hatırlamak gerekmektedir. Ayrıca farklı iş kolları ortaya çıkmış, gündelik ilişkiler başkalaşmaya başlamıştır. Banliyöler ortaya çıkmış, geniş bir işçi sınıfı ortaya çıkmıştır. Tüm bu değişim ve dönüşüm dalgası beraberinde nostalji olgusunun da dönüşüm geçirmesine neden olmuştur. Modern zamanlara kadar çok az insan, doğduğu yerden farklı coğrafyalara seyahat etmiştir. Bu nedendir ki az bir hareket ve değişimle nostaljik olarak nitelendirilebilecek pek bir şey kalmamıştır. Ayrıca modernizm öncesinde insanların geçmişe dair hatıralarında da bir belirsizlik durumu hakimdir. Bu nedenden ötürü nostaljik ruh halinin modernitenin dolaylı bir sonucu olduğu ifade edilebilir (Cross, 2015: 6).

Nostalji olgusu, görüldüğü üzere farklı tarihsel dönemlerde, farklı anlamsal çağrışımlara sahip olmuştur. Modernite öncesi dönemde tıbbi bir hastalık olarak kabul edilen nostalji;

modernizmle birlikte modern bireyin ruh halini sarmalayan bir ruh haline dönüşmüştür. Modernite, değişimin başat konumda olduğu bir dönem olmakla beraber, geçmişten kopuşun ve köksüzlüğün zirve yaptığı bir dönemdir. Modernizmle birlikte artan kaygılar, bireylerde “geçmişe dönmeyi” bir umut haline getirmiştir (Bonnert, 2010: 20). Bu çerçevede de nostalji, bireyler açısından sağaltıcı bir yaklaşım halini almıştır. Geçmiş yaşamın zihinde idealize edilip, bugünün bunalımından bir nebze olsun kurtulma noktasında nostalji, bireylere bir pusula sunmaktadır. Bireyin imgeleminde yer alan geçmiş yaşamın daha güzel ve güvenilir olduğu tasarımı, modern nostaljinin işleyiş pratiklerini anlamak açısından önemlidir. Birey, bu bakış açısı sayesinde yaşamın belirsizliklerinden kurtulabilmekte ve modern yaşamın güçlükleriyle başa çıkma konusunda kendisine destek bulabilmektedir (Davis, 1979: 35-36). Bu bağlamda nostaljinin en temelde bir hatırlama pratiği olduğunun altının çizilmesi gerekmektedir. Birey, nostaljik tasavvurunu hafızasına borçludur ve bireyin bu tasavvuru, anılarından güç almaktadır. Dolayısıyla nostaljinin gerek bireysel gerekse de kolektif düzlemde bir bellek unsuru olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Nitekim bellekte yer almayan bir “geçmiş” yok hükmünde olacağından, bu geçmişe yönelik bir nostaljik bakışın oluşması da mümkün değildir. Dolayısıyla nostalji olgusunu bellek, hatırlama ve unutma pratikleri bağlamında değerlendirmek, nostalji olgusunu tam olarak anlamlandırmak noktasında önem arz etmektedir. Nostalji olgusunun tarihsel süreçte farklı değişim ve dönüşüm durakları olduğu bilinmektedir. Bahsedildiği üzere modernizm sonrası süreçte nostaljinin geçirmiş olduğu dönüşüm, nostaljinin ele alınış biçimlerinde de bir değişikliğe yol açmıştır. Bu çerçevede nostalji olgusunun yeni medya kültürü içerisindeki işlevine yakından bakmak, günümüz toplumlarındaki nostalji trendini anlamak ve anlamlandırmak açısından önem arz etmektedir.

Yeni Medya ve Nostalji

İnternet teknolojilerinin gelişimi sonucunda ortaya çıkan yeni medya araçları (akıllı telefon, oyun konsolu, tablet, bilgisayar) kendi kültürünü de beraberinde getirmiştir. Nihayetinde toplumsal yaşama giriş yapan her iletişim aracı, kendi kültürünü ve biçimini de bugüne taşımaktadır (Postman, 2012: 19). Bu bağlamda yeni medyanın da kendine has bir kültür ürettiğini belirtmek gerekmektedir. Bilgisayarlar, akıllı telefonlar, oyun konsolları ve tabletler gibi dijital teknolojiler yeni medya kategorisi altında değerlendirilmektedir. Geleneksel medyadan farklı olarak bu teknolojiler, etkileşimsel ve multimedya bir yapıya sahiptir (Binark, 2007: 21). Görsel-işitsel ve yazılı içeriklerin rahatlıkla dolaşıma sokulduğu yeni medya teknolojileri ayrıca kullanıcılarına aktif olarak içerik üretebilme ve üretilen içeriklere müdahale edebilme olanağı sunmaktadır. Geleneksel medyada içeriğin salt tüketicisi olan bireyler, yeni medya teknolojileri sayesinde birer içerik üreticisi olmuş ve kendi üretmiş oldukları içerikleri diğer insanlarla paylaşabilme olanağına kavuşmuşlardır (Tonta, 2009: 742). Bu çerçevede değerlendirildiğinde

İnternet tabanlı yeni medya teknolojilerinin iletişimsel pratikleri değiştirdiği ve yeni toplumsal ilişki biçimlerini ortaya çıkarttığı ifade edilebilir (Timisi, 2003: 24). Değişin ve dönüşen iletişimsel pratikler çerçevesinde yeni medya, geleneksel medyanın aksine etkileşimsel bir yapıya sahiptir. Yeni medyanın sunmuş olduğu bir avantaj olarak etkileşimsellik, kullanıcıları salt tüketici olmaktan çıkartmış ve kullanıcıları birer içerik üreticisi konumuna getirmiştir (Binark, 2007). Ayrıca yeni medya, kullanıcılarını sunulan içeriklerin bir denetleyicisi olarak da aktif hale getirmiştir. Bireyler artık sunulan her türlü içeriğe müdahale edebilmekte ve görüş bildirebilmektedir.

Yeni medya araçlarının yükselişe geçmesi ve iletişim pratiklerini dönüştürmesi gerek bireysel gerekse toplumsal düzlemde birtakım farklılaşmalara yol açmıştır. Yeni medya teknolojilerinin gelişim göstermesiyle geçmiş yaşam, İnternet ortamında belirginlik kazanmaya başlamıştır. Bu noktada yeni medya teknolojilerinin geçmişin bugüne taşınmasında bir araç olduğu ifade edilebilir. Nitekim genel anlamda medyanın geçmişe erişim noktasında bir araç olduğu ve geçmiş yaşantılara nostaljik bir bakış atılmasında gerekli ön koşulları yarattığı bilinmektedir (Schrey, 2014: 29). Benzer bir durum, yeni medya araçlarında da gözlemlenmektedir. Yeni medya araçlarının sunmuş olduğu avantajlar neticesinde geçmişe erişilebilirlik artış göstermiştir. Bireyler, çeşitli araçlar ve özellikle de sosyal medya sayesinde geçmişi sıklıkla bugüne taşıyabilmektedirler.

Modern bireyin içerisinde bulunmuş olduğu dijital çağda her şey gibi nostaljik arayışlar ve geçmiş algısı da değişim ve dönüşüm geçirmiştir. İnternet tabanlı teknolojilerin bireylerin yaşamını sarmaladığı günümüzde bireylerin kendi geçmişlerine yönelik nostaljik düşüncelerinin de çevrimiçi/sanal ortamlarda daha anlamlı olduğu ifade edilebilir (Gibson ve Garden, 2018: 149). Bu bağlamda yeni medya teknolojilerinin bireylerin geçmiş yaşam algısını ve nostaljik bakış açılarını değiştirdiğini vurgulamak gerekmektedir. Yeni medya teknolojileri sayesinde birey, geçmiş yaşamın dinamiklerine daha sık bir biçimde rastlayabilmektedir. Bu çerçevede geçmiş, sıklıkla bugünün alanına sirayet edebilmektedir. Bu bağlamda yeni medya çağında nostalji, gündelik yaşamın bir parçası haline dönüşmüştür. Özellikle de dijitalleşmenin yükselişe geçmesiyle yeni medya, bireyselleştirilmiş nostaljinin inşasında önemli bir rol oynamaktadır (Lizardi, 2014). Yeni medya teknolojilerinin gelişim göstermesi sonucunda önem kazanan sosyal medya platformları, bloglar, İnternet sayfaları ve dijital arşivler, bireylere geçmişi bir içerik olarak sunabilmektedir. Bu bağlamda geçmişin bir içerik olarak kullanıcılara sunulduğunu belirtmek gerekmektedir. Geçmiş ekseninde temellenen nostalji, bu çerçevede yeni medya kullanıcılarının her daim gündeminde yer tutmaktadır.

Nostaljinin gündelik yaşama güçlü bir biçimde sirayet etmesinin arka planında 1980'li yılların sonlarına doğru pazarlama sektörünün nostaljiyi bir inceleme konusu haline getirmesinin

etkisi bulunmaktadır (Routledge, 2016: 6). 1980’li yıllarda başlamış olan bu trend, nostalji olgusunu pazarlama stratejilerinin de etkisiyle gündelik yaşamın içerisine sokmuştur. Bu çerçevede nostaljinin yeni medya çağında başkalaşarak, bir moda haline geldiği ifade edilebilir. Belirli ürünlerin satışa sunulmasında ve farklı yaşam konseptlerin oluşturulmasında nostalji, temel bir bileşen olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca bu trend bireylerin sosyal ağları kullanımında da gözlemlenmektedir.

Bireyler, nostaljik eğilimleri doğrultusunda içerikler üretebilmekte ve bu içerikleri sosyal ağlarda dolaşıma sokabilmektedir. Bireylerin çocukluk anıları, geçmiş dönemlere ait kişisel arşivleri ve diğer içerikler, yeni medya araçları sayesinde bugüne taşınabilmektedir. Bu bağlamda nostalji, yeni medyanın bir içeriği haline gelebilmektedir. Bireysel kullanımların ötesinde kurumsal yapıların da nostaljik eğilimlerinin yeni medya platformlarında görünür olmaya başladığı bilinmektedir. Türkiye özelinde bu durum TRT’nin 2017 yılında hizmete açmış olduğu TRT Arşiv’de gözlemlenmektedir. TRT, eski dönemlere ait yayınlarını yeni bir medya platformu olarak kabul edilen YouTube video barındırma web sitesi üzerinden paylaşmaya başlamıştır. Bu paylaşımlar ise beraberinde yeni medya kullanıcılarında bir nostaljik eğilimin oluşmasına yol açmıştır. Bu eksende nostaljinin yeni medya platformlarında görünür hale gelmeye başladığı ifade edilebilir. Geçmişin bir içerik haline gelmesi ve bireyler tarafından çevrimiçi ortamlarda dolaşıma sokulması noktasında yeni medyanın, nostalji ekseninde değerlendirilmesi bu kapsamda önem arz etmektedir.

Amaç ve Yöntem

Yeni medya çağında nostalji, gündelik hayatın bir parçası haline gelmiştir. Dolayısıyla nostalji, günümüzde farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. Nostaljik ruh halinin ve düşünce sisteminin görünür olduğu alanların başında ise yeni medya platformları gelmektedir. Bu çerçevede çalışma, yeni medya çağında nostalji olgusunun yeni medya platformları üzerindeki görünürlüğünü ortaya çıkartmayı amaçlamaktadır.

Çalışmada, İnternet ortamındaki kullanıcıların davranışlarının incelenmesi noktasında işlevsel bir yöntem olarak kabul edilen netnografi yöntemi kullanılmıştır. Robert Kozinets tarafından geliştirilen netnografi yöntemi, temelde sanal ortamlardaki tüketici davranışlarını anlamaya yöneliktir (Kozinets, 1998: 366; Özbölük ve Dursun, 2015: 232). Ancak nitel bir araştırma yöntemi olan etnografinin sanal ortamlara uyarlanmış bir biçimi olarak netnografi, salt tüketici davranışlarına yönelik olarak kullanılmamaktadır. Bu bağlamda netnografik yöntemin pazar araştırmaları dışında da kullanılabilceğini belirtmek gerekmektedir. Dolayısıyla çalışma kapsamında bir sanal ortamda (YouTube) yer alan kullanıcıların yorumlarının analiz edilmesi için işlevsel bir yöntem olarak kabul edilen netnografi kullanılmıştır. Sanal bir topluluğun

düşüncelerinin, tercihlerinin ve beğenilerinin değerlendirilmesi adına netnografi yöntemi incelemeye esas olan YouTube TRT Arşiv video yorumlarının incelenmesinde kullanılmıştır.

Örneklem

Çalışma, yeni medya platformlarında nostalji olgusunun görünürlüğünü betimlemek açısından TRT Arşiv ile sınırlı tutulmuştur. Ancak TRT Arşiv, YouTube kanalı üzerinden 2017 yılından itibaren belirli periyotlarla içerik paylaşımına devam etmektedir. TRT Arşiv YouTube kanalında bu zamana kadar 1.729 adet video paylaşılmıştır. İncelemeye konu olan içeriklerin çokluğu göz önünde bulundurulduğunda çalışmanın belirli sınırlılıklar içerisinde sürdürülmesi durumu ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda çalışma, TRT Arşiv kanalının “Geleneklerimiz Göreneklerimiz” ve “Eski Bayramlar” başlığı altında paylaşmış olduğu toplam 15 video ile sınırlı tutulmuştur. Videolara yapılmış olan 375 yorum incelenmiş ve bu yorumlar, idealize edilen geçmiş, şimdiki zamanın anlamsızlığı olmak üzere iki kategori altında analiz edilmiştir. Bu çerçevede çalışmada olasılığa dayalı olmayan yöntemlerden birisi olan yargısal örnekleme tekniği kullanılmıştır. Yargısal örnekleme tekniğinde örneklem, araştırmacının inceleme evrenini temsil edecek örnekleme kendi bilgi, gözlem ve deneyimleri neticesinde belirlenir. Dolayısıyla bu çalışmada “Geleneklerimiz Göreneklerimiz” ve “Eski Bayramlar” başlıkları altındaki videolar, nostaljinin belirginleştiği içerikler olarak çalışma için önem arz etmektedir. Bu çerçevede ilgili videolara yapılmış olan yorumlar, nostaljinin işleme pratikleri açısından değerlendirilmiştir. Nostaljik bakış açısı geçmişi idealize edip, kutsarken; aynı zamanda şimdiki zamanın da anlamsızlığı üzerine bir bakış açısı sergiler. Bu bağlamda videolara yapılan kullanıcı yorumları, geçmişin idealize edilmesi ve şimdiki zamanın anlamsızlaştırılması çerçevesinde değerlendirilmiştir.

İdealize Edilen Geçmiş Bağlamında Nostalji

Geçmiş bir zaman dilimine dönme istenci olarak nostalji, bireysel yaşamda etkili olduğu kadar kolektif bir istenç olarak da varlık göstermektedir. Dolayısıyla bireylerin mevcut koşulları reddederek, geçmişe karşı bir yönelim sergilemesi nostaljik bakış açısının en önemli göstergesidir. Bu çerçevede bireyler, geçmişe öykünür ve geçmiş zamanın daha yaşanılabilir olduğu inancını taşır. Çalışma kapsamında incelemeye konu olan ve TRT Arşiv tarafından paylaşılan “Geleneklerimiz Göreneklerimiz-Ramazan’ı Uğurlama*, Bayramı Karşılama” isimli videoya yapılmış olan kullanıcı yorumları bu durumu belirginleştirmektedir. Yapılan kullanıcı

* İlgili video YouTube üzerinden 30 Mayıs 2019 tarihinde paylaşılmış olup, 4.073 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 6 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 45 kişi tarafından beğenilmiş, 2 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=C9mM2OQFzV4&list=PLX7eNjcnlKoJOPew8EZu277YcUOzHoxrj&index=2>
E.T: 14.01.2020.

yorumlarından birinci kullanıcı, sunulan içeriğe yönelik “*Anadolu’nun Güzellikleri*” yorumunu yaparken; bir diğer kullanıcı ise geçmiş dönemde yaşayan insanlara ithafen “*Ne kadar şanslı insanlarmış*” değerlendirmesinde bulunmaktadır. Bu çerçevede nostaljik imgelemin devrede olduğu ifade edilebilir.

TRT Arşiv tarafından paylaşılan “Geleneklerimiz Göreneklerimiz – Düğün Törenleri”[†] isimli videoda da benzer yorumlara rastlanılmaktadır. Geçmiş dönemlere ait düğün törenlerinden kesitlerin sunulduğu videoya yönelik yapılmış olan kullanıcı yorumlarından birisinde “*Ne varsa eskilerde var. Şimdiki yaşam sıradan.*” ifadeleri yer almaktadır. Geçmiş zamanın idealize edilmesi ve mevcut zamanın sıradanlaştırılması noktasında belirginlik taşıyan nostaljik söylem, benzer şekilde diğer bir kullanıcı yorumunda da görülmektedir. Diğer kullanıcı da geçmişin idealize edilip kutsanması noktasında “*Şimdi bakıyoruz iki çeşit oyun var, halay ve oyun havası, başka bir şey yok. Ne acı.*” değerlendirmesinde bulunmaktadır. Aynı şekilde diğer bir kullanıcı da aynı içeriğe yönelik olarak “*Şu güzelliğe bakın ya.*” değerlendirmesinde bulunmaktadır. Yorumlardan da görüldüğü üzere bireyler, yeni medyanın sunmuş olduğu imkanlar doğrultusunda geçmişe bir bakış atmakta ve bu sınırlı bakış neticesinde de geçmiş yaşama yönelik bir öykünme gerçekleştirmektedirler. Nostaljinin modern yaşamdaki tezahürü, tam da bu şekilde ortaya çıkmaktadır.

Geçmişin idealize edilmesi bağlamında TRT Arşiv tarafından “Geleneklerimiz Göreneklerimiz – Yaren Sohbeti”[‡] isimli videoya yapılan yorumlar da yukarıda incelenen yorumlarla benzerlikler göstermektedir. İlgili videoda Çankırı’nın Eldivan ilçesinde düzenlenen yaren sohbetleri yer almaktadır. Geçmiş yaşamın idealize edilmesi noktasında nostalji, ilgili videoya yapılan “*Şu ortamdan sonra kalabalık içinde yalnızlık yaşadığımızın farkına varıyoruz.*” yorumunda gözlemlenmektedir. Kullanıcı, geçmişte ilişkilerin daha sıcak ve samimi olduğunu beyan etmekte ve günümüzde bu durumun kalmadığının altını çizmektedir. Tipik bir geçmişin idealizasyonu örneği olarak değerlendirilebilecek olan bu yorum, nostaljik bakış açısının da bir göstergesidir. İlgili videoya yapılan diğer yorum da benzer bir nitelik taşımaktadır. Kullanıcı, “*Yeni nesil bunları rüyasında görür.*” değerlendirmesinde bulunmaktadır. Geçmişin idealize

[†] İlgili video YouTube üzerinden 18 Haziran 2019 tarihinde paylaşılmış olup, 5.206 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 5 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 38 kişi tarafından beğenilmiş, 4 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=996d-elj6kU&list=PLX7eNjcnlKoJOPew8EZu277YcUOzHoxrj&index=3> E.T: 14.01.2020

[‡] İlgili video Youtube üzerinden 2 Ağustos 2019 tarihinde paylaşılmış olup, 9.050 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 23 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 169 kişi tarafından beğenilmiş, 9 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=nKvDfTGqD0s&list=PLX7eNjcnlKoJOPew8EZu277YcUOzHoxrj&index=4> E. T. 14.01.2020

edilmesi noktasında dikkat çeken bu yorum da yeni neslin bu değerlerden mahrum kaldığını belirtmekte ve bunun neticesinde bir kayıp içerisinde olduklarını ifade etmektedir.

TRT Arşiv tarafından paylaşılan bir diğer video ise Ramazan aylarında oynanan oduncu oyunu konu edilmektedir. “Ramazan Eğlencesi-Oduncu”[§] başlığı ile paylaşılan videoya yapılan yorumlar, benzer şekilde nostaljik bakış açısını ortaya koymaktadır. Paylaşılan videoya yönelik bir kullanıcı, “*Nerede eski ramazanlar*” yorumunda bulunmaktadır. Geçmişin zamanın kutsanması, idealize edilmesi ve biricikleştirilmesi noktasında işlevsel bir rolü olan nostaljik bakış açısı kullanıcının yorumunda netlik kazanmaktadır. Yine benzer bir şekilde “*Gönlüm eskide*” yorumunda bulunan kullanıcı yorumunda da geçmiş, idealize edilmektedir. Bir diğer kullanıcı yorumu ise geçmiş yaşamın biçimine değil o yaşamın aktörlerinedir. Kullanıcı, “*Eski insanımız daha sosyalmış*” yorumunda bulunarak, geçmiş zamana nostaljik bir olumlama yapmaktadır.

TRT Arşiv’in paylaşmış olduğu bir diğer içerik ise “1975 Yılı Bayramda Ankara Otogarı”^{**} isimli videodur. 1975 yılında Ankara otogarının gösterildiği videoya yönelik yapılan yorumlarda nostaljik bakış açısının tezahür ediş biçimleri net bir şekilde gözlemlenmektedir. Kullanıcılarından birisinin “*Ülke insanının en kaliteli olduğu yıllar*” yorumunda da görüldüğü üzere geçmişin ve o geçmiş yaşamış olan bireylerin idealize edilmesi durumu söz konusu edilmektedir. Benzer bir biçimde diğer bir kullanıcı da “*Herkes ne güzel Türkçe konuşuyormuş*” yorumunda bulunmaktadır. Görüldüğü üzere diğer kullanıcı da geçmişe nostaljik bir bakışatmakta ve geçmişini idealize etmektedir. Geçmiş zamanı idealize eden bir diğer kullanıcı ise “*Keşke 70’li yıllarda yaşlı olsaydım da bugünleri görmeseydim*” yorumunda bulunmaktadır. Yine benzer bir biçimde kullanıcı “*İnsanın insana saygı duyduğu yıllar.*” yorumunda bulunarak geçmiş dönemi idealize etmektedir. Gerek geçmişteki bir zaman dilimini gerekse belirli bir yaşam biçiminin idealize edilmesi noktasında nostalji, ilgili video kapsamında belirginlik kazanmaktadır.

Geçmiş zamanın ve yaşam biçimlerinin idealize edilmesi noktasında TRT Arşiv’in “Yörelerimizde Bayram Hazırlıkları”^{††} isimli videoya yapılan yorumlar dikkat çekmektedir.

[§] İlgili video Youtube üzerinden 8 Mayıs 2019 tarihinde paylaşılmış olup, 6.638 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 27 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 130 kişi tarafından beğenilmiş, 7 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=fHBvs7EDBeQ&list=PLX7eNJcnlKoJOPew8EZu277YcUOzHoxrj&index=7>
E.T.: 14.01.2020

^{**} İlgili video Youtube üzerinden 22 Ağustos 2019 tarihinde paylaşılmış olup, 105.003 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 212 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 807 kişi tarafından beğenilmiş, 24 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=jd8c7WrdIxx&list=PLX7eNJcnlKoJWaBc3IkokRnRyvxqAYbLF&index=2>
E.T.: 14.01.2020

^{††} İlgili video Youtube üzerinden 31 Temmuz 2020 tarihinde paylaşılmış olup, 7.443 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 27 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 138 kişi tarafından beğenilmiş, 3 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=h4mSaKljRRU&list=PLX7eNJcnlKoJWaBc3IkokRnRyvxqAYbLF&index=7>
E.T.: 14.01.2020

Türkiye'nin farklı yörelerinde bayram hazırlıklarının nasıl olduğuna dair hazırlanmış olan içeriğe yönelik yapılan yorumların büyük bir kısmında yukarıda da görüldüğü üzere geçmiş, idealize edilmekte ve benzersizleştirilmektedir. Bir kullanıcının yapmış olduğu “*Hiçbir şey eskisi gibi olmayacak ve yaşatılmayacak... Çocukluğumuzdaki bayramlar özeldi ve güzeldi*” yorumu, geçmişin idealize edilmesi noktasında nostaljinin işlevini somutlaştırmaktadır. Geçmiş zamana öykünme ve geri dönme istencinin bir sonucu olarak nostalji, ilgili yorumda açıkça gözlemlenmektedir. Benzer şekilde diğer bir kullanıcı “*Keşke 70-80'lerde doğmak nasip olsaydı*” yorumunda bulunarak, geçmiş dönemlerin yaşamak için ideal bir dönem olduğunun altını çizmektedir.

Geçmişin idealize edilmesi ve nostaljik söylemin geliştirilmesi noktasında TRT Arşiv'in paylaştığı “*Ünlü Türkücülerle Bayram Özel*”^{**} isimli videoya yapılan kullanıcı yorumları dikkat çekmektedir. Dönemin önemli sanatçılarının katılımlarıyla gerçekleştirilen program içeriğine yönelik yapılan “*Ne varsa eskilerde var, insanı, havası, doğası, şarkılarıyla bambaşkalar*” değerlendirmesi, nostaljinin geçmişin idealize edilmesi noktasındaki rolüne işaret etmektedir. Benzer şekilde diğer bir kullanıcının da “*Eskiler, eskiden güzeldi*” değerlendirmesi de nostaljinin geçmişin idealize edilmesi noktasında durumuna atıf yapmaktadır.

Yapılmış olan kullanıcı yorumlarından görüleceği üzere nostaljik söylem, geçmişin idealize etmekte ve geçmiş zamana sembolik bir önem atfetmektedir. Geri döndürülemeyeceği bilindiği halde geçmişe bir özlem olarak nitelendirilen nostalji, (Cook, 2005, s. 2) günümüzde popüler bir söylem olmakla beraber, geçmiş zamana bir ağıt niteliği taşımaktadır.

Şimdiki Zamanın Anlamsızlığı Noktasında Nostalji

Nostaljik söylem, geçmiş zamanı idealize ederken; şimdiki zamanı da değersizleştirmektedir. Ayrıca nostaljik söylemde geçmiş zaman kutsanıp, yüceltilirken; şimdiki zaman eleştirel gözle ele alınır ve bayağılaştırılır. Bu çerçevede nostaljik söylemin işleyişinde dikkat çeken bir diğer unsurun şimdiki zamanın anlamsızlığı olduğu ifade edilebilir. Geçmişe öykünme durumunun bir sonucu olarak şimdiki zaman bireyler tarafından anlamsız ve bayağı bulunmaktadır. Bu bağlamda TRT Arşiv tarafından paylaşılan içeriklere yapılan kullanıcı yorumlarında bu durum açıkça görülebilmektedir.

TRT Arşiv tarafından paylaşılan “*Geleneklerimiz Göreneklerimiz – Düğün Törenleri*” isimli videoya yapılan kullanıcı yorumu, nostaljik söylemin şimdiki zamanın anlamsızlaştırılması ve değersizleştirilmesine örnek teşkil etmektedir. Kullanıcı, “*Ne varsa eskilerde var, şimdiki*

^{**} İlgili video Youtube üzerinden 1 Ağustos 2020 tarihinde paylaşılmış olup, 30.758 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 38 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 546 kişi tarafından beğenilmiş, 8 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=zTlwmXtfHi8&list=PLX7eNjcnlKoJWaBc3IkokRnRyyxqAYbLF&index=8>
E.T.: 14.01.2020

yaşam sıradan” değerlendirmesinde bulunmaktadır. Aynı yorum, geçmişini idealize ederken, şimdiki zamanı da değersizleştirmekte, anlamsızlaştırmaktadır. Bu çerçevede nostaljik söylemin ve nostaljik bakış açısının geçmişini idealize ederken, şimdiki zamanı da anlamsızlaştırdığı ifade edilebilir.

TRT Arşiv tarafından paylaşılan “Geleneklerimiz Göreneklerimiz – Kütük Atma”^{§§} isimli içeriğe yapılan “*Vay be bu soydan gelip şimdiki kızların yabancı şarkılarla dans etmesi ne kadar acı*” yorumu da diğer kullanıcı yorumuyla benzerlik taşımaktadır. Geçmiş zamanın kültürü efsaneleştirilip, idealize edilirken; günümüz modern kültürü anlamsızlaştırılmakta, değersizleştirilmektedir. Bu bağlamda nostaljik söylemin doğrudan bir sonucu olarak şimdiki zamanın anlamsızlığı mitinin kullanıcı yorumunda belirginleştiği görülmektedir.

Geçmişin zamanın olumlanması ve şimdiki zamanın anlamsızlaştırılması noktasında nostaljik bakışın görünür olduğu bir diğer içerik ise TRT Arşiv tarafından paylaşılan “Geleneklerimiz Göreneklerimiz – Çeyiz”^{***} isimli videodur. Bir gelenek olarak çeyiz temasının işlendiği videoya yapılan bir yorumda kullanıcı “*Zamanın teyzeleri çeyiz konusunda marifetli, şimdiki metropolleşmiş dünyada millet dış cephelere çeyiz yaptırıyor*” yorumunda bulunmaktadır. Geçmiş dönemin olumlanması ve şimdiki zamanın sıradanlaştırılması noktasında nostaljik bir bakış açısıyla yapılan yorumda, nostaljik duyguların ağır bastığı görülmektedir. Benzer şekilde aynı videoya yapılan “*Kendi özünü terk etti şimdi Türkiye*” yorumunda da geçmiş, korunması, sahip çıkılması gereken bir öz olarak nitelendirilmekte ve şimdiki zaman değersizleştirilmektedir.

Şimdiki zamanın değersizleştirilmesi noktasında bir diğer örnek ise TRT Arşiv’in paylaştığı olduğu “1975 Yılı Bayramda Ankara Otogarı” isimli videoya yapılan yorumda görülmektedir. Kullanıcı, “*Eskiden her şey güzeldi, şimdi tam rezillik çağı*” yorumunda bulunmaktadır. Geçmişini ve şimdiki zaman karşıtlığı içerisinde kurgulanmış olan yorumda nostaljik bakış açısının şimdiki zamanı değersizleştirdiği gözlemlenmektedir. Benzer şekilde aynı videoya yapılmış olan bir diğer kullanıcı da “*Bu eski videoları izleyince ne kadar geriye gittiğimizi görüyorum*” ifadelerini kullanmaktadır. Geçmişini idealize edilmesi, şimdiki zamanın değersizleştirilmesi ve geçmişin bir arzu nesnesine dönüştürülmesi noktasında nostaljik bakış oldukça belirgin bir biçimde kullanıcı yorumlarında gözlemlenmektedir. Aynı videoya yapılan benzer bir yorum da bu önerme için dikkat çekicidir. Kullanıcı, geçmiş zamanı idealize edip,

^{§§} İlgili video Youtube üzerinden 27 Eylül 2019 tarihinde paylaşılmış olup, 7.576 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 15 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 128 kişi tarafından beğenilmiş, 2 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=nzkPze-nfuk&list=PLX7eNJcnlKoJOPew8EZu277YcUOzHoxrj&index=5> E.T.: 14.01.2020

^{***} İlgili video Youtube üzerinden 29 Kasım 2019 tarihinde paylaşılmış olup, 4.839 kez görüntülenmiştir. Videoya toplam 22 yorum yapılmıştır. Ayrıca video 75 kişi tarafından beğenilmiş, 3 kişi tarafından ise beğenilmemiştir. Erişim Linki: <https://www.youtube.com/watch?v=j-7lsg8n5vc&list=PLX7eNJcnlKoJOPew8EZu277YcUOzHoxrj&index=6> E.T.: 14.01.2020

bugünü değersizleştirme noktasında “*Keşke 70’li yıllarda yaşlı olsaydım da bugünleri görmeseydim*” ifadelerini kullanmaktadır.

Sonuç

Nostalji, modern yaşamın bir parçası olarak toplumsal yaşamın çeşitli veçhelerinde görünür olmaktadır. Tıbbi bir hastalığın nitelenmesinden bir moda haline gelen nostalji kavramı, en temelde bireylerin geçmişle kurmuş oldukları ilişkinin bir tezahürü olarak değerlendirilebilir. Nostaljik bakış ekseninde geçmiş, arzulanan ve ulaşılmak istenen bir liman olarak değerlendirilebilir. Şimdiki zamanın anlamsızlığı ve geçmişin idealize edilmesinde nostalji, bireylerin bakış açısı şekillendirmektedir. Bu çerçevede geçmiş, nostaljik bakış açısının şekillenmesinde önemli bir unsur olarak değerlendirilebilir. Özellikle modernite sonrası dönemde bireyler, gündelik sıkıntılar ve kaygılardan kaçmak amacıyla geçmişe yönelmektedirler. Bu çerçevede nostaljinin bir arayış olarak tezahür ettiği ifade edilebilir. Özellikle teknolojik gelişmelere paralel olarak gelişim gösteren yeni medya teknolojileri, geçmişin bugüne taşınması noktasında kolaylaştırıcı olmaktadır. Bu çerçevede yeni medya teknolojileri sayesinde bireyler, geçmişini bir içerik olarak tüketebilmektedir.

Yapılmış olan bu çalışmada nostalji, yeni medya ekseninde tartışılmıştır. Özellikle TRT Arşiv tarafından YouTube üzerinden paylaşılan içerikler, araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. TRT Arşiv tarafından paylaşılan içerikler, bireylerin nostaljik bakış açılarını ortaya koymak noktasında değerlendirilmiştir. İlgili platform tarafından geçmişe yönelik paylaşılan 15 video, nostalji ekseninde incelenmiştir. Paylaşılan içeriklere yapılan kullanıcı yorumları, netnografi yöntemi kullanılarak geçmişin idealize edilmesi ve şimdiki zamanın anlamsızlığı temaları çerçevesinde değerlendirilmiştir. Kullanıcıların çoğu, nostaljik bir bakış açısıyla geçmişini idealize ederken; şimdiki zamanın da anlamsızlığından dem vurmaktadırlar. Bu bağlamda nostaljik bakış açısının temelde iki düzlemde oluştuğu ifade edilebilir. Nostalji ekseninde geçmiş idealize edilip, yüceltilirken; şimdiki zaman ise değersizleştirilmekte ve anlamsızlaştırılmaktadır.

Çalışma kapsamında incelenen yorumlarda da görüldüğü üzere kullanıcılar, yeni medya platformları sayesinde geçmişe yönelik nostaljik bir bakış açısı sergilemektedirler. TRT Arşiv’in geçmiş dönemlere ait paylaşımlarının nostaljik bakış açısının tezahür etmesindeki etkisi bu bağlamda belirginleşmektedir. Kullanıcılar geçmişe öykünmekte, geçmişini kutsamakta ve idealize etmektedirler. Ayrıca kullanıcıların çoğu, geçmişini idealize ederken, bugünü, “modern” olanı şeytanlaştırmaktadırlar. Bu çerçevede nostaljik bakış açısının farklı dinamikleri belirginleşmektedir. Nostalji, geçmişini idealize ederken; bugünü değersizleştirmektedir ve bu durum kullanıcı yorumlarında açıkça görülmektedir. Bu durum, incelenen videolara yönelik yapılmış olan kullanıcı yorumlarında belirginleşmektedir. Kullanıcıların yorumlarında belirginlik

kazanan bu bakış açıları, nostaljik bakış açısının işlerliği hususunda önemli bir veri sağlamaktadır. Dolayısıyla bireyin nostaljik eğilimini diyalektik bir sürecin sonucunda geliştirdiğini ifade etmek gerekir. Sonuç olarak modernitenin dolaylı bir sonucu olarak nostalji, farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır. İnternet ortamları da bu farklı biçimlerin görünürleştiği bir alan olarak dikkat çekmektedir. Dolayısıyla çalışma kapsamında hedeflenen temel sav, farklı içeriklere yönelik olarak yapılan farklı yorumlarda ortaya çıkmıştır.

Kaynaklar

- Binark, M. (2007). Yeni medya çalışmaları. M. Binark, (Ed.), Yeni medya çalışmalarında yeni sorular ve yöntem sorunu içinde (s. 21-45). Ankara: Dost Yayınları.
- Bonnett, A. (2010). Left in the past: Radicalism and the politics of nostalgia. New York: Continuum Press.
- Boyer, D. (2010). Post-Communist nostalgia. M. Todorova ve Z. Gille, (Ed.), From algos to autonomos: Nostalgic eastern Europe as postimperial mania içinde (s. 17-29). New York: Berghahn Books.
- Boym, S. (2009). Nostaljinin geleceği (F. B. Aydar, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Cassin, B. (2018). Nostalji: İnsan ne zaman evindedir? (S. Kıvrak, Çev.). İstanbul: Kolektif Kitap.
- Cook, P. (2005). Screening the past: Memory and nostalgia in cinema. New York: Routledge Press.
- Cross, G. (2015). Consumed nostalgia: Memory in the age of fast capitalism. New York: Columbia University Press.
- Davis, F. (1979). Yearning of yesterday: A sociology of nostalgia. New York: The Free Press.
- Gibson, M. ve Garden, C. (2018). Living and dying in a virtual world: Digital kinships, nostalgia, and mourning in second life. London: Palgrave Macmillan.
- Kozinets, R. (1998). On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25, 366-371.
- Lizardi, R. (2014). Mediated nostalgia: Individual memory and contemporary mass media. London: Lexington Books.
- Löwenthal, D. (1975). Past Time Present Place: Landscape and Memory. *Geographical Review*, 65(1), 1-36.
- Özbölük, T. ve Dursun, Y. (2015). Pazarlama araştırmalarında paradigmatal dönüşüm ve etnografinin dijital evrimi: Netnografi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 46, 227-249.
- Postman, N. (2012). Televizyon: Öldüren eğlence. (O. Akınhay, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Routledge, C. (2016). Nostalgia: A psychological resource. New York: Routledge Press.
- Schrey, D. (2014). Analogue nostalgia and the aesthetics of digital remediation. K. Niemeyer (Ed.), *Media and nostalgia: Yearning for the past, present and future* içinde (s. 27-39). London: Palgrave Macmillan.
- Timisi, N. (2003). Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi. Ankara: Dost Yayınları.
- Tonta, Y. (2009). Dijital yerliler, sosyal ağlar ve kütüphanelerin geleceği. *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 23(4), 742-768

Ekonomik Karmaşıklık Gelir Eşitsizliğini Azaltır Mı? Türkiye Ekonomisi Üzerine Ampirik Bir İnceleme

Orhan CENGİZ*
Müge MANGA†

Öz

Ülkelerin küresel rekabet gücünü artırabilmeleri için bilgi ve teknoloji-yoğunluklu ürünlerin üretilmesi hayati bir öneme sahiptir. Birincil ürünler yerine daha karmaşık üretim süreci gerektiren mal ve hizmetlerin üretilmesi, yarattığı katma değere bağlı olarak ülke ekonomisinde önemli avantajlar sağlamaktadır. Bunun yanında teknoloji-yoğun üretim, nitelikli işgücü gerektirdiği için ekonomik yapıyla beraber kurumsal yapıyı da etkilemektedir. Bu yapı içerisinde insani gelişim açısından adil gelir dağılımı en temel koşulların başında gelmektedir. Üretimdeki bilgi ve teknoloji yoğunluğunu ölçen ekonomik karmaşıklık, ekonomik büyümeyi pozitif etkilemekle birlikte gelir eşitsizliği üzerinde de bazı sonuçlara yol açmaktadır. Bu doğrultuda, Türkiye ekonomisi için 1987-2017 dönemine ait veri seti ile gelir eşitsizliği, ekonomik karmaşıklık ve dışa açıklık göstergeleri arasındaki ilişkinin FMOLS, DOLS ve CCR tahmincileri ile test edilmesi amaçlanmıştır. Kurulan ilk modelde ekonomik karmaşıklık, ekonomik büyüme ve beşeri sermayenin gelir eşitsizliğini azalttığı, nüfusun ise artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. İkinci modelin sonuçlarına göre doğrudan yabancı yatırımlar gelir eşitsizliğini artırmakta, ticari açıklık ise azaltmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Karmaşıklık, Ekonomik Büyüme, Gelir Eşitsizliği, Gelir Dağılımı, Beşeri Sermaye

Does Economic Complexity Reduce Income Inequality? An Empirical Investigation on Turkish Economy

Abstract

The production of knowledge and technology-intensive products is vital for countries to increase their global competitiveness. The products that require a more complex production process instead of primary products create added value and provide various advantages. Besides, because technology-intensive production requires skilled labor, it affects the institutional structure as well as the economic structure. In this structure, fair income distribution is one of the most basic human development conditions. Economic complexity, which measures the intensity of knowledge and technology in production, positively affects economic growth and leads to various consequences on income inequality. In this direction, it was aimed to test the relationship between income inequality, economic complexity, and openness indicators with the data set for the period 1987-2017 by using FMOLS, DOLS, and CCR estimators for the Turkish economy. The first established model concluded that economic complexity, economic growth, and human capital decrease income inequality, whereas the population increases. According to the second model results, foreign direct investments increase income inequality, and trade openness decreases.

Keywords: Economic Complexity, Economic Growth, Income Inequality, Income Distribution, Human Capital

Geliş/Received: 30.01.2021

Kabul/Accepted: 22.06.2021

* Bu çalışmada kullanılan veriler açık erişimli veri tabanlarından elde edildiği için etik kurul onayı gerektirmemektedir.

* Öğr. Gör. Dr., Çukurova Üniversitesi Pozantı Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Bölümü, ocengiz@cu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-1883-4754.

† Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü, mboga@erzincan.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-2675-2182.

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Günümüz ekonomilerinde eşitsizlik, ülkelerin karşılaştığı en önemli sorunların başında gelmektedir. Simon Kuznets (1955), orijinal çalışmasında ekonomik gelişmenin başlangıç aşamalarında gelir eşitsizliğinin artacağını; fakat belirli bir eşik değerinden sonra azalmaya başlayacağını öngörmektedir. Diğer ifadeyle gelir eşitsizliği ile ekonomik büyüme arasında ters-U şeklinde bir ilişkinin varlığı söz konusu olmaktadır. Oysa az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, büyümeyle birlikte eşitsizliğinin daha da arttığını kanıtlayan bulgular ortaya konulmuştur. Bunun en önemli nedeni, ülkelerin büyüme patikalarının ve yapılarının birbirinden farklı olmasıdır. Daha düşük üretkenliğe sahip ekonomik yapının daha yüksek üretkenliğe geçmesi, ülkeler arasındaki gelişmişlik farkını yansıtmaktadır. Ölçeğe göre getiri seviyesi, talebin gelir esnekliği ve piyasa yapıları arasındaki farklılıklar bu durumu tetiklemektedir. Ekonomik yapıları daha karmaşık olan ülkeler, basit ürünlerde uzmanlaşmaya sahip ülkelerden daha hızlı büyümektedir (Felipe vd., 2012: 36). Dolayısıyla ülkeler arasında kişi başı gelir ve ekonomik gelişme açısından farkın giderek artması, ekonomik karmaşıklığa yönelik ilgiyi artırmıştır.

Hidalgo ve Hausmann'a göre, kökeni Adam Smith'e kadar uzanan ve günümüzde içsel büyüme modellerinde de savunulduğu gibi ekonomik karmaşıklık, ülkeler arasındaki gelir farklılığını açıklamada temel faktördür. Buna göre bir ülkenin üretken yapısındaki değişiklikler, ülkelerin sahip oldukları kapasitelerinin henüz keşfedilmemiş kombinasyonları sonucunda yeni bir ürün bulmaları, yeni kapasite oluşturmaları, bunları mevcut kapasite ile birleştirerek daha fazla ürün geliştirme süreçlerinin bileşiminden oluşmaktadır (2009: 10575).

Ülkelerin bahsedilen üretken kapasitelerini ölçmek için Massachusetts Teknoloji Enstitüsü (MIT) tarafından ürün gruplarına göre Ekonomik Karmaşıklık Endeksi (ECI) kullanılmaktadır. Sadece ekonomik büyüklüğü değil, aynı zamanda teknoloji, beşeri sermaye ve kurumsal faktörleri de kapsayan, ülkelerin üretkenlik kapasitelerini ölçebilen ekonomik karmaşıklık endeksi, üretim yapısı ve ekonomik performans arasındaki güçlü korelasyonu göstermektedir (The Observatory of Economic Complexity, 2020).

Bu çalışmada, ekonomik karmaşıklık ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişkinin incelenerek literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır. 1987-2017 dönemi verileriyle Türkiye ekonomisinde ekonomik karmaşıklık endeksinin gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi FMOLS, DOLS ve CCR yöntemleriyle araştırılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde, ekonomik karmaşıklık endeksinin yapısı ve gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Üçüncü bölümde, ilgili alanda yapılan çalışmaların bulguları kısaca özetlenmektedir. Dördüncü bölümde veriler, değişkenler ve ampirik metodoloji sunulmaktadır. Çalışmanın beşinci bölümünde, elde edilen bulgulara yer

verilmekte ve son bölümde ise elde edilen bulgular kapsamında değerlendirmeler ve öneriler ortaya konulmaktadır.

Ekonomik Karmaşıklık Endeksinin Yapısı ve Gelir Eşitsizliği

Hidalgo ve Hausmann (2009) tarafından inşa edilen ekonomik karmaşıklık endeksi, bir ülkede mevcut olan üretken yetenekler kümesinin bir ölçüsüdür. Bu yetenekler kümesi; beşeri sermaye, teknoloji, kurumlar ve hukukun üstünlüğünü içermektedir (Hidalgo ve Hausmann, 2009).

Bir ekonominin karmaşıklığı, içinde yerleşik olan yararlı bilgilerin çokluğu ile ilgilidir. Karmaşık bir toplumun var olabilmesi ve kendini sürdürebilmesi için tasarım, pazarlama, finans, teknoloji, insan kaynakları yönetimi, operasyonlar ve ticaret hukuku hakkında bilgi sahibi olan insanlar, ürün üretmek için etkileşime girebilmeli ve bilgilerini birleştirebilmelidir. Bu nedenle ekonomik karmaşıklık, bir ülkenin üretken çıktısının bileşiminde ifade edilir ve bilgiyi tutmak ve birleştirmek için ortaya çıkan yapıları yansıtır. Toplumun daha fazla miktarda üretken bilgi tutabilmesi ve kullanabilmesi için artan ekonomik karmaşıklığa ihtiyaç duyulmaktadır. Bu durum, ülkelerin üretebileceği ürünlerin kompozisyonundan hareketle ölçülebilmektedir (Hausmann vd., 2011: 18). Bir ülkenin ürünlerinin karmaşıklığı ve çeşitliliği; bilgi çeşitliliği, üretme kabiliyeti ve potansiyel imalat üretiminin varlığına bağlıdır. Karmaşık ürünler, temel olarak işgücü veya makineler tarafından sağlanan farklı beceri ve teknik bilgilerle üretilir. Zengin ülkeler, özellikle karmaşık olanlar dâhil çeşitli ürünler üretirken, fakir ülkeler daha az ve daha basit ürünler üretmektedir. Dolayısıyla ürün çeşitliliği ve sayısından hareketle bir ülkenin gelişimini yansıtan ekonomik karmaşıklık endeksinin, ülkenin sahip olduğu bilgi tabanlı teknoloji miktarını ölçtüğü söylenebilir. Ekonomik teknoloji, üretilen ürünlere yansır ve ürünler bir ülkenin ekonomik teknolojisini temsil eder (Moghadasi, 2018: 31).

Ekonomik karmaşıklık endeksinin hesaplanmasında M_{cp} şeklinde bir matris tanımlanmaktadır. Bu matris c ülkesi p ürünü üretiyorsa 1, üretmiyorsa 0 değerini almaktadır. Matrisin satırları veya sütunları toplanarak aşağıdaki şekilde formüle edilmektedir (Hausmann vd., 2011: 24):

$$\text{Çeşitlilik} = k_{c,0} = \sum_p M_{cp}$$

$$\text{Sıradanlık} = k_{p,0} = \sum_c M_{cp}$$

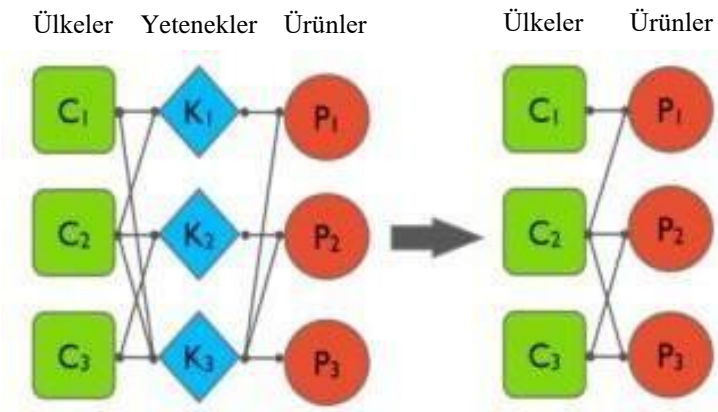
Çeşitlilik ve sıradanlık matrislerinden sonra belirli bir bölgedeki üretimin ne kadar çeşitli ve farklı ürünlerden oluştuğunu ölçmek amacıyla oluşturulan ekonomik karmaşıklık endeksi (ECI), aşağıdaki matristen hareketle;

$$\tilde{M}_{cc'} = \sum_{p, c, 0, p, 0} \frac{M_{cp}}{k} \frac{M_{c'p}}{k}$$

Nihai olarak aşağıdaki şekilde oluşmaktadır (Hausmann vd., 2011: 24):

$$ECI = \frac{\vec{K} - \langle \vec{K} \rangle}{\text{Standart Sapma}(\vec{K})}$$

$\langle \rangle$ ortalamayı, \vec{K} , ikinci en yüksek özdeğere karşılık gelen $M_{cc'}$ 'nin özvektörünü ifade etmektedir.



Şekil. Ekonomik Karmaşıklık, Ekonomik Aktörler ve Ekonomik Faaliyet Etkileşimi

Kaynak: Cristelli vd., 2017: 8.

Ekonomik karmaşıklığın, ekonomik aktörler (ülkeler) ve ekonomik faaliyetler (ürünler) arasındaki ilişkisi yukarıdaki Şekilde yer almaktadır. Ülkelerarası faktör donatımı farklılığını gösteren yetenekler (mavi elmas), ülkelerin göreceli rekabet gücünü tanımlamaktadır. Ürünlerin niteliği ve sayısı bakımından ülkelerarası üretim farklılıkları, sentetik olarak bu rekabetçiliği kodlamaktadır. Çünkü iki taraflı ağ; ülkeler (yeşil kareler), ekonomik çıktı ve faaliyetler tarafından tanımlanmaktadır. Yukarıdaki örnekte, ürünler (kırmızı daireler) üçlü ağ içerisinde yer alan ülkelerin ürünlerinin projeksiyonunu göstermektedir. Bu üçlü modellemenin, heterojen ekonomik boyutların ve ölçülmesi güç etkileşimlerin bir sonucu olan doğrudan bir yaklaşımla sürdürülmesi güçtür. Tersine, ikili ticaret verileri, iki taraflı ağ sonucunda gerçekleştirilen ürünlerin temsili için güçlü bir gösterge sunmaktadır (Cristelli vd., 2017: 8). Buradan yola çıkarak ülke ve ürünlerinin ekonomik karmaşıklık endeksi, i) Ülkede mevcut olan yetenekler kümesinin karmaşıklığı hakkındaki bilgiyi; ii) Kişi başı gelir düzeyini; iii) Gelecekteki büyüme tahminlerini

ve iv) Bir ülkenin gelecekteki ihracatının karmaşıklığının tahminini (Hidalgo ve Hausmann, 2009: 10575) ölçmektedir.

Ekonomik karmaşıklığın gelir dağılımını, diğer ifadeyle gelir eşitsizliğini etkilediği birçok mekanizma bulunmaktadır. Hartmann'a göre ekonomik karmaşıklığı yüksek olan ülkelerde, teknolojik ilerlemeler hızlı üretken çeşitlendirme dalgaları, uygun yeni yasal çerçeveler, yeni eğitim kurumları ve yeni teknolojilerin tam potansiyellerini ortaya çıkarmasını sağlayan yeni sosyal ve üretken organizasyon türleri gibi kurumların ortaya çıkmasıyla güçlü bir şekilde bağlantılıdır. Bu yapı, yeni yetenek setleri ve eğitim kurumları gerektirmektedir. Kurumsal yapıdaki değişim ve ulaşımdaki iyileşmeler, insanların daha hareketli olma ve daha fazla bilgiye, seçeneğe erişim imkânlarını artırmaktadır. Nitekim, kalitatif çeşitliliğin yaratılmasıyla birlikte ortaya çıkan kurumsal gelişme, insani gelişme üzerinde daha olumlu bir etki yaratarak eşitsizliği azaltmaktadır (2014: 71).

Karmaşık endüstriyel ürünler, esas olarak kaynak zenginliğine veya düşük işgücü maliyetlerine dayanan basit ürünlerde bulunandan çok daha fazla örtük bilgi ve dağıtılmış bilgi gerektirmektedir. Daha fazla dağıtılmış bilgi ve büyük ölçüde örtük bilgi, yüksek ücretlerin müzakere edilmesinde sendikalaşma ve etkinliğin artırılması, dolayısıyla ücret eşitsizliğinin azaltılması için teşvikleri artırabilmektedir (Hartmann vd., 2017: 76). Ekonomik karmaşıklık gelir eşitsizliğini azaltmasının yanı sıra insani gelişimi iyileştirmesiyle de, refah seviyesi için kritik öneme sahiptir (Kapartzanis, 2018: 10).

Buna karşılık ekonomik yapıları hammadde ve tarım ürünleri gibi basit ürünlere dayalı olan ülkelerde gelir eşitsizliği çeşitli nedenlerden dolayı artma eğilimindedir. İlk olarak bu ülkelerde çalışanların geliri, ölçüğe göre azalan getiri ve düşük verimlilik ile karakterize edilen ekonomik faaliyetlere bağlıdır. Bunun yanında, nüfusun küçük bir kısmı daha yüksek üretkenliğe sahip sınırlı faaliyetlerden kaynaklanan daha yüksek gelir elde etmektedir. İkinci olarak, bilgi ve becerilerin yayılması küçük birey gruplarıyla sınırlı kalmakta ve diğer bireylerin ekonomik getiriden yoksun kalmalarına yol açmaktadır. Üçüncüsü, gelir dağılımının alt grubunda kalan bireyler sınırlı öğrenme ve mesleki fırsatlarla kısıtlanmaktadır. Bu da bireyler arasındaki gelir eşitsizliğini daha da artırmaktadır. Son olarak, birincil ürün üreten ana sektörün varlığı, büyük ölçekteki vasıfsız işçi kadrosunu yönetmek için mesleki yapıdaki dikey hiyerarşiye neden olmaktadır (Lee ve Vu, 2019: 5). Sanayileşmiş ülkelerde ise sanayisizleşme, sendikasılaşma ve sanayi mallarının ihracatı için artan küresel rekabet, daha yüksek gelir eşitsizliğine katkıda bulunmaktadır (Hartmann vd., 2017: 76).

Ekonomik sistem içerisindeki karmaşıklığın artmasına paralel olarak, belirli uzmanlık gerektiren alanlardaki nitelikli işgücüne duyulan ihtiyaç da artmaktadır. Kapitalist sistem karmaşıklaştıkça çoğalan faaliyetlerin gerçekleştirilmesi için yeni uzmanlıklar ortaya

çıkılmaktadır. Gelişmiş becerilere sahip olan ve hızla öğrenme, adapte olma kapasitesine sahip işgücü gittikçe daha fazla gelir elde etmektedir. Beşeri sermayesi yüksek işgücünün artan nispi önemi, gelir dağılımı üzerinde önemli etkilere sahiptir. Kurumsal, politik ve diğer birçok unsur gelir dağılımını açıkça etkilese de beceri farklılıklarının artması, nitelikli ve deneyimli işçilerin görece ücretlerinin artması, gelir dağılımı eşitsizliğini etkileyen önemli unsurlardır (Hodgson, 2003: 475-477).

Ampirik Literatür

Ülkelerin uluslararası ekonomide rekabet edebilmeleri için günümüz koşulları dikkate alındığında ileri teknoloji yoğunluklu ürünlerin üretilmesi birçok alanda avantaj sağlamaktadır. Bilgi yoğunluğu ve beşeri sermayenin önemini ortaya koyan ekonomik karmaşıklık endeksi, ekonomik büyümenin temel kaynaklarından biri haline gelmiştir. Oysa ekonomik karmaşıklığın artması, gelir dağılımı ve insani gelişim gibi kalkınmanın boyutlarını da yakından etkilemektedir. Bu kapsamda, ekonomik karmaşıklık ile ilişkili olan ekonomik büyüme ve gelir eşitsizliğini inceleyen çalışmaların bir kısmının sonuçları aşağıda özetlenerek verilmiştir.

Felipe vd. (2012), Hidalgo ve Hausmann (2009)'ın yansıma yöntemini kullanarak 5107 ürün ve 124 ülkeyi dikkate alarak ürün ve ülke karmaşıklığını ölçmüştür. Yapılan analiz sonucunda şu sonuçlar elde edilmiştir: (i) En karmaşık ürünler makine, kimyasallar ve metallerde, en az karmaşık ürünlerin ise hammadde ve emtia, ahşap, tekstil ve tarımsal ürünlerde tespit edilmiştir. (ii) Dünyadaki en karmaşık ekonomiler Japonya, Almanya ve İsveç ve en az karmaşık olanlar ise Kamboçya, Papua Yeni Gine ve Nijerya'dır. (iii) Daha karmaşık ürünlerin ana ihracatçıları yüksek gelirli ülkelerken, daha az karmaşık ürünlerin büyük ihracatçıları ise düşük gelirli ülkelerdir. (iv) Daha karmaşık ürünlerin ihracat payları gelirle birlikte artarken, daha az karmaşık ürünlerin ihracat payları gelirle birlikte azalmaktadır.

Lapatinas (2016) çalışmasında, ekonomik karmaşıklık ve ihracatın ekonomik büyümenin temel gücü olduğunu teyit eden yaklaşımların, insani gelişim boyutu açısından geçerli olup olmadığını test etmiştir. 1965-2005 dönemi verileriyle 126 ülke için yapılan tahminde, ekonomik karmaşıklık ile insani gelişim arasında pozitif korelasyon bulunmasına rağmen; herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Elde edilen bulgulara göre, ekonomik karmaşıklık ekonomik büyümenin kaynağı iken; eğitim, sağlık, mutluluk gibi insani gelişim unsurları üzerinde beklenen etkiye yol açmamaktadır.

Hartmann vd. (2016), 1962-2012 dönemi verileriyle Latin Amerika & Karayip (LAC) ülkeleri ve Yüksek Performanslı Asya Ekonomileri (HPAE) için yaptığı çalışmada şu bulgulara ulaşılmıştır: i) HPAE'de ekonomik karmaşıklık düzeyinin artması, gelir eşitsizliği üzerindeki

yapısal kısıtlamaları aşabilmektedir; ii) LAC ülkeleri, doğal kaynak tabanlı üretim yapıları tarafından kısıtlanmakta ve bu yüzden gelir eşitsizliği artmaktadır.

Hartmann vd. (2017)'nin 150'den fazla ülkede 1963-2008 dönemi için ekonomik karmaşıklığın gelir eşitsizliği üzerindeki etkisini araştırdıkları analizde, karmaşık ürünleri ihraç eden ülkelerin basit ürünleri ihraç eden ülkelere kıyasla, daha düşük gelir eşitsizliğine sahip oldukları bulgusuna ulaşmışlardır. Bu bulgular, bir ülkenin karmaşık üretim yapısının gelir eşitsizliğini sınırlayabileceğine işaret etmektedir.

Zhu ve Li (2017), 210 ülke için yansımaya yöntemini kullanarak ekonomik karmaşıklığı ölçtüktan sonra, ekonomik karmaşıklık ve beşeri sermayenin ekonomik büyümeye etkisini araştırmıştır. Ekonomik karmaşıklığın ölçümüne ilişkin bulgular, yüksek gelirli ülkelerin ekonomik karmaşıklık endeksinin düşük ve orta gelirli ülkelere göre daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer yandan, ekonomik karmaşıklık ve beşeri sermayenin kısa ve uzun vadede ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu tahmin edilmiştir. Ayrıca, ekonomik karmaşıklık ile beşeri sermaye etkileşiminin kısa ve uzun vadeli büyüme üzerindeki etkisinin büyüklüğü, karşılaştırmalı üstünlük eşiği büyüdükçe arttığı ulaşılan bir diğer bulgudur.

Chávez vd. (2017), Meksika'daki 32 eyalette ekonomik faaliyetlerdeki uzmanlaşmaya bağlı olarak ekonomik karmaşıklığın farklılaştığını ortaya koymuştur. Kuzeydeki eyaletlerin daha yüksek, merkezi eyaletlerin orta düzeyde ve güneydeki eyaletlerin düşük karmaşıklığa sahip olmalarından dolayı, kişi başı gelir düzeyleri de değişmektedir. Dolayısıyla eyaletlerin gelir ile sahip oldukları karmaşıklık düzeyleri arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu ifade edilebilir.

Kapartzanis (2018), ekonomik karmaşıklığın gelir eşitsizliğini negatif etkilediğini öngören yaklaşımların geçerliliğini 227 ülkede 1960-2016 dönemi için test etmiştir. Elde edilen bulgular, ekonomik karmaşıklığın gelir eşitsizliği ile negatif korelasyona sahip olduğunu; fakat aralarında herhangi nedensellik ilişkisinin olmadığını göstermektedir.

Gao ve Zhou (2018), 25 yıllık firma verilerini kullanarak 31 eyalette 70 endüstriyi kapsayan veri seti ile Çin için ekonomik karmaşıklık endeksinin hesaplayarak, bölgesel ekonomik gelişme ve parasal olmayan ölçümler arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Sonuçlar, kıyı çevresinde bulunan eyaletlerin daha yüksek ekonomik karmaşıklık seviyesine sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte ekonomik karmaşıklık, gelir eşitsizliği ile negatif; ekonomik gelişme düzeyi ile pozitif korelasyona sahiptir. Dolayısıyla bu durum, ekonomik karmaşıklığın bölgesel kalkınmada belirleyici role sahip olduğunu göstermektedir.

Moghadasi (2018), 2002-2015 dönemi verileriyle Basra Körfezi ülkeleri için ekonomik karmaşık ve ekonomik büyümenin, enflasyon ve gelir eşitsizliği üzerindeki etkisini araştırmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre ekonomik karmaşıklık ve ekonomik büyüme enflasyon üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahipken, gelir eşitsizliği üzerinde negatif etkiye sahiptir.

Morais vd. (2018)'nin 2002-2014 periyoduna ait verileri kullanarak Brezilya'daki 27 eyalet için ekonomik karmaşıklığın ücret farklılığına olan etkisini ele aldıkları çalışmanın sonuçlarına göre ekonomik karmaşıklık ile ücret farklılığı arasında ters-U şeklinde lineer olmayan ilişki söz konusudur. Diğer ifadeyle yüksek ekonomik karmaşıklıkla birlikte başlangıçta gelir eşitsizliği artmakta, belirli bir eşik değerinden sonra azalmaya başlamaktadır.

Lee ve Vu (2019), 113 ülke için 1965-2014, 96 ülke için ise 1980-2014 döneminde ekonomik karmaşıklık ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişkiyi En Küçük Kareler (EKK) ve GMM yöntemiyle incelemiştir. EKK sonuçları, ekonomik karmaşıklığı daha yüksek olan ülkelerin daha düşük gelir eşitsizliğine sahip olduğunu ve beşeri sermayenin karmaşıklık ile eşitsizlik arasındaki negatif ilişkiyi artırdığını göstermektedir. Ayrıca, ortaokul eğitimi ekonomik karmaşıklıkla etkileşim hususunda yükseköğretimden daha büyük etkiye sahiptir. Buna karşılık, GMM tahmincisi kullanılarak yapılan analizde, ekonomik karmaşıklıktaki bir artışın, daha yüksek gelir eşitsizliği ile ilişkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Fawaz ve Rahnama-Moghadamm (2019), ekonomik karmaşıklık ve gelir eşitsizliği ilişkisini literatürde göz ardı edilen mekânsal bağımlılığın rolünü dikkate alarak analiz etmiştir. Panel veri yöntemiyle 129 ülke için 1964-2013 dönemiyle yapılan tahmin sonuçları, bir ülkedeki gelir eşitsizliğinin, ticaret ortaklarının gelir eşitsizliği ve ekonomik karmaşıklığından etkilendiğini göstermektedir. Buna ilave olarak elde edilen diğer bulgular şu şekildedir: i) Bir ülkenin gelir eşitsizliği, en çok ticaret yaptığı ortakları arasındaki ortalama gelir eşitsizliği ile pozitif korelasyona sahiptir; ii) Ekonomik karmaşıklığı yüksek olan ülkelerle yapılan ticaret, gelir eşitsizliğini azalmaktadır.

Antonelli ve Scellato (2019), ücret eşitsizliğinin teknolojik değişimin nedeni ve sonucu olduğu hipotezini test etmek için 1996-2005 yıllarını kapsayan İtalyan imalat firmalarına ait büyük örneklem verileriyle yaptıkları analiz sonucunda, üretim sürecinin faktör yoğunluğunun firma büyüklüğü ile içsel olduğunu doğrulayan sonuçlara ulaşmışlardır. Buna göre daha düşük birim ücrete sahip küçük firmalar emek yoğun üretim sürecine bağımlıyken, daha yüksek birim ücretlere ve daha düşük sermaye maliyetlerine sahip büyük firmalar ise sermaye yoğun üretim sürecine odaklanmaktadır. Elde edilen bulgular firmaların büyüklüğünün, yüksek sermaye yoğunluğu gerektiren üretim sürecindeki ücretlerin ve ortalama ücretlerin, sermaye yoğunluğu tarafından belirlendiğini göstermektedir.

Şeker (2019), uluslararası rekabet üstünlüğünün sağlanması açısından, teknolojik gelişme ve yüksek teknoloji ihracatının günümüz ekonomilerindeki öneminden hareketle ekonomik karmaşıklık endeksinin teknolojik gelişme, yüksek teknoloji ürünü ihracatı ve sermaye yatırımları arasındaki ilişkiyi 1989-2017 periyodu verileriyle Türkiye için incelemiştir. Yapılan eşbütünleşme testleri, ekonomik karmaşıklık endeksi ile yüksek teknoloji ürünü ihracatı, yerli patent başvuruları ve sabit sermaye yatırımları arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını ortaya koyarken, nedensellik sonuçları ise değişkenlik göstermektedir. Örneğin, ekonomik karmaşıklık endeksi, yüksek teknoloji ürünü ihracatı ve yerli patent başvuruları arasında çift yönlü, brüt sabit sermaye yatırımlarından ekonomik karmaşıklık endeksi, yüksek teknoloji ürünü ihracatı ve yerli patent başvurularına doğru ise tek yönlü nedensellik söz konusudur.

Le Caous ve Huarng (2020), Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı kapsamında sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada ekonomik karmaşıklık endeksi ile insani gelişim endeksi ilişkisini gelir eşitsizliğinin aracılık etkisini de dikkate alarak, gelişmekte olan 87 ülkede 1990-2017 periyodu verileriyle incelemiştir. Elde edilen bulgular, beşeri gelişmenin ekonomik karmaşıklıkla birlikte arttığını; fakat bu ilişkiye gelir eşitsizliğinin aracılık ettiğini göstermektedir. Ayrıca ülke düzeyindeki tahminler incelendiğinde cinsiyet eşitsizliği ve enerji tüketimi sürdürülebilir kalkınmayı etkilemektedir.

Zhu vd. (2020), Çin’de ihracat ürünlerinin ve destinasyon yapılarının karmaşıklığının gelir eşitsizliğine olan etkisini kent-kır ayrımı özelinde incelemiştir. Elde edilen bulgular, ihracat ürünü/destinasyon yapılarının karmaşıklığı ile gelir eşitsizliği arasındaki zıt yönlü ilişkinin, sadece Çin’in kentsel alanlarında mevcut olduğunu; buna karşılık kırsal alanlarda geçerli olmadığını göstermektedir. Kent-kır ayrımı çerçevesinde ele alındığında, ihracatın geliştirilmesinin faydaları kentsel alanlarla sınırlı kalmıştır.

Ekonomik karmaşıklık endeksinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediğine yönelik genel bir mutabakatın olduğu ifade edilebilir. Ancak literatürde ekonomik karmaşıklıkla elde edilen gelirin toplumda adil dağılıp dağılmadığını inceleyen çalışmalar mevcut olmakla birlikte genel eğilime bakıldığında, bunun sınırlı olduğu görülmektedir. Ulusal literatürde ise sözkonusu değişkenler arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu çalışmada, Türkiye için ekonomik karmaşıklığın gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi, dışa açıklığın rolü de dikkate alınarak iki farklı model kapsamında incelenmiştir. Böylelikle özgün bakış açısının geliştirilmesi noktasında, literatürdeki boşluğun doldurulması amaçlanmıştır.

Veri, Model ve Yöntem

Bu çalışmada, 1987-2017 yılları için Türkiye ekonomisinde gelir eşitsizliği ile ekonomik karmaşıklık endeksi arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Verilere erişimde yaşanan kısıtlar nedeniyle ampirik analiz, 1987-2017 dönemini kapsamaktadır. Üretim

yapılarının yetkinlik, karmaşıklık ve büyüklük durumunu gösteren ekonomik karmaşıklık endeksinin gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi araştırılırken, kurulan ampirik modele gelir eşitsizliğini etkileyebileceği düşünülen önemli göstergeler kontrol değişkenleri olarak eklenmiştir.

Bu doğrultuda modele, ekonomik büyüme [Aiyar ve Ebeke (2019), Vo vd. (2019), Nwosa (2019), Brida vd. (2020)], beşeri sermaye endeksi [Lee ve Vu (2019), Feng ve Tang (2019)], toplam nüfus [Bor vd. (2017), Butler vd. (2020)], dışa açıklık [Goh ve Law (2019), Chyi ve Su (2020)] ve doğrudan yabancı yatırımlar [Kaulihowa ve Adjasi (2018), Khan ve Nawaz (2019)] kontrol değişkeni olarak modele eklenmiştir. Belirlenen kontrol değişkenleri ile birlikte Lee ve Vu (2019)'nun çalışmalarını takiben ekonometrik model şu şekilde oluşturulmuştur:

$$(GINI_{it}) = f(GDP_{it}, ECI_{it}, HC_{it}, POP_{it}, FDI_{it}, TR_{it}) \quad (1)$$

(1) nolu denklemde yer alan değişkenler ve açıklamaları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Değişkenlerin Tanımı		
Değişken	Kapsamı	Kaynak
GINI	Gini endeksi, bir ekonomideki bireyler veya hane halkları arasında gelir dağılımının ne kadar eşit dağıldığını ölçmektedir.	Solt (2019)
GDP	2010 fiyatlarıyla ABD \$ cinsinden Gayrisafi Yurtiçi Hasılayı ifade etmektedir.	theglobaleconomy.com
ECI	Üretken teknik bilgi birikimine, özellikle de karmaşık uzmanlık bilgisine ve teknolojiye dayalı olarak üretilen ürünlerin kalitesini ölçmektedir.	The Observatory of Economic Complexity
HC	Ortalama eğitim süresi ve eğitimin getirisine dayanarak oluşturulan kişi başı beşeri sermaye endeksini ifade etmektedir.	Penn World Table
POP	Toplam nüfusu ifade etmektedir.	theglobaleconomy.com
FDI	Net doğrudan yabancı yatırım girişlerinin GSYİH içerisindeki payını göstermektedir.	theglobaleconomy.com
TR	Dışa açıklığı temsilen ihracat ile ithalatın toplamının GSYİH içindeki payını göstermektedir.	theglobaleconomy.com

Yapılan ampirik analizde dışa açıklığın gelir eşitsizliği üzerindeki net etkisinin ortaya konulması amacıyla iki farklı model kurularak analiz yapılmıştır. Modelde yer alan değişkenlerin tamamının logaritmik formu aşağıdaki gibidir:

Model I

$$\ln(GINI_{it}) = \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_{it} + \beta_2 \ln ECI_{it} + \beta_3 \ln HC_{it} + \beta_4 \ln POP_{it} + c_{it} \quad (2)$$

Model II

$$\ln(\text{GINI}_{it}) = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{GDP}_{it} + \beta_2 \ln \text{ECI}_{it} + \beta_3 \ln \text{HC}_{it} + \beta_4 \ln \text{POP}_{it} + \beta_5 \ln \text{FDI}_{it} + \beta_6 \ln \text{TR}_{it} + c_{it} \quad (3)$$

Değişkenler arasındaki ilişkinin test edilmesi aşamasında ilk olarak birim kök sınavının yapılması gerekmektedir. Değişkenlerin birim kök sınavında Zivot ve Andrews (1992) tarafından geliştirilen birim kök testinden faydalanılmıştır. Zivot ve Andrews (1992) testi, tek kırılmaya izin veren toplamda üç modelden (Model A, B ve C) faydalanarak hipotezlerin test edilmesini sağlayan bir sınav yöntemidir. Modellerin boş hipotezi;

$$\text{Model (A): } y_t = \mu + dD(T_B)_t + y_{t-1} + \varepsilon_t \quad (4)$$

$$\text{Model (B): } y_t = \mu + y_{t-1} + (\mu_2 - \mu_1)DU_t + \varepsilon_t \quad (5)$$

$$\text{Model (C): } y_t = \mu + y_{t-1} + dD(T_B)_t + (\mu_2 - \mu_1)DU_t + \varepsilon_t \quad (6)$$

Hipotezlere göre, $D(T_B)_{t=1}$ olması durumunda, $t=T_B + 1$, olmaması durumunda 0, $DU_{t=1}$ ise, $t>T_B$, aksinde $0 \leq DT^* \leq t - T_B$ ise $t > T_B$ olmaması durumunda ise 0 kabul edilir. Model (A) serinin düzey değerindeki egzojen değişimleri gösterirken, Model (B) ortalamameydana gelen egzojen değişimleri, Model (C) ise her ikisinde meydana gelen değişimleri göstermektedir (Zivot ve Andrews, 1992: 253).

Birim kök sınavı sonrası birinci farkında $[I(1)]$ durağan olan seriler için eşbütünleşme testinin yapılması gerekmektedir. Aynı düzeyde durağanlık gösteren serilerin aralarında uzun dönemli ilişki olup olmadığının test edilmesi için eşbütünleşik bir özelliğe sahip olması gerekmektedir. Değişkenler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin tespit edilmesi amacıyla Johansen (1988), Johansen ve Juselius (1990) tarafından geliştirilen Johansen eşbütünleşme testi kullanılmıştır. Bu teste göre belirlenen seriler arasındaki eşbütünleşme sayısına $q=r$ eşitliği ve alternatif hipotezine göre iki farklı istatistiğe göre karar verilmektedir. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi yoktur şeklinde boş hipotezi olan testin iki temel iz ve maksimum öz değer olmak üzere iki istatistiği söz konusudur. Testin iz değer istatistiği;

$$Tr = -T \sum_{i=r+1}^p \ln(1 - \lambda_i) \text{ ile hesaplanır.}$$

$\hat{\lambda}_t$ p-r düzeydeki en küçük değeri, r en yüksek eş bütünleşme vektörünü ifade etmektedir.

Alternatif hipotezdeki maksimum özdeğer istatistiği ise;

$L\text{-max} = -T \ln(1 - \hat{\lambda}_r)$ ile hesaplanır. Bu testin temel hipotezi $r=0$ şeklinde iken alternatif hipotez $r=1$ şeklinde sıralanır ve bu test için maksimum gecikme uzunluğunun belirlenmesi oldukça önemlidir (Zortuk, 2009: 235).

Birim kök testi ve eşbütünleşme ilişkisinin tespit edilmesi sonrasında uzun dönem katsayı tahmincilerinden FMOLS (Fully Modified Ordinary Least Squares), DOLS (Dynamic Ordinary

Least Squares) ve CCR (Canonical Cointegrating Regression) tahmincilerinden faydalanılmıştır. Bu yöntemlerin sıfır hipotezi, “değişkenler arasında uzun dönemli ilişki yoktur” şeklindedir.

Phillips ve Hansen (1990) tarafından geliştirilen yarı parametrik olan FMOLS tahmincisi küçük örnekleme sahip olan analizler de dâhil endojenlik ve otokorelasyon gibi sorunları çözebilen bir yöntemdir. FMOLS yöntemi;

$$Q_{FME} = 1 / (\sum_{t=1}^T Z_t' Z_t) (\sum_{t=1}^T Z_t' Y_t - T [\hat{\lambda}_{12}^{+'}])$$

Y_t , $\hat{\lambda}_{12}^{+'}$ terimleri endojenite ve otokorelasyon için düzeltme terimini ifade etmektedir.

Bu tahmincide, ölçüm tahmincisi asimptotik olarak tarafsızdır ve asimptotik chi-kare istatistiksel çıkarım kullanılarak standart Wald testlerine izin veren normal asimptotik dağılıma sahiptir (Adom vd., 2015: 31).

Stock ve Watson (1993) tarafından geliştirilen parametrik bir tahminci olarak DOLS yöntemi ise, OLS yönteminde ortaya çıkan otokorelasyon ve endojenite sorunlarını çözmektedir. Genel olarak DOLS yöntemi,

$$Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 t + \alpha_2 X_t + \sum_{i=q}^{\infty} \delta_i \Delta X_{t-i} + e_t$$

y, bir zaman serisini, t, zaman periyodunu, x, bağımsız değişken/leri q, optimal gecikme uzunluğunu, Δ fark operatörünü ve ε hata terimini göstermektedir (Bulut, 2017: 15422).

Park (1992) tarafından geliştirilen CCR yöntemi, uzun dönem kovaryans matrisi,

$$y_t = \alpha' X_t + e_t$$

$$y_t = \pi' c_t + \alpha' X_t + e_t \quad \pi = \pi_1 - \pi_2 \alpha$$

şeklinde ifade edilir (Park, 1992: 125).

Bulgular

Çalışmanın ilk aşamasında uygulanan birim kök sınavına ait test bulguları Tablo 2’de yer almaktadır. Bu testten elde edilen bulgular Model C’ye dayalı istatistik bulgularıdır.

Tablo 2. Zivot ve Andrews Birim Kök Testi Bulguları

Değişkenler	t-istatistiği	Kırılma Tarihi
lnGINI	-4.316	1997
lnECI	-1.681	2013
lnGDP	-3.308	2002
lnHC	-3.261	2008
lnTR	-4.606	1994
LnFDI	-3.455	2009
LnPOP	-3.117	1999
Δ lnGINI	-6.664***	1995
Δ lnECI	-8.825***	2006
Δ lnGDP	-6.009***	2004
Δ lnHC	-6.746***	2006
Δ lnTR	-6.715***	1998

$\Delta \ln \text{FDI}$	-5.827***	2005
$\Delta \ln \text{POP}$	-5.068***	2006

Not: Uygulanan birim kök testinin kritik değerleri: % 1: -5.57, % 5: -5.08, % 10: -4.82. *** % 1 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Elde edilen bulgulara göre, serilerin düzey değerlerinde birim kök içerdiğini ifade eden sıfır hipotezi reddedilemezken, serilerin fark değerleri için sıfır hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Diğer bir ifadeyle serilerin birinci farkında durağan [(1)] olduğu söylenebilir. Birinci farkında durağan olan serilerden oluşan her iki model için uygulanan eşbütünleşme testi bulguları ise Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Johansen Eşbütünleşme Testi Bulguları

Johansen Eşbütünleşme Testi					
Model	H ₀	İz Değer	Kritik Değerler (%5)	Maximum Öz Değerler	Kritik Değerler (%5)
Model I	r=0	92.04787	69.81889	43.45573	33.87687
	r≤ 1	48.59214	47.85613	25.20810	27.58434
	r≤ 2	23.38404	29.79707	12.42073	21.13162
	r≤ 3	10.96331	15.49471	6.794637	14.26460
	r≤ 4	4.168671	3.841466	4.168671	3.841466
Model II	r=0	198.7217	125.6154	59.85536	46.23142
	r≤ 1	138.8664	95.75366	45.09657	40.07757
	r≤ 2	93.76981	69.81889	39.45754	33.87687
	r≤ 3	54.31227	47.85613	26.88825	27.58434
	r≤ 4	27.42402	29.79707	18.25034	21.13162
	r≤ 5	9.173682	15.49471	6.694550	14.26460
	r≤ 6	2.479132	3.841466	2.479132	3.841466

Elde edilen bulgulara göre, Model I ve Model II için seriler arasında “eşbütünleşme yoktur” şeklindeki sıfır hipotezinin reddedildiği ve seriler arasında eşbütünleşme olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu sonuç, değişkenlerin uzun dönemde birlikte hareket ettiğini ve değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin araştırılmaya uygun olduğunu göstermektedir. Uzun dönem katsayılarına ilişkin bulgular Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Uzun Dönem Katsayıları

Değişkenler	FMOLS	DOLS	CCR
Model I			
LnGDP	-0.003*	-0.007***	-1.170***
LnECI	-0.006**	-0.040***	-0.003***
LnHC	-0.673**	-0.166***	-0.171***
LnPOP	0.447**	0.003***	0.003***
Sabit Terim	1.233***	1.769***	1.765***
Model II			
LnGDP	-0.037***	-0.081**	-0.330***
LnECI	-0.028***	-0.040***	-0.032***
LnHC	-0.234***	-0.262***	-0.177***
LnPOP	0.005**	0.006***	0.475***
LnFDI	0.0007**	0.002*	0.004***
LnTR	-0.001**	-0.007***	-0.002***
Sabit Terim	1.997***	2.206***	1.145***

Not: *, ** ve *** sırasıyla %10, %5 ve %1 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Elde edilen bulgularda, her üç tahminciye göre birinci modelde uzun dönemde ekonomik büyüme, ekonomik karmaşıklık ve beşeri sermayenin gelir eşitsizliğini negatif, toplam nüfusun ise pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Dışa açıklık göstergelerinin yer aldığı Model 2'ye göre ise doğrudan yabancı yatırımlar gelir eşitsizliğini pozitif, ticari açıklık ise negatif yönde etkilemektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

21. yüzyıldaki küresel ekonomik yapılanma dikkate alındığında ihracata konu olan ürün çeşitliliği ve kompozisyonu yanında, ürünlerin yapısı önem kazanan hususlardan birisi olmuştur. Ülkelerin ürettiği ürünlerin bilgi, teknoloji ve beşeri sermaye yoğunluğunu ifade eden ekonomik karmaşıklık endeksi, uluslararası rekabetin sürdürülebilirliği konusunda oldukça önemlidir. Ülkeler karmaşık yapıdaki ürünleri üretebilmek için teknolojiye yönelik yatırımlarla birlikte teknolojik gelişimi sağlayacak ve üretim sürecinde ihtiyaç duyulan nitelikli işgücü talebini karşılayabilmek için beşeri sermaye yatırımlarını da artırmaktadır. Üretim yapısındaki bu değişiklik, ekonomik büyümenin temel gücü haline gelmektedir. Büyümeyle birlikte öne çıkan diğer bir husus, gelirin adil dağılımına yöneliktir. Ekonomik karmaşıklık, sofistike üretim sürecine dahil olan beşeri sermayesi yüksek işgücü için nispi olarak daha yüksek ücret düzeyleri ile çeşitli avantajlar sağlamasına rağmen, düşük vasıflı işgücü aleyhine gelir eşitsizliğinin artmasına yol açmaktadır. Buna karşılık karmaşık üretim yapısı teknolojik dönüşüm yanında kurumsal kalitenin iyileşmesini ve mobilizasyon fırsatlarının artmasını sağlayarak, gelir eşitsizliği azaltmaktadır.

Bu kapsamdan yola çıkarak çalışmada, Türkiye ekonomisi için 1987-2017 dönemi verileri kullanılarak ekonomik karmaşıklık ile gelir eşitsizliği arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Esas olarak ekonomik karmaşıklık ile gelir eşitsizliği ilişkisine odaklanılmakla birlikte, dışa açıklık (liberalizasyon) göstergelerinin net etkisinin tespit edilmesi amacıyla iki ayrı model kurulmuştur. Zira ekonomik karmaşıklık endeksinin aynı zamanda ülkelerin ihracatı içerisinde bilgi ve teknoloji yoğun ürünlerin payını da ifade etmesi açısından dışa açıklık bu noktada önemli bir husustur. FMOLS, DOLS ve CCR tahmincileri kullanılarak elde edilen bulgulara göre her iki modelde yer alan ekonomik büyüme, ekonomik karmaşıklık ve beşeri sermaye değişkenleri gelir eşitsizliğini azaltırken, toplam nüfus eşitsizliği artırmaktadır. Bunun yanında ikinci modelde yer alan değişkenlerden doğrudan yabancı yatırımlar gelir eşitsizliğini pozitif, ticari açıklık ise negatif etkilemektedir. Diğer ifadeyle, doğrudan yabancı yatırımların payının artması eşitsizliği artırmakta, ihracat ve ithalatın milli gelirdeki payının artması ise eşitsizliği azaltmaktadır.

Kurulan her iki modelde yer alan ve çalışmanın odak noktasını oluşturan ekonomik karmaşıklık ve gelir eşitsizliği ilişkisine ait elde edilen bulgular, Hartmann vd. (2017), Moghadasi (2018) ve Kapartzanis (2018) gibi yazarların çalışmalarıyla tutarlıdır.

Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde dünyanın en büyük ilk yirmi ekonomisinden biri olan Türkiye'nin ileri teknoloji gerektiren ürünlerin üretiminde ilerlemeler kaydetmesinin bir gereklilik olduğu ortaya konulmuştur. Kaynakların uluslararası rekabet gücünü artıracak alanlara yönlendirilerek, katma değeri yüksek ürünler üretilmesi ve ihraç edilmesi makroekonomik alanda iyileştirmeler sağlaması yanında, gelir eşitsizliğini azaltarak insani gelişime de katkı sağlamaktadır. Çünkü gelir dağılımının daha adil hâle gelmesiyle bireylerin daha iyi eğitim, sağlık, kültür gibi alanlara yönelik harcamalara erişim olanakları artmakta ve ekonomik karmaşıklığın en önemli bileşeni olan beşeri sermaye yatırımları artış göstermektedir.

Bu durum, teknolojik ürünler gibi karmaşık ürünlerin üretiminin, güçlü kurumların ve teknik bilginin somutlaştığı işgücünün varlığını ifade eden beşeri sermayenin olduğu ülkelerde gerçekleştiği dikkate alındığında (Hidalgo, 2015), daha önemli hâle gelmektedir. Dolayısıyla bir ekonomideki karmaşık endüstrilerin varlığı, o ülkenin kurumlarının kapsayıcılığını ve nüfusunda somutlaşan bilgi birikimini yansıtmaktadır (Hartmann vd., 2017).

Dışa açıklık göstergeleri olarak incelenen doğrudan yabancı yatırım ile ihracat ve ithalatın toplamının milli gelir içerisindeki payının gelir eşitsizliği üzerindeki etkisi farklılaşmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımlar açısından ele alındığında, sermaye akışının genellikle nitelikli işgücünün yüksek olduğu ülkeyi tercih ettiği ve nitelikli işgücünün ücretlerinde meydana gelen artışın düşük vasıflı işgücüyle oluşan ücret farklılığını artırdığı görülmektedir. Bu noktada ilerici sosyal transferler gibi gelir dağılımının iyileştirilmesi konusunda kullanılacak kamusal politikaların rolü önem kazanmaktadır. Beşeri sermaye farklılığından kaynaklanan gelir eşitsizliğinin azaltılması için uygulanacak sosyal transferler, eğitim koşullarını iyileştirerek sadece eşitsizliği azaltmamakta bunun yanında doğrudan yabancı yatırımlar için gerekli olan nitelikli işgücü arzını da artırmaktadır (Herzer vd., 2014: 790). Dolayısıyla Türkiye'de karmaşık üretim yapısının gelir dağılımını iyileştirici etkisinin yatırım girişlerinin gelir dağılımı üzerindeki olumsuz etkisiyle bertaraf edilmemesi için politikaların dengeli olması gerekmektedir. Özellikle beşeri sermaye gelişimini artıracak kamusal eğitim politikaları, nitelikli ve düşük vasıflı işgücü arasındaki açığı kapatabilir. Ticari açıklık ise doğrudan yabancı yatırımların tersine gelir eşitsizliğini azalmaktadır. Ticari açıdan dışa açılmanın doğrudan yabancı yatırımlar gibi belirli firma, sektör veya bölgeye yönelik olmayıp daha kapsayıcı olmasından dolayı ticaret kazançlarından eşit ölçüde yararlanma koşulları daha fazladır.

Türkiye'nin birçok açıdan yüksek gelişme potansiyeli göz önüne alınarak bulguların genel bir değerlendirmesi yapılırsa, ileri teknoloji ve beşeri sermaye gerektiren ürünlerin gelir

eşitsizliği üzerindeki pozitif etkisi dışı açılmayla desteklenmektedir. Fakat doğrudan yabancı yatırım girişlerinin, işgücü arasındaki nitelik farkından kaynaklanan olumsuz etkisinin, gelir dağılımında sağlanan iyileşmeleri sınırlamaması için kamusal eğitim politikaları da devreye sokulmalıdır.

Yazar Katkıları: Bu çalışmanın ilk iki bölümüyle birlikte ampirik literatür araştırması bölümünde birinci yazar Orhan CENGİZ, verilerin elde edilmesi ve analizinde ise ikinci yazar Müge MANGA katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Adom, P. K., Amakye, K., Barnor, C. ve Quartey, G. (2015). The Long-Run Impact of Idiosyncratic and Common Shocks on Industry Output in Ghana. *OPEC Energy Review*, 39(1), 17-52.
- Aiyar, S. S. ve Ebeke, C. (2019). Inequality of Opportunity, Inequality of Income and Economic Growth. *IMF Working Paper WP/19/34*, 1-24.
- Antonelli, C. ve Scellato, G. (2019). Wage Inequality and Directed Technological Change: Implications for Income Distribution. *Technological Forecasting & Social Change*, 141, 59-65.
- Bor, J., Cohen, G. H. ve Galea, S. (2017). Population Health in An Era of Rising Income Inequality: USA, 1980-2015. *The Lancet*, 389(10077), 1475-1490.
- Brida, J. G., Carrera, E. J. S. ve Segarra, V. (2020). Clustering and Regime Dynamics for Economic Growth and Income Inequality. *Structural Change and Economic Dynamics*, 52, 99-108.
- Bulut, U. (2017). The Impacts of Non-Renewable and Renewable Energy on CO₂ Emissions in Turkey. *Environmental Science and Pollution Research*, 24(18), 15416-15426.
- Butler, J. L., Wildermuth, G., Thiede, B. C. ve Brown, D. L. (2020). The Dynamics of Population Change and Income Inequality in Rural America. Doi: <https://doi.org/10.31235/osf.io/g3yhe>.
- Chávez, J. C., Mosqueda, M. T. ve Gómez-Zaldívar, M. (2017). Economic Complexity and Regional Growth Performance: Evidence from the Mexican Economy. *Review of Regional Studies*, 47(2), 201-219.
- Chyi Y. L. ve Su, Y. H. (2020). Technology Progress, Trade Openness, and Income Inequality: A Cross-Country Empirical Study. Tsounis N., Vlachvei A. (Eds), *Advances in Cross-Section Data Methods in Applied Economic Research*. ICOAE 2019. Springer Proceedings in Business and Economics (pp. 491-506). Springer, Cham.
- Cristelli, M., Tacchella, A., Cader, M., Roster, K. ve Pietronero, L. (2017). On the Predictability of Growth. *The World Bank Policy Research Working Paper 8117*, 1-45.
- Fawaz, F. ve Rahnama-Moghadamm, M. (2019). Spatial Dependence of Global Income Inequality: The Role of Economic Complexity. *The International Trade Journal*, 33(6), 542-554.
- Felipe, J., Kumar, U., Abdon, A. ve Bacate, M. (2012). Product Complexity and Economic Development. *Structural Change and Economic Dynamics*, 23(1), 36-68.

- Feng, S. ve Tang, G. (2019). Accounting for Urban China's Rising Income Inequality: The Roles of Labor Market, Human Capital, and Marriage Market Factors. *Economic Inquiry*, 57(2), 997-1015.
- Gao, J. ve Zhou, T. (2018). Quantifying China's Regional Economic Complexity. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 492, 1591-1603.
- Goh, L. T. ve Law, S. H. (2019). The Effect of Trade Openness on Income Inequality with the Role of Institutional Quality. *Indonesian Journal of Economics, Social, and Humanities*, 1(2), 65-76.
- Hartmann, D. (2014). *Economic Complexity and Human Development: How Economic Diversification and Social Networks Affect Human Agency and Welfare*. New York: Routledge.
- Hartmann, D., Jara-Figueroa, C., Guevara, M., Simoes, A. ve Hidalgo, C. A. (2016). The Structural Constraints of Income Inequality in Latin America. *Integration & Trade Journal*, 40, 70-85.
- Hartmann, D., Guevara, M. R., Jara-Figueroa, C., Aristarán, M. ve Hidalgo, C. A. (2017). Linking Economic Complexity, Institutions, and Income Inequality. *World Development*, 93, 75-93.
- Hausmann, R., Hidalgo, C. A., Bustos, S., Coscia, M., Chung, S., Jimenez, J., Simoes, A. ve Yıldırım, M. A. (2011). *The Atlas of Economic Complexity Mapping Paths to Prosperity*, Center for International Development at Harvard University.
- Herzer, D., Hühne, P. ve Nunnenkamp, P. (2014). FDI and Income Inequality-Evidence from Latin American Economies. *Review of Development Economics*, 18(4), 778-793.
- Hidalgo, C. A. ve Hausmann, R. (2009). The Building Blocks of Economic Complexity. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(26), 10570-10575.
- Hidalgo, C. (2015). *Why Information Grows: The evolution of Order, from Atoms to Economies*. New York: Basic Books.
- Hodgson, G. M. (2003). Capitalism, Complexity, and Inequality. *Journal of Economic Issues*, 37(2), 471-478.
- Johansen S. ve Juselius, K. (1990). Some Structural Hypotheses in A Multivariate Cointegration Analysis of the Purchasing Power Parity and the Uncovered Interest Parity for UK. *Journal of Econometrics*, 53, 211-44.
- Johansen, S. (1988). Statistical Analysis of Cointegration Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12(2-3), 231-254.
- Kapartzanis, P. (2018). *Unlinking Causally Economic Complexity and Income Inequality (MSc Thesis)*. University of Ioannina, Ioannina.
- Kaulihowa, T. ve Adjasi, C. (2018). FDI and Income Inequality in Africa. *Oxford Development Studies*, 46(2), 250-265.
- Khan, I. ve Nawaz, Z. (2019). Trade, FDI and Income Inequality: Empirical Evidence from CIS. *International Journal of Development Issues*, 18(1), 88-108.
- Kuznets, S. (1955). Economic Growth and Income Inequality. *American Economic Review*, 45(1), 1-28.
- Lapatinas, A. (2016). Economic Complexity and Human Development: A Note. *Economics Bulletin*, 36(3), 1441-1452.
- Le Caous, E. ve Huarng, F. (2020). Economic Complexity and the Mediating Effects of Income Inequality: Reaching Sustainable Development in Developing Countries. *Sustainability*, 12(2089), 1-26.

- Lee, K. ve Vu, T. (2019). Economic Complexity, Human Capital and Income Inequality: A Cross-Country Analysis. MPRA Paper No. 94737, 1-31.
- Moghadasi, L. S. (2018). The Study of Economic Complexity and GDP Effect on Inflation Rate and Income Inequality in Persian Gulf States 2002-2015. *Mapta Journal of Mechanical and Industrial Engineering (MJMIE)*, 2(3), 31-39.
- Morais, M. B., Swart, J. ve Jordaan, J. A. (2018). Economic Complexity and Inequality: Does Productive Structure Affect Regional Wage Differentials in Brazil?. U.S.E. Working Paper Series nr: 18-11, 1-59.
- Nwosa, P. (2019). Income Inequality and Economic Growth in Nigeria: Implications for Economic Development. *Acta Universitatis Danubius Oeconomica Special Issue 15(1)*, 108-116.
- Park, J. Y. (1992). Canonical Cointegrating Regressions. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 119-143.
- Penn World Table (2020, Mayıs). <https://www.rug.nl/ggdc/productivity/pwt/>.
- Phillips, P. C. ve Hansen, B. E. (1990). Statistical Inference in Instrumental Variables Regression with I(1) Processes. *The Review of Economic Studies*, 57(1), 99-125.
- Solt, F. (2019). Measuring Income Inequality Across Countries and Over Time: The Standardized World Income Inequality Database. SWIID Version 8.2, November 2019.
- Stock, J. ve Watson, M. (1993). A Simple Estimator of Cointegrating Vectors in Higher Order Integrated Systems. *Econometrica*, 61(4), 783-820.
- Şeker, A. (2019). Teknolojik Gelişme ve Yüksek Teknoloji İhracatının Ekonomik Karmaşıklık Endeksi Üzerindeki Etkisi: Türkiye Örneği. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(2), 377-395.
- TheGlobalEconomy.com (2020, Mayıs). <https://www.theglobaleconomy.com/>.
- The Observatory of Economic Complexity (2020, Nisan). <https://oec.world/>.
- Vo, D. H., Nguyen, T. C. ve Tran, N. P. (2019). What Factors Affect Income Inequality and Economic Growth in Middle-Income Countries?. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(1), 40, 1-12.
- Zhu, S. ve Li, R. (2017). Economic Complexity, Human Capital and Economic Growth: Empirical Research Based on Cross-Country Panel Data. *Applied Economics*, 49(38), 3815-3828.
- Zhu, S., Yu, C. ve He, C. (2020). Export Structures, Income Inequality and Urban-Rural Divide in China. *Applied Geography*, 115, 1-9.
- Zivot, E. ve Andrews, D. (1992). Further Evidence of the Great Crash, the Oil-Price Shock and the Unit-Root Hypothesis. *Journal of Business and Economic Statistics*, 10, 251-270.
- Zortuk, M. (2009). Economic Impact of Tourism on Turkey's Economy: Evidence from Cointegration Tests. *International Research Journal of Finance and Economics*, 25(3), 231-239.

Bulancak İlçesinde Tarımsal İşletmelerin ve Üretim Faaliyetlerinin İncelenmesi[†]

Derya ÖZTÜRK*

Ali İSLAM[†]

Ali TURAN[‡]

Malik Arsal KÖSE[§]

Öz

Bu çalışmada, Giresun ili Bulancak ilçesinde tarımsal işletmelerin ve üretim faaliyetlerinin mevcut durumu incelenmiş ve öneriler yapılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler, 2016-2017 üretim döneminde 10 köyden tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 134 işletmeden anket yöntemi ile elde edilmiştir. İşletmeler sahip oldukları arazi büyüklüklerinin frekans dağılımına göre üç gruba ayrılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; işletme başına düşen ortalama işletme arazisi 1. grupta 5,02 da, 2. grupta 15,76 da, 3. grupta 45,80 da ve işletme genel ortalamasında ise 24,29 da olarak bulunmuştur. Her üç grupta da tarım arazilerinin çok büyük bir kısmını fındık bahçeleri oluşturmaktadır. Fındık arazilerini sırasıyla diğer meyveler, tarla bitkileri, sebzeler, çayır-mera ve çalılık-ağaçlık arazi izlemektedir. İşletmelerde tarım faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıtlar sırasıyla; düşük satış fiyatı, pahalı tarım girdileri, hastalık, düşük verim ve işgücü yetersizliği şeklinde sıralanmaktadır. Tarım faaliyetlerini geliştirmek için işletmeler daha fazla bilgilenmeye çalıştıklarını, il/ilçe tarım görevlilerine danıştıklarını, kooperatife/birliğe üye olduklarını ve kredi aldıklarını belirtmişlerdir. İşletmeler tarımla ilgili sorunlarını bilgili çiftçilere, arkadaşlarına/meslektaşlarına, tarım teşkilatı uzmanlarına danışarak çözmektedirler. Verim ve kalitenin artırması ve üretim maliyetlerinin düşürülmesi bakımından yeter işletme büyüklüğü ve modern tarım tekniklerinin yerinde ve zamanında uygulanması önerilmektedir. Ayrıca son zamanlarda daha da değer kazanan çiftçilik mesleği ve gıda üretiminin önemi de vurgulanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşletme, Üretim, Fındık, Tarım, Bulancak

Examination of Agricultural Enterprises and Production Activities in Bulancak

Abstract

In this study, the current state of agricultural enterprises and production activities in Bulancak District of Giresun province was examined and some suggestions was made. Data were collected from 134 enterprises selected from ten villages using stratified random sampling in the 2016-2017 production period. The data were collected using the survey method. The enterprises were divided into three groups based on the frequency distribution of the size of land that they had. According to the results, Groups 1, 2, and 3 had an average of 5.02 decare, 15.76 decare, and 45.80 decare agricultural lands per enterprise, respectively. The overall average was 24.29 decare. In all groups, most of the agricultural lands were hazelnut gardens, followed by fruits, field crops, vegetables, meadow-pasture, and shrubland-woodland. The greatest problems faced by the enterprises during agricultural activities were low selling price, expensive agricultural inputs, disease damages, low yield, and scarce labor. The enterprises stated that they tried to obtain more information, consulted with agricultural provincial/district officials, became members of cooperatives/unions, took loans to improve their agricultural activities. They stated that they solved agricultural problems by consulting with knowledgeable farmers, friends/colleagues, and agricultural organization experts. In terms of increasing yield and quality and reducing production costs, it is recommended to apply sufficient business size and modern agricultural techniques. In addition, the importance of the farmer and food production, which has gained more value recently, is also emphasized.

Keyword: Business, Production, Hazelnut, Agriculture, Bulancak

Geliş/Received: 05.02.2021

[†] Bu çalışma Ordu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca kabul edilen A-1803 no'lu proje kapsamında desteklenmiştir.

* Doç. Dr., Ordu Üniversitesi, Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, deryaozturk@odu.edu.tr Orcid: 0000-0001-5287-6600

[†] Prof. Dr., Ordu Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Bahçe Bitkileri Bölümü, islamali@hotmail.com Orcid: 0000-0002-2165-

[‡] Doç. Dr., Giresun Üniversitesi, TBMYO, Fındık Ekspertiği Programı, ali.turan@giresun.edu.tr Orcid: 0000-0002-2961-6605

[§] Zir. Yük. Müh., Giresun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, malikarsal@hotmail.com Orcid: 0000-0002-3302-0054 (Makale türü: Araştırma makalesi)

Kabul/Accepted: 22.06.2021

*Araştırmadaki anket çalışması 2016-2017 yıllarında gerçekleştirildiği için geriye dönük etik kurul izni bulunmamaktadır.

Giriş

Tarım sektörünün temel görevi toplumun besin ihtiyacının karşılanması için gerekli olan gıda maddelerini üretmektir. Bunun yanında tarım sektörü, istihdam, dışsattım, sanayi sektörüne hammadde sağlayan ve iç ticarete konu olan ürünlerin üretimi açısından gelişmekte olan ülkelerde daha büyük önem taşımaktadır (Yılmaz vd., 2006: 2). Bölge kalkınmasında, tarımın ve tarımsal ürünlere dayalı sanayi üretiminin önemi büyük olmasına paralel olarak kırsal alanda nüfusun yerinde tutulması ve iyi organizasyonu da tarımsal gelirin artırılmasına önemli katkı sağlamaktadır. Özellikle Doğu Karadeniz bölgesinde tarıma elverişli olan ya da olmayan pek çok alanda ana ürün olarak fındık tarımı yapılmaktadır. Geleneksel üretim modelleri devam ettirilmekte, işletme arazileri küçük ve parçalanmış durumdadır (İslam, 2018). Söz konusu bölgeye yapılan yatırımların yetersiz ve iş olanaklarının sınırlı olması gibi nedenlerden dolayı bölge halkının ekonomik durumu olumsuz etkilenmiş ve büyük şehirlere doğru göçler gerçekleşmiştir (Öztürk ve Akçay, 2010: 62). Türkiye’de tarımda uygulanan yanlış desteklemeler, köyden kente göç vb. birçok nedenden dolayı kırsal alanlarda nüfus azalmaya başlamış ve atıl tarım arazilerinde de artış oluşmuştur. Artan nüfusun beslenmesi için gerekli olan üretim artışını gerçekleştirmek amacıyla birim alandan yüksek verim almaya çalışmak bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarımsal üretimde verimlilik artışı, tarımın yapısı ile yakından ilişkilidir. Gerek mevcut durumun değerlendirilmesi, gerekse tarımın geliştirilmesine yönelik çalışmaların sağlıklı yürütülmesi açısından tarım sektörünün yapısına ilişkin verilerin bilinmesi ve incelenmesi önem arz etmektedir (Yılmaz vd., 2006: 2). Tarımsal verimliliği arttırmak, tarım ürünlerinin kalitesini yükseltmek ve üreticilerin gelir düzeyini istikrara kavuşturarak belli bir oranda tutmak için tarım kesimine büyük miktarlarda destek aktarmak gerekmektedir. Tarımın bu kadar çok desteklenmesinin en önemli nedeni, tarımın doğa koşullarından büyük ölçüde etkilenmesi, bu durumun da elde edilecek ürün miktarı ve kalitesi üzerinde önemli etkiler, dalgalanmalar yaratabilmesidir (Kızılaslan ve Doğan, 2013: 147).

Giresun ilinin ana geçim kaynağı tarımdır. 2019 yılı itibariyle toplam tarım alanının %79’unda fındık tarımı yapılmakta olup, fındık üretimi yapan çiftçi aile sayısı 80 bin kişidir. Giresun ili Türkiye fındık alanının %17’sini, üretiminin ise %12’sini karşılayarak; Türkiye fındık üretim alanı bakımından 2., Türkiye fındık üretim miktarı bakımından ise 4.sırada yer almaktadır. Giresun ilinin toplam tarımsal üretim gelirlerinin %82’sini bitkisel üretim gelirleri oluşturmakta, bitkisel üretim gelirlerinin de %88-90’ını ise fındık geliri oluşturmaktadır. Balıncak ilçesi 2019 yılı itibariyle Giresun ili fındık alanının %14’ünü, üretiminin %13’ünü karşılayarak; Giresun fındık üretim alanı ve miktarı bakımından 2. sırada yer almaktadır. Balıncak’ta tarım sektöründe

çalışanların oranı sanayi ve hizmet sektörlerinde çalışanlara oranla daha fazladır (tuik.gov.tr, 2019). Bu açıdan bakıldığında Bulancak tarım sektörünün ekonomi içindeki payı yüksek olduğundan çalışma açısından bu ilçenin seçilmesi uygun görülmüştür.

Literatürde tarım işletmelerinin tarımsal üretim yapısına ilişkin çalışmalar bulunmakla birlikte (Bülbül, 1973; Esengün, 1990; Yıldırım, 1991; Akıncı vd., 1997; Kasap vd., 1997; Bostan vd., 1997; Someran, 1999; Aksoyak vd., 2001; Güneş, 2004; Özden ve Armağan, 2005; İslam ve Turan, 2006; Gün ve Aksoy Dengiz, 2006; İslam, 2013; Turhan vd., 2013; Keleş, 2015; Comart, 2016; Özkan ve Kadağan, 2019; Kurnaz, 2020), Bulancak ilçesi işletmelerin tarımsal üretim yapısını ve sorunlarını inceleyerek karşılaştırma yapan çalışmalara rastlanmadığından çalışma özgün bir değere sahiptir. Diğer yandan elde edilen bulguların kamu ya da STK tarafından oluşturulacak bölgesel politikalarda yöreye özgü bir gösterge niteliğinde olacağı ve politika yapıcıları açısından bir kılavuz olarak değerlendirileceğidir. Ayrıca, Giresun ili Bulancak ilçesinin tarımsal üretim faaliyetinin incelenmesi ve değerlendirilmesi literatüre katkı sağlanacaktır.

Bu çalışma, Giresun ili Bulancak ilçesi tarımsal işletmelerin ve üretim faaliyetlerinin işletme grupları dikkate alınarak incelenmesi amacıyla yapılmış olup mevcut durum sorunları çözüm önerileri ile birlikte değerlendirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda, Bulancak ilçesinde tarım sektörünün ve işletmelerin mevcut durumu analiz edilerek tarımsal faaliyeti engelleyen faktörler belirlenmeye çalışılarak sektörün bölgesel ve ülke ekonomisine katkı sağlaması amacıyla politika geliştirilmesinin önü açılacaktır.

Metodoloji

Araştırmanın ana materyalini; Giresun ili Bulancak ilçesinde amaca uygun 10 köyde 1.597 işletmeyi temsil niteliğine sahip örnekleme yolu ile seçilen 134 işletmeden yüz yüze anket yöntemiyle toplanan veriler oluşturmaktadır. Ayrıca çalışmanın materyalinde ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının istatistiki verileri ile konuya ilişkin daha önce yapılmış araştırma ve incelemeleri içeren ikincil verilerden de yararlanılmıştır. Araştırmanın verileri 2016-2017 üretim dönemini kapsamaktadır. Çalışma bölgesine ait veriler Giresun İl Tarım Müdürlüğünden temin edilmiştir.

Araştırma alanı olarak, Giresun ilinin Bulancak ilçesi seçilmiştir. Araştırma alanı belirlendikten sonra, Giresun İl Tarım Müdürlüğünün kayıtlarından yararlanılarak araştırmaya konu olan toplam köy sayıları belirlenmiştir. İlçede 2 belde, 62 köy ve 14 mahalle bulunmaktadır. Çiftçi kayıt sistemine 10.774 tarım işletmesi kayıtlıdır. Ana kütleli oluşturan 2 belde, 62 köy ve 14 mahalleden üretim deseni, topoğrafya, tarım tekniği ve iklim gibi özellikler dikkate alınarak 10 köy gayeli olarak seçilmiştir. Bulancak ilçesinde 10 köyde (Ardahan, Kışla, Küçükdere, Ahurlu, Yeşiltepe, İnece, Eriklik, Tekmezar, Tepeci ve Küçükköy) amaca uygun toplam 1.597 tarım işletmesi bulunmaktadır. Bu işletmeler daha sonra, arazi genişliği kriteri dikkate alınarak

sıraya konulmuş ve varyasyon katsayısı hesaplanmıştır. Varyasyon katsayısının yüksek çıkması (%82,09) ve bölgedeki arazi dağılımının heterojen olması sebebiyle örneklemede tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Dağılım grafiği çizilmiş ve grafikteki kırılmalar dikkate alınarak, araştırma evreninin oluşturan işletmeler normal dağılım gösterecek şekilde 1-9, 10-27 ve >27 olmak üzere 3 gruba (tabakaya) ayrılmıştır. Bu amaçla bölge için %95 güven aralığında ve ortalamadan %5 sapma (t tablo değeri=1,96) ile yapılması gereken anket sayısı belirlenmiştir. Örneklemede “Neyman Yöntemi” kullanılmış ve örnek hacmi aşağıdaki formül ile tespit edilmiştir.

$$n = \frac{\left(\sum N_h S_h \right)^2}{\left(\sum N_h \right)^2 D^2 + \left(\sum N_h (S_h)^2 \right)} \quad \text{Eşitlik(1)}$$
$$D = \frac{x^* 0,05}{t} \quad (\text{Çiçek ve Erkan, 1996}).$$

Varyasyon katsayısı $CV = (S/\bar{x}) * 100$ formülü kullanılarak hesaplanmıştır. Formülde $CV =$ varyasyon katsayısını, $S =$ Verilerin standart sapmasını, $\bar{x} =$ verilerin aritmetik ortalamasını ifade etmektedir (Çiçek ve Erkan, 1996).

Formülde;

$n =$ örnek hacmini,

$N_h = h$ 'nci tabakaya ait örnekleme çerçevesindeki işletme sayısını,

$S_h = h$ 'inci tabakadaki verilerin standart sapmasını,

$S_h^2 = h$ 'inci tabakadaki verilerin varyansını,

$N =$ Örnekleme çerçevesindeki toplam işletme sayısını,

$\bar{x} =$ verilerin aritmetik ortalamasını,

$t =$ güven aralığı için tablo değerini,

$D =$ ortalamadan %5 oranında sapmayı ifade etmektedir.

Belirlenen örnek hacminin tabakalara dağılımında;

$$n_i = \frac{N_h S_h}{\sum N_h S_h} n \quad \text{Eşitlik (2)} \quad \text{formülünden yararlanılmıştır.}$$

%95 güven aralığında %5 sapma dikkate alınarak yapılan hesaplamalar sonucunda Eşitlik 1 kullanılarak örnek genişliği 134 olarak belirlenmiştir. Anket uygulanacak 134 tarım işletmesi her gruptan tabaka büyüklüklerine orantılı olacak şekilde Eşitlik 2 kullanılarak dağıtılmış ve Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Bulancak İlçesindeki İşletmelere Ait Örnek Sayısı

Tabaka no	Tabaka sınırı (da)	\bar{X} (da)	Tabakadaki işletme sayısı (N_h) (adet)	S_h	$N_h S_h$	$N_h S_h^2$	n
I	1-9	5,45	647	2,25	1.455,75	3.275,44	25
II	10-27	16,67	724	4,94	3.576,56	17.668,21	62
III	28-+	40,10	226	11,98	2.707,48	32.435,61	47
Genel	---	15,44	---	12,67	---	---	---
Toplam	---	---	1.597	---	7.739,79	53.379,25	134

Araştırmada anket yoluyla elde edilen verilerin değerlendirilmesinde frekans dağılımı ve yüzde gibi tanımlayıcı istatistiklerden yararlanılmıştır. İşletmelerin bitkisel ve hayvansal üretim faaliyetlerine ait veriler, işletme büyüklük grupları için ayrı ayrı değerlendirilip, tüm işletmeler ortalaması olarak da ortaya konulmuştur. Elde edilen veriler durum tespiti amacıyla hem sayısal olarak ortaya konulmuş hem de istatistiksel analizler ile işletme büyüklükleri (gruplar) bakımından karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Çalışma sonucu elde edilen verilerle Bulancak ilçesindeki tarım işletmelerinin işletme büyüklükleri itibariyle mevcut durumunun tespit edilmesi, yapısal farklılıkların ve sorunların belirlenmesi ve bu sorunların ortadan kaldırılması ya da en aza indirilmesi için gerekli önerilerin ortaya konulması istenmektedir.

Bulgular ve Tartışma

İncelenen işletmelerin işletme başına düşen ortalama işletme arazisi, işletme arazinin tasarruf şekli ve parçalılık durumu Tablo 2'de verilmiştir. Toplam mülk araziden ortağa ve kiraya verilen arazinin çıkarılmasıyla bizzat işletilen arazi hesaplanmıştır.

Tablo 2: İncelenen İşletmelerde Ortalama Arazi Mevcudu (da), Tasarruf Şekli ve Parçalılık Durumu

			İşletme grupları			
			I. Grup (25)	II. Grup (62)	III. Grup (47)	İşl. Ort. (134)
Mülk arazi	Toplam mülk arazi	da	7,37	19,61	51,61	28,55
	Mülk araziden ortağa ve kiraya verilen	da	2,35	3,85	5,81	4,26
	Bizzat işletilen arazi	da	5,02	15,76	45,80	24,29
İşletme arazisi		da	5,02	15,76	45,80	24,29
Parsel sayısı		adet	2,74	5,77	13,88	8,05

İşletmelerde işletme başına düşen ortalama işletme arazisi 1. grupta 5,02 da, 2. grupta 15,76 da, 3. grupta 45,80 da, genel ortalamasında 24,29 da'dır. Samsun ilinde yapılan bir çalışmada, ortalama işletme büyüklüğü 29,84 da olarak hesaplanmıştır (Kurt, 2020). Konya ili Çumra ilçesinde yapılan başka bir çalışmada, işletme başına düşen arazi miktarı 251,43 da olarak bulunmuştur (Kaya, 2020). Türkiye'de 2001 genel tarım sayımı sonuçlarına göre ise ortalama işletme büyüklüğü 61 da'dır (TÜİK, 2019). Araştırma bölgesindeki ortalama işletme büyüklüğünün Samsun ilinde bulunan işletme büyüklüğüne yakın Konya ili Çumra ilçesi ve Türkiye ortalamasının ise çok altında olduğu söylenebilir. İncelenen işletmelerde toplam işletme arazisinin 28,55 da'ı mülk arazisinden oluşurken, 4,26 da'ı ortağa ve kiraya verilmektedir. İşletmelerde kiraya ve ortağa tutulan arazi bulunmamaktadır. Tablo 2'den de görülebileceği gibi incelenen işletmelerde işletme büyüklüğü arttıkça ortalama parsel sayılarında da bir artış söz konusu olmaktadır. 2016 yılı TÜİK verilerine göre, Türkiye'de işletme başına düşen tarım arazisi

parça sayısı 5,9 adettir (tuik.gov.tr, 2019). Benzer şekilde fındık işletmelerinin küçük ve parçalı olduğu da bildirilmektedir (İslam, 2018). Elde edilen sonuçlara göre, araştırma alanındaki 3. grup işletmelerde (13,88 adet) ve işletmeler genel ortalamasında (8,05) bu oran, Türkiye ortalamasının üzerinde bulunmuştur. İşletmelerin sahip olduğu arazi parsel sayısının çok veya dağınık olması, işletmelerin başarısını etkileyen önemli unsurlardan sayılmaktadır (Öztürk, 2011). Bu durum araştırma alanındaki işletmelerin etkin çalışma koşullarını olumsuz yönde etkileyerek üretimde verimliliğin düşmesine neden olabilir.

İncelenen işletmelerde arazi neveleri olarak; meyvelik arazi, tarla arazisi, sebze arazisi, çayır-mera arazisi, ağaçlık arazi ve nadas saptanmıştır. İşletmelerde arazi neveleri ve dağılımı işletme grupları itibariyle Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3: İncelenen İşletmelerde İşletme Arazisinin Nevi'lerine Göre Dağılımı (da/işletme ve %)

		İşletme grupları			
		I. Grup (25)	II. Grup (62)	III. Grup (47)	İşl. Ort. (134)
Fındık	da	4,70	14,58	39,35	21,42
	%	93,63	92,52	85,92	88,18
Kivi	da	0,00	0,06	0,00	0,03
	%	0,00	0,38	0,00	0,12
Meyve arazisi	da	0,00	0,03	0,47	0,18
	%	0,00	0,19	1,03	0,75
Tarla bitkileri	da	0,08	0,30	4,70	1,80
	%	1,59	1,90	10,26	7,42
Sebze arazisi	da	0,24	0,43	0,53	0,43
	%	4,78	2,73	1,16	1,78
Çayır ve mera alanı	da	0,00	0,24	0,66	0,34
	%	0,00	1,52	1,44	1,41
Ağaçlık arazi	da	0,00	0,05	0,09	0,05
	%	0,00	0,32	0,19	0,22
Nadas	da	0,00	0,07	0,00	0,03
	%	0,00	0,44	0,00	0,12
Toplam	da	5,02	15,76	45,80	24,29
	%	100,00	100,00	100,00	100,00

İncelenen işletmelerde toplam işletme arazisi ekiliş alanlarının büyük bir kısmını meyve bahçeleri oluşturmaktadır. Meyve bahçelerinin çok büyük bir kısmında fındık bulunmaktadır. İşletme arazisi dikiliş alanları içerisindeki fındığın payı %88,18’dir. Meyve arazilerini sırasıyla %7,42 ile tarla bitkileri, %1,78 ile sebze arazisi, %1,41 ile çayır-mera alanı, %0,22 ile ağaçlık arazi ve %0,12 ile nadas alanları izlemektedir. İşletmelerin ekili arazilerinin %92,54’ünün fiziksel yapısı eğimli ve geriye kalan %7,46’sının ise düzlüktür.

Herhangi bir kooperatife üye olan işletmelerin oranı %42,54’dür. İşletme grupları itibariyle bakıldığında; 1. grup işletmelerin %48’i, 2. grup işletmelerin %24,19’u ve 3. grup işletmelerin ise %63,83’ü herhangi bir kooperatife üye olduklarını bildirmişlerdir. Kars ilinde yapılan bir araştırmada, işletmelerin %41,9’unun kooperatife üye oldukları tespit edilmiştir (Demir vd., 2014). Kooperatife üye olan işletmelerin %3,09’u kooperatifin çok iyi, %36,84’ü iyi,

%39,94'ü orta düzeyde iyi işlediğini ifade ederken, %20,13'ü ise yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Bu durum işletme grupları itibariyle incelenecek olursa; 1. grup işletmelerin %33,33'ü, 2. grup işletmelerin %40'ı, 3. grup işletmelerin ise %43,33'ü kooperatifin iyi ya da çok iyi işlediğini düşünmektedir. İşletmeler genel ortalamasına göre; kooperatife üye olan işletmelerin %4,64'ü kooperatifin kendileri için çok fazla, %61,25'i normal, %27,49'u az derecede yararlı olduğunu ifade ederken, %6,62'si ise kooperatiften hiç yarar görmediklerini belirtmişlerdir. Tarımsal faaliyetleri geliştirmek için işletmelerin %34,33'ünün bir pazarlama, üretim, hayvancılık vs. birliğe/kooperatife katılmaları çok ilgilerini çekerken, %44,78'inin orta, %11,19'unun az ve %9,70'inin ise hiç ilgisini çekmemektedir. İşletme grupları itibariyle incelenecek olursa; 1. grup işletmelerin %32'sinin, 2. grup işletmelerin %27,42'sinin ve 3. grup işletmelerin ise %44,68'inin tarımsal faaliyetlerini geliştirmek için bir pazarlama, üretim, hayvancılık vs. birliklere katılmayı çok istedikleri görülmüştür.

İşletmelerin %36,57'si son üç yılda ana üretimdeki ürün veriminin azalmakta olduğunu ifade ederken, %9,70'i aynı, %1,49'u artmakta ve %52,24'ü ise verimin dalgalı bir seyir izlediğini belirtmiştir. Bu durum işletme grupları itibariyle incelendiğinde; 1. grup işletmelerin %84'ünün, 2. grup işletmelerin %87,1'inin ve 3. grup işletmelerin ise %88,81'inin ürün veriminin azalmakta ya da dalgalı olduğu görülmüştür. Eğimli arazilerde bulunan işletmelerde orta derecede toprak erozyonu olduğu ve işletmelerin %87,32'sinin toprak erozyonuna karşı tedbir almadığı belirlenmiştir. İşletmelerin %10,27'si arazi küçüklüğü, %16,45'i az verimli toprak, %1,56'sı erozyon sorunu, %35,46'sı don olayı, %30,53'ü bitki hastalık ve zararlıları, %3,89'u yetersiz yağış/kuraklık, %1,23'ü yetersiz gübreleme ve %0,61'i ise budama yetersizliği gibi nedenlerle son üç yıl içerisinde ana üretimdeki ürün veriminin azalmakta ya da dalgalı olduğunu ifade etmişlerdir. İşletmelerin %0,52'si mevcut arazilerinde verimi artırmak için kompost, %11,03'ü ahır gübresi, %32,52'si kimyasal gübre, %26,13'ü düzenli budama, %29,20'si hastalık ve zararlılarla mücadele, %0,60'ı sulama yapmaktadır. Arazi verimliliğini artırmak için 1. grup işletmelerin %35,59'u, 2. grup işletmelerin %32,73'ü ve 3. grup işletmelerin %30,60'ı kimyasal gübre kullanmaktadır. Düzenli budama yapanların oranı; 1. grup işletmelerde %22,03, 2. grup işletmelerde %26,67 ve 3. grup işletmelerde %27,81'dir. Hastalık ve zararlılarla mücadele edenlerin oranı ise 1. grup işletmelerde %23,73, 2. grup işletmelerde %30,91 ve 3. grup işletmelerde ise %29,85'dir. Düzce ilinde yapılan bir araştırmada, üreticilerin verimi artırmada sulama, gübreleme ve ilaçlama gibi işlemlerin uygulanma düzeylerinin oldukça yüksek olduğu belirlenmiştir (Yılmazgil, 2016).

Son iki sene boyunca, herhangi bir ürünün hastalıklardan, zararlılardan ve yabancı otlardan ya da benzeri şeylerden etkilenme düzeyi işletmelerin %3,05'inde pek çok, %53,97'sinde çok fazla, %35,12'sinde orta, %4,73'ünde az düzeyde gerçekleşirken, işletmelerin %3,13'ünde ise hiç görülmemiştir. İşletme grupları itibariyle bakıldığında; 1. grup işletmelerin %54,55'inde, 2. grup işletmelerin %49,18'inde, 3. grup işletmelerin ise %60'ında son iki sene boyunca herhangi

bir ürünün hastalıklardan, zararlılardan ve yabancı otlardan ya da benzeri şeylerden etkilenme düzeyi çok fazladır.

Tablo 4: İncelenen İşletmelerde Hayvan Sayısı (%)

	İşletme grupları			
	I. Grup (25)	II. Grup (62)	III. Grup (47)	İşl. Ort. (134)
Süt ineği (yerli)	8,20	11,18	7,46	9,32
Süt ineği (melez)	14,75	13,53	7,46	11,63
Süt ineği (saf)	0,00	0,00	0,50	0,18
Büyükbaş hayvan (yerli)	1,64	5,88	27,86	12,80
Büyükbaş hayvan (melez)	26,23	4,12	24,88	15,53
Büyükbaş hayvan (saf)	0,00	1,17	1,98	1,24
Koyun	0,00	58,24	6,97	29,38
Tavuk	49,18	5,88	22,39	19,74
At	0,00	0,00	0,50	0,18
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

İşletmelerin %50,7'sinde büyükbaş hayvanı, %29,38'inde küçükbaş hayvanı, %19,74'ünde kümes hayvanı ve %0,18'inde ise binek hayvanı yetiştirilmektedir (Tablo 4). Hayvan yetiştiriciliği yapan işletmelerin %42,54'ü son üç yıl içerisinde önemli hayvan kayıpları yaşadığını belirtirken, %57,46'sı böyle bir kayıp yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Hayvan kayıplarının %50,64'ünün hayvan hastalıkları, %19,40'ının selden dolayı ve %29,96'sının ise hırsızlık nedeniyle yaşandığını belirtmişlerdir. 1. grup işletmelerin %48'i son üç yıl içerisinde önemli bir hayvan kaybı yaşadığını ve bunun da en önemli sebebinin hırsızlık (%39) olduğunu ifade etmişlerdir. 2. grup işletmelerin %24,19'u önemli hayvan kayıpları yaşadığını ve bunun da en önemli nedeninin hayvan hastalıkları (%53,23) olduğunu belirtmişlerdir. 3. grup işletmelerin ise %63,83'ü önemli hayvan kayıpları yaşadığını ve bunda da en önemli nedenin hayvan hastalıkları (%55) olduğunu ifade etmişlerdir.

Hayvancılık faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıt işletmelerin %38,39'u tarafından girdi (yem, ilaç vb.) pahalılığı olarak görülmüştür. Bunu sırasıyla; çayır/mera alanı yetersizliği (%21,23), ürünlere düşük fiyat verilmesi (%19,79), hayvan hastalıkları (%15,13), hayvan pazarının olmaması (%4,53) ve su azlığı (%0,93) izlemektedir. 1. grup işletmelerde hayvancılık faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıt girdi pahalılığı (%30) ve hayvan hastalıkları (%30), 2. grup işletmelerde girdi pahalılığı (%39,29) ve 3. grup işletmelerde ise girdi pahalılığı (%41,67) olarak tespit edilmiştir. Erzurum ili Narman ilçesinde yapılan bir çalışmada, üreticilerin işletmelerindeki en büyük sıkıntı olarak hastalıkları (%25,7) ve yem fiyatlarının pahalı (%22,6) olmasını gösterdikleri belirtilmiştir (Koçyiğit vd., 2018). Şeker vd., (2012) üreticilerin işletmelerinde yaşanan en büyük sıkıntının %48,7 ile yemin pahalı olması ve %42,7'si ise uygun kredi desteklerinin sağlanmasını istediklerini bildirmişlerdir.

İşletmelerin %9,70'inde arı kovana bulunmaktadır. Arıcılık faaliyetleri kapsamında işletmelerin karşılaştığı en önemli kısıtların başında elverişsiz hava koşulları (%24,32)

gelmektedir. Bunu sırasıyla; arı hastalıkları (%22,98), arıcılıkla ilgili destek hizmetlerinin yetersizliği (%16,40), modern arı kovanlarının yüksek maliyeti (%12,16), çiçek kaynağı (%9,27), arıcılık faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik kredi eksikliği (%6,57), oğul arıların kaçması (%2,89), modern arı kovanı eksikliği (%2,70), pazarlama sorunu (%1,35), ana/kraliçe arının kalitesi (%1,35) izlemektedir. Her üç işletme grubunda da elverişsiz hava koşulları arıcılık faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıtların başında gelmektedir.

Tablo 5: İncelenen İşletmelerde Tarım Faaliyetlerinde Karşılaşılan Başlıca Kısıtlar (%)

	İşletme grupları			
	I. Grup (25)	II. Grup (62)	III. Grup (47)	İşl. Ort. (134)
Düşük satış fiyatı	18,11	20,08	18,99	19,33
İş gücü yetersizliği	11,02	11,07	11,81	11,32
Pazarlama sisteminin eksikliği	8,66	4,84	4,22	5,34
Pahalı tarım girdileri	14,17	16,61	18,14	16,69
Hastalık zararları	8,65	13,84	12,66	12,46
Arazi küçüklüğü	7,09	5,54	5,06	5,66
Makina/teçhizat yetersizliği	3,15	1,04	3,38	2,25
Sermaye azlığı	3,15	4,15	5,49	4,43
Düşük verim	10,24	13,15	10,55	11,70
Tarımsal yayım hizmetlerin eksikliği	0,79	2,42	2,11	2,01
Su kısıtlılığı	0,79	0,69	0,00	0,47
Toprak sorunları	7,09	5,88	6,33	6,26
Ulaşım eksikliği	7,09	0,69	1,26	2,08
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

İşletmelerde tarım faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıtlar sırasıyla; düşük satış fiyatı (%19,33), pahalı tarım girdileri (%16,69), hastalık zararları (%12,46), düşük verim (%11,70), işgücü yetersizliği (%11,32) şeklinde sıralanabilir. İşletme grupları itibariyle bakıldığında; her üç işletme grubunda da tarım faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıt düşük satış fiyatı olarak bulunmuştur (Tablo 5). Karaman ili merkez ilçede, üreticilerin bitkisel üretimde karşılaştıkları en önemli sorunların başında ürettikleri ürünlerin düşük fiyata satılması geldiği belirlenmiştir. Diğer sorunlar ise, girdi ve mazot fiyatlarının yüksekliği, sulama sorunları ve üretim maliyetlerinin yüksek olması olarak belirtilmiştir (Alüftekin, 2007). Tokat ilinde yapılan diğer bir çalışmada ise, üreticilerin karşılaştıkları sorunlar önem sıralamasına göre; girdilerin pahalı olması, hastalık ve zararlılar, pazarlama yetersizliği, piyasaların belirsiz oluşu, finansman yetersizliği, teknik bilgi eksikliği, işgücü yetersizliği ve diğer faktörler şeklinde sıralanmıştır (Gebeloğlu vd., 2011).

Tablo 6: İncelenen İşletmelerde Tarım Faaliyetlerini Geliştirmek İçin Yapılan İşlemler (%)

	İşletme grupları			
	I. Grup (25)	II. Grup (62)	III. Grup (47)	İşl. Ort. (134)
Daha fazla bilgilenmeye çalışıyorum	42,32	37,40	34,26	37,22
İl/İlçe tarım görevlilerine danışıyorum	26,92	31,30	31,48	30,55
Kaliteli girdiler alıyorum	7,69	4,58	5,56	5,50
Kredi alıyorum	0,00	5,34	6,48	4,74
Kooperatife/birliğe üye oldum	11,54	8,40	13,89	10,91
Akraba/arkadaşlardan borç alıyorum	1,92	7,63	4,63	5,51
Hiçbir şey yapmıyorum	1,92	1,53	0,00	1,07
Diğer	7,69	3,82	3,70	4,50
Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00

Tarım faaliyetlerini geliştirmek için yapılan en önemli işlemler sırasıyla; daha fazla bilgilenece çalışmak (%37,22), tarım il/ilçe görevlilerine danışmak (%30,55) ve kooperatife/birliğe üye olmaktır (%10,91). Her üç işletme grubunda da tarım faaliyetlerini geliştirmek için işletmelerin daha fazla bilgilenece çalıştıkları ve tarımsal faaliyetleri geliştirmek için hevesli oldukları görülmüştür (Tablo 6).

Tablo 7: İncelenen İşletmelerde Kamu Kuruluşlarından Alınan Tarım Destek Hizmeti Türleri * (%)

	İşletme grupları			
	I. Grup (25)	II. Grup (62)	III. Grup (47)	İşl. Ort. (134)
Doğrudan gelir desteği (fındık alan bazlı)	90,78	90,75	95,66	92,48
Sera tesisi	6,90	15,30	6,33	10,59
Sertifikalı tohum desteği	81,25	65,30	65,43	68,32
Gübre ve mazot desteği	90,33	95,10	94,88	94,13
Hayvancılık desteği	0,00	21,95	21,75	17,78
Arıcılık desteği	0,00	3,66	3,78	3,02
Yem bitkileri desteği	3,44	0,00	0,00	0,64
Aşılama desteği	0,00	3,66	3,54	2,94
Süt teşvik prim desteği	15,80	13,66	13,54	14,02
Pazarlama desteği sağlanması	6,90	0,00	3,78	2,61
Tarımsal kredi	12,35	12,64	15,43	13,56
Tarımsal yayım hizmetleri	6,90	3,32	9,10	6,02
Suni tohumlama	12,35	12,66	13,78	13,00

*Birden fazla seçenek işaretleme yapılmıştır.

Bu soruda işletmeler kamu kuruluşlarından alınan tarım destek hizmet türlerini sıralarken birden fazla cevap vermişlerdir. Kamu kuruluşları tarafından sağlanan tarımsal desteklerden en önemlileri sırasıyla; doğrudan gelir desteği (%92,48), gübre ve mazot desteği (%94,13) ve sertifikalı tohum desteğidir (%68,32) (Tablo 7). Konya ili Çumra ilçesinde yapılan bir çalışmada işletmelerin tamamının gübre ve mazot desteği kullandıkları tespit edilirken, bu desteği sırasıyla prim desteği, sertifikalı tohum kullanım desteği, yem bitkileri desteği, iyi tarım uygulamaları desteğinin ve organik tarım desteğinin (ÇATAK) takip ettiği görülmüştür (Düğmeci, 2020). İşletmelerin %0,75'i tarım yayım uzmanlarının köylerini haftada bir ziyaret ettiğini ifade ederken, %6,'sı ayda bir, %45,87'si mevsimsel ve %32,31'i yılda bir kez ziyaret ettiğini bildirmiştir. Tarım yayım uzmanlarının köylerini hiç ziyaret etmediğini belirten işletmelerin oranı ise %15,07'dir. Her üç işletme grubunda da tarım yayım uzmanları işletmeleri mevsimsel olarak ziyaret etmektedir.

Tablo 8: İncelenen İşletmelerde Tarımla İlgili Sorunları Çözme Yolları (%)

	İşletme grupları			
	I. Grup (25)	II. Grup (62)	III. Grup (47)	İşl. Ort. (134)
Arkadaşlarıma/meslektaşlarıma soruyorum	25,40	19,41	13,85	18,58
Bilgili çiftçilere soruyorum	25,40	24,12	25,38	24,80
Tarım teşkilatı uzmanları gelirse onlara soruyorum	19,05	14,71	22,31	18,19
Tarım teşkilatını ziyaret ediyorum	4,75	16,47	15,38	13,90
Girdi sağlayıcılara soruyorum	14,29	19,41	18,46	18,12
Araştırmacılara soruyorum	4,76	1,17	2,31	2,24
Diğer	6,35	4,71	2,31	4,17

Toplam	100,00	100,00	100,00	100,00
--------	--------	--------	--------	--------

Tarımla ilgili sorunları işletmelerin %24,80'i bilgili çiftçilere, %18,58'i arkadaşlarına/meslektaşlarına, %18,19'u tarım teşkilatı uzmanları gelirse onlara, %18,12'si girdi sağlayıcılara, %13,90'ı tarım teşkilatını ziyaret ederek ve %2,24'i ise araştırmacılara sormaktadır. Geriye kalan %4,17'si ise bunların dışında bir çözüm yolu aramaktadır. 1. grup işletmeler tarımla ilgili sorunlarını çözerken ilk sırada bilgili çiftçilere ve arkadaşlarına danışırken, 2. grup ve 3. grup işletmeler ise bilgili çiftçilere danışmaktadır (Tablo 8). Samsun ili Bafra ilçesinde yapılan bir çalışmada, işletme sahipleri bilgiye ihtiyaç duydukları tarımsal faaliyetlerle ilgili sorunlarını daha çok komşularından, büyük çiftçilerden ve bilgisine güvendikleri arkadaşlarına danışarak çözmektedirler (Hazneci ve Kızılaslan, 2017). Özdemir ve Kan (2020) Kırşehir ilinde tarım işletmeleri ile ilgili yaptıkları çalışmada ise, işletme yöneticilerinin tarımsal faaliyetlerin yönetimi ve organizasyonunu dışarıdan hiçbir bilgi talep etmeden kendi içinde deneyimleri ile oluşturduğu bilgilerle hareket ederek yürüttüğü sonucuna ulaşmışlardır.

Ürünlerini satarken işletmelerin %29,68'i düşük satış fiyatı, %26,97'si yüksek üretim maliyetleri, %15,71'i depolama tesislerinin eksikliği, %8,90'ı kötü yol koşulları, %7,75'i düşük kaliteli ürün, %5,05'i pazar yerinin uzaklığı ve %5,94'ü diğer sorunlarla (sınırlı pazar sayısı, talep yetersizliği, paketleme eksikliği, taşıma araçlarının eksikliği) karşılaşmaktadır. Her üç işletme grubunda da tarımsal ürünler satılırken düşük satış fiyatı ve yüksek üretim maliyetleri karşılaşılan en önemli sorunların başında gelmektedir.

İşletmelerin %29,06'sında üzümü meyveler, %13,57'sinde örtüaltı sebze yetiştiriciliği, %13,05'inde çerez, %11,61'inde kivi, %6,84'ünde diğer meyveler (armut, elma, kiraz vb.), %6,70'inde üzüm, %6,67'sinde mantar, %4,76'sında patates, %4,09'unda fasulye, %2,92'sinde lavanta ve %0,73'ünde yem bitkileri gibi tarımsal alternatif ürünler üretilmektedir. 1. grup işletmelerde örtüaltı sebze yetiştiriciliği üretilen alternatif tarımsal ürünler arasında ilk sırada yer alırken, 2. grup ve 3. grup işletmelerde ise üzümü meyveler ilk sırada yer almaktadır. Alternatif tarımsal ürünlerin üretilmesinde işletmelerin %27,47'si toprak veya arazi yapısı, %24,09'u girdi temini, %21,61'i pazarlama, %12,66'sı sermaye yetersizliği, %6,90'ı alet-makine yetersizliği, %4,10'u bilgilendirilme azlığı, %2,65'i kredi bulma ve %0,52'i diğer zorluklarla karşılaşmaktadırlar. Her üç işletme grubu için de toprak veya arazi yapısı, girdi temini ve pazarlama olanakları alternatif üretimlerin yapılmasında karşılaşılan en önemli zorluklardır.

İşletmelerin %91,04'ü köyünde kırsal turizm faaliyetlerinin yapılmasını isterken, %8,96'sı istememektedir. İşletme grupları itibarıyla; 1. grup işletmelerin %80'i, 2. grup işletmelerin %88,71'i ve 3. grup işletmelerin ise tamamı işletmelerinde kırsal turizm faaliyetlerinin yapılmasını istediklerini beyan etmişlerdir. İşletmelerin %3,76'sı köyünün kırsal turizm potansiyelinin çok iyi olduğunu düşünürken, %23,34'ü iyi, %43,59'u orta, %21,09'u zayıf ve %8,22'si ise yetersiz olduğunu ifade etmektedir. 1. grup işletmelerin %36'sı, 2. grup

işletmelerin %40,98'i ve 3. grup işletmelerin ise %51,07'si köylerinde kırsal turizmpotansiyelinin orta düzeyde olduğunu beyan etmişlerdir. Köyünde kırsal turizm faaliyetleriyapıldığı takdirde evinin bir odasını ya da binasını pansiyonculuk yapmak üzere dizayn etmek isteyen işletmelerin oranı %65,67'dir. Bu oran 1. grup işletmelerde %52 iken, 2. grup işletmelerde %62,90 ve 3. grup işletmelerde ise %76,60 olarak bulunmuştur.

Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonuçlarına göre, incelenen işletmelerde ortalama işletme arazisi 1. grupta 5,02 da/işletme, 2. grupta 15,76 da/işletme, 3. grupta 45,80 da/işletme, işletmeler genel ortalamasında 24,29 da/işletme'dir. İşletme büyüklüğü arttıkça işletmelerin ortalama parsel sayılarında da artış söz konusu olmaktadır. İşletmelerde arazi özellikleri bakımından ortaya çıkan en büyük sorunlardan birisi arazilerin parçalı olmasıdır. Bu durum, işletmelerdeki mevcut üretim kaynaklarının ve alet-makinaların kullanım verimliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Aynı zamanda işçilik maliyetlerini artırmakta ve tedarikini de zorlaştırmaktadır. Bunun için öncelikle tarım arazilerinin parçalanmasını önleyici gerekli düzenlemelerin yapılması ve arazi toplulaştırma çalışmalarına ağırlık verilmesi önerilmektedir.

İncelenen işletmelerde işletme arazisini oluşturan arazi nev'ileri içerisinde her üç grupta da meyve arazisi ilk sırada yer almaktadır. Meyve bahçelerinin çok büyük bir kısmında fındık bulunmaktadır. İşletmelerin ekili-dikili arazilerinin fiziksel yapısı eğimlidir. İşletmelerin alanları 1. ve 3. grup işletmelerde orta verimli, 2. grup işletmelerde ise az verimlidir. Herhangi bir kooperatife üye olan işletmelerin oranı %42,54'dür. Kooperatiflerin işletilmesi ve kooperatiften yararlanma durumuna göre işletmelerde kararsızlık görülmektedir. Son üç yılda ana üretimdeki ürün verimi tüm işletme gruplarında önemli oranda azalmakta ya da dalgalı bir seyir izlemektedir. Ana üretimdeki ürün veriminin azalmasının ya da dalgalı olmasının sebebini ise her üç gruptaki işletmelerde don olayı, bitki hastalık ve zararlılarından kaynaklandığını belirtmişlerdir. Ayrıca işletmelerin büyük çoğunluğu sulama yapmamaktadır (sulama yapan işletmelerin oranı %0,56). İşletmeler arazi verimliliğini artırmak için kimyasal gübre, hastalık ve zararlılarla mücadele ve düzenli budama yapmaktadırlar. Bu durum işletmelerin verimliliği artırma gayretinde olduğunu göstermektedir.

Yapılan araştırmada işletmelerin %50,7'sinde büyükbaş hayvanı, %29,38'inde küçükbaş hayvanı, %19,74'ünde kümes hayvanı ve %0,18'inde ise binek hayvanı yetiştirilmektedir. Hayvan yetiştiriciliği yapan işletmelerin %42,54'ü son üç yıl içerisinde önemli hayvan kayıpları yaşadığını ve bunun da en önemli nedeninin hayvan hastalıkları olduğunu ifade etmişlerdir. Hayvancılık faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıtın girdi (yem, ilaç vb.) pahalılığı ve hayvan hastalıkları olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerin %9,70'inde arı kovanı bulunmakta olup, arıcılık

faaliyetleri kapsamında her üç işletme grubunda da en önemli kısıt elverişsiz hava koşulları (%24,32) olarak bulunmuştur.

İşletmelerde tarım faaliyetlerinde karşılaşılan en önemli kısıtlar sırasıyla; düşük satış fiyatı, pahalı tarım girdileri, hastalık zararları, düşük verim ve işgücü yetersizliği şeklinde sıralanmıştır. İşletmeler tarım faaliyetlerini geliştirmek için ise daha fazla bilgilenmeye çalıştığını, tarım il/ilçe görevlilerine danıştığını, kooperatife/birliğe üye olduğunu, kaliteli girdiler aldığını, akraba ve arkadaşlarından borç aldığını ve kredi kullandığını belirtmişlerdir. Kamu kuruluşlarından sağlanan tarımsal destek hizmetlerinin içerisinde her üç işletme grubunda da doğrudan gelir desteği, gübre ve mazot desteği ilk sırada yer almaktadır. Her üç işletme grubunda da tarım yayım uzmanlarının işletmeleri mevsimsel olarak ziyaret ettiği tespit edilmiştir. Tarımla ilgili sorunlar çözüldükçe 1. grup işletmelerin bilgili çiftçilere ve arkadaşlarına/meslektaşlarına, 2. grup ve 3. grup işletmelerin ise bilgili çiftçilere danıştığı görülmektedir. Bu durumda bilgili çiftçiler öne çıkmaktadır.

Her üç işletme grubunda da tarımsal ürünler satılırken düşük satış fiyatı ve yüksek üretim maliyetleri karşılaşılan en önemli sorunların başında gelmektedir. İncelenen işletmelerde ağırlıklı olarak üzümü meyveler, örtüaltı sebze yetiştiriciliği, çeviz, kivi ve diğer meyveler yetiştirilmektedir. Her üç işletme grubu için de toprak veya arazi yapısı, girdi temini ve pazarlama olanakları alternatif üretimlerin yetiştirilmesinde karşılaşılan en önemli zorluklardır.

İşletmelerin %91,04'ü köyünde kırsal turizm faaliyetlerinin yapılmasını istediklerini beyan etmişlerdir. Her üç işletme grubunda köylerinde kırsal turizm potansiyelinin orta düzeyde olduğunu belirtmiştir. Köyünde kırsal turizm faaliyetleri yapıldığı takdirde evinin bir odasını ya da binasını pansiyonculuk yapmak üzere dizayn etmek isteyen işletmelerin oranı 1. grup işletmelerde %52, 2. grup işletmelerde %62,90 ve 3. grup işletmelerde ise %76,60'dır.

Eko turizmin tüm çeşitleri ile birlikte alternatif ve kültür turizmi açısından büyük bir potansiyele sahip olan bölgenin turizmde istediği gelişmeyi sağlayabilmesi için yeterli maddi kaynak, sağlanarak, belirli plan ve program dahilinde tanıtım çalışmaları yapması gerekmektedir. Alternatif tarımsal ürünlerin üretilmesinde, birçok işletmede geniş bir çeşitlilikte yerel tarımsal ve hayvansal ürünler üretilmektedir. Üreticilerin bir kısmı üretilen ürünlerin pazarlamasını ve satışını gerçekleştirirken, büyük çoğunluğu zaten sınırlı miktarda olan ürünleri kendi bünyelerinde değerlendirdikleri için pazarlama ve satışa yönelik herhangi bir çalışma yürütmemektedir. Yöresel ürünlerin marka değeri kazanması, üretim miktarı ve kalitesinin artması için, makine ekipman desteklemeleri artırılarak, markalaşma ve pazarlama tekniklerine ağırlık verilmeli mutfak kültürünün tanıtımı etkin şekilde gerçekleştirilmelidir.

Erozyonu azaltan uygun arazi kullanım ve yönetimleri uygulanmalıdır. Bu kapsamda hafif eğimli arazilerde mekanizasyona imkan veren teraslama yöntemleri uygulanmalıdır. Çalışma alanındaki tarım topraklarında verimin artırılabilmesi için, toprak analizlerine dayalı

gübrelemeye önem verilmesi, toprağın organik madde kapasitesini artıracak uygulamaların yapılması, sertifikalı fidan/tohumluk kullanılması, kültürel bakım işlemlerinin yerinde ve zamanında uygulanmasına özen gösterilmelidir.

Bölgede modern tarımsal üretim teknikleri hakkında çiftçilerin bilgi eksikliği giderilmelidir. Bu bağlamda, tarım kuruluşları, araştırma enstitüleri, üniversiteler ve sivil toplum örgütleri arasında bozulmayacak nitelikte çalışma kanalları güçlü bir şekilde devam ettirilmelidir. Yörede son yıllarda yetiştiriciliği yaygınlaşan kivi ve diğer meyve türlerinin üretim tekniği ve özellikle pazarlama sorunları giderilerek yeni üretim alanlarının açılması konusunda üreticiye destek verilmelidir. Ayrıca çiftçiye kırsal alanda tutacak sosyal etkileşimler ile diğer donatıların da sağlanması veya geliştirilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Çünkü çiftçilik, dünyada son yıllarda saygınlığı ve gelir düzeyi gittikçe artan bir meslek dalıdır.

Yazar Katkıları: Saha araştırmasının gerçekleştirilmesinde Malik Arsal KÖSE ve Ali TURAN, elde edilen verilerin analizinde Derya ÖZTÜRK, araştırma sonuçlarının yorumlanmasında Derya ÖZTÜRK ve Ali İSLAM önemli katkılar sağlamışlardır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır. Bu çalışma Ordu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca kabul edilen A-1803 no'lu proje kapsamında desteklenmiştir.

Teşekkür: Saha çalışmalarında bizlere değerli zamanlarını ayırarak misafirperverlik gösteren ve içtenlikle sorularımızı yanıtlayarak bilgilerini paylaşan tüm yöre üreticilerimize katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Akıncı, İ., Topakcı, M. ve Çanakçı, M. (1997). Antalya bölgesi tarım işletmelerinin tarımsal yapı ve mekanizasyon özellikleri. Tarımsal Mekanizasyon 17. Ulusal Kongresi 17-19 Eylül 1997, Bildiri Kitabı, s. 45-57, Tokat.
- Aksoyak, Ş., İslam, A., Dede, Ö. ve Gökçe, M. (2001). Ordu ilinin tarımsal yapısı ve fındığın ekonomisi. Düünden bugüne Ordu ili (Editör: Öcal Serdar Yıldırım). s.221- 243. Konya.
- Alüftekin, N. (2007). Yerel düzeyde ekonomik kalkınmada tarımsal ürün işleyen KOBİ'lerin Rolü: Karaman ili araştırması (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bülbül, M. (1973). Adana ovası tarım işletmelerinin ekonomik yapısı, finansman ve kredi sorunları. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Basın Yayın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Bostan, S. Z., İslam, A. ve Özgüven, A.I. (1997). Ordu ili meyveciliği. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 12(4), 175-182
- Comart, A. (2016). Antalya ili tarım işletmelerinin tarımsal yapı, üretim ve mekanizasyon özelliklerinin belirlenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.

- Çiçek, A. ve Erkan, O. (1996). Tarım ekonomisinde araştırma ve örnekleme yöntemleri. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:12, Ders Notları Serisi No:6, Tokat.
- Demir, P., Aral, Y. ve Sarıözkan, S. (2014). Kars İli süt sığırcılık işletmelerinin sosyo-ekonomik yapısı ve üretim maliyetleri. Yüzüncü Yıl Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 25 (1), 1-6
- Düğmeci, H.Y. (2020). Yağlık ayçiçeği üreten tarım işletmelerinin ekonomik analizi; Konya ili Çumra ilçesi örneği (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Esengün, K. (1990). Tokat ilinde meyve yetiştiriciliği yapan işletmelerin ekonomik durumu ve işletme sonuçlarını etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi üzerinde bir araştırma (Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Bornova-İzmir.
- Gebelolu, N., Cangi, R., Edizer, Y., Sayılı, M. ve Yağcı, A. (2011). Tokat ili yaş meyve ve sebze sektörü rekabet analizi. Tokat Merkez Sebze Ürünleri Tarımsal Üreticiler Birliği Yayın No: 1, Tokat
- Gün, A. ve Aksoy Dengiz, B. (2006). Buldan ilçesi tarımsal ürün deseninin genel bir değerlendirmesi. Buldan Sempozyumu, 23-24 Kasım 2006. Denizli.
- Güneş, E. (2004). Tarım işletmelerinde kredi taleplerinin doğrusal programlama yöntemiyle belirlenmesi "Kırşehir ili Merkez ilçesi tarım işletmeleri araştırması". Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- Hazneci, E. ve Kızılaslan, H. (2017). Samsun ili Bafra ilçesinde sulama birliği çiftçi ilişkileri ve çiftçilerin sulama suyu kullanım karakteristikleri. Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi, 32(1), 23-34
- İslam, A. ve Turan, A. (2006). Türkiye’de organik fındık yetiştiriciliğinin mevcut durumu. Türkiye III. Organik Tarım Sempozyumu, 482-499.
- İslam, A. (2013). Kivi yetiştiriciliği ve ekonomisi. Tarım Gündem Dergisi, 21, 35-39
- İslam, A. (2018). Hazelnut culture in Turkey. Akademik Ziraat Dergisi 8(2), 176-184.
- Kasap, A., Demir, A. ve Dilmaç, M. (1997). Tokat ilinde tarımda makineleşmenin genel yapısı ve sorunları üzerine bir araştırma. Tarımsal Mekanizasyon 17. Ulusal Kongresi 17-19 Eylül 1997, Bildiri Kitabı, s. 39-44, Tokat.
- Kaya, E. (2020). Çerezlik kabak üretimi yapan tarım işletmelerinin ekonomik faaliyet sonuçları ve nispi karlılığı: Konya ili Çumra ilçesi örneği (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Keleş, İ. (2015). Çumra ilçesi tarım işletmelerinin tarımsal yapısı ve mekanizasyon özelliklerinin belirlenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Kızılaslan, H. ve Doğan, H.G. (2013). AB ve Türkiye’de tarım sektöründe örgütlenme ve üretici birlikleri. Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 8(1), 146-159
- Koçyiğit, R., Yanar, M. ve Aydın, R. (2018). Sığırcılık işletmelerinde hayvan sağlığı, veteriner sağlık hizmetleri ve yetiştirici memnuniyeti ve beklentileri: Erzurum ili Narman ilçesi örneği. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi, 21(2), 203-208
- Kurnaz, V. (2020). Organik bitkisel üretim tercihinde etkili olan faktörler: Ankara ili araştırması (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kurt, Y. A. (2020). Samsun ili Çarşamba ilçesi örtü altı sebze yetiştiricilerinin kullandıkları bilgi kaynaklarının belirlenmesi ve tarımsal yayım açısından değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

- Özden, A. ve Armağan, G. (2005). Aydın ili tarım işletmelerinde bitkisel üretim faaliyetlerinin verimliliklerinin belirlenmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 11(2), 111-121.
- Özdemir, H. Ö. ve Kan, M. (2020). Tarım işletmelerinin yönetiminde kullanılan tarımsal bilgi kaynakları: Kırşehir ili örneği. *Türk Tarım ve Doğa Bilimleri Dergisi*, 7(2), 500-509
- Özkan, G. ve Kadağan, Ö. (2019). Bursa ili tarımsal potansiyelinin geliştirilmesine yönelik bir değerlendirme. *Turkish Studies*, 14(2), 503-522
- Öztürk, D. (2011). Fındık yetiştiriciliğinin ekonomik analizi ve alternatif tarla-bahçe ürünlerine göre kârlılığının belirlenmesi üzerine bir araştırma (Samsun ili Çarşamba ve Terme ovası örneği) (Doktora Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Öztürk, D. ve Akçay, Y. (2010). Güney Marmara bölgesinde çeltik üretiminin genel bir değerlendirmesi. *Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27 (2), 61-70
- Someran, H. (1999). Tokat ili Merkez ilçede meyve yetiştiriciliği yapan işletmelerin ekonomik analizi (Yüksek Lisans Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Şeker, İ., Tasalı, H. ve Güler, H. (2012). Muş ilinde sığır yetiştiriciliği yapılan işletmelerin yapısal özellikleri. *Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Veteriner Dergisi*, 26(1), 09-16
- Turhan, Ş., Vural, H. ve Erdal, B. (2013). Bursa tarımının sosyo-ekonomik yapısının analizi. *Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 27(1), 27-38.
- TUİK (2019, Mayıs). Türkiye İstatistik Kurumu. Erişim Adresi: <http://www.tuik.gov.tr> Yıldırım, İ. (1991). Van ilinin tarımsal üretim potansiyeli ve ürün deseninin genel bir değerlendirilmesi. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi*, 1(3), 112-130
- Yılmaz, H., Demircan, V. ve Dernek, Z. (2006). Isparta ilinin tarımsal yapısı, üretimi ve gelişme potansiyeli, Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 1(2), 1-16
- Yılmazgil, Y. A. (2016). Arazi kirası, kullanımı ve arazi kaynaklarının korunması ilişkilerinin analizi: Düzce ili örneği (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Turizm İşletmelerinin İhtiyaç Duyduğu Danışmanlık Hizmetleri: Kastamonu Örneği

Ali ŞENGÜL*
Hüseyin PAMUKÇU†
Semih ARICI‡

Öz

Bir işletmenin büyümesi ya da bir işletmede zorunlu olarak küçülmeye gidilmemesi için sürekli değişmekte olan şartlara ayak uydurulması gerekmektedir ve bu sürecin olumlu bir şekilde ilerleyebilmesi için de profesyonel destek alınmalıdır. Destinasyonlarda turistlere, konaklama, yeme-içme, ulaşım vb. hizmetler sunan ve turizm sektörünün önemli halkalarından biri olan turizm işletmelerinin de bu şartlara uyum sağlaması gerekmektedir. Bu çalışmada, turizm işletme sahiplerinin/yöneticilerinin turizm sektörüne yatırım kararı verdikten önceki ve sonraki süreçlerde hangi danışmanlık hizmetlerine ihtiyaç duyduklarının belirlenmesi ve bu konudaki eksik yönlerin saptanması hedeflenmiştir. Nitel olarak yapılan bu çalışmada; Kastamonu ilindeki turizm işletmelerinin bu sektöre yatırım yapma kararı öncesinde, yatırım sürecinde ve yatırım yaptıktan sonraki süreçlerde ne gibi araştırmalar yaptıkları, bu süreçte karşılaştıkları sorunları nasıl aştıkları ve herhangi bir danışmana ihtiyaç duyup duymadıkları gibi konular mülakat tekniği kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz tekniği kullanılarak çözümlenmiştir. Yapılan analizler sonucunda, işletmelerin danışmanlık hizmetine ihtiyaç duymadıkları ve herhangi bir kurum ya da kuruluştan yardım almadıkları belirlenmiştir. Ayrıca elde edilen sonuçlara göre, bu işletmelerin karşılaştıkları ya da karşılaşılabilecekleri sorunları yakın çevresiyle birlikte çözmeye çalıştıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm İşletmeleri, Danışmanlık Hizmeti, Kastamonu.

Consultancy Services Needed by Tourism Enterprises: The Case of Kastamonu Abstract

In order for a business to grow or not to be forced to downsize in a business, it is necessary to keep up with the ever-changing conditions and professional support should be obtained in order for this process to proceed in a positive way. Tourism enterprises, which provide services such as accommodation, food and drink, transportation and etc. to tourists in destinations and are one of the important rings of the tourism sector, must also adapt themselves to these conditions. In this study, it is aimed to determine what consultancy services tourism business owners/managers need in the processes before and after making an investment decision in the tourism sector and to determine the deficiencies in this issue. In this qualitative study; prior to the decision of tourism enterprises in Kastamonu province to invest in this sector, topics such as what research they conducted in the investment process and in the processes after investing, how they overcome the problems they faced in this process and whether they needed any consultants were tried to be identified using the interview technique. The data obtained were analyzed using the descriptive analysis technique. As a result of the analysis, it was determined that the enterprises did not need consultancy services and did not receive assistance from any institution or organization. In addition, according to the results obtained, it has been determined that these enterprises are trying to solve the problems they face or may encounter together with their close circle.

Keywords: Tourism, Tourism Enterprises, Consultancy Service, Kastamonu.

Geliş/Received: 24.02.2021

Kabul/Accepted: 22.06.2021

* Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı İnanç Turizmi Bilim Dalı, alisengul666@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3909-6893

† Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, pamukcuhuseyin@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9673-5604

‡ Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü, sarici@pau.edu.tr, ORCID: 0000-0003-0674-4337

(Araştırma Türü: Araştırma Makalesi)

* Bu çalışma için, Kastamonu Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 25.12.2020 tarih ve 90 sayılı karar ile etik kurul izni alınmıştır.

Giriş

Turizm sosyal ve ekonomik farklılıklardan oldukça etkilenen bir sektördür. Gündelik hayatında çeşitli problemlerle karşılaşan ve bunlardan dolayı gerginleşen bireyler, tüm bu problemlerden ve gerginlikten uzaklaşarak, sosyal ihtiyaçlarının en güzel şekilde giderilmesini temenni etmektedirler. Bundan dolayı turistlerin, tatil amaçlı yaptıkları seyahatlerde konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi ihtiyaçları ortaya çıkmaktadır. Ekonomik açıdan destinasyonlar arasında önemli bir gelir sağlayan bu olay, turizm olarak adlandırılmaktadır (Akmel, 1992).

Geçici bir süreyle sürekli yaşanan bölgeden başka bir bölgeye seyahat etme olayından doğan seyahat ve konaklama ihtiyaçlarının ve buna bağlı olarak diğer ihtiyaçların giderilmesini sağlayan mal ve hizmetlerin üretilmesinde ve pazarlamasında maddi kazanç sağlanması amacı güden birimlere turizm işletmeleri denmektedir (Akbaba, 2012). Sosyal ve ekonomik farklılıklardan en fazla etkilenen sektörlerden birisi olan turizm sektöründe, turizm işletmelerinin de bu sosyal ve ekonomik farklılıkları dikkate alarak işletmelerini bu durumlara göre yönetmeleri gerekmektedir.

Bir işletmeyi yönetmek, kontrol altına alınabilen ve kontrol altına alınamayan birçok faktörü uyumlu bir biçimde idare edebilme durumudur. İşletmeler, bu faktörlerden kontrolü dışında gerçekleşen çoğu faktörü değiştirme hakkına sahip olmadığından dolayı bu faktörlere uyum sağlamak zorundadır. Kontrol altına alabildiği faktörleri ise en faydalı şekilde kullanmak zorundadır. Bu faktörlere en iyi örneğin danışmanlık hizmeti olduğu ele alındığında, bu hizmet verimli bir düzeyde kullanıldığında üretim, pazarlama, finans, Ar-Ge gibi işletmenin gelişmesinde ya da gerilememesinde en önemli faktörlerden olan bu temel fonksiyonları en verimli şekilde yerine getireceği düşünülmektedir (Kayabaşı, 2009).

Geçici bir süre ile bilgi, beceri ve tecrübesinden yararlanarak, işletmenin büyümesi ya da küçülmemesi için, işletmelerin problemlerini belirleyen, var olan problemler üzerine çalışan, bu sorunlara çözüm önerileri getiren ve işletme yöneticilerine bu önerileri ileten kişiye “danışman” denmektedir (Aytar, 1999:16, Nural, 1991:45).

Bu çalışmanın amacı, turizm işletme sahiplerinin/yöneticilerinin turizm sektörüne yatırım kararının öncesi ve sonrasındaki süreçlerde hangi danışmanlık hizmetlerine ihtiyaç duyduklarının belirlenmesi ve bu konudaki eksik yönlerin saptanmasıdır. Bu çalışma, turizm işletmelerinde danışmanlık algısının oluşması/gelişmesi, turizm işletmelerine danışmanlık hizmeti sunan firmaların bu işletmelere daha fazla önem vermeleri ve bundan sonraki çalışmalara fayda sağlaması yönünden önem arz etmektedir. Bu çalışma kapsamında Kastamonu ili kent merkezinde yer alan konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinin sahipleri ve üst düzey yöneticileriyle görüşülmüştür. Turizm sektörüne yatırım yapmaya karar verirken hangi konularda

danışmanlık hizmetine ihtiyaç duyulduğu, yatırım kararı verildikten sonra ne gibi araştırmalar yapıldığı ve hangi konularda danışmanlık hizmetine ihtiyaç duyulduğu ve yatırım sürecinde karşılaşılan engel ya da zorlukların nasıl aşıldığı gibi sorulara yanıtlar aranmıştır.

Turizm İşletmeleri

Barutçugil (1989:15) turizmi, maddi gelir sağlama amacı gütmemek ve gidilen yere daimi olarak yerleşmemek şartıyla turistlerin bir yerlere seyahatleri ve orada konaklamalarının sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümü olarak açıklamaktadır ve ona göre turizmin belirleyici özellikleri şunlardır: turizm, sürekli ikamet edilen, çalışılan ve doğal ihtiyaçların karşılandığı yerler dışında yapılan seyahatlerdir, turizm sektöründe konaklama geçici bir süreyi kapsar, seyahat eden ve konaklayan kişi bir süre sonra sürekli yaşadığı yere geri döner, seyahat eden ve geçici olarak konaklayan turistler çoğunlukla turizm işletmeleri tarafından üretilen ve sunulan mal ve hizmetleri talep eder ve tüketirler. Burada bahsedilen turizm işletmeleri, sürekli yaşadığı yerden başka bir yere giden bireylere, kısacası turistlere, temel hizmetler sunan işletmelerdir.

Bireylerin geçici bir süreyle sürekli yaşanılan bölgeden başka bir bölgeye seyahat etme olayından doğan seyahat ve konaklama ihtiyaçlarının ve buna bağlı olarak diğer ihtiyaçların giderilmesini sağlayan mal ve hizmetlerin üretilmesinde ve pazarlamasında maddi kazanç sağlanması amacı güden birimlere turizm işletmeleri denmektedir (Akbaba, 2012). Turizm sektörünün sürekli bir biçimde büyümesi ve buna bağlı olarak da karmaşıklaşması, farklı nitelikler barındıran turizm işletmelerinin gelişmesine ve kurulmasına neden olmaktadır. Tüm bu işletmelerin incelenebilmesi için de kategorize edilmeleri gerekmektedir (Şenel, 2007).

Bu kategoriler farklı şekillerde sınıflandırılabilir. Bu sınıflandırma; ulaştırma işletmeleri, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, tur operatörleri/seyahat acenteleri, spor, eğlence ve dinlenme tesisleri, toplantı, seminer ve kongre merkezleri, yat işletmeciliği vb. şeklinde yapılırken, aynı zamanda bu işletmeler yerine getirdikleri fonksiyonlar açısından, yapılan faaliyetin türüne göre, kuruluş amacına göre, faaliyet alanına göre, işletmenin mülkiyetine göre ve kuruluşları ve çalışmaları bakımından turizme bağımlılıklarına göre de sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırmalar sırasıyla, turizm mal ve hizmeti üreten ve bunları pazarlayan turizm işletmeleri, kâr amacı güden ve kar amacı gütmeyen turizm işletmeleri, ulusal ve uluslararası turizm işletmeleri, özel, kamu ve karma turizm işletmeleri, doğrudan turizme bağlı işletmeler (birincil turizm işletmeleri) ve doğrudan turizme bağlı olmayan işletmeler (ikincil turizm işletmeleri) şeklindedir (Barutçugil, 1989, Güven, 1999; Kozak, 2010).

Gerek ulusal gerekse uluslararası turizm açısından ele alındığında, hizmeti sunan ve hizmeti alan arasındaki ilişkileri ve hizmeti alanların tatil tecrübelerinin olumlu bir şekilde tamamlanabilmesine etki eden birçok öge bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse, paket tur satın

alan bir turiste sunulan hizmetin olumlu bir şekilde tamamlanabilmesi için en az 100 farklı meslek grubunun etkin bir şekilde görevini sürdürmesi gerekmektedir. Acente görevlisi, sigorta görevlisi, pilot, hostes, gümrük memuru, şoför, tur rehberi gibi unsurların tümü turizm sisteminin birer halkasıdır (Kozak, Kozak ve Kozak, 2014).

Turizm bir sistem olarak düşünüldüğünde üç temel öge ile karşılaşmaktadır (Kozak vd. 2014). Bunlar;

Turist gönderen destinasyon: Bu bölge, turizmin nerede başlayıp bittiğini ifade eden ve turistlerin sürekli ikamet ettikleri yeri tanımlamaktadır.

Ulaşım: Turistin, sürekli ikamet ettiği destinasyondan başka bir destinasyona gidip geri dönme aşamasında etkin olan ulaştırma araçlarını ve ulaşımı boyunca yaşadığı tecrübeleri kapsamaktadır.

Turist kabul eden destinasyon: Bu bölge, turistlerin tatil süreçleri boyunca tecrübe kazandıkları, bölgedeki yerel halkın “turist” olarak adlandırdığı ve istatistiksel evraklarda “turist” olarak geçtikleri destinasyondur.

Belirtilen bu süreçlerin gerçekleştirilmesi için seyahat acenteleri, tur operatörleri, ulaştırma, konaklama, yeme-içme ve eğlence gibi hizmetleri sunmakla yükümlü olan işletmelere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu tür işletmeler ve bu işletmelerin yapmakla yükümlü olduğu hizmetler turizm sektöründeki bu sistemi destekleyen “yardımcı unsurlar” olarak belirtilmektedir (Kozak vd., 2014).

Ulaştırma işletmeleri, turistleri buldukları bölgeden, turizm destinasyonuna ulaştırmakla yükümlü işletmelerdir. Bu işletmeler, karayolu, deniz yolu, hava yolu ve demir yolu olmak üzere kendi içerisinde dört gruba ayrılır (Özcan, 2018).

Konaklama işletmeleri, turistlere sürekli yaşadıkları kendi meskenlerinin dışına çeşitli sebeplerle yaptıkları seyahatleri boyunca konaklama, yeme-içme, eğlence vb. hizmetler sunan işletmelerdir (Şen, 2013). Turizm nedeniyle seyahat eden insanlara öncelikli olarak güvenli barınma hizmeti sunmak olmak üzere, konfor, dinlenme, yeme-içme, eğlence gibi ihtiyaçlarını da karşılayan bu işletmeler, kendi içerisinde oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, dağ otelleri, termal tesisler gibi çeşitli gruplara ayrılmaktadır (Kozak, 2010: 129).

Yiyecek-içecek işletmeleri, turistlerin yapmış oldukları seyahatleri ve konaklama süreleri boyunca yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamak için mal ve hizmet üreten ve sunan işletmelerdir. Bu işletmeler kendi içerisinde lüks restoranlar, kafeler/snack barlar, fastfood restoranlar ve yöresel restoranlar olarak ayrılmaktadır (Doğan, Şanlıer ve Tuncer, 2010).

Tur operatörleri ve seyahat acenteleri de turizm işletmeleri sınıfındadır. Tur operatörleri toptancılık mantığında çalışırlar ve paket tur gibi ürünleri oluştururlar. Seyahat acenteleri ise daha çok perakendecilik hizmeti sunan işletmelerdir (Kozak, 2010: 129).

Danışmanlık Hizmeti ve İhtiyaç Sebepleri

Geçici bir süre ile bilgi, beceri ve tecrübesinden yararlanarak, işletmenin büyümesi ya da küçülmemesi için, işletmelerin problemlerini belirleyen, var olan problemler üzerine çalışan, bu sorunlara çözüm önerileri getiren ve işletme yöneticilerine bu önerileri ileten kişiye “danışman” denilmektedir (Aytar, 1999:16, Nural, 1991:45).

İş hayatının çoğu alanında danışmanlık hizmeti bulunmakta ve danışmanlık hizmetinin karşımıza en çok çıktığı kullanım alanları, işletme stratejilerini belirleme, iş planlaması yapma, finansal planlama ve kontrol, bilgi işlem sistemleri, ofis ve haberleşme sistemleri, üretime yönelik danışmanlık hizmeti, ücretlendirme sistemleri konusunda danışmanlık hizmeti, pazarlama ve üretim bakımından danışmanlık hizmetleri, insan kaynakları yönetiminde danışmanlık hizmetleri şeklinde sıralanabilir (Kayabaşı, 2009: 35, Tunalı, 2009:29, Kaynak, 2020:25).

- **İşletme stratejilerini belirleme:** Bir işletmenin orta ya da uzun dönemdeki stratejilerinin belirlenmesinde verilen bu hizmet, hammadde fiyatlarındaki artışta neler yapılabileceği, olası rekabet durumunda verilecek tepkiyi, yapılacak yeni yatırımların nereye ve ne zaman yapılacağı ve büyüme ve kar hedeflerinin belirlenmesi gibi konularda kullanılmaktadır. Bu konulara örnek olarak, fizibilite/ürün testleri, iş kurma ve geliştirme, satın alma ve şirket birleştirme gibi durumlar verilebilir.
- **İş planlaması yapma:** Bir işletmenin üretmesinde fayda görüleceği ürünü ve bu ürünü pazarlama yolları, bu üründen sağlanacak kar miktarını belirlemede verilen danışmanlık hizmetidir. Bir işletmenin pazarlama stratejisini uygulayabilmesi için bir pazarlama planına ihtiyacı vardır. Pazarlama planının temeli olan ürün, fiyat, yer ve promosyondan oluşan (4P) pazarlama karmasının kullanılması önerilmektedir Kotler, Bowen, Makens ve Balogu, 2017).
- **Finansal planlama ve kontrol:** İşletme yöneticilerine planlama ve kontrol sağlaması amacıyla bilgiler verilmesidir. Nakit akışı, ürün geliştirilmesi, üretim planlanması, bütçe planlanması ve tüm bu durumlar için gereken sistemlerin kurulmasında, uygulanmasında ve geliştirilmesinde tavsiyeler verilmesidir. Ayrıca finansal planlama bankacılık (tasarruf ve krediler, ticari bankalar, ipotek bankaları, kredi birliği), menkul kıymetler ve takas (aracı kurumlar, yatırım bankaları, yatırım danışmanı) ve uluslararası finans gibi konuları ele almaktadır (Muhammad, İbrahim, Bhatti ve Waqas, 2014).
- **Bilgi işlem sistemleri:** Bilgisayar ve elektronik altyapısına bağlı sistemlerin geliştirilmesi hizmetidir. Bu hizmette, bilgisayar sistemleri analizi, tasarımı ve mühendisliği, program geliştirme, kodlama, hata ayıklama uygulama konularında hizmetler verilmektedir (Kirby ve Dylan, 1997).

- **Ofis ve haberleşme sistemleri:** İşletme dokümanlarının saklanmasına ve arşivlenmesine yardımcı olacak sistemlerin kurulmasına ve bu sistemlerin maliyetlerinin en düşük seviyeye indirilmesi konusunda ve işletme içerisindeki iletişim sisteminin sağlıklı bir şekilde işlemesi açısından verilen hizmettir.
- **Üretime yönelik danışmanlık hizmeti:** Yapılan pazar araştırması sonucunda satış tahminlerine göre hammadde temini, stokların ve üretimin planlanmasını ve kontrolü konusunda verilen hizmettir.
- **Ücretlendirme sistemleri konusunda danışmanlık hizmetleri:** İşletmede uygulanan ücret politikalarının belirlenmesi konusunda verilen hizmettir. Maliyetlerin düşürülmesi, maaş, prim, ikramiye, ödül sistemleri vb. sistemlerin oluşturulması, temel ücretler dışındaki sosyal yardımların belirlenmesi ve çalışanların performanslarını arttırmaya yönelik ücret sistemlerinin geliştirilmesi konusunda yardımcı olunmasıdır.
- **Pazarlama ve üretim bakımından danışmanlık hizmetleri:** İşletmelerin en önemli bölümlerinden olan pazarlama ve üretimde uluslararası pazar araştırması, satış tahminleri, reklam/promosyon, işletme imajı, üretim planlaması, müşteri karlılık araştırmaları, müşteri veri tabanı oluşturulması, ürün ve hizmetlerin fiyatlandırılması, pazarlama organizasyonu, depolama maliyetleri, stok yönetimi, yeni ürün oluşturma ve geliştirme, ekipman kullanımı gibi konularda verilen danışmanlık hizmetidir.
- **İnsan kaynakları yönetiminde danışmanlık hizmetleri:** Bir firmanın başarısı veya başarısızlığı, kısmen yönetimin çalışanlarının zamanını ve hizmetini satma ve aynı zamanda üretkenliklerini en üst düzeye çıkarma oranına bağlıdır (Yisa ve Edwards, 2002). Danışmanlık hizmetinin en çok kullanıldığı alan olan insan kaynaklarında, personel planlama, personel seçme ve yerleştirme, kariyer planlaması, iş değerlendirme ve ücret yönetimi, personellerin performans değerlendirilmesi, personelin eğitim ve motivasyonları konularında hizmet verilmektedir.

Yukarıda bahsedilen danışmanlık hizmetleri turizm işletmeleri de dâhil olmak üzere tüm işletmeler için ihtiyaç duyulmakta olan hizmetlerdir.

Turizm Sektöründe Verilen Danışmanlık Hizmetleri

Günümüz dünyasında danışmanlık, oldukça geniş bir alanı kapsayan bir sektör haline gelmiştir. Bunları, pazarlama, üretim, satış, dış ticaret, pazar bulma, tarım, muhasebe, uzay çalışmaları, savunma, AR&GE, ormancılık, bilgisayar, finans, gayrimenkul danışmanlığı, ekspertiz, hukuk, patent, telif hakları, fikri mülkiyet, vergi, insan kaynakları, mimarlık, peyzaj mimarisi faaliyetleri, enerji projelerine yönelik mühendislik, telekomünikasyon ve yayıncılık projeleri, çevre danışmanlığı, güvenlik danışmanlığı, istatistik, patent aracılığı, turist rehberliği,

eğitimi, aile danışmanlığı ve diğer idari danışmanlık faaliyetleri oluşturmaktadır (Kılıç, 2020). Wilson (1972), işletmelerin danışmana ihtiyaç nedenlerini bazı sınıflandırmalara ayırmıştır. Bu sınıflandırmaları, belirli bir özel nedenle veya aralıklı olarak gerekli olan özel becerilere ihtiyaç, denetim gibi yasal zorunluluklar, sorunun nedenini belirlemek, nesnellik ve iç baskılardan kurtulma ihtiyacı, bazı özel kaynakların eksiklikleri, sektörler arası rekabet, yeni ürün geliştirme, yönetici araştırması ve satın almadaki ihtiyaçlar olarak ifade etmiştir (Wilson, 1972). Danışman ihtiyacının yaygın sebeplerinden birisi de hem sınırlı sayıdaki personeli hem de kurum içindeki yetenekleri tamamlamaktır (Mitchell, 1994).

Tablo 1.'de turizm sektöründe danışmanlık hizmeti veren bazı firmaların internet sitelerinden elde edilen bilgiler doğrultusunda turizm işletmelerine verilen danışmanlık hizmetleri listelenmiştir.

Tablo 1: Turizm İşletmelerine Verilen Danışmanlık Hizmetleri

No	Danışmanlık Hizmetleri	Hizmet Detayları
1	Destinasyon Pazarlaması	Stratejik halkla ilişkiler ve medya ilişkileri, dijital PR, marka oluşturma, ulusal turizm kurulları ve özel sektör için tanıtım kampanyaları, tasarım ve içerik (URL1)
2	Yatırım Danışmanlığı	Olabilirlik ve pazar araştırmaları, işletme şirketi ve marka araştırması, işletme, franchise, kira ve teknik hizmet anlaşmaları, tesis değerlemesi, üçüncü şahıs raporlarının yorumu (URL3)
3	Varlık Yönetimi	Yönetim ve işletme analizleri, kar-zarar tablosu değerlendirmeleri, tesis satın alma ve satış desteği, işletme denetimi ve varlık yönetimi, hukuki ihtilaf desteği, hakemlik görevi, gizli müşteri programı (URL1)
4	Otel İşletmeciliği/Yönetimi	Açılış öncesi bütçe hazırlanması, üst düzey personel seçimi ve personel bütçesi hazırlanması, tesis standartları ve işletme kılavuzları hazırlanması, işletme bütçesi hazırlanması, bütçe, raporlama, yönetim bilgi ve kontrol sistemleri kurulması (URL2)
5	Satış ve Pazarlama	Satışları artırma çalışmaları, satış ve pazarlama yöntemlerinin yorumlanması, satış ve pazarlama ekibinin denetlenmesi, tur operatörü ve seyahat acenteleriyle ilişkilerin yürütülmesi, OTA (Online Travel Agency) ile ilişkilerin yürütülmesi (URL1, URL2)
6	Turizm Mevzuatı	Turizm yatırım belgesi, turizm işletme belgesi, yatırım teşvikleri, hibeler, Avrupa fonları, Turizm Bakanlığı ilişkileri, Ekonomi Bakanlığı ilişkileri, SPK değerlendirme raporları (URL2)
7	Hukuk	Kira sözleşmesi değerlendirmeleri, yönetim anlaşması görüşmeleri, sosyal güvenlik kurumu mevzuatı, alacak takip, çeşitlendirme, birleşme, devralmalar ve ortak girişimler, planlama, yatırım teşvik ve belgelendirme (URL4)
8	Sosyal Medya Yönetimi	Sosyal medya analizi ve danışmanlığı, web tasarımı (URL5)
9	Bilişim Sistemleri	Bilişim teknolojileri ve yazılımlar, teknolojik gelişmeleri izleme ve uygulama ve seçme, otomasyon hizmetleri, kişisel verilerin güvenliği (KVKK), yönetim bilgi sistemi, otel teknolojileri yönetim danışmanlığı (URL1, URL2, URL3, URL4)

10	İŞ Sağlığı ve Güvenliği	Hijyen, iş sağlığı ve güvenliği, işyeri güvenliği, salgın hastalıklar ile mücadele ve ilgili eğitimler, standartların uygulanması ve geliştirilmesi (URL3)
11	İnsan Kaynakları	Performans değerlendirme, mesleki eğitim, kişisel gelişim, çalışan bağlılığı ve elde tutma, çalışan eğitimi, çalışanların kariyer gelişimlerini yönetme, işgücü planlaması, çalışan işe alma, çalışan memnuniyeti, iş ve performans değerlendirme, yönetici geliştirme, personel seçimi, yerleştirilmesi ve kayıtları, yönetim dışı personel için eğitim programları, çalışan hizmetleri ve faydaları, ücret ve maaş yönetimi (URL1, URL2, URL4, URL5)
12	Yiyecek ve İçecek Yönetimi	Satış becerilerini geliştirme, servis ve mutfak personeli eğitimleri, hijyen eğitimleri, menü planlama, konsept belirleme, dekorasyon, personelin satış becerilerini artırma, maliyet kontrol, ziyafet ve toplantı satış danışmanlığı, Mutfak ve depo yerleşim planı, ergonomi (URL5)
13	Finansal Yönetim	Finansal raporlama, banka finansmanı, fon yaratma, borç yeniden yapılandırması, nakit akışı, risk yönetimi, mali değerlendirme, birleşme, devralmalar ve ortak girişimler, finans ve muhasebe, genel muhasebe, maliyet muhasebesi, uzun vadeli finansal planlama, kısa vadeli planlama, bütçeleme ve kontrol, kredi ve tahsilat, sermaye yatırımı, gelir analizi, finansal bilgiler ve raporlama, finansal planlama, değerlemeler, vergiler (URL1, URL2, URL3, URL4, URL5)
14	Mimari Tasarım ve Projelendirme	Proje bilgilendirme toplantıları, proje aŐamalarının koordinasyonu, statik, mekanik, elektrik, peyzaj, iç mekân tasarımı belirlenmesi ve sözleşmelerinin hazırlanması (URL2)

Yöntem

Bu çalışmada, turizm işletme sahiplerinin/yöneticilerinin turizm sektörüne yatırım kararı verdikten önceki ve sonraki süreçlerde hangi danışmanlık hizmetlerine ihtiyaç duyduklarının belirlenmesi ve bu konudaki eksik yönlerin saptanması hedeflenmiştir. Ayrıca eksikliklerin giderilmesi konusunda hem turizm işletmeleri hem de danışmanlık firmalarının çalışmalarına katkı sunulması amaçlanmıştır. Bu alıŐma, hem turizm işletmelerinde hem de danışmanlık hizmetlerinde farkındalık oluşturulması ve bundan sonraki çalışmalara fayda sağlaması yönünden önem arz etmektedir. Ayrıca bu konudaki çalışmalar incelendiğinde çok az sayıda kaynağa ulaŐıldıđı için bu çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

Kastamonu ili kent merkezinde bulunan turizm işletmelerinin sahiplerine ve/veya yöneticilerine yönelik yapılan bu araştırma, nitel bir araştırmadır. Nitel araştırma yöntemi, turizm işletmelerinin ihtiyaç duyduğu danışmanlık hizmetlerini ortaya çıkarmak ve turizm işletmelerinin sahiplerinin/yöneticilerinin bu konuda bilgi ve görüşlerini derinlemesine incelemek amacıyla seçilmiştir. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütöncöl bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği bir araştırma şeklidir (Yıldırım ve Şimşek,

2005). Bu doğrultuda nitel olarak yapılan bu çalışmada; Kastamonu ilindeki turizm işletmelerinin bu sektöre yatırım yapma kararı öncesinde, yatırım sürecinde ve yatırım yaptıktan sonraki süreçlerde ne gibi araştırmalar yaptıkları, bu süreçte karşılaştıkları sorunları nasıl aştıkları ve herhangi bir danışmana ihtiyaç duyup duymadıkları gibi konular mülakat tekniği kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın evrenini turizm sektöründe aktif olarak hizmet sunan Kastamonu ili kent merkezindeki turizm işletmeleri oluşturmaktadır. Daha ulaşılabilir olabilmesi için yeme-içme ve/veya konaklama alanında hizmet sunan 12 turizm işletmesi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Kastamonu ili kent merkezinde yeme-içme ve/veya konaklama alanında hizmet sunan 17 turizm işletmesi saptanmış ancak beş turizm işletmesi ile tüm çabalara rağmen görüşülememiş ve araştırmaya 12 turizm işletmesi dâhil edilmiştir. Turizm işletmelerinin sahipleri ve/veya yöneticileriyle görüşme yapılmadan önce telefon aracılığıyla randevular alınmış ve görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Betimsel analiz tekniği, görüşülen kişi/kişilerden elde edilmiş verilerin özetlenerek yorumlandığı, görüşülenlerin düşüncelerini çarpıcı bir şekilde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılar kullanıldığı ve elde edilen sonuçların neden-sonuç ilişkisine göre yorumlandığı analiz tekniğidir (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Uygulanan görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular, ikinci bölümde ise katılımcıların turizm sektörüne yatırım süreçlerinde ihtiyaç duyduğu danışmanlık hizmetlerine yönelik sorular yer almaktadır. Verilerin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır.

Bulgular

Katılımcılara 7 soru yöneltilerek turizm sektörüne yatırım süreçlerinden önceki ve sonraki dönemlerde hangi danışmanlık hizmetlerine ihtiyaç duydukları konusunda görüşleri alınmıştır. Sorular hazırlanırken, Tunçsiper ve İlban (2006)'ın "Turizm İşletme Belgeli Otel İşletmelerinin Pazarlama Sorunları: Balıkesir İlinde Bir Alan Araştırması" adlı çalışmalarından, Bildirgen (2010)'in "İşletmelerin Danışman Kullanma Eğilimlerinin Belirlenmesi ve Danışman Seçiminde İzledikleri Yöntemler" adlı çalışmasından, Emir, Pelit ve Günay (2010)'ın "Üniversite Mezunu Çalışanların Bakış Açısıyla Otel İşletmelerinin Sorunları: Antalya'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama" adlı çalışmalarından, Özcan (2018)'in "Termal Turizm İşletmeleri ile Diğer Konaklama İşletmelerinin Maliyet Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi: Çanakkale Örneği" adlı çalışmasından ve Aktürk (2019)'ün "Hizmet Sektöründe İşletme Sermayesi İhtiyacı: Turizm Sektöründe Bir Araştırma" adlı çalışmasından yararlanılmıştır. Katılımcılara yöneltilen sorular şu şekildedir;

1. Turizm sektörüne yatırım yapmaya nasıl karar verdiniz? Bu konuda yardım aldığınız kurum ve kuruluş var mı?

2. Yatırım kararınızı verdikten sonra ne gibi araştırmalar yaptınız? Hangi konularda danışmanlık hizmetine ihtiyac duyduunuz?
3. Yatırım sürecinde ne gibi engel ya da zorluklarla karşılaştınız? Bu sorunları nasıl aştınız?
4. Pazarlama faaliyetleriniz nelerdir? Web siteniz üzerinden satış yapıyor musunuz?
5. Teknolojik hayata uyum dereceniz nedir? Dijital pazarlamanın hangi araçlarından faydalanıyorsunuz?
6. Kastamonu'daki turizm işletmelerinin kalitesini hangi düzeyde görüyorsunuz?
7. Kastamonu'nun turizm sektöründe büyümesi için yapılması gerekenler sizce nelerdir?

Yukarıda belirtilen sorulardan elde edilen bulgular, betimsel analiz tekniği ile analiz edilip, bazı ifadelere yönelik dağılımlar tablolara aktarılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilere ilişkin ifadeler araştırmaya katılan işletme sahiplerinin/yöneticilerinin belirttiği şekilde verilmiştir. İlk olarak katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2'de ifade edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Bilgileri

NO	CİNSİYET	YAŞ	EĞİTİM DURUMU	MEDENİ DURUM	MESLEKİ TECRÜBE (YIL)	İŞLETME TÜRÜ	İŞLETMEDEKİ GÖREVİ	TURİZM EĞİTİMİ ALDINIZ MI?
K1	Erkek	24	Lisans	Bekar	2 yıl	Konaklama	İşletme Sahibi	Hayır
K2	Erkek	55	Lisans	Evli	15 yıl	Konaklama	İşletme Sahibi	Evet (Özel Eğitimler)
K3	Erkek	52	Lise	Evli	6 yıl	Konaklama	İşletme Sahibi	Hayır
K4	Kadın	63	Lisansüstü	Evli	36 yıl	Konaklama	İşletme Sahibi	Evet (Turist Rehberliği)
K5	Kadın	29	Lisans	Bekar	1 yıl	Yeme-içme	İşletme Sahibi	Hayır
K6	Erkek	66	İlkokul	Evli	6 yıl	Yeme-içme	İşletme Sahibi	Evet (TÜRSAB Eğitimleri)
K7	Erkek	45	Lisans	Evli	27 yıl	Konaklama	Genel Müdür	Evet (Turizm ve Otel İşl. Lisans)
K8	Erkek	40	Lise	Evli	24 yıl	Yeme-içme	Genel Müdür	Evet (Turizm Eğitim Merkezi)
K9	Erkek	65	Lise	Bekar	20 yıl	Yeme-içme	İşletme Sahibi	Hayır
K10	Erkek	37	Lise	Evli	11 yıl	Konaklama	İşletme Sahibi	Hayır

K11	Erkek	50	Ortaokul	Evli	6 yıl	Konaklama	İşletme Sahibi	Hayır
K12	Kadın	33	Lisans	Bekar	13 yıl	Konaklama	Otel Müdürü	Evet (Turizm ve Otel İşl. Lisans)

Yukarıdaki tabloda yer alan bilgilere göre katılımcıların %75'i erkek, %25'i de kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcılar 24 ile 66 yaş aralığındadırlar. Eğitim durumları göz önüne alındığında katılımcıların %41,7'sinin lisans, %33,3'ünün lise, %8,3'ünün lisansüstü, %8,3'ünün ilkökul ve %8,3'ünün de ortaokul eğitimleri aldığı görülmektedir. Katılımcıların %66,7'si evli, geriye kalan %33,3'ü de bekar. Mesleki tecrübeleri 1 yıl ile 36 yıl arasındadır. İşletme türlerine bakıldığında işletmelerin %66,7'si konaklama, %33,3'ü ise yeme-içme işletmesi olarak ön plana çıkmaktadır. Görüşme yapılan katılımcıların %75'i işletme sahibi, %16,6'sı genel müdür ve %8,3'ü de otel müdürüdür. Turizm ve/veya otel işletmeciliği hakkında eğitim aldınız mı sorusuna katılımcıların %50'si hayır cevabını verirken, geriye kalan %50'si ise evet cevabını vermiştir. Bu soruya evet cevabını verenlerin %50'si turizm konusunda en az lisans derecesinde eğitim alırken, diğer %50 ise özel kurumlardan eğitim aldıklarını dile getirmişlerdir

Katılımcılara “Turizm sektörüne yatırım yapmaya nasıl karar verdiniz? Bu konudayardım aldığımız kurum ve kuruluş var mı?” sorusu yöneltilmiş ve verilen bazı cevaplar şu şekildedir;

“Kar marjı yüksek olduğu için bu sektöre girdim. Kimseden yardım almadık.” (K1)

“Birikmiş sermayemiz vardı, elimize de bu işletme gibi bir fırsat geçince ani bir şekilde bu sektöre girdik. Hiçbir kurumdan yardım almadık.” (K6)

“Kastamonu'nun bu alanda eksik olduğunu düşündüğüm ve bu açığı kendi lehime kullanmak istediğim için bu sektöre girdim. Yardım almadım.” (K10)

“Aslında inşaat sektöründeyiz. Bu yatırımı bir ekstra kazanç olarak düşündük ve getirisinin fazla olduğunu hesapladık. Bu yüzden bu sektöre girdik. Hiçbir kuruluştan yardım almadık” (K12)

Katılımcıların cevapları incelendiğinde işletmeler hiçbir kurum ve kuruluştan yardım almamış ve yatırım kararlarında farklı düşünceler belirtmişlerdir. Buna göre de aşağıdaki tablo şekillenmiştir.

Tablo 3: Turizm sektörüne yatırımdaki ana sebepler

Yatırım Kararındaki Ana Sebepler	Katılımcılar
Kar marjı yüksek	K1, K8, K10, K12
Kastamonu turizm potansiyeli	K7
Aynı sektördeki aile işletmesi	K2, K3
Yöreye özgü bir ürünü ön plana çıkarma	K5
Doğaçlama bir şekilde	K6,
Öncesinde yapılan mesleğin katkıları	K4, K9
Kastamonu'daki eksiklik	K7, K10, K11

İşletme sahiplerinin/yöneticilerinin turizm sektörüne yatırım yapma sebeplerinin en başında turizm işletmesinin kar marjının yüksek olduğu düşüncesi gelmektedir. Bunun dışında

işletme binasının kendilerine ait olduğu için ve daha öncesinde de turizm işletmesi olarak kullanıldığı için bu sektörde devam etme kararları alındığı görülmektedir. 2 katılımcı daha önceki yaptıkları işlerinden dolayı böyle bir yatırım yaptığını belirtirken, 1 katılımcı da birikmiş sermayesini ani bir kararla bu sektöre yatırmaya karar verdiğini belirtmiştir.

Katılımcılara “Yatırım kararınızı verdikten sonra ne gibi araştırmalar yaptınız? Hangi konularda danışmanlık hizmetine ihtiyaç duydunuz?” sorusu yöneltilmiş ve bazı katılımcı cevapları aşağıda belirtilmiştir.

“İşletmemizi müşterilere nasıl duyuracağımıza yönelik araştırmalar yaptık. Herhangi bir danışmanlık hizmetine ihtiyaç duymadık.” (K1)

“Otel ve restoran işletmeciliği hakkında bazı araştırmalar yaptık ve bu konularda da danışmanlık hizmeti aldık.” (K2)

“Mesleki tecrübeme güvendiğim için araştırma yapmadım. Danışmanlık hizmetine de ihtiyaç duymadım.” (K4)

“Öncelikle bir iş planı hazırladık. Kastamonu’nun en önemli unsurunun tarih olduğunu anladığımızda tarihi mekanların işletmelere dönüştürülmesi fikrinin daha uygun olduğunu gördük. Bu konularla ilgili danışmana ihtiyacımız oldu ancak işletmeyi kendimizce restore ettik.” (K7)

“Kastamonu’daki turizm potansiyeli konusunda araştırmalar yaptık. Kastamonu’daki turizm alanlarında yapılan toplantıları, çalışmalarını vb. inceledik. Danışmana ihtiyaç duymadan kendimiz araştırdık.” (K12)

Katılımcıların verdikleri cevaplara göre aşağıdaki tablo şekillenmiştir.

Tablo 4: Yatırım kararı sonrası yapılan araştırmalar

Yatırım Kararı Sonrası Yapılan Araştırmalar	Katılımcılar
Pazar Araştırması	K1, K2, K3, K5, K6, K7, K9, K10, K12
Araştırma ihtiyacı hissetmeyen	K4, K8, K11,
Danışman ihtiyacı hisseden	K2, K5, K7,

Tablo 4’teki işletme sahiplerinin/yöneticilerin verdikleri cevaplara göre 12 katılımcıdan yalnızca 3 tanesi danışmanlık hizmetine ihtiyaç duyduklarını belirtirken diğer 9 katılımcı herhangi bir konuda danışmana ihtiyaç duymadıklarını ve araştırmaları kendileri ve yakın çevresiyle birlikte yaptıklarını belirtmişlerdir. Yapılan araştırmalara bakıldığında da, müşterilere ulaşım, aynı sektördeki diğer işletmelerle kıyaslamalar, açılacak işletmenin konumu, yöresel yemeklerin yapılışı, otel ve restoran işletmeciliği ve Kastamonu’nun turizm potansiyeli gibi konularda araştırmalar yapıldığı görülmektedir. 2 katılımcı ise mesleki tecrübelerine güvenerek ve sektör hakkında yeterli bilgiye sahip olduğunu düşündüğü için danışmana ihtiyaç duymadığını belirtmiştir.

Katılımcılara “Yatırım sürecinde ne gibi engel ya da zorluklarla karşılaştınız? Bu sorunları nasıl aştınız?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir ve katılımcıların verdikleri bazı cevaplar şu şekildedir;

“Hiçbir zorluk yaşamadık, her şey planladığımız gibi gitti. Çevremiz de geniş olduğu için sorun yaşamadık.” (K1)

“Tarihi bir yapıyı yeniden canlandırmak için oldukça fazla sermaye gerekti. Planladığımız dışında çok büyük paralar ödedik. Birikimimiz ve sabrımızın sonucunda bu sorunları aşabildik.” (K3)

“Bürokratik olarak zorlukla karşılaştık. Gerekli belgeleri vermek için bizden özel isteklerde bulundular. Biz de mecburen vermek zorunda kaldık. Planladığımız üzerinde para harcadık.” (K10)

“Herhangi bir zorlukla karşılaşmadı. Bu tür işletmeleri Kastamonu’da açmak çok kolay.” (K12)

Katılımcıların verdikleri cevaplara göre aşağıdaki tablo oluşmuştur.

Tablo 5: Yatırım sürecinde karşılaşılan zorluklar

Yatırım Sürecinde Karşılaşılan Zorluklar	Katılımcılar
Maddi zorluklar	K3, K4, K10,
Nitelikli personel sorunu	K2, K5, K7,
Potansiyel müşterilere ulaşım	K6, K9,
Sorun yaşamayanlar	K1, K8, K11, K12,

Katılımcıların cevapları incelendiğinde 4 işletmenin sahibi/yöneticisi herhangi bir engel ya da zorlukla karşılaşmadığını, tüm işlemlerin sürece uygun bir şekilde ilerlediğini belirtirken, geriye kalan 8 işletmenin sahibi/yöneticisi ise farklı konularda sorunlarla ve zorluklarla karşılaştıklarını belirtmişlerdir. 3 işletme bu süreçte işletmenin dekorasyonu, mimarisi gibi konularda nitelikli personel bulmada sorun yaşadıklarını, bu sorunları da ancak birden fazla firma ile görüşerek ya da kendileri de işin içerisine dahil olarak aşabildiklerini belirtmişlerdir. 2 işletme sahibi/yöneticisi ise bu süreçte maddi zorluklar yaşadıklarını, planladıkları giderlerden daha fazla harcama yaptıklarını ve bu durumu da bankadan kredi çekerek ve/veya birikimlerinden yararlanarak aştıklarını belirtmişlerdir. Yalnızca 1 işletme bürokratik engel ile karşılaştığını ifade etmiştir. Bir diğer işletme de potansiyel müşterilere ulaşım konusunda sorunlar yaşadığını belirtmiştir.

Katılımcılara “Pazarlama faaliyetleriniz nelerdir? Web siteniz üzerinden satış yapıyor musunuz?” şeklinde bir soru sorulmuş ve bazı katılımcılar cevaplarını şu şekilde belirtmişlerdir;

“Sosyal medya yoluyla pazarlama yapıyoruz. Yerel basında, radyoda reklamlar veriyoruz. Broşür bastırıyoruz, fuarlara gidiyoruz. Acentelerle işbirliği içindeyiz. Web’den satış yapıyoruz.” (K3)

“Kendi imkanlarımızla tanıtım yapıyoruz. İnternette satış yapmıyoruz. Broşür vb. şeyler bastırmadık. Kendi çevremizi kullanıyoruz.” (K6)

“Sosyal medyayı tanıtım ve pazarlamada kullanmaktayız. Alanında uzman pazarlamacı personellerle çalışmaktayız. Televizyonda ve YouTube’de reklam çalışmaları yapıyoruz. Webden satışımız var. Acentelerle de çalışıyoruz.” (K7)

“Webden satış yapıyoruz. Acentelerle çalışıyoruz. Kastamonu’daki kurumsal firmaları ziyaret ederek tanıtım çalışmaları yapıyoruz.” (K10)

“İnşaat firmalarıyla çalışıyoruz. İhaleleri inceleyerek firmalara ulaşıyoruz. Acentelerle de çalışıyoruz. Webden satışımız yok.” (K12)

İşletme sahiplerinin/yöneticilerinin vermiş olduğu cevaplara göre çalışma kapsamındaki 12 işletmenin 7'si internet adresleri üzerinden satış yaptıklarını belirtirken, geriye kalan 5 işletme ise internet adreslerinden satış yapmadıklarını belirtmişlerdir. Satış ve pazarlama konusunda, 7 turizm işletmesi acenteler yoluyla müşterilere ulaşırken, diğer 5 işletme acenteler ile birlikte çalışmadıklarını belirtmişlerdir. Günümüzde pazarlamanın önemli bir parçası haline gelen sosyal medya kanallarını ise 8 işletme aktif bir şekilde kullandıklarını belirtirken, diğer 4 işletme, sosyal medyadan yararlanmadığını ifade etmiştir. Bu işletmeler, yakın çevrelerini kullanarak, kurumsal firmalarla iletişime geçerek ya da yalnızca acenteler aracılığıyla satış yaptıklarını belirtmişlerdir. Buna göre aşağıdaki tablo şekillenmiştir.

Tablo 6: İşletmelerin pazarlama faaliyetleri

Pazarlama Faaliyetleri	Katılımcılar
Sosyal medya aracılığıyla	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8, K9
Acenteler aracılığıyla	K1, K2, K3, K4, K7, K10, K11, K12
Broşür, afiş vb. aracılığıyla	K1, K3, K6
Televizyon, radyo vb. aracılığıyla	K3, K5, K7
Web sitesi aracılığıyla	K1, K2, K3, K5, K7, K8, K10
Diğer	K3, K4, K6, K10, K12

Katılımcılara “Teknolojik hayata uyum dereceniz nedir? Dijital pazarlamanın hangi araçlarından faydalanıyorsunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bazı katılımcıların cevapları şu şekildedir;

“Uyum derecemiz teknolojinin gelişme düzeyine göre değişiyor. Facebook, Instagram’dan yararlanıyoruz.” (K2)

“Teknoloji ile yakından ilgilimiz. Sosyal medyanın neredeyse tüm mecralarını aktif olarak kullanmaktayız.” (K8)

“Son çıkan gelişmeleri takip ederek uyum gösteriyoruz. Sosyal medyayı aktif kullanmıyoruz. Çünkü bu iş için fazladan birini çalıştırmak istemedik. İş yükü azalsın istedik ancak ekonomik olarak mümkün değil.” (K10)

“Sosyal medya yoluyla pazarlama. Instagram, Facebook ve Google aracılığıyla pazarlamalar yapıyoruz.” (K12)

Katılımcıların cevapları incelendiğinde 4 işletme sahibi/yöneticisi dijital pazarlama konusunda Google arama motorunu kullandıklarını ifade etmişlerdir. K10 ve K11 dışındaki tüm katılımcılar dijital pazarlama yöntemlerini sosyal medya kanalları ile kullandıklarını söylemişlerdir. Teknolojik hayata uyum dereceleri hakkında ise tüm katılımcılar son gelişmeleri takip etmeye çalıştıklarını ve ellerinden geldiğince bu sistemleri kullanmayı denediklerini belirtmişlerdir. Bu cevaplara göre aşağıdaki tablo şekillenmiştir.

Tablo 7: Dijital pazarlama araçları

Dijital pazarlama aracı	Katılımcılar
Sosyal Medya (Facebook, İstagram vb.)	K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K11, K12
İşletmeye ait web sayfası	K3, K4, K5,
Google	K1, K3, K4, K6, K12,

Bazı katılımcıların “Kastamonu’daki turizm işletmelerinin kalitesini hangi düzeyde görüyorsunuz?” sorusuna verdikleri cevaplar şu şekildedir;

“Personel konusundaki sorunlardan ve tüm işletmelerin aç gözlü olmalarından dolayı kalite düşüktür. Yöresellikten çıktıkları için kalitelerini kaybediyorlar.” (K1)

“Kastamonu’da müşteriler çok fazla sorun yaşadıklarını söylerler. Temizlik, personel anlamında çok şikayetçiler. İşletmeler de bu sorunu gidermek için çaba göstermiyor.” (K3)

“Kastamonu’daki tesislerin restorasyon süreçlerindeki sorunlar ve kendilerini yenilemediklerinden dolayı turizm kalitesi %50’lerdedir. Ancak Kastamonu turizmle tanıştıkça bu düzey daha da artacaktır.” (K7)

“Zayıf görüyorum. Turizmi bilmiyorlar Hem kendilerinin hem de çalışanlarının yerine işi bilen birileri gelmelidir.” (K9)

“Birkaç işletme dışında hepsi düşük seviyede. Reklam yapılmıyor, turlara yoğunlaşılmıyor. Kapıdan girene satış yapma mantığıyla ilerliyorlar.” (K12)

Katılımcıların verdikleri cevaplara göre aşağıdaki tablo şekillenmiştir.

Tablo 8: Turizm işletmelerindeki şikayetler

Şikayetçi Olunan Durum	Katılımcılar
Personel sorunu	K1, K3, K9
Yöresellikten uzaklaşma	K1, K5, K6
Bilgi yetersizliği	K7, K8, K9, K10, K12
Daha fazla kazanma isteği	K1, K6
Kalite düzeyi yeterli	K2, K4, K11

Yukarıdaki tabloya göre 3 işletme sahibi/yöneticisi, diğer işletmelerin durumunu yeterli/orta düzeyde görürken geriye kalan 9 işletme sahibi/yöneticisi ise Kastamonu’daki turizm işletmelerinin kalite düzeyinin düşük olduğunu belirtmiştir. Bu düşük kaliteyi, nitelikli personel çalıştırmadıkları, yöresellik çerçevesinde açılıp daha sonra yöresellikten çıktıkları, işletmelerin yeniliğe kapalı oldukları, işletme sahipleri ve çalışanlarının turizm konusunda yetersiz oldukları vb. konulara bağlamaktadırlar.

Katılımcılara “Kastamonu’da turizm sektöründe büyümesi için yapılması gerekenler sizce nelerdir? sorusu yöneltilmiş ve bazı katılımcı cevapları aşağıda belirtilmiştir.

“... Kastamonu halkı bilinçlendirilmeli. Belediyenin işletme sahipleriyle iletişimi artmalı ve birlikte karar alınmalıdır. Ulusal basında yer almak için daha fazla tanıtım yapılmalıdır. Otopark sorunu çözülmelidir. Şehre gelen turist kafilesinin rotası genişletilmelidir. ... “ (K1)

“... Kastamonu halkı turistik değerler konusunda bilinçlendirilmeli. ... Otopark sorunu çözülmeli, müşterilerin en çok sorduğu soru “Otoparkınız var mı?” sorusu oluyor. Belediye, turizme yeterli önemi vermeli. Çevre düzenlemeleri yapılmalı, turistik binalar restore edilmeli. Çevre illerle etkileşime geçilmelidir. Ulusal basında yer almak için önemli bütçe ayrılmalı. Belediye ve Valilik birlikte hareket etmeli. Turistlerin zaman geçirebilecekleri, eğlenebilecekleri mekânlar yapılmalı. ... “(K3)

“... Yerel yöneticiler ve Sivil Toplum Kuruluşları bir araya gelip işletmecilerle iletişim halinde çalışmalıdır. İnsanlar turizm sektörünü bilmiyorlar, turizm öğretilmelidir. Yatılı

turistlere yönelik imkânlar geliştirilmeli. Turistlerin ilgisini çeken mekânların gelişimi için çalışmalar yapılmalıdır. Alkollü mekânlar, gece hayatı gibi aktiviteler yapılmalıdır.” (K6)

“Kastamonu insanının turizme adapte olması gerekiyor. Vasıflı turizm elemanlarının yetiştirilmesi gerekiyor. Tanıtım ve reklam çalışmalarına daha fazla önem verilmeli.” (K7)

“Şehrin yöneticilerinin hepsinin turizmin nasıl bir güç olduğunun farkına varması gerekir. Ayrıca hepsinin ortak bir fikirde buluşması gerekir. Turizm sektöründe çalışanlar işini zorla değil de severek yapmalıdır. Nitelikli personel yetiştirilmelidir.” (K11)

“Belediye yeterince önem verip yarım kalmış turizm projeleri bitirmelidir. İl Kültür Müdürlüğü yeteri kadar çalışmalıdır. Kastamonu esnafı fuar, tanıtım vb. organizasyonlara katılım sağlamalı. Kastamonu, geçiş güzergâhı olmaktan çıkarılmalı. Kastamonu halkı turizm konusunda bilinçlendirilmeli. Turistlere “para” gözüyle değil de “misafir” gözüyle bakılmalı. Otopark sorunu çözülmeli. ...” (K12)

Katılımcılar Kastamonu'nun turizm sektöründe gelişmesi için yapılması gerekenlerin saymakla bitmeyeceğini, bu tür işlemlerin yıllardır yapılmadığını vurgulamışlardır. Çalışma kapsamındaki 12 işletmenin sahibi de bu konuda aynı çalışmalarını belirtmişlerdir. Buna göre de aşağıdaki tablo şekillenmiştir.

Tablo 9: Kastamonu'nun turizm sektöründe gelişmesi için yapılması gerekenler

Kastamonu'da Yapılması Gerekenler	Katılımcılar
Tanıtım yapılmalı	K1, K2, K3, K4, K5, K7, K8, K10, K12
Yerel halk bilinçlendirilmeli	K1, K2, K3, K5, K6, K7, K9, K10, K12
Yerel yöneticiler turizme önem vermeli	K1, K3, K6, K9, K10, K11, K12
Otopark sorunu çözülmeli	K1, K3, K5, K12
Çevre düzenlemeleri yapılmalı	K1, K3, K12
Nitelikli personel istihdamı yapılmalı	K7, K11, K12
Yerel yönetim, STK ve işletmeler birlikte hareket etmeli	K1, K3, K6, K11
Diğer	K1, K3, K4, K5, K6, K10, K12

Yukarıdaki tablo incelendiğinde 12 işletmenin 9'u Kastamonu'daki tanıtım ve reklam çalışmalarının yetersiz olduğunu ve bu konunun önemli olduğunu belirtmişlerdir. Aynı şekilde 12 turizm işletmesinin 9'u Kastamonu yerel halkının turizm konusunda bilinçlendirilmesinin Kastamonu turizmini olumlu yönde etkileyeceğini ifade etmiştir. 7 turizm işletmesi, Kastamonu yerel yöneticilerinin turizm sektörüne gereken önemi vermediğini ve Kastamonu'nun turizm sektöründe büyümesi için gereken önemin verilmesi gerektiğini, 4 işletme Kastamonu ilinde otopark sorunu olduğunu ve bu durumun da turistlerin işletmeleri tercih etme durumlarını etkilediğini vurgulamıştır. 3 turizm işletmesi de çevre düzenlemeleri konusunda çalışmalar yapılmasını gerektiğini belirtmiştir. 4 turizm işletme sahibi/yöneticisi, turizm işletmeleri çalışanlarının turizm konusunda yetersiz olduklarını ve bu çalışanların yerine turizm konusunda nitelikli çalışanların işe alınması gerektiğini söylemiştir. 4 turizm işletme sahibi/yöneticisi Kastamonu'da turizmin gelişmesi için yerel yönetimler, sivil toplum kuruluşları ve işletmelerin birbirleriyle etkileşim halinde olmalarını, ortak kararlar vermeleri gerektiğini belirtmişlerdir. Bazı işletmeler bu görüşlere ek olarak, turist kabilelerinin rotalarının genişletilmesi, turistlere yönelik

eğlence merkezleri yapılması, rehber sayısının arttırılması, çevre illerle ortak çalışmalar yapılması gibi önerilerde bulunmuşlardır.

Sonuç ve Öneriler

Sürekli bir değişim döngüsü içerisinde olduğumuz günümüz şartlarında, tüm sektörlerin başarılı bir şekilde faaliyetlerini sürdürebilmeleri için bu değişimlere uyum sağlamaları gerekmektedir. Her türlü olaydan kolaylıkla etkilenebilen bir sektör olan turizm sektöründe, yalnızca turistler değil aynı zamanda turistlere hizmet sunan işletmeler de bu olaylardan etkilenebilmektedir. Bu çalışmada, turizm işletmelerinin ihtiyaç duyduğu danışmanlık hizmetlerini öğrenmek ve ulaşılan sonuçlar neticesinde hem turizm işletmelerinde hem de danışmanlık hizmeti veren firmalarda farkındalık oluşturmak amaçlanmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan görüşme formu çerçevesinde Kastamonu ili kent merkezindeki konaklama ve yeme-içme işletmelerinin sahipleri ve/veya yöneticilerinin görüşleri alınarak bu sektöre yatırım kararının öncesindeki ve sonrasındaki süreçlerde ihtiyaç duydukları danışmanlık hizmetleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Elde edilen veriler ışığında, katılımcıların çoğunluğu onları turizm sektörüne yatırım yapmaya iten nedenleri sektörün kar getirisinin yüksek oluşu ve Kastamonu ilinin bu sektördeki eksikliğidir. Ayrıca araştırmaya katılan işletmelerin hiçbiri bu süreçte herhangi bir kurum ve kuruluştan yardım almadıklarını belirtmişlerdir. Bu durumun başlıca nedeni işletme sahiplerindeki danışman algısının olmaması ya da zayıf olması olarak düşünülebilir. Bu konuda yapılması önerilen en önemli faaliyetlerden birisi, bu tür işletmelere danışmanlık hakkında detaylı bilgi verilmesi ve danışman kavramının aşılmasıdır.

Danışmanlık hizmeti veren kurum ya da kuruluşların turizm işletmelerine yönelik sundukları hizmetler ve turizm işletmelerinin bu sektöre yatırım yaparken yaptıkları araştırma konuları paralellik göstermektedir. Hem turizm işletmeleri hem de danışmanlık hizmeti sunan kurum ya da kuruluşlar neredeyse aynı konuları araştırmaktadır. Bu konuda turizm işletme sahip/yöneticilerinin yapmaya çalıştıkları araştırmalar, profesyonel kişiler tarafından yapılarak daha verimli bir sonuca ulaşılmaktadır. Turizm işletmelerinin, araştırma kapsamlarını artırarak bu tür işlemlerin daha profesyonel bir şekilde yapıldığının farkına varmaları gerekmektedir. Bununla ilgili de yeni işletmelerin açılması hususunda söz ve yetki sahibi olan belediye, valilik vb. kurum ve kuruluşların, işletme sahiplerine bu konuda bilgilendirme çalışmaları yapılabilir.

Kastamonu ili kent merkezindeki turizm işletmelerinin çoğunluğunun danışmanlık hizmetine ihtiyaç duymadığı görülmüştür. Danışmanlık hizmetine ihtiyaç duyan bazı işletmeler ise gerekli kurum ya da kuruluşlara rahatlıkla ulaşamadığını belirtmiştir. Bu konuda danışmanlık hizmeti veren firmaların, turizm işletmeleriyle daha fazla etkileşim haline geçmesi ve hizmetlerinden bahsederek gerekli bilgilendirmeleri yapmaları önerilmektedir.

Katılımcılar, Kastamonu ili kent merkezindeki turizm işletmelerinin kalitelerinin düşük seviyede olduğu ve bu kalitesizliğin nedeninin hem personellerin hem de işletme yöneticilerinin turizm açısından yetersiz oldukları konusunda hemfikirlerdir. Bu konuyla ilgili turizm işletmesi sahiplerinin turizm konusunda bilgilendirilmesi ve çalışacak personellerin yalnızca turizm konusunda bilinçli kişilerden oluşması gibi zorunluluklar getirilmesi önerilmektedir.

Bir bölgedeki turizmin gelişmesi için hem yerli halkın hem de yerel yöneticilerin etkisi oldukça büyüktür. Kastamonu yerel yöneticileri ve yerel halkın turizm algılarını geliştirmek ve turizme gereken önemi verilmesi için turizm eğitimi gibi çalışmalar yapılmalıdır.

Çalışma kapsamındaki öneriler şu şekildedir;

- Turizm işletmesi sahiplerine, yöneticilerine ve personellerine turizm eğitimi/kursu verilebilir.
- Turizm işletmesi sahiplerine/yöneticilerine danışmanlık konusıyla ilgili bilgiler verilebilir ve profesyonel firmalara yönlendirilmeleri sağlanabilir.
- Danışmanlık hizmeti sunan kurum ya da kuruluşlar, işletmelerin onlara ulaşmasını beklemeden, işletmelerle iletişime geçebilir.
- Kastamonu halkına ve/veya turizm işletmesi çalışanlarına turizm eğitimi verilerek nitelikli personel olmaları için çaba gösterilebilir.

Yazar Katkıları: Bu çalışmanın alan araştırması bölümlerinde birinci yazar olan Ali ŞENGÜL, verilerin analizi bölümlerinde ise ikinci yazar Hüseyin PAMUKÇU ve üçüncü yazar Semih ARICI katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı: Bu çalışmada çıkar çatışması bulunmamaktadır. Tüm yazarlar ortak işbirliği içerisinde bu çalışmayı hazırlamıştır.

Kaynakça

- Akbaba, A. (2012). Destinasyon geliştirme ve küçük ölçekli turizm işletmeleri: Akçakoca üzerine bir inceleme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-16.
- Akmel, J. (1992). Turizm hizmeti veren işletmeler ve belediyeler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 14-15.
- Aktürk, T. (2019). Hizmet sektöründe işletme sermayesi ihtiyacı: turizm sektöründe bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Aytar, D. (1999). Danışmanlık: nedir? ne değildir? İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Barutçugil, S. İ. (1989). Turizm işletmeciliği. İstanbul: Beta Basım Dağıtım.
- BDO(2020, Aralık). Danışmanlık hizmetleri. Erişim adresi: <https://www.bdo.com.tr/>.
- Bildirgen, M. B. (2010). İşletmelerin danışman kullanma eğilimlerinin belirlenmesi ve danışman seçiminde izledikleri yöntemler (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Çetinkaya, A. Ş. (2007). Bilişim teknolojilerinin konaklama işletmeleri performansına etkileri: beş yıldızlı otellere yönelik bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Doğan, S., Şanlıer, N., & Tuncer, M. (2010). Yiyecek-içecek işletmelerinin satış çabalarında etik: Kastamonu ili örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 18(1), 241-256.
- Emir, O., Pelit, E., Günay, F. (2010). Üniversite mezunu çalışanların bakış açısıyla otel işletmelerinin sorunları: Antalya'daki 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *İş Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 12(4), 7-31.
- Erdost, H. E. (2002). Danışmanlık hizmeti ve ülkemizde yönetim danışmanlığı firmaları (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güven, M. (1999). Turizm işletmeleri ve muhasebe uygulamaları. Ankara: TÜRMOB Yayınları Sirküler Rapor Serisi No: 25.
- HMT Otel Yatırım ve İşletme Danışmanlığı(2020, Aralık). Danışmanlık Hizmetleri. Erişim adresi: <https://www.hmthotel.com/>.
- Kayabaşı, S. (2009). Yönetim danışmanlığı ve işletmelerin yönetim danışmanlığına bakış açıları: Marmara bölgesinde faaliyet gösteren işletmeler üzerinde bir araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kaynak, İ. (2020). Yönetim danışmanlığı ve danışmanlığın değeri (Doktora Tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kılıç, B. (2020). Konaklama işletmelerinde yönetim danışmanlarına danışma gereği ve öneriler. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 33-45.
- Kirby, D. A., & Dylan, J. E. (1997). Small technology-based professional consultancy services in the United Kingdom. *Service Industries Journal*, 17(1), 155-172.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism Seventh Edition*. Boston: Pearson Limited Education.
- Kozak, N. (2010). Turizm pazarlaması. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A., & Kozak, M. (2014). Genel turizm bilgisi ilkeler-kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mitchell, V. W. (1994). Problems and risks in the purchasing of consultancy services. *Service Industries Journal*, 14(3), 315-339.
- Muhammad, G., Ibrahim, J., Bhatti, Z., & Waqas, A. (2014). Business intelligence as a knowledge management tool in providing financial consultancy services. *American Journal of Information Systems*, 2(2), 26-32.
- NY&Co. Global Hospitality Consultancy(2020, Aralık). Danışmanlık Hizmetleri. Erişim adresi: <https://www.nytmco.com/>.
- Nural, C. (1991). Sanayi kesimine eğitim ve eğitim veren kuruluşların yapısal analizi (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özcan, S., (2018). Termal turizm işletmeleri ile diğer konaklama işletmelerinin maliyet yönetimi açısından karşılaştırılması: Çanakkale örneği (Yüksek Lisans Tezi). *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale*
- Şen, L. M. (2013). Konaklama işletmelerinde faaliyet tabanlı bütçeleme ve beş yıldızlı otel işletmesi uygulaması (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

- Şenel, S. A. (2007). Turizm sektöründe yatırım kararları. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2007(1), 1-12.
- TEAM Tourism Consulting(2020, Aralık). Danışmanlık Hizmetleri. Erişim adresi: <https://www.team-tourism.com/>.
- Tunalı, N. (1999). İŞletmelerde yönetim danışmanlığı hizmetlerinin kullanımı ve Türkiye'deki uygulamasına yönelik araştırma (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir..
- Tunçsiper, B., İlban, M. O. (2006). Turizm işletme belgeli otel işletmelerinin pazarlama sorunları: Balıkesir ilinde bir alan araştırması. Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), 225-244.
- Turizoom Otel Yönetim Danışmanlığı(2020, Aralık). Danışmanlık Hizmetleri. Erişim adresi: <https://www.turizoom.com/>.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2005). Sosyal bilimlerde nitel araştırma teknikleri. Ankara: ŐeŐkin Yayıncılık.
- Yisa, S., & Edwards, D. J. (2002). Evaluation of business strategies in the UK construction engineering consultancy. Measuring Business Excellence, 6(1), 23-31.
- Wilson, A., (1972). The marketing of professional services. New York: McGraw Hill Companies.

Avustralya Yönetel Sistemi İçerisinde Yerel Yönetimler

Zuhal ÖNEZ ÇETİN*
Onur KULAÇ†

Öz

Avustralya Ulusu, 1901 yılında kurulmuş bir ülke olarak Commonwealth (federal), eyalet ya da bölge ve yerel düzeyden oluşan üç hükümet düzeyine sahiptir. Ayrıca, ülkede üç yönetim kolunu parlamento, yürütme hükümeti ve yargı kolları oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında, Avustralya'nın siyasi ve idari yapısı, hükümet sistemi ve üç yönetim kolu çerçevesinde incelenecektir. İkincil olarak, Avustralya yönetel sisteminde yerel yönetim sistemi öncelikli olarak yerel yönetimlerin sorumluluk alanları ve yasal mevzuat çerçevesinde açıklanacaktır. Ayrıca, çalışmada, yerel yönetimlerin gelirleri, personeli ve yerel yönetimlerde katılım konuları ayrı başlıklar çerçevesinde araştırma konusu edilecektir.

Anahtar Kelimeler: Avustralya, Yerel Yönetimler, Avustralya Hükümet Sistemi, Katılım

Local Governments within the Australian Administrative System

Abstract

The Australian Nation, as a country established in 1901, has three government levels composed of the Commonwealth (federal), state and territory, and local level. In addition, the parliament, executive government and the judiciary formed the three arms of government. Within the scope of the study, the political and administrative structure of Australia will be scrutinized within the framework of the government system and three administration branches. Secondly, in the Australian administrative system, the local administration system will be discussed primarily within the framework of local governments' areas of responsibility and legal legislation. Furthermore, in the study, the revenues of local governments, personnel of local governments and participation in local governments will be the focus of the research under different headings.

Keywords: Australia, Local Governments, Australia Government System, Participation

Geliş/Received: 24.02.2021

Kabul/Accepted: 25.06.2021

* Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Uşak Üniversitesi, İİBF, Kamu Yönetimi Bölümü, zuhal.cetin@usak.edu.tr ORCID ID: 0000-0002-4241-1487

† Dr. Öğr. Üyesi, Pamukkale Üniversitesi, İİBF, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, okulac@pau.edu.tr ORCID ID: [0000-0002-5135-0356](https://orcid.org/0000-0002-5135-0356)

(Makale Türü: Derleme Makalesi)

Giriş

Avustralya, Pasifik Okyanusu ve Hint Okyanusları arasında konumlanan Dünyanın en büyük ülkelerinden ve aynı zamanda en büyük adalarından birisi olup doğusundaki en yakın komşusu Yeni Zelanda ve kuzeyindeki komşusu Papua Yeni Gine'dir (The Commonwealth, 2021). Avustralya yaklaşık olarak 7,69 milyon km²'lik bir alanı kapsamakta ve ülke Dünyanın en büyük altıncı ülkesi olarak yer almaktadır; nüfusu yaklaşık 25 milyondur ve nüfus ağırlıklı olarak ülkenin kıyı bölgelerinde yaşamaktadır (European Parliament, 2020: 1).

Buna ek olarak, 50.000 yıllık bir dönemden bu yana Aborjin ve Torres Boğazı Adalı halkları Avustralya topraklarında yaşamaktadır; 1700'lü yılların sonunda İngiliz Kolonileri kurulmuş ve 1800'lü yılların bitimine gelindiğinde bu Koloniler kendi parlamentolarına sahip olmakla beraber İngiliz Parlamentosu'nun kanun yapma gücüne tabi durumda bulunmaktadırlar. 1890'lı yıllarda her koloniden temsilciler kongre olarak adlandırılan toplantılara katılım sağlamış ve gerçekleştirilen kongreler sürecinde Anayasa taslağı hazırlanması gerçekleşmiş ve referandumlar vasıtasıyla oylamaya sunulmuştur; Anayasa referandumlarında onaylanması gerçekleşmişse de Anayasanın İngiliz Parlamentosunca da kabul edilmesi gerekliliği yer almıştır (Parliamentary Education Office, 2021a). Avustralya Ulusu, 1 Ocak 1901 tarihinde kısmi olarak kendi kendini yöneten altı İngiliz Kolonisinin bir ulusun eyaletleri olmak adına birleşmesiyle kurulmaktadır ve bu ulusun hükümet kuralları Avustralya Anayasasında yer almaktadır; Anayasa ulusal hükümetin nasıl işleyeceğini ve hangi konularda yasalar çıkarabileceğini tanımlamaktadır (Australian Government, 2021). Avustralya, 1901 yılında İngiliz Parlamentosu'nun altı Avustralya Kolonisi'nin kendilerini Avustralya Ulusu (*Commonwealth of Australia*) olarak yönetmelerine izin veren Anayasayı kabul etmesiyle birlikte bağımsız bir ulus haline gelmiştir (Australian Embassy, 2021: 6).

9 Temmuz 1900 tarihinde onaylanarak, 1 Ocak 1901 tarihinde yürürlüğe girmiş bulunan Avustralya Anayasası ilgili temel özellikler şu şekilde sıralanabilir: Anayasa federal bir sistem kurmaktadır ve bu federal sistemde ulusal hükümet ve eyaletler gücü paylaşmaktadır. Anayasa ulusal hükümetin yetkilerini tanımlar ve kalan yetkiler eyaletlerde yer almaktadır. Ulusal Hükümet Hukuku ve Eyalet Hukuku arasında tutarsızlık olması durumunda ulusal hükümet hukuku öncelikli yer almaktadır (Library of Congress, 2005: 15). Avustralya hükümet sistemine ilişkin şu özellikler sıralanabilir: Karma bir hükümet sistemine sahip bir ülke durumundadır; temsili demokrasi çerçevesinde Avustralya vatandaşları kendi adlarına yasa çıkarabilmeleri için parlamento üyeleri için oy kullanmaktadır. Anayasal monarşi kapsamında mutlak güce sahip olmamakla beraber Avustralya'nın devlet başkanı Kraliçe'dir ve Anayasaya uymak sorumluluğundadır ve son olarak, Eyaletler Federasyonu çerçevesinde bir Federasyon kanun yapma yetkilerinin bir kısmını ulusal hükümete vermiş bulunan bir grup eyaleti ifade etmektedir

(Parliamentary Education Office, 2021b). Avustralya’da üç hükümet düzeyi yer almaktadır ve bu düzeyler; Commonwealth (federal), eyalet veya bölge ve yerel düzeydir. Avustralya Federal sistemi kapsamında hükümetin yetkileri federal ve eyalet hükümetleri arasında bölünmüş durumdadır. Avustralya’da bir federal parlamento mevcut olmakla birlikte altı adet eyalet ve iki adet bölge parlamentosu bulunmaktadır. Avustralya hükümetinde eyalet ve bölge hükümetlerince oluşturulan yerel düzey yer almaktadır; yargı sisteminde yer alan en yüksek mahkeme Avustralya Yüksek Mahkemesidir (European Parliament, 2020: 1). Bu doğrultuda, Avustralya hükümet sisteminin önemli özelliklerinden bir tanesi ‘güçler ayrılığı’ (*Seperation of Powers*) olarak belirtilmekte ve güçler ayrılığı kapsamında kanun yapma ve yönetme yetkisi mahkemeler, hükümet ve parlamento arasında paylaşılmaktadır (Parliamentary Education Office, 2021b).

Çalışmada, öncelikle Avustralya’da siyasi ve idari yapı; üç düzey hükümet sistemi ve parlamento, yürütme hükümeti ve yargı olmak üzere üç yönetim kolu üzerinden genel olarak açıklanacaktır. İkincil olarak, Avustralya yönetsel sistemi kapsamında yerel yönetimler yasal mevzuat, işlevleri ve hizmetleri açısından incelenecek ve 1995 tarihli Yerel Yönetimler Yasası çerçevesinde yerel yönetimlerin organları ve görevleri açıklanacaktır. Son olarak, yerel yönetimlerin gelirleri, yerel yönetimlerin personeli ve yerel yönetimlerde katılım konuları ele alınacaktır.

Avustralya’da Siyasi ve İdari Yapı

Avustralya’nın resmi adı ‘Avustralya Ulusu/ Commonwealth of Australia’ olmakla birlikte, ülke temsili bir demokrasidir ve aynı zamanda Avustralya’nın devlet başkanı olarak Kraliçe II. Elizabeth ile ülke anayasal bir monarşidir (Australian Government, 2021). Ayrıca, Avustralya federal bir devlet yapısına sahip bulunmakta ve bu federal devlet yapısı altı eyalet ve iki özerk bölgeden oluşmaktadır. İngiltere Kraliçesi devlet başkanı olmakla beraber Avustralya Genel Valisi ve altı eyalet Valisi vasıtasıyla yetkilerini kullanmaktadır (Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu/ DEİK, 2014: 1). Avustralya’da altı eyalet ve iki bölge şu şekilde ifade edilmektedir: Avustralya’daki eyaletler; Victoria, Güney Avustralya, Batı Avustralya, Queensland, New South Wales, Tazmania ve bölgeler ise Avustralya Başkent Bölgesi (*Australian Capital Territory*) ve Kuzey Bölgesi’dir (*Northern Territory*) (Avustralya Ülke Bülteni, 2018: 2).

Avustralya siyasi sistemi Westminster modeline göre işlemekte olan parlamenter bir demokrasi olmakla beraber, Westminster sisteminde Parlamantonun Alt Meclisindeki (*Lower House of Parliament*) çoğunluk hükümeti oluşturmakta ve başbakanı atamaktadır; başbakan alt meclise karşı sorumlu olan kabineyi seçmektedir (Library of Congress, 2005: 15).

Avustralya hükümeti İngiliz geleneği, Westminster modelini izlemesi çerçevesinde, Genel Vali (*Governor-General*) Tacı temsil etmekte ve ulusun en yüksek yürütme gücünü kullanma sorumluluğuna sahiptir ve Hükümet başkanı, Başbakan ve diğer bakanların tavsiyesiyle

görevlerini yerine getirmektedir. Başbakan ise Bakanlar Kurulunu (*Cabinet of Ministers*) yönetmekte ve her bir Bakan hükümet görevleri portföyünden sorumlu bulunmaktadır. Avustralya Ulusu'nun bakanlarının ve Başbakanın atanmasındaki işleyişe bakıldığında, Genel Vali tarafından federal parlamentodaki Temsilciler Meclisinin çoğunluğunu temsil eden bir siyasi parti ya da koalisyon liderinin tavsiyesi üzerine atanmaktadır (Australian Government Department of Foreign Affairs and Trade, 2016: 17). Genel Vali'nin ataması Başbakan'ın tavsiyesi üzerine Kraliçe tarafından gerçekleştirilmekte ve anayasal ve yasal görevler, resmî törensel görevler ve törensel olmayan sosyal görevler olmak üzere üç kategoride işlev alanları mevcut bulunmaktadır (Parliament of Australia, 2021a). Bu kapsamda, Genel Vali başbakanın tavsiyesi üzerine Kabine'nin atamasını gerçekleştirmektedir. Kabine üyelerinin hepsi parlamento üyesi olmak durumundadır ve ulusal hükümetin altı eyaleti arasında Parlamento üyeleri şu şekilde dağıtılmaktadır: Yeni Güney Galler (*New South Wales*) 48 üye, Victoria 37 üye, Queensland 30 üye, Güney Avustralya (*South Australia*) 11 üye, Batı Avustralya (*Western Australia*) 15 üye, Tazmania beş üye ve diğler iki bölge olan ACT ve Kuzey Bölgesi (*the Northern Territory*) ikişer üye bulunmaktadır (CLGF, 2017-2018: 5).

Ayrıca, Avustralya'da Federal Parlamento'nun iki kanadı bulunmaktadır; bunlardan ilki olan Temsilciler Meclisi'nin 150 üyesi mevcut bulunmakta ve Temsilciler Meclisi seçimleri üç yılda bir gerçekleşmektedir. Parlamento'nun ikinci kanadı olan Senato'nun ise 76 üyesi bulunmakta olup bu üyeler içerisinde eyaletlerin 12 temsilcisi ve bölgelerin ikişer temsilcisi bulunmaktadır (Avustralya Ülke Bülteni, 2018: 2).

Buna ek olarak, Avustralya'da üç yönetim düzeyi ya da kademesi şu şekilde ifade edilmektedir: Tüm ülke (*The Whole Nation*), eyalet veya bölge (*State or Territory*) ve yerel alan (*City, Municipality, Shire*)' dan oluşmaktadır. Tüm ülkeye ilişkin lider ve yürütme organı başbakan ve federal parlamentodur, federal parlamento 150 üyeye sahip bulunan Temsilciler Meclisi (*House of Representatives*) ve 76 üyeli Senatodan oluşmaktadır. İkinci olarak 6 eyalet ve 2 bölge, lider ve yürütme organı bölgelerdeki başbakan ve NSW Parlamentosudur; 93 üyeli Yasama Kurulu (*Legislative Assembly*) ve 42 üyeli Yasama Meclisi'nden (*Legislative Council*) oluşmaktadır. Üçüncü olarak, yerel alan (*Local Area*) Avustralya'da sayısal olarak 560'tan fazla ve 152 NSW'da bulunmaktadır, lider ve yürütme organı belediye başkanı (*Lord Mayor*), kent, belediye veya Shire Meclisinden oluşmaktadır (Parliament of New South Wales, 2021: 3). Federal hükümet posta, telefon, internet, para, göçmenlik, savunma gibi ulusal konulardan; eyalet ve bölge hükümetleri o eyalet veya bölgedeki insanları etkilemekte olan okullar, toplu taşıma, hastaneler, toplu konut gibi konulardan; yerel meclisler yerel toplulukları etkileyen otopark, çöp toplama ve geri dönüştürme, parklar, spor sahaları ve yüzme havuzları gibi konulardan sorumlu bulunmaktadır (Parliamentary Education Office, 2021c).

Avustralya üç düzeyde hükümete sahip olmakla birlikte bu düzeyler kanun yapma yetkilerine sahiptir ve bunlar Federal ya da ulusal parlamento; eyalet/bölge parlamentoları ve yerel meclislerdir. Federal, eyalet ve Kuzey Bölgesi ve ACT hükümetlerinin üç kolu şu şekilde ifade edilmektedir: “*Yasama organı ya da parlamento çıkarılacak yeni yasaların tartışılması ve oylanmasından sorumludur; yasaları çıkartmaktan ve yasaları uygulamaktan sorumlu bulunan bir Yürütücü; diğer şeylerin yanı sıra bu tür yasaların uygulanmasından sorumlu bulunan bir Yargı*”dır (Australian Government Australian Trade Commission, 2016: 2). Ayrıca, Avustralya Anayasası’nda federal ve eyalet hükümetleri arasındaki yetki paylaşımı düzenleme konusu edilmektedir. Her bir eyaletin kendine ait Anayasası bulunmakta ve kendi Anayasaları eyaletin kanun yapma yetkilerini belirlemektedir. Federal Parlamento’nun kanun çıkarabileceği alanlar Avustralya Anayasası’nın 51 ve 52. Bölümlerinde liste olarak açıklanmaktadır (Australian Government Australian Trade Commission, 2016: 3). Ayrıca, Eyalet parlamentolarının Anayasa tarafından federal Parlamenta’ya tahsis edilmeyen herhangi bir konuda kanun yapma yetkisi bulunmakta ve eyalet kanunları genelde yerel yönetimler, eğitim ve okullar, sağlık, çevrenin bazı yönleri, acil service operasyonu (polis, itfaiye ve ambulans) gibi konuları kapsamaktadır (Australian Government Australian Trade Commission, 2016: 4).

Avustralya’da Üç Yönetim Kolu

Avustralya Parlamentosu Kraliçe, Senato ve Temsilciler Meclisinden oluşmakta ve ülkeyi etkileyen kanunların çıkarılması Parlamenta’nın sorumluluğundadır (Australian Government, 2021). Avustralya Anayasası, Federal Hükümeti; Parlamento, Yürütme Hükümeti ve Yargı olarak kurmaktadır ve bu yapı ‘hükümetin üç kolu’ olarak da isimlendirilmektedir (Parliament of Australia House of Representatives, 2019: 1). Avustralya’da hükümetin üç kolu şu şekilde sıralanmaktadır (Australian Government, 2021):

1) Yasama organı (ya da parlamento) Anayasanın 51. Maddesinin yetkisi kapsamında çıkarılacak olan yeni yasaların tartışılması ve yeni yasaların oylanmasından sorumlu bulunmaktadır,

2) Yürütme (Avustralya Hükümeti) yasama organınca oluşturulan yasaların yürürlüğe koyulması ve bu yasaların uygulanmasından sorumlu bulunmaktadır; yasama organının belirli üyeleri bakanlar olarak isimlendirilir, yürütmenin üyeleridir ve Bakanlar yasanın belirli alanlarında özel sorumluluklara sahiptir,

3) Yargı, federal hükümetin yasal kolu olmakla beraber, diğer iki koldan bağımsız bulunmaktadır; yargı sorumluluk olarak yasaların uygulanmasından ve diğer iki kolun kendi yetkileri kapsamında hareket edip etmediğine dair karar verme sorumluluğu bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında, Avustralya’da hükümetin üç kolu Parlamento, Yürütme Hükümeti ve Yargı başlıkları çerçevesinde ayrıntılı olarak açıklanacaktır.

a) Parlamento: Anayasa yasama yetkisini, yasa yapma yetkisini, Parlamento'ya vermektedir. Parlamento'nun oluşumuna bakıldığında, Parlamento Genel Vali tarafından temsil edilen Kraliçe ve İki Meclis yani Temsilciler Meclisi ve Senato'dan oluşmaktadır (Parliament of Australia House of Representatives, 2019: 1).

Anayasa; Kraliçe, Temsilciler Meclisi ve Senato'dan oluşan Commonwealth Parlamentosu'nu kurmaktadır (Anayasa 1-60 bölümleri) ve altı eyaletin her birinin halkı aynı sayıda Senatör seçmektedir. Kuzey Bölgesi ve Avustralya Başkent Bölgesi halkının her biri iki senatör tarafından temsil edilmektedir (Commonwealth of Australia, 2010: V). Avustralya parlamentosunun dört temel işlevi şu şekilde ifade edilmektedir: İlk olarak kanun yapma yetkisi bulunmaktadır ve Avustralya halkı adına ulusal kanunlar yapmaktadır. İkinci olarak temsil yetkisi mevcuttur, Parlamento Avustralya vatandaşlarının, partilerinin ve diğer grupların çıkarlarını ve görüşlerini temsil fonksiyonu bulunmaktadır. Üçüncü olarak hükümeti oluşturma işlevi yer almaktadır. Parlamento, federal bir seçimin ardından Temsilciler Meclisi'nde çoğunluğu elde eden partiden hükümeti oluşturmaktadır. Son olarak, Parlamento'nun inceleme fonksiyonu bulunmaktadır ve Parlamento, yürütme hükümetinin çalışmalarını denetlemektedir (Constitutional Centre of Western Australia, 2019: 2).

Parlamento'nun yaptığı işler özetle şu şekilde belirtilmektedir: Parlamento yasayı geçirmekte; Parlamento Yürütme Hükümetine harcama ve vergilendirme için hükümetin önerilerini kabul ederek kamu parasını harcama yetkisi vermekte; hükümetin idari işlemlerini incelemekte, kamu politikası tartışması için bir forum görevini yerine getirmektedir (Parliament of Australia House of Representatives, 2019: 1-2).

Parlamento'nun yaptığı çalışmalar, dört Parlamento Departmanı personeline desteklenmektedir. Bu ilgili birimler Senato Departmanı (*Department of Senate*), Temsilciler Meclisi Departmanı (*Department of House of Representatives*), Parlamento Hizmetleri Departmanı (*Department of Parliamentray Services*) ve Parlamento Bütçe Ofisi'dir (*Parliamentary Budget Office*) (Parliament of Australia, 2021b).

b) Yürütme Hükümeti: Anayasa, Commonwealth'in yürütme gücünün Kraliçe'ye ait olduğu ve aynı zamanda Kraliçe'nin temsilcisi olarak da Genel Vali tarafından kullanılabilmesi belirtilmektedir. Yürütme Hükümeti'nin pratikteki görünümüne bakıldığında, yürütme yetkisi Başbakan ve Kabine tarafından sahiplenilmiştir. Güçleri anayasal olarak Federal Yürütme Konseyi üyeliğinden ve Genel Valiye danışman statüsünden; siyasi olarak Temsilciler Meclisi seçimlerinde halktan ve son olarak gelenekten; yani gelenek ve görenekten kaynaklı olduğu ifade edilmektedir (Parliament of Australia House of Representatives, 2019: 2).

Kabine, Avustralya Hükümetinde en üst karar alma grubu olarak Başbakan ve Yürütme Hükümeti'nin bir parçası niteliğinde yaklaşık 19 bakanı kapsamakta ve Kabine bakanları büyük

devlet dairelerinin sorumluluğunu üstlenmektedir. Kabine'nin rolü hükümet politikasını yönlendirmek ve ulusal meseleler hakkında karar vermek olarak belirtilmektedir. Kabine toplantılarında bakanlar kendi devlet dairelerince hazırlanmış bulunan yasa tasarılarını sunmakta, Kabine bu tasarıları değerlendirmekte ve bakanlara kanun tasarılarının Meclise getirilip getirilmeyeceği ya da değişiklik yapılmasını önermektedir (Parliamentary Education Office, 2021d).

Başbakan, Anayasa uyarınca Genel Vali tarafından atanmakta ve Genel Vali Temsilciler Meclisi'nde çoğunluğa sahip olan partinin parlamento liderini veya koalisyon partilerini atamaktadır. Başlıca işlevleri bakanlık tavsiyesi almak ve ilanlar, yönetmelikler, kararnameler ve yasal atamalar gibi resmî belgelerin imzalanmasını onaylamak olan Federal Yürütme Konseyi (*The Federal Executive Council*), Genel Vali'nin başkanlık yaptığı bütün bakanlardan oluşmaktadır. Avustralya, bir Kabine sistemi altında çalışmaktadır, Kabine Anayasa'da belirtilmemekte ancak hükümetin önemli karar alma organı durumunda olup Kabine üst düzey Hükümet Bakanlarından oluşmakta ve Kabine'nin aldığı kararlar, Federal Yürütme Konseyi tarafından resmi şekilde onaylanarak yasal geçerlilik kazanmaktadır (Parliament of Australia, 2021a). Buna ek olarak, Başbakan her soru zamanında meclise gelmekte ve hükümet politikası hakkında önemli açıklamalarda bulunmaktadır (Parliament of Australia House of Representatives, 2020: 3).

Bakanlık oluşumunda Başbakan, Kabine, Bakanlar ve Parlamento Sekreterleri yer almaktadır. Başbakan hükümetin başıdır ve başbakan bu konumuna hükümette partinin seçilmiş lideri olarak erişmektedir ve Kabine'ye başbakan başkanlık etmekte ve Kabine kıdemli bakanlardan oluşmaktadır. Ana politika ve yasa tekliflerine Bakanlar Kurulu tarafından karar verilmekte ve Başbakan Kabine pozisyonları için Bakanları seçmekle sorumlu bulunmaktadır. Başbakan bakanları seçmektedir; Bakanlar her iki Parlamento Meclisinden atanmakla beraber yaklaşık olarak Bakanların üçte ikisi Temsilciler Meclisi Üyesidir. Sayısal olarak en çok 12 üye ve Senatör, idari sorumluluklarına ilişkin olarak Bakanlara yardımcı olabilmek adına veya Bakanları temsil etmek için Parlamento Sekreteri olarak Başbakan tarafından atanmaktadır (Parliament of Australia House of Representatives, 2019: 2). Parlamentoda kendi departmanlarıyla ilgili konularda hükümetin sözcüsü olarak hareket eden Bakanların görevleri şu şekilde ifade edilmektedir: Mevzuatın uygulanmasını sağlamak ve yönetmek, hükümet politikası ile alakalı olarak açıklamalar yapmak ve idari sorumluluklarına ilişkin soruları yanıtlamak (Parliament of Australia House of Representatives, 2020: 3).

c. Yargı: Anayasa, Commonwealth' in yargı yetkisine şu gibi yetkiler vermektedir: Kanunları yorumlamak ve Yüksek Mahkeme ve diğer federal mahkemelerdeki münferit (bireysel) davalarda geçerli olup olmadığına karar vermek. Anayasa ile Yüksek Mahkeme oluşturulmakta

ve Parlamento mevzuatıyla diğler federal mahkemeler kurulmaktadır (Parliament of Australia House of Representatives, 2019: 4).

Avustralya Anayasası, Avustralya Yüksek Mahkemesinin oluşturulması öngörmekte ve Anayasa Parlamento'nun oluşturabileceği diğler mahkemelerin kurulmasını mümkün kılmaktadır. Yüksek Mahkeme yargııların ataması Konsey'deki Genel Vali tarafından gerçekleştirilmektedir (Parliament of Australia, 2021a).

Avustralya Yerel Yönetim Sistemi

Avustralya'da tüm yönetim alanlarının dışında yerel yönetimler topluluklarla en yakın ilişki içerisinde bulunmakta olup yerel ve topluluk ihtiyaçlarının karşılanması ve anlaşılması gibi konularda önemli bir avantaja sahiptir. Yerel yönetim sistemleri eyaletler arasında farklılık göstermektedir ancak yerel yönetimler genel olarak yönetim, hizmet sunumu, savunuculuk (*advocacy*), varlık yönetimi, planlama, topluluk gelişimi ve düzenleme rollerine sahip bulunmaktadır (Australian Government Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Local Government, 2007-2008: 2).

Avustralya Ulusal Anayasası yerel yönetimlere ilişkin atıfta bulunmamakla beraber, yerel yönetimler Avustralya'da tüm eyalet anayasaları çerçevesinde ve Kuzey Bölgesi'nin Anayasası olan federal mevzuatta tanınmaktadır. Yerel yönetimler üzerinde federal bir yargı yetkisi söz konusu bulunmazken, her eyalet ya da bölgenin kendine ait yerel yönetim mevzuatı bulunmaktadır (CLGF, 2017-2018: 5).

Yerel yönetimlerin hizmet sunumu ve yerel yasa yapabilme konusundaki gücünün kaynağı Eyalet Parlamentosundan (*State Parliament*) geçen mevzuattan kaynaklanmaktadır ve yerel yönetimlere güç kazandıran ve yerel yönetimler için en önemli yasalardan biri 1995 tarihli Yerel Yönetimler Yasası'dır. Söz konusu yasa, şu sıralanan özellikleri içermektedir "yerel yönetimlerin işlevlerini, seçimlerin nasıl yapılması gerektiğini açıklar ve işlerinin incelenmesi de dahil olmak üzere yerel yönetimlerin yönetim ve finansal yönetimi için bir çerçeve oluşturur" (Government of Western Australia, 2019: 2). 1995 tarihli Yerel Yönetim Yasası ile Batı Avustralya'da yer alan yerel yönetimler bölgelerinin iyi bir şekilde yönetilebilmesi için gerekli olarak görülen yerel yasaları yapabilme imkânı kazanmıştır (Department of Local Government, Sport and Cultural Industries, 2021a).

Yerel yönetimler ilgili Kanuna ek olarak yetki elde edebildiği farklı birçok kanun yer almaktadır. Bu kanunlar içerisinde önemli olanlardan birisi 2016 tarihli Halk Sağlığı Yasası (*The Public Health Act*) olup yerel yönetimlere her bir topluluğun sağlığını korumak adına geniş içerikli yetkiler sağlamaktadır. Ayrıca, 2005 tarihli Planlama ve Kalkınma Yasası (*The Planning and Development Act*) da yerel yönetimlere yerel planlama programları hazırlama ve düzenli gelişimini sağlama konularında yetki vermektedir (Government of Western Australia, 2019: 2).

Yerel yönetim alanları, boyut ve karakter yönlerinden değerlendirildiğinde farklılıklar bulunmaktadır; bu kapsamda Sidney Bölgesi yaklaşık olarak 35 şehir, belediye ya da belediye meclislerine (Shire Councils) ayrılmış; Bathurst ve Albury daha büyük ülke merkezlerindeyse kent ya da belediye meclisleri bulunmaktadır (Parliament of New South Wales, 2021: 4). Yerel yönetimlerin gücü Yerel Yönetim Kanunları gibi Eyalet Parlamentosu Kanunları tarafından kontrolü gerçekleştirilmektedir. Yerel Meclisler (*Local Councils*)'in sorumlu olduğu konular şu şekilde sıralanmaktadır: Bina düzenlemeleri ve imar, halk sağlığı, yerel yollar ve patikalar, parklar ve oyun alanları, kütüphaneler, yerel çevre konuları, atık bertarafı ve birçok toplum hizmeti (Parliament of New South Wales, 2021: 4).

Yerel yönetimlerin geleneksel odak noktası alt yapı ve belediye hizmetleri üzerine olmakla birlikte, son 50 yıllık dönemde yerel yönetimlerin boyutu, kapsamı ve rolünde bir artış durumu söz konusu bulunmaktadır; yerel yönetimler altyapı hizmetlerinin yanı sıra vatandaşa yönelik hizmetlere daha fazla dâhil olmaktadır (Australian Local Government Association, 2021a: 1). Bu kapsamda, Meclisler hizmet sunumunu yerel ihtiyaçlara göre ve ayrıca çeşitli Eyalet yerel yönetim kanunlarının gerekliliklerine göre tespit etmektedir, yerel yönetim işlev ve hizmetleri şu şekilde belirtilebilir (Australian Government Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Local Government, 2007-2008: 2-3): “İdare (hava alanları, taş ocakları, mezarlıklar, park istasyonları ve cadde park yerleri), bina (denetim, ruhsatlandırma, sertifikasyon ve uygulama), toplum hizmetleri (çocuk bakımı, yaşlı bakımı ve barınma, sığınma tesisleri, tekerlekler üzerinde yemekler, danışmanlık ve refah), kültürel/ eğitim (kütüphaneler, sanat galerileri ve müzeler), mühendislik (bayındırlık işleri tasarımı, yolların, köprülerin, patikaların yapımı ve bakımı, drenaj, temizleme, atık toplama ve yönetimi), sağlık (su numunesi alma, yiyecek numunesi alma, aşılama, tuvaletler, gürültü kontrolü, et denetimi ve hayvan kontrolü), planlama ve geliştirme onayı, rekreasyon (golf sahaları, yüzme havuzları, spor sahaları, rekreasyon merkezleri, salonlar, büfeler, kamp alanları ve karavan parkları), su ve kanalizasyon (bazı eyaletlerde), diğer (mezbahalar, satış yerleri, marketler ve grup satın alma planları)”.

Yerel yönetimin yetki alanları içinde ve arasında önemli derecede farklılıklar olabilmekte, bu farklılık kırsal-metropolitan farklılıkların ötesinde yer almaktadır. Meclisler arasında büyüklük ve nüfus farklılıklarının dışındaki diğer önemli farklılıklar şöyle ifade edilmektedir: “Yerel toplulukların tutumları ve istekleri, mali durum (gelir artırma kapasitesi dâhil), kaynaklar ve beceri tabanı, örneğin oy hakları ve seçim sistemleri dâhil olmak üzere yasal çerçeveler, fiziksel, ekonomik, sosyal ve kültürel çevreler, fonksiyonların aralığı ve ölçeği” (Australian Government, 2014-2015: 2).

Avustralya’da genel olarak Meclisler olarak isimlendirilmekte olan yerel yönetim alanları için anayasal sorumluluk sekiz eyalet ve bölge hükümetine ait bulunmakta ve bunlardan her biri

kendi yerel yönetim sistemini yönetmektedir. Yerel yönetim sistemlerinin her birinin mevzuatı bulunmakta ve mevzuatlarında yerel yönetimlerin yerel seçim hükümlerini ve yerel yönetim yetki ve sorumluluklarına ilişkin açıklamalar yer almaktadır. Sekiz eyalet ve bölgeden yedi tanesinin ayrı bir yerel yönetim kademesi mevcut olmakla birlikte, bölge hükümetinin tüm yerel yönetim işlevlerini yerine getirdiği ACT istisnai durumda bulunmaktadır (CLGF, 2017-2018: 6).

Bu kapsamda, 1995 tarihli Yerel Yönetim Yasasına göre, yerel yönetimler bölgelerinde genel güce sahip bulunmakta ve bu genel güce bölgelerindeki insanların iyi yönetimini sağlamak adına sahip bulunmaktadır, bu da yasanın veya başka herhangi bir yazılı yasanın engellemediği takdirde yerel yönetimlerin karar alabilmesi anlamına gelmektedir. Yerel yönetimler yasama işlevi olarak yerel yasalar çıkarabildiği gibi yürütme fonksiyonu olarak da hizmet sunabilmektedir (Government of Western Australia, 2019: 2). Yerel yönetimlerin çıkarabileceği yerel yasalar şu şekilde sıralanmaktadır; “sağlık ve güvenlik, sokak ticareti, rezervler ve kıyı şeridi, işaretler, park yerleri, kediler ve köpekler” (Department of Local Government, Sport and Cultural Industries, 2021b).

Yerel Yönetimlerin Organları ve Görevleri

1995 tarihli Yerel Yönetimler Yasası'nın ‘Yerel Yönetimler ve Yerel Yönetim Meclisleri’ başlıklı ikinci bölümünde, 2.5. maddesinde yerel yönetimlere ilişkin şu açıklamalar yer almaktadır: “Kurumsal kurumlar olarak oluşturulan yerel yönetimler; (1) Eyaletin bir alanı bölge haline geldiğinde, bu bölge için bir yerel yönetim kurulur” (Western Australia Local Government Act, 1995: 14).

Ayrıca, “Seçilmiş meclisler tarafından yönetilecek yerel yönetimler” isimli 2.6. maddesinde şu açıklamalar yer almaktadır (Western Australia Local Government Act, 1995: 14-15):

- (1) Her yerel yönetim, yönetim organı olarak seçilmiş bir meclise sahip olacaktır,
- (2) Bir şehir veya kasabanın yerel yönetim meclisindeki makamlar, belediye başkanı, belediye başkan yardımcısı ve meclis üyelerine aittir,
- (3) Bir eyaletin (*Shire*) yerel yönetim meclisindeki makamlar, başkan, başkan yardımcısı ve meclis üyeleridir,
- (4) Vali, meclis üyelerinin görevleri ilk kez dolana ve meclis ilk toplantısını yapana kadar, bir mahalli idare komiseri olarak bir kişiyi emirle atayabilir.

Yerel Yönetimler Yasası'nın ‘Meclisin Rolü’ başlıklı 2.7. maddesinde şu ifadeler yer almaktadır (Western Australia Local Government Act, 1995: 15):

- (1) Meclis- (a) yerel yönetimin işlerini yönetir;
- (b) yerel yönetimin işlevlerinin yerine getirilmesinden sorumludur,
- (2) Altbölüm (1)'i sınırlamadan, meclis:

- (a) yerel yönetimin maliyesinin ve kaynaklarının tahsisini denetler ve,
- (b) yerel yönetimin politikalarını belirler.

Yerel Yönetimler Yasası'nın 'Belediye Başkanı veya Başkanın Rolü' başlıklı 2.8. maddesinde şu açıklamalar yer almaktadır (Western Australia Local Government Act, 1995: 15):

- (1) Belediye başkanı veya başkan - (a) bu Kanuna uygun olarak toplantılara başkanlık eder,
- (b) bölgedeki topluluğa liderlik ve rehberlik sağlar,
- (c) yerel yönetim adına yurttaşlık ve törenle ilgili görevleri yerine getirir,
- (d) yerel yönetim adına konuşur,
- (e) belediye başkanına veya başkana bu Kanun veya başka herhangi bir yazılı kanunla verilen diğer görevleri yerine getirir,
- (f) yerel yönetimin işleri ve görevlerinin yerine getirilmesi konusunda CEO ile irtibat kurar.

Yerel Yönetimler Yasası'nın 'Meclis Üyelerinin Rolü' başlıklı 2.10 maddesinde, şu ifadeler yer almaktadır (Western Australia Local Government Act, 1995: 16):

Bir meclis üyesi (a) seçmenlerin, vergi mükelleflerinin ve bölge sakinlerinin çıkarlarını temsil eder, (b) bölgedeki topluluğa liderlik ve rehberlik sağlar, (c) topluluk ve meclis arasındaki iletişimi kolaylaştırır, (d) meclis ve komite toplantılarında yerel yönetimin karar alma süreçlerine katılır, (e) bu Yasa veya diğer herhangi bir yazılı yasa ile bir meclis üyesine verilen diğer işlevleri yerine getirir.

Ayrıca, Avustralya'da hem eyaletlerin kendi aralarında hem de eyaletlerin kendi içlerinde farklı meclis yapıları mevcuttur ve meclislerin kendi organizasyon yapıları ve komite sistemlerine ilişkin önemli takdir yetkileri bulunmaktadır; resmi meclis işlerini büyük ölçüde açık oturumda yürütmeleri gerekmektedir (CLGF, 2017-2018: 6).

Yerel Yönetimlerin Gelirleri

Yerel yönetimler kendi gelirlerini ücretler, harçlar ve tek vergi geliri olan oranlar yolu ile arttırmaktadır. Son on yılda Avustralya'nın toplam vergi gelirini yaklaşık olarak %3'ünü yerel yönetimler arttırmıştır. Yerel yönetimler gelirinin %80'nini sağlamaktadır ve Avustralya Hükümeti tarafından sağlanan finansman yerel yönetimler için önemli bir gelir kaynağıdır ve özellikle de bölgesel ve uzak topluluklar için ilgili finansman önemli bir gelir kaynağını oluşturur (Australian Local Government Association, 2021b: 1).

Bu kapsamda, yerel yönetimlerin gelirleri şu şekilde ifade edilmektedir (Government of Western Australia, 2019: 3-4):

a) **Oranlar (Rates):** Oranlar mülk üzerindeki bir vergiyi ifade etmektedir ve Avustralya'da birçok yerel yönetim için temel gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. 1995

Yerel Yönetim Yasası ve 1978 Arazi Değerleme Yasası, mülkün oranlanabilir değerini ve alınabilecek oran türlerini değerlendirme konusu yapabilmek adına yöntemler belirlemektedir ve sonrasında her yerel yönetim alınması gerekli oranın türünü ve miktarını tespit etmektedir,

b) **Borçlanma (Borrowings):** Yerel yönetimler borç para alabilmektedirler, normal oranların ve diğer gelir kaynaklarının yeterli olmadığı durumlarda yerel yönetimler büyük ölçekli sermaye faaliyetlerine başlamak için kredi alabilmeleri mümkündür,

c) **Harçlar ve Ücretler (Fees and Charges):** Birçok yerel yönetim gelirlerinin küçük bir yüzdesini ücretlerden ve harçlardan alabilmektedir, yerel yönetimlerin ücret ve harç uygulayabileceği durumlar da şu şekilde ifade edilmektedir: “Yerel yönetim tarafından sahip olunan, yönetilen veya bakımı yapılan tesislerin kullanımı veya kabul edilmesi, bir kişinin isteği üzerine hizmet veya iş temini, malların temini, kayıtlardan bilgi sağlanması, bir ruhsat veya iznin onaylanması, incelenmesi veya verilmesi için bir başvuru alınması”,

d) **Ticari İşletmeler (Commercial enterprises):** Gelir elde etmek amacıyla yerel yönetimlerin, ticari işletmelere dahil olma kapsamı bulunmaktadır.

Avustralya’da 2014-15 döneminde, meclisler kendilerine ait gelirlerini yüzde 89,7’sini arttırmıştır, geri kalan yüzde 10,3’ü hibe ve sübvansiyonlar oluşturmaktadır (Australian Government, 2014-2015: 4). Buna ek olarak, yerel yönetimlerin vergileri arttırma konusundaki diğer bir yolu mülk üzerindeki oranlar olarak belirtilmekte, 2014-15 döneminde, yerel yönetim gelirlerinin yüzde 38,2’ si ulusal olarak oranlardan elde edilmiş bulunmaktadır ve ortalama olarak, yerel yönetimler 2014-2015 döneminde gelirlerinin %27,1’ini mal ve hizmetlerin satışından elde ettiği ifade edilmektedir (Australian Government, 2014-2015: 5).

Bu kapsamda, yerel yönetim harcamalarında konut ve toplum hizmetleri %23,8’lik orana, ulaşım ve iletişim %22,5 orana ve genel kamu hizmetleri %17,2 orana sahip bulunmaktadır (Australian Government, 2014-2015: 6). Avustralya Yerel Yönetim Derneği (Australian Local Government Association, 2021c), yerel yönetimlerle ilgili bazı veri ve rakamları şu şekilde ifade etmektedir: “2018-2019’de yerel yönetim ücret (oran) ’lerde \$18,9 milyar dolar topladı. Yerel yönetim oranları, tüm yönetim kademeleri tarafından toplanan verginin sadece %3,4’ünü oluşturur ve yerel yönetim tarafından alınan tek vergidir. Yerel yönetimin toplam yıllık harcaması \$38,8 milyar dolardır (2018-19)”. Buna ek olarak, Avustralya’da sektörün başlıca harcama kalemlerini Avustralya Yerel Yönetim Derneği (Australian Local Government Association, 2021c) şu şekilde belirtmektedir: “Ulaşım (%22,4) ve rekreasyon, kültür ve din (%16,6) ve çevrenin korunması (%14,8) (2018-19); Binalar ve yapılar, makine ve teçhizat ve arazi dahil olmak üzere yerel yönetim finansal olmayan varlıklarının yenileme maliyeti \$457 milyar dolardır (2018-19)”.

Ayrıca, Yılmaz (2021: 107-108) ‘Avustralya’da Yerel Yönetimlerin İdari ve Mali Yapısı’ isimli çalışmasında toplam kamu harcamalarının yüzdesi olarak yerel yönetim harcamaları 2009-2019 (milyon \$) başlığı ile Avustralya İstatistik Bürosu, IMF ve OECD verilerinden faydalanarak bir tablo oluşturmuş ve ilgili tabloya göre toplam kamu harcamaları kapsamında yerel yönetim harcamalarının payının yıllık olarak ortalama yüzde 5 ile 6 arasında değişim gösterdiğini ve 2009-2019 yılları kapsamında yerel yönetimlerin toplam kamu kesimi harcamalarının yaklaşık olarak yüzde 5,5’ini karşılamakta olduğunu belirtmektedir.

Mali Yardım Hibe Programı (*The Financial Assistance Grant Program*), Avustralya Hükümeti’nden Avustralya’daki Yerel Yönetimlere Eyalet Hükümetleri aracılığıyla finansman sağlar, finansman desteğini Eyaletin hibe komisyonunun tavsiyesi üzerine gerçekleştirmektedir. Her bir yerel yönetim Yerel Yönetim (Mali Yardım) Yasası 1995 Ulusal İlke gerekliliklerine uygun bir şekilde genel amaçlı finansman havuzunun %30’unun kişi başına dağılımına eşdeğer asgari bir hibe alabilme imkânına sahiptir. Fonlar yatay bir mali eşitleme (*fiscal equalisation*) temelinde sağlanmaktadır, bu şekilde sağlanmasıyla bir eyalette yer alan yerel yönetimlerin hepsi birbirine benzer bir hizmet çeşitliliği ve benzer kalitede hizmet sağlayabilme becerisine erişebilmektedir (Australian Government Productivity Commission, 2017: 11-12).

Avustralya Hükümeti, yerel yönetimlere Mali Yardım Hibe Programı çerçevesinde 1974-75 döneminden bu yana sağladığı kaynak \$58 milyar dolardan fazla bulunmaktadır ve hibenin sağlanması 1995 Yerel Yönetim (Mali Yardım) Yasası kapsamında gerçekleşmektedir. Mali Yardım Hibe Programı iki bileşenden meydana gelmektedir. Bu bileşenlerden birincisi nüfusa göre eyaletler ve bölgeler arasında dağıtılan genel amaçlı bir bileşendir. İkinci bileşen ise sabit tarihsel paylara göre eyaletler ve bölgeler arasında dağıtılan tanımlanmış bir yerel yol bileşeni olarak ifade edilmektedir (Australian Government Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications, 2021).

Yerel Yönetimler ve İnsan Kaynakları

Halka en yakın hizmet birimi olan yerel yönetimler, yöre halkının talep ve beklentilerinin karşılanması noktasında önem arz etmektedir. Ayrıca, vatandaşların ihtiyaç ve sorunlarının tespit edilebilmesi ve bu çerçevede gelecek projelere yön verilmesi yerel yönetim kuruluşlarının sorumluluğu altındadır. Sözü edilen süreçlerin sağlıklı şekilde yürütülebilmesi ve başarılı çıktılara ulaşılabilmesi için çeşitli politika kaynaklarına gereksinim duyulmaktadır. Personel ya da insan kaynakları, politikaların etkin ve verimli şekilde uygulanabilmesi ve istenilen hedeflerine ulaşılabilmesi açısından işlevsel bir nitelik taşımaktadır (Knoepfel, Larrue, Varone ve Hill, 2007: 66-69). Bu nedenle, yerel düzeydeki politikaların oluşturulması ve hayata geçirilebilmesi personel kaynağı potansiyeliyle doğrudan ilişkilidir. Özellikle, halkla direk etkileşimde olan kamu çalışanları olarak ifade edilen “Sokak Düzeyi Bürokratları” (Lipsky, 1980; 2010) hem yerel hem

de ulusal düzey politikaların başarısında büyük rol oynamaktadır. Öyle ki, yerel düzeydeki politikalar halkın talepleri doğrultusunda titizlikle oluşturulsa dahi, sokak düzeyi bürokratların uygulama aşamasındaki bilgisizlik, tecrübesizlik ve özensizliği tüm sürecin başarısızlıkla sonuçlanmasına yol açabilmektedir.

Avustralya yerel yönetim birimleri, stratejik insan kaynakları ve yönetimi anlayışı çerçevesinde personel politikalarına yön vermektedir. Bu sayede, her düzeyde yerel yönetim çalışanlarının iş verimini artırmak amaçlanmaktadır. Öte yandan, yerel yönetim birimlerinin nitelikli personel istihdamını gerçekleştirilmesi, bazı dönemlerde piyasa rekabetinin de etkisiyle daha zor olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, yerel yönetimlerin kalifiye personele sahip olabilmesi için mevcut ve potansiyel işgücünün ihtiyaç ve taleplerine daha duyarlı olmaları gerekmektedir (Woods, Artist ve O'Connor, 2015: 123).

Avustralya'da yerel yönetimlerde istihdam edilen personel sayısı incelendiğinde, toplam kamu personeli sayısının küçük bir bölümünü oluşturmaktadır. Öyle ki, 2020 yılı itibariyle Avustralya'da 2.041.200 adet kamu personeli görevlerine devam etmektedir. Yerel yönetimlerde ise sadece 186.000 kamu çalışanı görev yapmaktadır (Australian Bureau of Statistics, 2020). Bu bağlamda, kamu personellerinin büyük bir oranda merkezi yönetim teşkilatlarında istihdam edildiği görülmektedir. Avustralya yerel yönetim birimlerinde görev yapan personellerin statüleri incelendiğinde, genellikle tam zamanlı çalışma usulünün benimsenmiş olması dikkat çekmektedir. Çalışanların %68'inin tam zamanlı, %16'sının yarı zamanlı ve yine %16'sının da geçici işçi olarak çalıştığı görülmektedir. Öte yandan, Avustralya'da yerel yönetimlerin %69'unun özellikle mühendislik, şehir ve bölge planlama, çevre sağlık ve proje yönetimi alanlarında nitelikli personel ihtiyacı sorunu bulunmaktadır. Söz konusu ihtiyacın ortaya çıkması ve devam etmesinin birtakım temel sebepleri bulunmaktadır. Bu sebepler; yerel yönetimlerin personellere sağlanacak özlük hakları konusunda özel sektörle rekabet edemeyecek durumda olması, yerel düzeyde çalıştırılabilecek nitelikli personelin çok az olması ve özellikle bazı meslek dallarında işgücü piyasasında yüksek talep olması şeklinde sıralanabilir. Avustralya yerel yönetim birimlerinde engelli personel istihdamı uygulamasına yer verilmektedir. Ancak, engelli personelin toplam işgücü içerisinde oranı oldukça küçük bir oran olup yaklaşık %0,8'dir (Australian Local Government Association, 2018: 6-22).

Avustralya'da yerel yönetimlerde yürütülen personel ya da insan kaynakları politikası incelendiğinde birtakım politika tavsiyeleri sunmak ya da tespitlerde bulunmak mümkündür. İlk olarak, yerel yönetimlerde görev yapan personel sayısının merkezi yönetime kıyasla oldukça düşük seviyelerde kalması tartışmaya açık bir husustur. Yerel yönetimlerin sunduğu hizmetler, görev tanımları ve iş yükleri göz önünde bulundurularak yeniden bir değerlendirme yapılması gerekmektedir. Böylelikle, personel eksikliği dolayısıyla meydana gelebilecek hizmet

aksamalarının önüne geçilebilir ve vatandaş memnuniyeti artırabilir. Yerel yönetimlerde bazı meslek alanlarında personel istihdamı konusunda büyük problemlerin yaşandığı görülmektedir. Yerel yönetimler için hayati önem taşıyan alanlarda personel ihtiyacının giderilebilmesi için bazı düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Örneğin, mühendislik, şehir ve bölge planlama ve çevre sağlığı gibi alanlardaki personel eksikliğinin giderilebilmesi için çalışma koşullarının ve imkânlarının en üst seviyelere çıkarılması önemli bir adım olabilir. Bu çerçevede, bahsedilen alanlardaki uzman personel için yerel yönetim birimlerinde görev almak daha cazip hale gelebilir. Buna ek olarak, Avustralya yerel yönetim birimlerinde görev yapan mevcut personelin niteliklerinin geliştirilebilmesi için eğitim programlarının daha sık düzenlenmesi önem taşımaktadır. Hizmet öncesi ve hizmet içi eğitimler vasıtasıyla çalışanların çeşitli alanlarda uzmanlaşmalarına destek olunabilir. Böylece, yerel yönetimler tarafından sunulan hizmetlerin kalitesinde kayda değer değişimler yaşanması sağlanabilir.

Yerel Yönetimlerde Katılım

Avustralya, 19 ve 20. Yüzyıllarda demokratik kurumlara sahip olmanın yanı sıra medeni ve siyasal hakların artırılabilmesi adına önemli mücadelelerin verildiği ülkelerden birisidir. Bu doğrultuda, azınlık haklarının korunması, hukuk üstünlüğünün desteklenmesi ve vatandaş katılımının teşvik edilmesi amacıyla Avustralya'da çeşitli reformlar hayata geçirilmiştir (Head, 2011: 103). Yapılan reformlar ile özellikle sivil katılım noktasında gösterilen çabaların daha somut çıktılara dönüştürülmesi hedeflenmiştir. Yerel yönetimlerin her ne kadar yetki düzeyleri sınırlı olsa da kütüphaneler ve toplum merkezleri, şehir planlaması, yerel ulaşım ve çöp toplama gibi birçok günlük hizmet ve tesislerden sorumlu oldukları (Freeman, 2016: 200) ifade edilmektedir. Sözü edilen sorumlulukların önemli bir kısmını da vatandaşların yerel düzeydeki sorunlarının belirlenmesi oluşturmaktadır. Bu nedenle, vatandaşların yerel düzeydeki problemlerinin tespit ve çözüm süreçlerine katılımı sonucu oluşan faydalar (Head, 2007: 443), yerel yönetim birimlerinin hizmet etkinliği ve verimliliğine yansımaktadır. Vatandaşların farklı politika alanlarında yaşadıkları olumsuzluklar daha ivedi şekilde ortadan kaldırılmakta ve yerel yönetimler vatandaş katılımı sayesinde çeşitli politika alternatiflerine sahip olma fırsatı elde etmektedir.

Avustralya yerel yönetim birimlerinin faaliyetleri incelendiğinde, sivil katılımı artırmaya yönelik politikaların izlendiği görülmektedir. Öyle ki, yerel yönetimlerin vatandaşları hizmet kullanıcısı ya da müşteri olarak görmek yerine, onlarla daha yakın ilişkiler kurmaya eğilimli oldukları ve bu doğrultuda protokollerin geliştirilerek yüksek düzeyde istişarelere önem verdikleri (Aulich, 2009: 57) belirtilmektedir. Sivil katılımın sağlanması ve geliştirilmesi hususunda çeşitli teknikler ve süreçler bulunmaktadır. Head (2007: 443-444) sözü edilen süreçte kullanılan teknikleri; grup ve kamuoyu anketleri düzenlemek, gruplara bilgi aktarımı sağlamak, öne çıkan

isimlere danışmak, forum ve danışma kurulları oluşturmak ve topluluk organlarına finansal destek sunmak gibi sıralamaktadır. Toplumdaki problemlere ilişkin politika ya da danışma kurullarının oluşturulması, yerel yönetimlerin sivil katılıma yönelik tutumunu göstermektedir (Babaoğlu, 2013; Babaoğlu ve Babaoğlu, 2020: 200). Bu doğrultuda, Avustralya’da vatandaş katılımının etkili şekilde tesis edildiği ve buna ilişkin de örneklerin yer aldığı (Aulich, 2009: 57) ifade edilmektedir. Avustralya’da yerel yönetimlerde halk katılımının hayata geçirilebilmesi için eyaletler bazında farklı uygulamalara gidilmektedir. Eyaletler arasında yerel yönetim ve katılım konularına ilişkin birtakım benzerlikler görülse de yasal düzenlemeler, çeşitli uygulamalar, master ve yerel alan planlamaları çerçevesinde farklılaşmalar yer almaktadır (Grant, Dollery ve Kortt, 2011). Avustralya yerel yönetim birimlerinde, uygulamada ve mevzuatta görülen farklılaşmaların sivil katılım düzeyine doğrudan etki etmektedir. Diğer bir ifadeyle, dijitalleşme, sosyal medya kullanımı, bütçeleme ve en önemlisi yönetim gibi kavramların eyaletler düzeyindeki yansımaları farklılaşabilmektedir.

Dijitalleşme, özel sektördeki olduğu gibi kamu sektöründe de özellikle son 20 yılda önemli bir ivme yakalamıştır. Yerel yönetim birimleri tarafından sunulan hizmetler, geliştirilen uygulamalar ile desteklenerek vatandaşların daha iyi hizmet almaları sağlanmaktadır (Karasoy ve Babaoğlu, 2020: 116). Dünya’nın ilk dijital belediyesi olarak bilinen Hollanda’nın Molenwaard Belediyesi örneğinde de olduğu gibi yerel hizmetlerin belediye binası bile olmadan sadece dijital belediyecilik uygulamaları ile sunulması (Erdoğan, 2019: 72), gelecek dönemlerde karşılaşacağımız dijital dönüşüm için ciddi ipuçları vermektedir. Ayrıca, yerel politikaların şekillendirilmesi sürecinde de dijital demokrasi uygulamalarının ön plana çıkmakta ve örneğin Başakşehir Belediyesi’nin yaşayan laboratuvar uygulamasıyla veya Türkiye’nin ilk dijital demokrasi platformu olan Muratpaşa Belediyesi Komşu Meclis Uygulaması sayesinde vatandaşlar karar alma süreçlerine doğrudan katılım sağlayabilmektedirler (Babaoğlu ve Memiş, 2020: 202; Erdoğan, 2020: 54).

Avustralya yerel yönetimlerinde de dijitalleşmeye olan talebin ve hayata geçirilen uygulamaların giderek arttığını söylemek mümkündür. Yerel yönetim birimlerinin faydalandığı uygulamalar incelendiğinde, sivil katılım için özellikle sosyal medya önem kazanmaktadır. Ancak kırsal kesimlerde hizmet sunan yerel yönetim birimlerinin, vatandaşlarla ile iletişimde sosyal medyayı kullanmak ve bu süreci yönetmek için yeterli kaynağa sahip değildirler. Sözü edilen yerel yönetimler, sınırlı bağlantıları ve kaynakları dolayısıyla sivil katılımı sağlamak için gerekli olan sosyal medya ve dijital platformlardan yararlanma hususunda ciddi bir dezavantaj yaşamaktadırlar (Freeman, 2016: 202-214). Dijitalleşme ve katılım bağlamında yeterli altyapı ve donanımına sahip yerel yönetim kuruluşlarının, vatandaş taleplerine sosyal medya platformları vasıtasıyla daha duyarlı olmakta ve eylem kapasiteleri genişlemektedir (Babaoğlu ve Akman,

2018: 79). Avustralya federal politikaları da incelendiğinde, yerel düzeyde dijital devlet anlayışının benimsendiği görülmektedir. Öyle ki, Ulusal Dijital Ekonomi Stratejisi ve benzer politikalar ile yerel yönetimlerde dijitalleşme ve katılım konularına önem verilmektedir (Department of Broadband and Communications and the Digital Economy (DBCDE), 2011). Bu sayede vatandaşlar, yerel yönetim düzeyinde çeşitli konuların tartışıldığı ve karar alma süreçlerinin yaşandığı platformlarda yer almaktadır (Serrao-Neumann, Harman, Leitch ve Low Choy, 2015).

Yerel yönetimlerde, bütçeyle ilgili konular genellikle ön plana çıkmaktadır. Yerel politikaların sorunsuz şekilde yürürlüğe konulabilmesi ve vatandaşların taleplerine daha duyarlı olunabilmesi için bütçe önem arz etmektedir. Hatta, para ya da finansal kaynaklar, kamu politikasının en önemli kaynakları arasında sıralanmaktadır (Knoepfel ve diğerleri., 2007: 69). Avustralya’da da yerel yönetimlerde bütçeleme konularında vatandaşlarının katılımını destekleyen ve teşvik eden faaliyetler yer almaktadır. Avustralya yerel yönetimlerinde, özellikle katılımcı bütçeleme uygulamalarıyla sivil katılım tesis edilmektedir (Thompson, 2012). Bu bağlamda, etkin yönetişim, meşruiyet ve adalet gibi ilkelerin benimsenebilmesi için katılımcı bütçelemenin Avustralya yerel yönetim birimlerinde devam etmesi ve artması önem taşımaktadır (Christensen ve Grant, 2016: 470).

Sonuç

Avustralya’da federal, eyalet veya bölge ve yerel düzey olarak üç hükümet düzeyi mevcut bulunmaktadır (European Parliament, 2020: 1). Ülke; Avustralya’nın devlet başkanı olarak Kraliçe II. Elizabeth ile ülke anayasal bir monarşi ve aynı zamanda temsili bir demokrasi olmakla birlikte, hükümetin üç kolu yasama organı ya da parlamento, yürütme (Avustralya Hükümeti) ve yargıdan oluşmaktadır (Australian Government, 2021). Avustralya’da yerel yönetimler eyalet Anayasaları kapsamında ve Kuzey Bölgesi’nin Anayasası olan federal mevzuat kapsamında tanınırlığı söz konusu bulunmakta ve her bölge ya da eyalet yerel yönetim mevzuatına sahip durumda olmaktadır (CLGF, 2017-2018: 5). 1995 tarihli Yerel Yönetim Yasası yerel yönetimlerin işlevleri, yerel yönetimlerin işlerinin incelenmesi, seçimlerin nasıl gerçekleşmesi gerektiği gibi konuları açıklamaktadır (Government of Western Australia, 2019: 2). Ayrıca, 1995 tarihli Yerel Yönetimler Yasası, yerel yönetimler ve yerel yönetim meclisleri, meclisin rolü, belediye başkanı veya başkanın rolü, meclis üyelerinin rolü başlıklarına sahip maddeleri çerçevesinde yerel yönetimlere idari organları ve görevlerine ilişkin önemli ifadeleri barındırmaktadır (Western Australia Local Government Act, 1995).

Avustralya yerel yönetimlerinin gelir durumu değerlendirilecek olunursa, yerel yönetimler kendi gelirlerinde harçlar, ücretler ve tek vergi geliri olan oranlar vasıtasıyla artış sağlamakta ve Avustralya Hükümeti tarafından sağlanan finansman önem arz etmektedir

(Australian Local Government Association, 2021b: 1). Avustralya yönetmel sistemi içerisinde yerel yönetimler etkin ve kaliteli yerel hizmet sunumu gerçekleştirebilmeleri yeterli gelir kaynaklarının mevcudiyetine bağlı bulunmaktadır; bu kapsamda, Avustralya Hükümetince sağlanan finansman desteği yerel yönetimler hizmet sunumu açısından kritik öneme sahiptir.

Avustralya yerel yönetim birimlerinde nitelikli işgücü istihdamının daha kolay ve mümkün olabilmesi için çeşitli düzenlemelerin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Böylelikle, yerel yönetimler politika oluşturma ve uygulama aşamalarında nitelikli personel altyapısı sayesinde daha başarılı sonuçlar elde edebilmektedir. Öte yandan, engelli politikası ülkelerin uyguladıkları en önemli politikaların başında yer almaktadır. Avustralya yerel yönetim birimlerde görev yapan engelli birey sayısının oldukça düşük olmasından dolayı yeni yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Engelli vatandaşların özellikle yerel yönetimlerde daha fazla istihdamı, başta sosyal politikalar olmak üzere çeşitli politika alanlarına da olumlu katkılar sunabilmektedir. Sivil katılım düzeyinin daha iyi seviyelere getirilmesi ve başta mali politikalar olmak üzere birçok kamu politika alanındaki faaliyetlerde halk katılımına önem verilmesi ümitvari bir çerçeve sunmaktadır. Avustralya yerel yönetimlerine ilişkin kapsamlı çalışmaların yapılması ülke yerel yönetim incelemelerine dair akademik literatüre katkı sağlayacaktır.

Yazar katkıları: Zuhal Önez Çetin ve Onur Kulaç çalışmanın tüm bölümlerinde ve aşamalarında katkı sağlamışlardır. Yazarlar esere eşit oranda katkı sunmuştur.

Çıkar beyanı: Yazarlar ya da herhangi bir kurum/kuruluş arasında çıkar çatışması yoktur.

Teşekkür: Yayın sürecinde katkısı olan hakemler ile editör kuruluna teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Aulich, C. (2009). From Citizen Participation to Participatory Governance in Australian Local Government, *Commonwealth Journal of Local Governance*, (2), 44-60.
- Australian Bureau of Statistics (2020, Aralık). Employment and Earnings, Public Sector, Australia. Erişim Adresi: <https://www.abs.gov.au/statistics/labour/employment-and-unemployment/employment-and-earnings-public-sector-australia/latest-release#:~:text=Key%20statistics,-There%20were%20%20041%2C200&text=246%2C000%20employees%20in%20Commonwealth%20government,186%20in%20local%20government>.
- Australian Embassy (2021, 8 Ocak). Tell Me about Australia. Australian Embassy. Erişim Adresi: <https://turkey.embassy.gov.au/files/anka/TellMeAboutAustralia.pdf>
- Australian Government (2014-2015). Australian Government Department of Infrastructure and Regional Development Local Government National Report, 2014-2015. Erişim Adresi: https://www.regional.gov.au/local/publications/reports/2014_2015/LGN_REPORT_2014-15.pdf

- Australian Government (2021, 8 Ocak). Australia.gov.au., How Government Works, Erişim Adresi: <https://info.australia.gov.au/about-government/how-governm-ent-works>
- Australian Government Australian Trade Commission (2016). Introduction to the Levels of Government in Australia, Implications for Investors. Australian Government, Australian Trade Commission Publication.
- Australian Government Department of Foreign Affairs and Trade (2016). Australia in Brief, Australian Government, Department of Foreign Affairs and Trade Publication.
- Australian Government Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Communications (2021, Ocak). Financial Assistance Grant to Local Government. Erişim Adresi: <https://www.regional.gov.au/local/assistance/index.aspx>
- Australian Government Department of Infrastructure, Transport, Regional Development and Local Government (2007-2008). Local Government National Report 2007-2008. Erişim Adresi: https://www.regional.gov.au/local/publications/pdf/lgnr_2007-08.pdf
- Australian Government Productivity Commission (2017). Shifting The Dial, 5 Year Productivity Review, Supporting Paper No.16, Local Government. Australian Government, Productivity Commission.
- Australian Local Government Association (2018). Local Government Workforce and Future Skills Report Australia.
- Australian Local Government Association (2021a). Fact Sheet 2: Local Government and The Community. Australian Local Government Association Publication.
- Australian Local Government Association (2021b). Fact Sheet 5: Local Government, The Constitution and Funding. Australian Local Government Association Publication.
- Australian Local Government Association (2021c, Ocak). Facts and figures: local government key facts and figures. Erişim Adresi: <https://alga.asn.au/facts-and-figures/>
- Avustralya Ülke Bülteni (2018, Ocak). Erişim Adresi: http://www.mto.org.tr/uploads/mto/contentFile_702_241255bec2b41610ad.pdf
- Babaoğlu, C. ve Memiş, L. (2020). Laboratuvardan Yerele: Yaşayan Laboratuvarlar ve Yerel Politika. M. Yıldız ve C. Babaoğlu (Ed.), Teknoloji ve Kamu Politikaları kitabı içinde (s. 199-232). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Babaoğlu, C. ve Babaoğlu, P. (2020). Engelli Ombudsmanlığı. O. Erdoğan (Ed.), Ombudsmanlık kitabı içinde (s. 185-206). Ankara: Nobel.
- Babaoğlu, C. ve Akman, E. (2018). Local Participation with Facebook: The Case of Turkey. L. A. Munoz (Ed.), Optimizing e-Participation Initiatives through Social Media kitabı içinde (s. 77-95). Hersey/PA: IGI Global.
- Babaoğlu, C. (2013). Kamu Politikaları Sürecinde Sivil Toplum Kuruluşlarının Rolü. M. Yıldız ve M. Z. Sobacı (Ed.), Kamu Politikaları: Kuram ve Uygulama kitabı içinde (s. 166-187). Ankara: Adres Yayınları.
- Christensen, H. E. ve Grant, B. (2016). Participatory Budgeting in Australian Local Government: An Initial Assessment and Critical Issues, *Australian Journal of Public Administration*, 75(4), 457-475.
- CLGF (2017-2018). Country Profile 2017-2018, The Local Government System in Australia, Commonwealth Local Government Forum, Erişim Adresi: http://www.clgf.org.uk/default/assets/File/Country_profiles/Australia.pdf
- Commonwealth of Australia (2010). Australia's Constitution: With Overview and Notes by the Australian Government Solicitor. Commonwealth of Australia.

- Constitutional Centre of Western Australia (2019). Constitutional center-what is parliament. Western Australia Publication. Erişim Adresi: <https://www.wa.gov.au/sites/default/files/201909/The%20Three%20Arms%20of%20Government-%20Constitutional%20Centre%20of%20Western%20Australia%20.pdf>.
- Department of Broadband, Communications and the Digital Economy (DBCDE) (2011). National Digital Economy Strategy: Leveraging the National Broadband Network to Drive Australia's Digital Productivity. Canberra, ACT: DBCDE.
- Department of Local Government, Sport and Cultural Industries (2021a, Ocak). Local laws. Erişim Adresi: <https://www.dlgsc.wa.gov.au/local-government/local-governments/local-laws>
- Department of Local Government, Sport and Cultural Industries (2021b, Ocak). An introduction to local government, Erişim Adresi: <https://www.dlgsc.wa.gov.au/local-government/local-governments/council-elections/an-introduction-to-local-government>
- Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu/DEİK (2014). Avustralya Ülke Bülteni Şubat 2014. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu.
- Erdoğan, O. (2019). Yerel Yönetimlerde Dijital Dönüşüm: Molenwaard Belediyesi Örneği, *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 59-74.
- Erdoğan, O. (2020). Yerel Politikaların Şekillenmesinde Dijital Demokrasi Uygulaması Olarak Antalya Muratpaşa Belediyesi Komşu Meclisi, *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 3(1), 48-60.
- European Parliament (2020). Briefing Continental Democracies: Government System and Institutions of Australia. European Parliament Publication. Erişim Adresi: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/646187/EPRS_BRI\(2020\)646187_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/646187/EPRS_BRI(2020)646187_EN.pdf)
- Freeman, J. (2016). Digital Civic Participation in Australian Local Governments: Everyday Practices and Opportunities for Engagement. M. Z. Sobacı (Ed.), *Social Media and Local Governments: Theory and Practice* kitabı içinde (s. 195-218). Switzerland: Springer.
- Government of Western Australia (2019). An Introduction to Local Government, 2019 Local Elections-Fact Sheet 1. Department of Local Government, Sport and Cultural Industries Publication.
- Grant, B., Dollery, B. E. ve Kortt, M. (2011). Australian Local Government and Community Engagement: Are All Our Community Engagement Plans the Same? Does it Matter. Centre for Local Government Working Paper Series.
- Head, B. W. (2007). Community Engagement: Participation on Whose Terms?, *Australian Journal of Political Science*, 42(3), 441-454.
- Head, B. W. (2011). Australian Experience: Civic Engagement as Symbol and Substance, *Public Administration and Development*, 31(2), 102-112.
- Karasoy, A. ve Babaoğlu, P. (2020). Türkiye'de Elektronik Devletten Dijital Devlete Doğru, *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(23), 115-134.
- Knoepfel, P., Larrue, C., Varone, F. ve Hill, M. (2007). *Public Policy Analysis*, Bristol: The Policy Press.
- Library of Congress (2005). Country Profile Australia, 2005. Library of Congress-Federal Research Division, September 2005, Erişim Adresi: <https://www.loc.gov/r/r/frd/cs/profiles/Australia.pdf>.

- Lipsky, M. (1980). *Street-Level Bureaucracy: Dilemmas of the Individual in Public Service*, New York: Russell Sage Foundation.
- Lipsky, M. (2010). *Street-Level Bureaucracy: Dilemmas of the Individual in Public Service*. 30th Anniversary Expanded Ed., New York: Russell Sage Foundation.
- Parliament of Australia (2021a, Ocak). Parliament and Government. Erişim Adresi: https://www.aph.gov.au/About_Parliament/Work_of_the_Parliament/Forming_and_Governing_a_Nation/parl#govgen
- Parliament of Australia (2021b, Ocak). Work of Parliament. Erişim Adresi: https://www.aph.gov.au/about_parliament/work_of_the_parliament
- Parliament of Australia House of Representatives (2019). Infosheet 20 - The Australian system of government, November 2019.
- Parliament of Australia House of Representatives (2020). InfoSheet 19, The House, Government and Opposition, August 2020.
- Parliament of New South Wales (2021). Levels of Government in Australia, Parliament of New South Wales Publication. Erişim Adresi: <https://www.parliament.nsw.gov.au/about/education/Documents/classroom-activity-2-levels-of-government-in-aus/Classroom%20Activity%20%20Levels%20of%20Government%20in%20Australia.pdf>
- Parliamentary Education Office (2021a, Ocak). Australian Constitution. Erişim Adresi: <https://peo.gov.au/understand-our-parliament/how-parliament-works/the-australian-constitution/australian-constitution/>
- Parliamentary Education Office (2021b, Ocak). Introducing Australia's System of Government. Erişim Adresi: <https://peo.gov.au/understand-our-parliament/how-parliament-works/system-of-government/introducing-system-of-government/>
- Parliamentary Education Office (2021c, Ocak). The roles and responsibilities of the three levels of government. Erişim Adresi: <https://peo.gov.au/understand-our-parliament/how-parliament-works/three-levels-of-government/the-roles-and-responsibilities-of-the-three-levels-of-government/>
- Parliamentary Education Office (2021d, Ocak). Cabinet, Erişim Adresi: <https://peo.gov.au/understand-our-parliament/parliament-and-its-people/government/cabinet/>
- Serrao-Neumann, S., Harman, B., Leitch, A. ve LowChoy, D. (2015). Public Engagement and Climate Adaptation: Insights from Three Local Governments in Australia, *Journal Of Environmental Planning and Management*, 58(7), 1196-1216.
- The Commonwealth (2021). Australia: History. Erişim Adresi: <https://thecommonwealth.org/our-member-countries/australia/history>
- Thompson, N. K. (2012). Participatory Budgeting-the Australian Way, *Journal of Public Deliberation*, 8(2), 1-15.
- Western Australia Local Government Act (1995). Western Australia Local Government Act. Erişim Adresi: https://www.legislation.wa.gov.au/legislation/statutes.nsf/main_mrtitle_551_homepage.html
- Woods, R., Artist, S. ve O'Connor, G. (2015). Learning in Australian Local Government: A Roadmap for Improving Education & Training, *Commonwealth Journal of Local Governance*, 18, 108-126.

Yılmaz, N. (2021). Avustralya'da Yerel Yönetimlerin İdari ve Mali Yapısı. Ç. Akman ve İ. A. Acar (Ed.), Dünya'da Yerel Yönetimler ve Mali Yapıları kitabı içinde (s. 85-116), Ankara: Nobel Yayınevi.

Türkiye’de Yürütülen Model ve Modelleme Konulu Tezlerin Tematik İncelenmesi

Büşra KARAGÖZ*
Çiğdem ŞAHİN ÇAKIR†

Öz

Bu araştırmanın amacı, ülkemizde fen bilimleri eğitiminde model ve modelleme konularıyla ilgili yazılmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin betimsel bir yaklaşımla tematik olarak incelenmesi, model ve modelleme konularına yönelik nasıl bir eğilimin olduğunun belirlenmesidir. Araştırmanın örneklemini Türkiye’de 2005-2019 yıllarında Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Tarama Merkezi’nde yer alan 30 tez oluşturmaktadır. Çalışma kapsamındaki tezler; erişim durumlarına, yayınlandığı yıl, bilim dalı, araştırma grubu, yöntemi, modeli, veri toplama aracı, veri analiz yöntemi ve amaçları bakımından incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada veri toplama aracı olarak YÖK Ulusal Tez Tarama Merkezi kullanılmıştır. Araştırmada verilerin çözümlenmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Fen bilgisi öğretmenliği alanında modelleme çalışmalarının diğer bilim dallarına göre daha fazla çalışıldığı tespit edilmiştir. Araştırma grubu olarak tezlerde daha çok ortaokul öğrencileri belirlenmiştir. Çalışmalarda çoğunlukla araştırma modeli olarak yarı deneysel desenin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Veri toplama aracı olarak başarı testi ve yarı yapılandırılmış mülakatın tercih edildiği ve veri analiz yöntemi olarak t-testinin kullanıldığı tespit edilmiştir. Araştırmada model ve modelleme hakkındaki görüşler, modellemeye dayalı etkinliklerin bilimsel süreç becerilerine etkisi ve zihinsel modelleri belirlemeye yönelik çalışma sayısının fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Fen Eğitimi, Model, Modelleme, Lisansüstü Tezler, Tematik Analiz.

Thematic Examination of the Thesis on Model and Modeling Conducted in Turkey

Abstract

The aim of this study is to investigate the theses of postgraduate written about the model and modeling issues in science education in our country with a descriptive approach and to determine the tendency towards model and modeling issues. The sample of this study consists of 30 theses were conducted between the years of 2005-2019 in Turkey and are in the Higher Education Council (HEC) National Thesis Center. Theses within this scope of the study were analyzed in terms of access status, year of publication, discipline, research group, method, model, data collection tool, data analysis method and purposes. In this study, document review method is one of the qualitative research methods was used. In the research, the HEC National Thesis Center was used as data collection tool. In the research, content analysis method was used in the analysis of the data. It has been determined that studies in the field of science education have been studied more than other branches of science. It has been determined that middle school students were preferred as research group in these theses. It was concluded that quasi-experimental design was mostly used as research method in the theses. It was determined that achievement test and semi-structured interview were preferred as data collection tools and t-test was used as data analysis method. In addition, it has been concluded that the number of studies on opinions about model and modeling, the effect of modeling activities on scientific process skills and the number of studies aimed determining mental models were high.

Keywords: Science Education, Model, Modeling, Graduate Theses, Thematic Analysis.

Geliş/Received: 22.08.2020

Kabul/Accepted: 23.06.2021

* Yüksek lisans öğrencisi, Giresun Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Giresun/Türkiye, e-mail: busrakaragoz061@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-8664-9238

† Doç. Dr., Giresun Üniversitesi Eğitim Fakültesi, Giresun/Türkiye, e-mail: hcsahin38@gmail.com, ORCID ID: orcid.org/0000-0001-7041-3773

* Bu çalışmanın planlanması, gerçekleştirilmesi ve sonuçlandırılması süreçlerinde “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi”nde belirtilen etik kurallara uyulmuştur. Bu çalışma doküman inceleme araştırması olduğundan etik kurul raporuna ihtiyaç duyulmamıştır.

Giriş

Fen bilimleri dersi somut, soyut ve karmaşık bilgileri içeren bir ders olması sebebiyle öğrencilerde ön yargı oluşturarak derste zorlanmalarına neden olabilmektedir (Er ve Balbağ, 2020: 79). Öğrencilerin derse karşı ön yargı oluşturmasını engellemek ve öğrencilerin derse katılımını sağlamak için öğretmenler çeşitli yöntemlere ihtiyaç duyarlar. Öğrencilerin en iyi şekilde anlamasını sağlamak için zihinlerinde bir yapı oluşturması açısından çeşitli öğretim araçları kullanılır. Bu bağlamda modeller fen alanında kullanılan önemli öğretim araçlarından birisidir. Fen sınıflarında modeller çeşitli şekillerde kullanılmaktadır. Öğretmenler bilimsel bir fenomeni/olayı açıklamak için modelleri yardımcı olarak kullanırlar (Treagust, Chittleborough ve Mamiala, 2002: 357, 364). Model ve modelleme fen öğretiminde kavramları anlama, öğrenme ve uygulama amaçlı kullanılmaktadır (Gerçek, 2019: 227; Prins, Bulte ve Pilot, 2016: 14-22). Fen öğretiminde modellemenin öğrenme üzerindeki etkileri kanıtlanmış bir gerçektir (Jackson, Dukerich ve Hestenes, 2008: 17). Fen dersinde soyut kavramları somutlaştırma ve öğrencilerin kavramları anlamlandırmasını sağlayarak öğrenmenin kalıcılığını arttırmak için model ve modelleme kullanımına ihtiyaç duyulur (Acher, Arcà ve Sanmartí, 2007: 399; Düşkün ve Ünal, 2016: 13; Çökelez, 2015: 268; Şimşek ve Hamzaoğlu, 2020: 1342).

Model ve modelleme üzerine alan yazında birçok tanımlamalara rastlanılmıştır. Örneğin bir araştırmada, model kavramı belirli süreçler sonucunda oluşturulan ürün olarak açıklanırken, modelleme bu süreçler içerisinde kullanılan işlemler olarak açıklanmıştır (Güneş, Gülçiçek ve Bağcı, 2004: 48). Başka bir araştırmada da tasarlanması planlanan sistemin veya sürecin bir temsili model olarak tanımlanırken, oluşan modelin ortaya çıktığı süreç modelleme olarak tanımlanmıştır (Ergin, Özcan ve Sarı, 2012: 143). Harrison (2001: 401, 404)’in çalışmasında model karmaşık nesnelere basitleştirilmiş gösterimi olarak, modelleme ise bilimsel düşünmenin ve çalışmanın özü olarak tartışılmıştır. Modeller ve modelleme, eğitimcilerin bilimde modellemeye dayalı öğrenme yaklaşımları aracılığıyla öğrencileri özgün bilimsel sorgulamaya teşvik etme ve bu araştırmalara katılma çabalarını yansıtan bilimsel okuryazarlığın ayrılmaz parçaları olarak kabul edilir (Louca ve Zacharia, 2012: 474). Modeller ve modelleme, bilimde o kadar önemlidir ki, modellerin uygun şekilde anlaşılması ve kullanma yeteneği, birçok araştırmacı tarafından bilimi anlamının merkezi olarak görülmektedir (Coll ve Lajium, 2011: 3). Halloun (2007: 1) modellemeyi fen eğitimi için pedagojik bir teori olarak açıklamıştır. Halloun (2007: ix) modelleme teorisinin, modellerin temel olarak herhangi bir bilimsel teorisinin özü olduğunu ve modellerin bilimsel sorgulama sürecinde en temel olmasa da model inşa etmede ve

dağıtmada temel olduğunu savunmaktadır. Treagust ve diğerleri, (2002: 357) bilimsel modelleri genellikle soyut bir bilimsel teoriyi açıklamanın tek yolu olarak ifade etmişlerdir. Bunu açıklamak için de bilim insanlarının fikir birliğine vardıkları bir bilimsel teorinin kabul edilen modelinin sonucu olarak fen sınıflarında öğretilen atom modelini örnek vermişlerdir.

Modellerle öğrencilerin öğrendikleri konular günlük yaşamla ilişkilendirilerek kavramların anlaşılması kolaylaştırılmakta ve kalıcılığı artırarak öğrenmeleri desteklenmektedir (Düşkün ve Ünal, 2016:3). Öğrenme gücünü çeken öğrencilere modeller ve modelleme yardımıyla kavramların kavratılması sağlanabilir (Işık ve Mercan, 2015:1836). Öğrenciler kendi zihinsel modelleriyle hedef model arasında ilişki kurarak modeli zihinlerinde yapılandırır. Modellerin kullanılması, öğrencilere görsel sunum sağlayarak onların zihinlerindeki modellerini gözlem ve deneyimlerine dayalı olarak şekillendirilmesini sağlayabilir (Demircioğlu, Demircioğlu ve Altundaş Aydın, 2016: 74). Öğretmenler sınıf ortamında modelleri hazır olarak sunabilir veya sınıf ortamında öğretmen rehberliğinde öğrencilerin kendi zihinsel modellerini tasarımları için zaman verilebilir. Bu süreç sonundaki modeller yardımıyla öğrencilerin zihinlerinde tasarladıkları bilginin doğru veya yanlışlığı hakkında bilgi sahibi olunabilir. Yanlış bilgilerin modeller yardımıyla giderilme imkânı sunulabilir ve zihinde yeni öğrenmelere ortam hazırlanabilir (Düşkün ve Ünal, 2016:14). Fen eğitiminde modellemeye dayalı öğrenme bilişsel, üst bilişsel, sosyal, materyal ve epistemolojik katkılar sağlamaktadır (Louca ve Zacharia, 2012: 478). Modelleme ile öğrenciler, doğal dünya hakkında öğrenmenin zenginliğini ve heyecanını ilk elden yaşarlar (Jackson, Dukerich ve Hestenes, 2008: 10). Modelleme öğretimi ile ders kitaplarına ve öğretmenlere güvenmek yerine, etkileşimli bir öğrenme ortamında kavramsal ve matematiksel modellerle öğrencinin kendi bilgisini inşa etmesi vurgulanmaktadır (Jackson, Dukerich ve Hestenes, 2008: 17).

Model ve modellemeyle ilgili literatürdeki akademik çalışmalardan bazıları incelendiğinde; fen bilgisi ve sınıf öğretmen adaylarının fen bilimleri dersinde model kullanımına yönelik tutumları (Er ve Balbağ, 2020: 80), fen bilgisi öğretmen adaylarının modelleme süreciyle ilgili görüşlerinin belirlenmesi (Demirhan ve Şahin, 2018: 388), öğrencilerin hücre konusundaki zihinsel modellerinin incelenmesi (Ayvacı, Bebek, Atik, Keleş ve Özdemir, 2016: 177), fen bilgisi öğretmeni, fen bilgisi öğretmen adayları, farklı seviyedeki öğrencilerin model ve modelleme hakkındaki görüşleri ve konu hakkındaki eksikliklerini belirleme (Çökelez, 2015:255), fen öğretmenlerinin bilimsel model ve modellemeler hakkındaki görüşlerini belirleme (Ergin, Özcan ve Sarı, 2010: 2283), öğretmen adaylarının model ve modelleme algılarını belirleme (Berber ve Güzel, 2009: 89), fen ve matematik öğretim elemanlarının model ve modelleme görüşlerini belirleme (Güneş ve diğerleri, 2004: 36), 1980-2013 yılları arasında K-12 fen eğitiminde modellemeye yönelik değerlendirme konusuna odaklanan araştırmaları inceleme

(Namdar ve Shen, 2015: 993-1023) amaçlı çalışmalar yapılmıştır. Literatür incelendiğinde ülkemizde modellemeyle ilgili sağlık (Uludağ, 2020:1), mühendislik (Kurnaz, Çetin ve İnce, 2003:2), mimarlık (Özdemir Işık, Bayramoğlu ve Demirel,2013:16) ve eğitim (Ayvacı ve diğerleri, 2016: 185) gibi çeşitli alanlarda çalışmalara rastlanılmıştır.

Fen eğitiminde 2018 fen bilimleri öğretim programında STEM yaklaşımı ön plana çıkmaktadır. Bu yaklaşım kapsamında fen bilimleri öğretim programında mühendislik ve tasarım becerilerinden bahsedilmiştir. Bu becerilerle öğrencilerin fen bilimlerini matematik, teknoloji ve mühendislikle bütünleştirmeleri sağlanarak, onların problemlere disiplinler bir bakış açısıyla bakabilme becerisini geliştirmek, öğrencileri buluş ve inovasyon yapabilme düzeyine ulaştırarak bu bilgi ve becerilerle ürün oluşturmasını sağlamak amaçlanmaktadır (MEB, 2018a:10). Öğrencilerin ürün oluşturma becerilerinin gelişmesine katkı sağlamanın bir yolu da modelleme süreci ile gerçekleşmektedir. Bilimsel modelleme, son yıllarda fen eğitimi politika girişimlerinde temel uygulamalardan biri olarak savunulmaktadır. Modellemeye dayalı öğretimde öğrenciler, bilimsel bilgi ve sorgulama becerileri kazanmak için modelleri kullanmakta, inşa etmekte ve modellerini gözden geçirerek düzenlemektedirler (Namdar ve Shen, 2015: 993). Bu nedenle model ve modellemeye yönelik araştırmaların yapılması önemlidir. Model ve modellemeye yönelik çeşitli araştırmalar yapılmaktadır. Bunlar arasında uluslararası platformda model ve modelleme konularına yönelik yapılan çalışmaların incelendiği sentez araştırmalarına rastlanılmakla birlikte (Cho ve Nam, 2017: 539-552; Namdar ve Shen, 2015: 993-1023) Türkiye’de model ve modellemeye yönelik yapılan lisansüstü tezlerin eğilimlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırmaya ise rastlanılmamıştır. Bu bağlamda Türkiye’de model ve modelleme konularına yönelik yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesinin bu alanda yapılacak olan çalışmalara ya da lisansüstü eğitim sürecinde araştırma yapacak olan araştırmacılara ne yönde nasıl bir çalışma yapacaklarına yönelik ışık tutacağına inanılmaktadır. Ayrıca ülkemizde model ve modellemeye yönelik çalışılan lisansüstü tezlerin genel yönelimlerini belirleyerek ilgili konuda sonraki araştırmaların sürekli aynı şekilde tekrarlanmaması yönünde de rehber olacağına inanılmaktadır.

Amaç

Bu araştırmanın amacı, ülkemizde fen bilimleri eğitiminde model ve modelleme konularıyla ilgili yazılmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin betimsel bir yaklaşımla tematik olarak incelenmesi, model ve modelleme konularına yönelik nasıl bir eğilimin olduğunun belirlenmesidir. Araştırmada bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1- İncelenen tezlerin erişim durumuna göre dağılımı nasıldır?

- 2- İncelenen tezlerin belirtilen yıllara göre dağılımı nasıldır?
- 3- İncelenen tezlerin bilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
- 4- İncelenen tezlerde hangi araştırma grupları tercih edilmiştir?
- 5- İncelenen tezlerde hangi araştırma yöntemleri kullanılmıştır?
- 6- İncelenen tezlerin kullanılan modele göre dağılımı nasıldır?
- 7- İncelenen tezlerdeki veri toplama araçları nelerdir?
- 8- İncelenen tezlerde kullanılan veri analiz yöntemleri nelerdir?
- 9- İncelenen tezlerin amaçlarına göre dağılımı nasıldır?

Yöntem

Bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden birisi olan doküman incelenmesi yöntemine göre yürütülmüştür. Doküman incelemesi, araştırma konusuna yönelik istenilen hedef olgu veya olaylar hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini sağlayan bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 189). Bu çalışmada incelenen dokümanlar model ve modelleme ile ilgili 2005-2019 yılları arasında yapılan lisansüstü tezlerdir.

Veri Toplanması ve Örneklem

Araştırmada incelenecek tezleri belirlemek amacıyla Yüksek Öğretim Kurulu (YÖK) Ulusal Tez Merkezinin veri tabanı kullanılmıştır. Veri tabanında “Model” ve “modelleme” anahtar kelimeleri kullanılarak tarama yapılmıştır. YÖK veri tabanında ilk tarama 24.04.2020 tarihinde son tarama ise 09.05.2020 tarihinde yapılmış ve araştırmaya dâhil edilecek tezler belirlenmiştir. Tarama sonucunda 2005-2019 yılları arasında erişime açık olan ve erişime açık olmayan toplam 33 tane lisansüstü tez olduğu tespit edilmiştir. Erişime kapalı olduğu belirlenen 3 tez detaylı incelenmeyeceğinden araştırmanın örneklem grubundan çıkartılmıştır. Araştırma verileri erişime açık toplam 17 yüksek lisans ve 13 doktora tezi olmak üzere toplam 30 tez üzerinden elde edilmiştir. Dolayısı ile araştırmanın örneklemine 30 lisansüstü tez oluşturmaktadır. Belirtilen tarihlerde yapılan tarama sonucu 2020 yılında fen eğitiminde model ve modelleme ile ilgili lisansüstü teze rastlanılmadığı için araştırma 2019 yılındaki tez çalışmalarıyla sınırlandırılmıştır.

Tarama sonucunda araştırma kapsamındaki tez çalışmalarında fen eğitimi ile ilgili olan sınıf öğretmenliği alanında 2 tez, kimya öğretmenliği alanında 2 tez ve fizik öğretmenliği alanında 3 tez çalışmaya dâhil edilmiştir. Araştırmaya dâhil edilen her bir tez T1, T2, T3, ...T30 şeklinde kodlanmıştır (EK-1). Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanmak için çalışma künyesi oluşturulmuştur (Tablo 1). Çalışma künyesi oluşturulurken literatürde tematik analize yönelik

çalışmalar incelenmiştir (Ayvacı ve Altınok, 2019: 552; Yayla Eskici ve Özsevgeç, 2019: 4) ve çalışma künyesinin geçerliliğinin sağlanması için bir fen eğitimi alan uzmanının görüşü alınmıştır. Araştırma kapsamındaki tezler, oluşturulan çalışma künyesi sayesinde ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Tablo 1: Çalışma Künyesi

Çalışmanın Künyesi				
Çalışmanın adı:				Yıl:
Yazarlar:				
İncelediği Kavramlar:				
Tez Türü:				
Yüksek Lisans		Doktora		
Yayımlanmış ()		Yayımlanmış ()		
Yayımlanmamış ()		Yayımlanmamış ()		
Amacı:				
Bilim Dalı:				
Yöntemi:				
Nitel ()	Nicel ()	Karma ()		
.....				
Veri Toplama Aracı:				
Veri Analizi:				
Örnekleme:				
İlkokul ()	Ortaokul ()	Lise ()	Öğretmen Adayı ()	Öğretmen ()
Genel Sonuçlar:				
Öneriler:				

Verilerin Analizi

Araştırmada doküman incelenmesi yöntemi kullanılarak ulaşılan tezlerden elde edilen verilerin çözümlenmesinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi birbirine benzeyen verileri belirli kavramalar ve temalar altında bir araya getirerek okuyucunun anlayabileceği biçimde düzenlenerek yorumlanmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2018: 242). Verilerin geçerliğini sağlamak için iki araştırmacı fikir birliğine vararak kodlamalar yapmıştır.

Bulgular

Araştırmada model ve modelleme ile ilgili incelenen yüksek lisans ve doktora tezleri araştırma soruları çerçevesinde incelenerek elde edilen veriler tablo ve grafik halinde sunulmuştur.

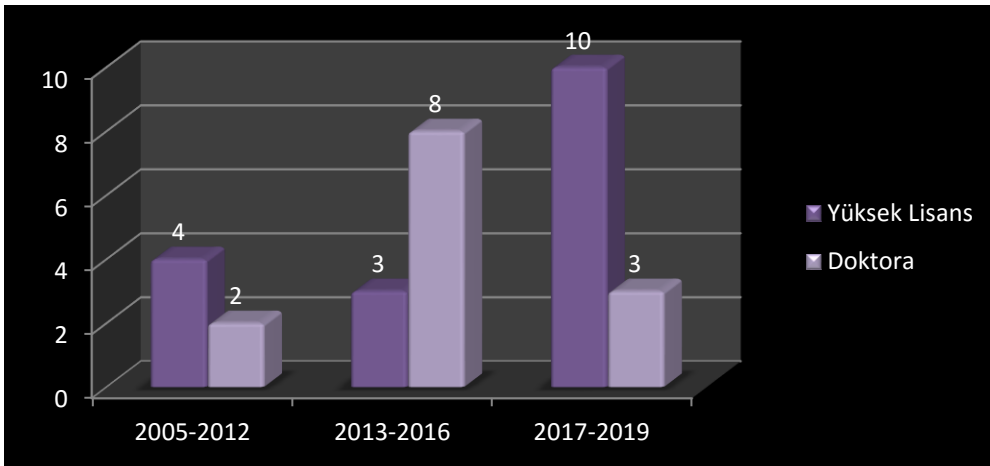
Araştırma kapsamındaki tezler erişime açık ve erişime kapalı olma durumlarına göre iki grupta incelenmiştir. İncelenen tezlerin erişim durumlarına yönelik bulgular Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2: Tezlerin erişim durumuna göre dağılımı

Erişim Durumu	Yüksek Lisans Tezi F	Doktora Tezi F	Toplam F
Erişime Açık	17	13	30
Erişime Kapalı	3	0	3

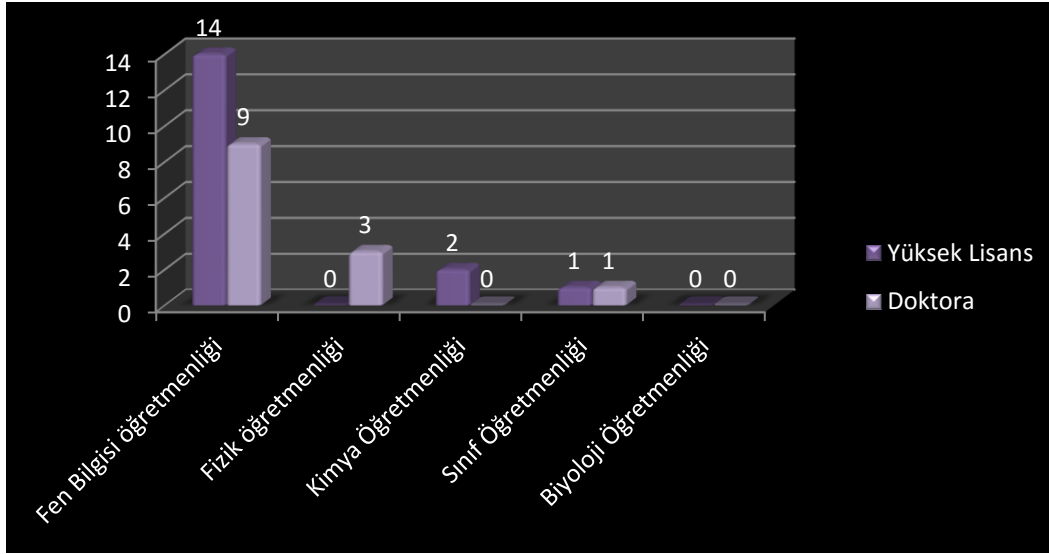
Tablo 2’de araştırma kapsamında 2005-2019 yılları arasında incelenen yüksek lisans ve doktora tezlerinin 30 tanesinin erişime açık olduğu, 3 tanesinin ise erişime kapalı olduğu görülmektedir. Erişime kapalı tezler, yüksek lisans tezleridir. Araştırmada 17 yüksek lisans ve 13 doktora tezi bulunmaktadır.

Araştırma kapsamındaki model ve modelleme kavramına yönelik yüksek lisans ve doktora tezlerinin yıllara göre dağılımı Grafik 1’de sunulmuştur.

**Grafik 1.** İncelenen tezlerin yıllara göre dağılımı

Grafik 1. incelendiğinde 2005-2012 yılları arasında 4 tane yüksek lisans tezi, 2 tane doktora tezi tamamlanmıştır. 2013-2016 yılları arasında 3 tane yüksek lisans tezi, 8 tane doktora tezi tamamlanmıştır. 2017-2019 yılları arasında ise 10 tane yüksek lisans tezi, 3 tane doktora tezi tamamlanmıştır.

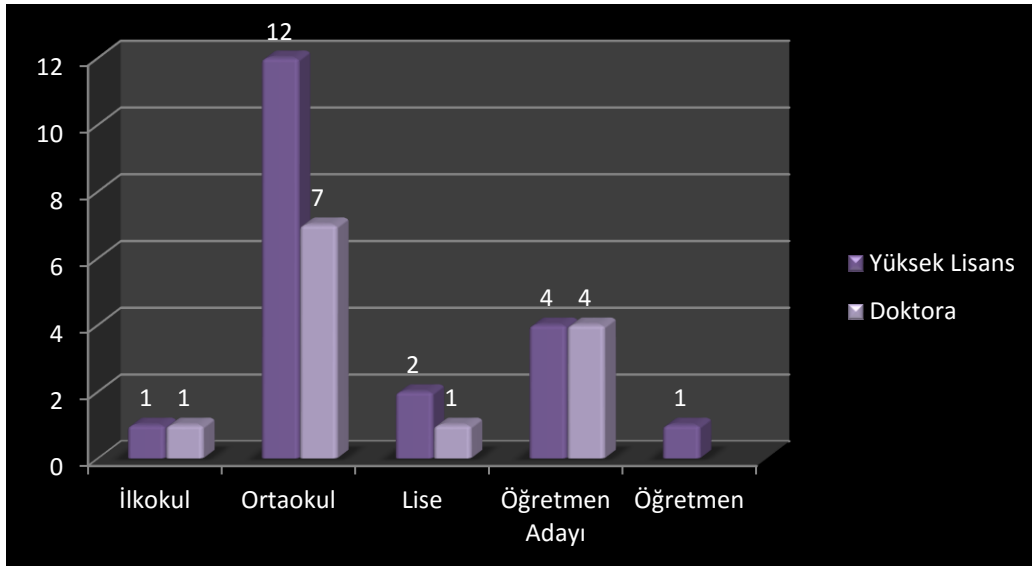
Araştırma kapsamındaki tezler bilim dallarına göre incelenmiş ve bulguları Grafik 2’de sunulmuştur.



Grafik 2. İncelenen tezlerin bilim dalına göre dağılımı

Grafik 2. incelendiğinde fen bilgisi öğretmenliği bilim dalında 14 tane yüksek lisans ve 9 tane doktora tezi tamamlandığı görülmektedir. Fizik öğretmenliği bilim dalında 3 tane doktora tezi tamamlanmış olup kimya öğretmenliği bilim dalında 2 tane yüksek lisans tezi tamamlandığı görülmektedir. Sınıf öğretmenliği bilim dalında ise 1 doktora ve 1 yüksek lisans tezi tamamlanmıştır. Biyoloji öğretmenliği bilim dalında ise hiçbir tez araştırmasına rastlanılmamıştır.

Çalışmada kullanılan tezler araştırma grubuna göre incelenmiş ve bulgular Grafik 3’te sunulmuştur.

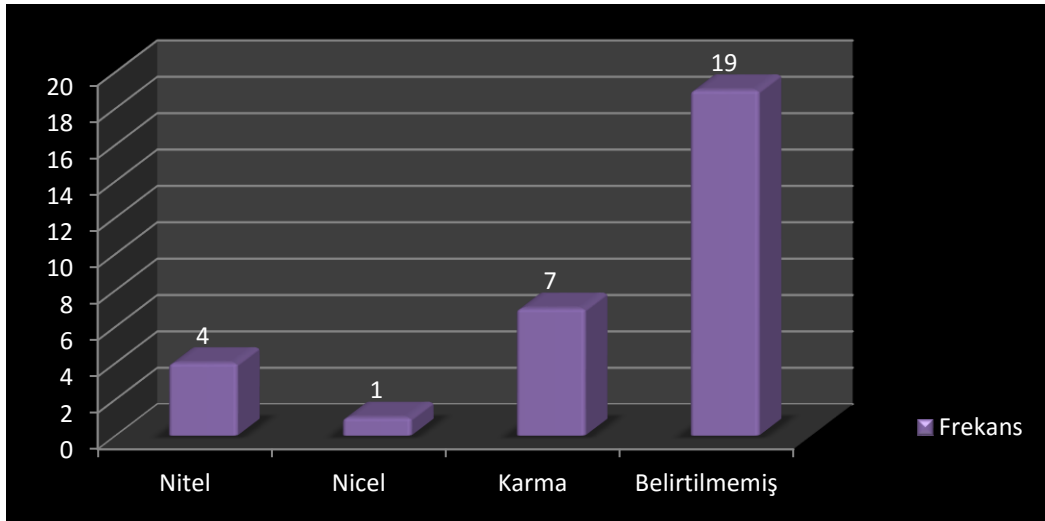


Grafik 3. Tezlerin araştırma grubuna göre dağılımı

*Çalışmada incelenen tezlerin bazılarında birden fazla araştırma grubuyla çalışılmıştır. Bu tezlerin çalışma grupları birden fazla kodlanmıştır.

Grafik 3. incelendiğinde 2005-2019 yılları arasında yapılan model ve modelleme konulu tezlerde ilkökul çalışma grubuyla 1 tane doktora ve 1 tane yüksek lisans tezi yapıldığı, ortaokul çalışma grubuyla 12 tane yüksek lisans ve 7 tane doktora tezi yapıldığı, lise çalışma grubuyla 2 tane yüksek lisans ve 1 tane doktora tezi yapıldığı ve öğretmen aday çalışma grubuyla 4 tane yüksek lisans ve 4 tane de doktora tezi yapıldığı ve öğretmen çalışma grubuyla ise 1 tane yüksek lisans tezi yapıldığı görülmektedir.

Araştırma kapsamındaki tez çalışmalarında kullanılan araştırma yöntemleri incelenmiş ve bulgular Grafik 4’te sunulmuştur.



Grafik 4. İncelenen tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımı

Grafik 4. incelendiğinde model ve modelleme konulu doktora ve yüksek lisans tezlerinin 4 tanesinde nitel, 1 tanesinde nicel, 7 tanesinde karma yöntem kullanıldığı ve 19 tanesinde ise araştırma yönteminin nitel, nicel ve karma şeklinde ifade edilmediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Araştırma sürecinde tezler çalışmada kullanılan araştırma modeline göre incelenmiş ve bulgular Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Tezlerin araştırmada kullanılan modele göre dağılımı

Kullanılan Araştırma yöntemi	Yüksek Lisans	Doktora	Toplam
	f	f	f
Yarı deneysel desen	7	8	15
Durum çalışması	3	7	10
Tarama yöntemi	3	1	4
Deneysel desen	2	1	2
İlişkisel araştırma yöntemi	1		1
Fenomenolojik yöntem	1		1
Olgu bilim deseni	1		1
Eylem araştırması	1		1
Nedensel karşılaştırma yöntemi	1		1

Kesitsel karşılaştırmalı araştırma yöntemi	1	1
Tasarım tabanlı araştırma yöntemi		1

*İncelenen tezlerin bazılarında birden fazla araştırma modeli kullanıldığı için çalışmaların araştırma yöntemi birden fazla kodlanmıştır.

Tablo 3. incelendiğinde model ve modelleme konulu tezlerde yarı deneysel yöntem 7 yüksek lisans tezinde ve 8 doktora tezinde kullanılmıştır. Durum çalışması yöntemi 3 yüksek lisans tezinde ve 7 doktora tezinde kullanılmıştır. Tarama yöntemi 3 yüksek lisans ve 1 doktora tezinde kullanılmıştır. Deneysel yöntem ise 2 yüksek lisans ve 1 doktora tezinde kullanılmıştır. İlişkisel tarama yöntemi, fenomenolojik yöntem, olgu bilim, eylem araştırması, nedensel karşılaştırma yöntemi ve kesitsel karşılaştırmalı araştırma yöntemi 1’er yüksek lisans tezlerinde kullanılırken tasarım tabanlı araştırma yöntemi ise 1 doktora tezinde kullanılmıştır.

Araştırma sürecindeki tezler veri toplama araçlarına göre incelenmiş ve bulgular Tablo 4’te sunulmuştur.

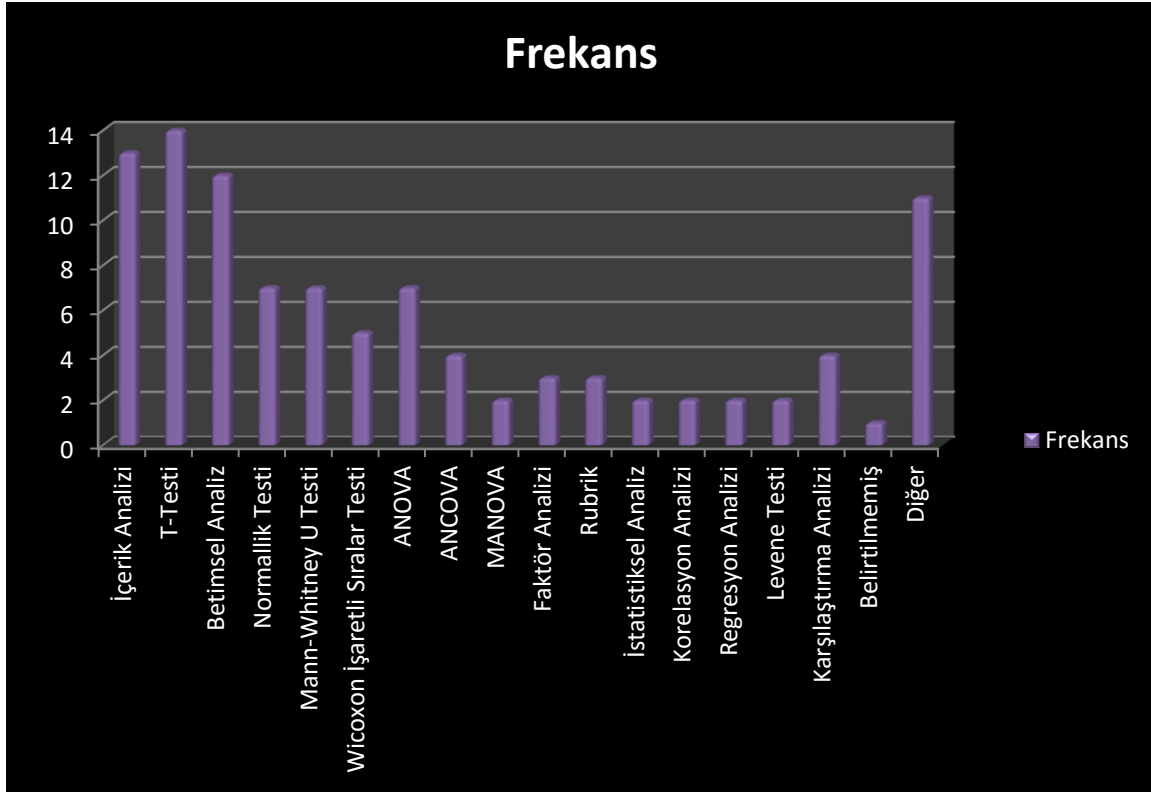
Tablo 4: İncelenen tezlerdeki veri toplama araçları

Veri toplama araçları	Tezler																														Toplam
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17	T18	T19	T20	T21	T22	T23	T24	T25	T26	T27	T28	T29	T30	
BT	X					X		X						X	X	X		X			X									X	10
YYM	X					X					X	X			X			X		X	X							X		X	10
AUS						X		X									X	X									X			5	
GF			X								X							X												3	
DPA				X																		X						X		3	
M				X																		X						X		3	
ABT					X															X				X						3	
TÖ	X													X										X						2	
AF			X	X																										2	
ÇY											X																		X	2	
KT																					X						X			2	
ZMT	X																													1	
KYT	X																													1	
MMÖ		X																												1	
YBÖ		X																												1	
BFE		X																												1	
KM			X																											1	
AN				X																										1	
ÖBT					X																									1	
BBT					X																									1	
YÖÖÖ					X																									1	
YGF					X																									1	
İÖMYÖ					X																									1	
OGG					X																									1	
MT					X																									1	
ATT						X																								1	
KDBT							X																							1	
BSBT							X																							1	
BSBÖ							X																							1	
BBYGÖ							X																							1	

Kısaltmalar: BT: Başarı testi, YYM: Yarı yapılandırılmış mülakat, AUS: Açık uçlu sorular, GF: Gözlem formu, DPA: Dereceli puanlama anahtarı, M: Mülakat, ABT: Akademik başarı testi, TÖ: Tutum ölçeği, AF: Anket formu, ÇY: Çalışma yaprakları, KT: Kavram testi, ZMT: Zihinsel modelleme testi, KYT: Kavram yanılığası testi, MMÖ: Model ve modelleme ölçeği, YBÖ: Yaşam becerileri ölçeği, BFE: Bilişötesi farkındalık envanteri, KM: Klinik mülakat, AN: Alan notları, ÖBT: Ön bilgi testi, BBT: Bilimsel beceri testi, YÖÖÖ: Yapılandırmacı öğrenme ortamı ölçeği, YGF: Yöntem görüşme formu, İÖMYGÖ: İşbirlikli öğrenme modeli yöntem görüş ölçeği, OGG: Odak grup görüşmeleri, MT: Modül testleri, ATT: Astronomi tutum testi, KDBT: Kavramsal düzey belirleme testi, BSBÖ: Bilimsel süreç belirleme ölçeği, BBYGÖ: Bilimsel bilgiye yönelik görüş ölçeği, BBVAYGÖ: Bilimsel bilginin varlık alanına yönelik görüş ölçeği, BSBÖ: Bilimsel süreç becerileri ölçeği, ZMDÖ: Zihinsel modelleri değerlendirme ölçeği, FKÖ: en kaygı ölçeği, ADT: Anlama düzey testi, ZMGF: Zihinsel modeller görüşme formu, TYT: Torrance yaratıcılık testi, CKST: Cornell koşullu sorgulama testi, BDGT: Bilimin doğası görüşleri testi, Dİ: Doküman incelemesi, MD: Model defterleri, BDGA: Bilimin doğası görüşleri anketi, MTAGA: Modelleme tabanlı argümantasyon görüşleri anketi, EDET: Eleştirel düşünme eğilimleri anketi, KÖT: Kavramsal öğrenme testi, KH: Kavram haritası, ZMBF: Zihinsel model belirleme formu, BMYÖK: Besin modeli yapıyorum öğrenci kitapçığı, ÖYÖ: Öğrenme yaklaşımı ölçeği, ÜATT: Üç aşamalı tanı testi, AKT: Akılda kalıcılık testi, ZMT: Zihinsel model testi, BDYİÖ: Bilimin doğasına yönelik inançlar ölçeği, BSBT: Bilimsel süreç becerileri testi, FÖYMO: Fen öğrenmeye yönelik motivasyon ölçeği, GA: Görüş anketi, BYÖ: Bilimsel yaratıcılık ölçeği, MDGT: Mantıksal düşünme grup testi, İAABT: İki aşamalı akademik başarı testi, PÇE: Problem çözme envanteri, ED: Etkinlik dokümanları, MMHGA: Modeller ve modelleme hakkındaki görüşler anketi, Ç: Çizim, AMMOE: Atom modelleri ve model oluşturma etkinlikleri

Tablo 4. incelendiğinde model ve modelleme konulu tezlerde 10 tane tezde BT ve YYM kullanıldığı tespit edilmiştir. 5 tane tezde ise AUS kullanılmıştır. 3’er tezde ise GF, DPS, M ve ABT kullanılmıştır. 2 tezde ise ÇY, TÖ, AF ve KT kullanılmıştır. Diğer veri toplama araçları da 1’er tane tezde kullanılmıştır.

Araştırma kapsamına dâhil edilen tezler veri analiz yöntemine göre incelenmiş ve bulgular Grafik 5’te sunulmuştur.



Grafik 5. İncelenen tezlerde kullanılan veri analiz yöntemlerine ilişkin veriler

Grafik 5 incelenen tezlerde kullanılan veri analiz yöntemlerini göstermektedir. Araştırma kapsamındaki tezlerde veri analiz yöntemi olarak çoğunlukla T-testi (f=14) ve içerik analizi (f=13) tercih edildiği görülmektedir. Grafikte “Diğer” başlık altında ise tezlerde “Model analizi, Kendall W analizi, doküman analizi, veri çözümlemesi, Pearson momentler çarpımı katsayısı, Friedman testi, Box’s M testi, Welch analizi” analizleri kullanılmıştır. Çalışma kapsamındaki tezlerden birisinde veri analizi isim olarak ifade edilmediği için “Belirtilmemiş” şeklinde kodlanmıştır.

Araştırma kapsamındaki tezler amaçlarına göre incelenmiş ve bulgular Tablo 5’te sunulmuştur.

Tablo 5: İncelenen tezlerin amaçlarına göre dağılımı

Amaç	Tezler
Model ve modelleme hakkındaki görüşleri belirleme	T2, T22
Modellemeye dayalı etkinliklerin bilimsel süreç becerilerine etkisini belirleme	T7, T8
Zihinsel modelleri belirleme	T19, T27
Analoji kullanımının zihinsel modelleme üzerine etkisini belirleme	T1
Modelleme süreçlerini değerlendirmeye yönelik ölçme araçları geliştirme	T3
Modelleme becerilerini belirleme	T4
Modellemeye dayalı etkinliklerin öğrenme üzerine etkisini belirleme	T5
Modeller yardımıyla kavram öğretiminin zihinsel modellere etkisini belirleme	T6
Modellemeye dayalı etkinliklerin kavramsal anlama düzeylerine etkisini belirleme	T7
Modellemeye dayalı etkinliklerin bilimsel bilgi ve varlık anlayışına etkisini belirleme	T7
Modellemeye dayalı etkinliklerin akademik başarıya etkisini belirleme	T8
Modellemeye dayalı etkinliklerin zihinsel model gelişimine etkisini belirleme	T8
Modellemeye dayalı fen öğretiminin fen kavramlarını günlük yaşamla ilişkilendirmeye etkisini belirleme	T9
Modellemeye dayalı fen öğretiminin fene yönelik kaygıya etkisini belirleme	T9
Modellemeye dayalı öğretimin anlama, yaratıcılık ve hatırd tutma düzeylerine etkisini belirleme	T10
Modellemeye dayalı öğretimin zihinsel model üzerine etkisini belirleme	T10
Modellemeye Dayalı Fen Öğretim Programının bilimin doğasına yönelik görüşlere etkisini belirleme	T11
Modellemeye Dayalı Fen Öğretim Programının eleştirel düşünme becerilerine etkisini belirleme	T11
Modellemeye dayalı etkinliklerin informal muhakeme ve argüman gelişimine etkisini belirleme	T12
Modelleme tabanlı argümantasyon yönteminin bilimin doğası kavramlarına etkisini belirleme	T13
Modelleme tabanlı argümantasyon yönteminin model ve argüman oluşturma düzeyine etkisini belirleme	T13
Modelleme tabanlı argümantasyon yönteminin disiplin ve epistemik katılım düzeyine etkisini belirleme	T13
Modelleme temeli yöntemin akademik başarıya etkisini belirleme	T14
Modelleme temelli yöntemin eleştirel düşünme eğilimine etkisini belirleme	T14
Modelleme temelli yöntemin fen tutumuna etkisini belirleme	T14
Modelleme temelli yöntemin kavramsal öğrenmeye etkisini belirleme	T14
Model tabanlı öğretim ve öğrenme ortamının anlama seviyesine etkisini belirleme	T15
Model tabanlı öğretim ve öğrenme ortamının zihinsel model gelişimine etkisini belirleme	T15
5E modeline göre şekillendirilmiş model ve modellemelerin başarıya etkisini belirleme	T16
Modelleme sürecinin bilişsel yapıya etkisini belirleme	T17
Buluş yoluyla yapılandırılmış etkinliklerin zihinsel modellere etkisini belirleme	T18
Slow Motion Animasyon tekniğinin zihinsel model gelişimine etkisini belirleme	T20
Modelleme yoluyla öğretimin akademik başarıya etkisini belirleme	T21
Modelleme yoluyla öğretimin kavramsal anlamaya etkisini belirleme	T21

Tablo 5. devamı...

Amaç	Tezler
Modelleme yoluyla öğretimin bilimsel bilginin doğasına yönelik inançlara etkisini belirleme	T21
Model kullanımına dayalı bilimsel süreç becerileri yaklaşımının başarıya etkisini belirleme	T23
Model kullanımının bilimsel süreç becerilerinin gelişimine etkisini belirleme	T23
Model kullanımına dayalı bilimsel süreç becerileri yaklaşımının motivasyon düzeyine etkisini belirleme	T23
Bilgisayar destekli modelleme tekniğinin akademik başarıya etkisini belirleme	T24
Bilgisayar destekli modelleme tekniğinin yaratıcı düşünmeye etkisini belirleme	T24
Bilgisayar destekli modelleme tekniğinin mantıksal düşünme becerisine etkisini belirleme	T24
3D model oluşturmanın akademik başarıya etkisini belirleme	T25
3D model oluşturmanın problem çözme becerisine etkisini belirleme	T25
3D model oluşturmanın bilimsel yaratıcılığa etkisini belirleme	T25
Model hakkındaki görüşler ve görüşlerin artan eğitim düzeyiyle ilişkisini belirleme	T26
Benzeşim modellerinin zihinsel modellere etkisini belirleme	T27
Model oluşturma ve tasarlama hakkındaki görüşlerini etkileyen faktörleri belirleme	T28
Öğretim öncesi ve sonrası modellerin analizinin ortaya çıkarılması	T29
5E öğretim modeline göre üç boyutlu model kullanımının akademik başarıya etkisini belirleme	T30
5E öğretim modeline göre üç boyutlu model kullanımının kavramsal gelişime etkisini belirleme	T30

Tablo 5 incelendiğinde model ve modelleme konulu tezlerden 2 tezde ‘‘Model ve modelleme hakkındaki görüşler’’, 2 tezde ‘‘Modellemeye dayalı etkinliklerin bilimsel süreç becerisine etkisi’’ ve 2 tezde ‘‘Zihinsel model belirleme’’ amaçları hedeflenmiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Araştırmada 2005-2019 yılları arasında modellemeyle ilgili yapılan erişime açık olan tezlerden 17 tanesinin yüksek lisans tezi ve 13 tanesinin doktora tezi olduğu görülmektedir. Modelleme konulu araştırmaların yüksek lisans tezlerinde daha fazla çalışıldığı söylenebilir. Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği (2016)’nde tezli yüksek lisans ve doktora programlarının amacı ‘‘Tezli yüksek lisans programı öğrencinin bilimsel araştırma yöntemlerini kullanarak bilgilere erişme, bilgiyi derleme, yorumlama ve değerlendirme yeteneğini kazanmasını sağlar (Madde 6)’’ ve ‘‘Doktora programı, öğrenciye bağımsız araştırma yapma, bilimsel problemleri, verileri geniş ve derin bir bakış açısı ile irdeleyerek yorum yapma, analiz etme ve yeni sentezlere ulaşmak için gerekli becerileri kazandırır (Madde 15)’’ şeklinde ifade edilmektedir. Bu bağlamda model ve modelleme üzerine doktora araştırmalarının yapılmasının,

model ve modelleme ile ilgili problemlerin tespit edilerek bu problemlerin çözümüne yönelik yeni sentezlere ulaşılması ve alana kayda değer bir katkı sağlanması açısından önemli görülmektedir.

2015-2012 yılları arasında modelleme ile ilgili yüksek lisans tezi, doktora tez sayısının iki katı oranında yapılmıştır. 2013-2016 yılları arasında ise model ve modelleme konusu ile ilgili daha çok doktora tezi çalışıldığı görülmektedir. 2017-2019 yılları arasında ise model ve modelleme konulu doktora tez çalışmalarının azaldığı ancak yüksek lisans tezlerinde konunun çalışılmaya devam edildiği görülmektedir. Model ve modelleme konuları daha çok yüksek lisans tez çalışmalarında tercih edilmiştir. Yüksek lisans tezlerinin belirli bir alanda uzmanlaşmak amaçlı yapıldığı ve doktora tezlerinin ise evrensel bilgi birikimine katkı sağlamak amaçlı yapıldığı dikkate alındığında (Ayvaci ve Bebek, 2019: 276) model ve modelleme konusunda alan yazına katkı sağlayacak doktora tezlerinin yapılmasında ihtiyaç olduğu söylenebilir. Genel olarak son yıllarda modelleme konusuna yönelik çalışma sayısının 2013 yılı itibariyle arttığı görülmektedir. Bu durumun 2018 Fen Bilimleri Öğretim Programının yenilenmesine paralel olarak fen bilimleri öğretim programında belirtilen kazanımlarda modellemeye vurgu yapılmasının bir sonucu olduğu düşünülebilir (MEB, 2018a: 9).

Yüksek lisans ve doktora alanında en fazla tezin fen bilgisi öğretmenliği alanında yapıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Biyoloji öğretmenliği alanında ise 2005-2019 yılları arasında modelleme konulu çalışmaya rastlanılmamıştır. Oysaki biyoloji öğretim programı incelendiğinde öğrencilerin modellerle somutlaştırabileceği hücre (MEB, 2018b:16), virüs (MEB, 2018b:18), DNA (MEB, 2018b: 29) vb. biyoloji kavramlarının olduğu görülmektedir. Fen alanıyla ilgili modelleme konulu çalışmaların fizik öğretmenliği, kimya öğretmenliği, biyoloji öğretmenliği ve sınıf öğretmenliği alanlarında da yapılmasının bu alanlara önemli katkılar sağlayacağına inanılmaktadır. Fizik ve kimya öğretmenliği bilim dallarında model ve modelleme konulu tezlerin az sayıda yapılmış olması ve biyoloji öğretmenliği bilim dalında hiç yapılmamış olması bu bilim dallarında model ve modelleme konulu araştırmaların yapılmasına ihtiyaç olduğunu göstermektedir.

Model ve modelleme konulu çalışmalarda daha çok ortaokul öğrencileri ile çalışıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerle yapılan çalışma sayısının az olduğu görülmektedir. Benzer şekilde Cho ve Nam yaptıkları araştırmada Kore’de model ve modelleme ile ilgili yürütülen araştırmaların 3/4’ünde öğrencilerle çalışıldığı ve öğretmenlerle yapılan araştırmaların oldukça az sayıda olduğunu tespit etmişlerdir (2017: 539). Öğretmen adayları ve öğretmenlerle model ve modellemeye yönelik araştırmalar yapılması, onların model ve modellemeyi derslerinde kullanmalarının teşvik edilmesi açısından önemli görülmektedir. Çünkü model kullanımı öğrenme sürecinde öğretmen ve öğrencilere rehberlik yapar (Çökelez, 2015:260). İlkokul, lise

öğrencileri, öğretmen adayları ve öğretmenler üzerine yapılan çalışmalara ağırlık verilerek örneklem grubunun modelleme becerileri, model düşünceleri gibi model ve modelleme hakkında daha fazla çalışmalara yer verilebilir. Aynı çalışmada farklı araştırma gruplarıyla çalışılarak örneklem grubunun çeşitliliği sağlanabilir. İlkokul, ortaokul veya lise öğrencileriyle boylamsal bir çalışma yapılarak modelleme becerileri etraflıca incelenebilir. Araştırma grubuyla model etkinlikleri hazırlanabilir ve bu süreç gözlenerek çalışma grubunun olumlu veya olumsuz tutumları incelenebilir.

İncelenen çalışmaların çoğunda yöntemin nitel, nicel ve karma şeklinde ifade edilmediği görülmektedir. Ayrıca nitel, nicel ve karma yöntem olarak ifade edilen çalışmalarda da en çok karma yöntemin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanılması araştırma verilerinin geçerlik ve güvenilirliğini artırmaktadır (Baki ve Gökçek, 2012: 3). Tezlerde karma araştırmalarının kullanılması tezlerin verilerinin zenginleştirilmesi ve araştırma problemlerine yönelik detaylı bilgi sunması açısından önemli görülmektedir. Bu bağlamda tezlerde karma yöntem araştırmalarının kullanılması önerilebilir. Yüksek lisans ve doktora tezlerinde model olarak en fazla yarı deneysel araştırma yapılmıştır. Ayrıca durum çalışmasının daha çok doktora tez çalışmalarında tercih edilen bir yöntem olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum Küçüközer’in doktora tezlerini incelediği çalışmasıyla paralellik göstermektedir (2016: 127). Bazı çalışmalarda ise yöntemin ve modelin açık bir şekilde anlatıldığı fakat araştırma yönteminin ve modelinin isim olarak ifade edilmediği görülmektedir. Bu durum araştırmacıların tezlerinde yöntem bölümünü ayrıntılı olarak yazmamalarından kaynaklandığına işaret etmektedir. Tezlerde yöntemin ayrıntılı yazılmaması benzer araştırmaları yapacak araştırmacılar için bir güvenilirlik tehdidi olarak görülmektedir. Bu nedenle tezlerde araştırma yönteminin detaylı bir şekilde anlatılması oldukça önemlidir. Cho ve Nam Kore’de 1989’dan 2016’ya fen eğitiminde model ve modelleme ile ilgili araştırmalarda en çoktan aza sırasıyla nitel, karma ve nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığını belirlemişlerdir (2017: 539). Kùltürler farklı da olsa araştırmacıların tercih ettikleri yöntem eğilimleri benzerlik göstermektedir.

Çalışmalarda veri toplama aracı olarak en fazla başarı testi ve yarı yapılandırılmış mülakat kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Model ve modellemeye yönelik bir ölçek geliştirilebilir ve ölçeğin kullanılmasına yönelik çalışmalar yapılarak alan yazına yeni bir veri toplama aracı ile katkı sağlanabilir. Veri analiz yöntemlerine göre incelenen tezlerde daha çok t-testinin sonra ise içerik analizi yönteminin tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma kapsamına dâhil edilen tezlerden birisinde ise kullanılan veri analizi yönteminin isim olarak ifade edilmediği görülmektedir. Bu tez araştırmasında veri analiz yönteminin isim olarak belirtilmemiş olması bir eksiklik olarak görülmektedir. Bu durum, bu tez araştırmasını okuyan/cak

araştırmacıların ve özellikle yeni akademik araştırma yapacak olan araştırmacıların veri analiz tekniğini öğrenmelerini engelleyeceği şeklinde yorumlanabilir.

Modelleme ile ilgili yapılan çalışmaların amaçları incelediğinde araştırmalarda en çok; model ve modelleme hakkındaki görüşler, modellemeye dayalı etkinliklerin bilimsel süreç becerilerine etkisi ve zihinsel model belirlemeye yönelik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Cho ve Nam Kore’de model ve modelleme konulu araştırmalarda daha çok bilimsel kavramın değişimine ve anlaşılmasına yönelik araştırmaların daha çok yapıldığını tespit etmişlerdir (2017: 539). Türkiye’de fen eğitiminde model ve modelleme konulu literatür incelendiğinde, modele dayalı etkinliklerin kavram yanlışlarının giderilmesine (Ergün ve Sarıkaya, 2014: 250) ve fen kavramlarının anlaşılmasına (Aksakal, Karataş ve Şimşek, 2015: 51; Çavdar, Okumuş, Alyar ve Doymuş, 2016: 557; Demircioğlu ve diğerleri, 2016: 76; Harman ve Çelikler, 2020: 119; Okumuş, Çavdar, Alyar ve Doymuş, 2017: 360; Okumuş ve Doymuş, 2018: 1606; Şendur, Otman, Kafadar, Aktaş ve Kaya, 2020: 200; Şimşek ve Hamzaoğlu, 2020:1335) yönelik araştırmaların çoğunlukla yapılması da bu durumu destekler niteliktedir. Bu araştırmada incelenen yüksek lisans ve doktora tezlerinde teknoloji destekli modellemeye yönelik araştırmaların ise oldukça sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Eğitim teknolojilerinin sürekli değişimi dikkate alındığında üç boyutlu yazıcılarla ilgili model geliştirme ve modelleme süreçlerinin incelenmesine yönelik araştırmaların yapılmasına ihtiyaç olduğu söylenebilir. Öğrenciler üç boyutlu yazıcılar aracılığıyla ders kapsamında veya günlük hayata hayalini kurdukları ya da öğrendikleri soyut bilgileri somutlaştırma imkanı bulmaktadır. Ayrıca üç boyutlu yazıcıların kullanılmasıyla öğrencilerin derse olan ilgileri artmakta ve öğrenciler yeni fikir arayışına girerek yaratıcı düşünme becerilerini geliştirmektedirler (Eisenberg, 2013: 9; Kuzu Demir ve diğerleri, 2016: 494). Üç boyutlu yazıcılar öğrenme ortamında materyal temininde öğretmenlere katkı sağlayabilmekte, öğrencilerin bu teknolojiyi kullanarak zihinsel aktiviteleri sonucu kendi modellerini tasarlama ve yazdırma imkânı sunabilmektedir (Karaduman, 2017: 276). Öğrenme ortamı bu modeller sayesinde zenginleştirilebilir ve materyal ihtiyacı karşılanabilir. Dersin işlenişinde konuyla ilgili modellerin kullanılmasıyla öğrenmenin niteliğinin artırılması sağlanabilir (Esmer, 2018: 275). Öğretim sürecinde modellerin kullanılması öğrencilerin aktifleşmesine katkı sağlayabilir.

Yazar Katkıları: Bu çalışmanın literatür taramasının gerçekleştirilmesinde, giriş, yöntem, tartışma, sonuç ve öneriler bölümlerinin yazılmasına her iki yazar eşit oranda katkı sağlamıştır. Elde edilen verilerin analizinde ve bulguların yazılmasında birinci yazar aktif rol almış olup, ikinci yazar analizleri kontrol etmiştir.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Acher, A., Arcà, M. ve Sanmartí, N. (2007). Modeling as a teaching learning process for understanding materials: A case study in primary education. *Science education*, 91(3), 398-418.
- Aksakal, M., Karataş, A., ve Şimşek, C. L. (2015). Mayoz bölünme konusunun öğretiminde modellerle zenginleştirilmiş laboratuvar ortamının akademik başarıya etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 37(37), 61-76.
- Ayvacı, H.Ş., Bebek, G., Atik, A., Keleş, C.B. ve Özdemir, N. (2016). Öğrencilerin sahip oldukları zihinsel modellerin modelleme süreci içerisinde incelenmesi: Hücre konusu örneği. *Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 28,175-188. <http://dx.doi.org/10.14582/DUZGEF.711>
- Ayvacı, H.Ş. ve Altınok, O. (2019). Türkiye’de yürütülen tezlerin tematik incelenmesi: Işık kavramı örneği. *Trakya Eğitim Dergisi*, 9(3), 549-563. Doi: 10.24315/ tred.501538
- Ayvacı, H. Ş. ve Bebek, G. (2019). Türkiye’de üstün zekâlılar ve özel yetenekliler konusunda yürütülmüş tezlerin tematik incelenmesine yönelik bir çalışma. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 45, 267-292. doi: 10.9779/PUJE.2018.233
- Baki, A. ve Gökçek, T. (2012). Karma yöntem araştırmalarına genel bir bakış. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(42),1-21.
- Berber, N.C. ve Güzel, H. (2009). Fen ve matematik öğretmen adaylarının modellerin bilim ve fende rolüne ve amacına ilişkin algıları. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 87-97.
- Cho, H. S. ve Nam, J. (2017). Analysis of Trends of Model and Modeling-Related Research in Science Education in Korea. *Journal of the Korean Association for Science Education*, 37(4), 539-552.
- Coll, R. K. ve Lajium, D. (2011). Modeling and the future of science learning. M.S. Khine ve I.M. Saleh (Ed.), *Models and modeling Cognitive tools for scientific Enquiry* kitabı içinde (s. 3-21). Dordrecht: Springer.
- Çavdar, O., Okumuş, S., Alyar, M. ve Doymuş, K. (2016). Maddenin tanecikli yapısının anlaşılmasına farklı yöntemlerin ve modellerin etkisi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 555-592.
- Çökelez, A. (2015). Fen eğitiminde model ve modelleme, öğretmenler, öğretmen adayları ve öğrenciler: alanyazın taraması. *Turkish Studies*, 10(15), 255-272. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8707>
- Demircioğlu, G., Demircioğlu, H., ve Aydın, M. A. (2016). Kavramsal Değişim Metninin ve Üç Boyutlu Modelin 7. Sınıf Öğrencilerinin Atomun Yapısını Anlamalarına Etkisi. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 70-96.
- Demirhan, E. ve Şahin, F. (2018). The opinions of the prospective science teachers’ on structured, semi-structured and unstructured three-dimensional modeling processes. *Necatibey Faculty of Education Electronic Journal of Science and Mathematics Education*, 12(2), 382-414. 10.17522/balikesirnef.506453
- Düşkün, İ. ve Ünal, İ. (2016). Modelle öğretim yönteminin fen eğitimindeki yeri ve önemi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4(6), 1-18.
- Eisenberg, M. (2013), 3D printing for children: What to build next? *International Journal of Child-Computer Interaction*, 1(1),7-13.

- Er, N. ve Balbağ, M.Z. (2020). Fen bilgisi ve sınıf öğretmen adaylarının fen bilimleri dersinde model kullanımına yönelik tutumlarının bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi (ESTÜDAM) Eğitim Dergisi*, 5(1), 78-91.
- Ergün, A., ve Sarıkaya, M. (2014). Maddenin Parçacıklı Yapısı İle İlgili Kavram Yanılgılarının Giderilmesinde Modele Dayalı Aktivitelerin Etkisi. *Education Sciences*, 9(3), 248-275.
- Ergin, İ., Özcan, İ. ve Sarı, M. (2010). Ortaöğretim fen öğretmenlerinin bilimsel model ve modeller hakkında görüşleri. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 6(3), 2281-2300.
- Ergin, İ., Özcan, İ. ve Sarı, M. (2012). Farklı akademik unvanlara sahip fen öğretmenlerinin branşlara göre model ve modelleme hakkındaki görüşleri. *Journal Of Educational And Instructional Studies In The World*, 2(1), 2146-7463.
- Esmer, E. (2018). Öğretim tasarımında bir model: Dick, Carey ve Carey. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(2), 274-284. Doi: 10.24315/trkefd.321226
- Gerçek, C. (2019). İskelet ve kas sistemi konularının modellenmesi: mobil uygulamalar. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 226-241. doi:10.14689/issn.2148-2624.1.7c1s.10m
- Güneş, B., Gülçiçek, Ç. ve Bağcı, N. (2004). Eğitim fakültelerindeki fen ve matematik öğretim elemanlarının model ve modelleme hakkındaki görüşlerinin incelenmesi. *Türk Fen Eğitimi Dergisi*, 1(1), 35-48.
- Halloun, I. A. (2007). Modeling theory in science education (Vol. 24). Springer Science & Business Media.
- Harman, G., ve Çelikler, D. (2020). Modelle Öğretim Yönteminin Moleküllerin Geometrik Yapılarının Öğretimine Etkisi: CH₄, NH₃, H₂O Örnekleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (39), 117-130.
- Harrison, G. A. (2001). How do teachers and textbook writer model scientific ideas for students?. *Research In Science Education*, 31, 401-435.
- Işık, A. ve Mercan, E. (2015). Ortaokul matematik öğretmenlerinin model ve modelleme hakkındaki görüşlerinin incelenmesi. *Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(4), 1835-1850.
- Jackson, J., Dukerich, L., and Hestenes, D. (2008). Modeling Instruction: An Effective Model for Science Education. *Science Educator*, 17(1), 10-17.
- Karaduman, H. (2017). Soyuttan somuta sanaldan gerçeğe: Öğretmen adaylarının bakış açısıyla üç boyutlu yazıcılar. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 273-303.
- Kurnaz, S., Çetin, Ö. ve İnce, F. (2003). Yazılım mühendisliğinde kalite ve uml. *Havacılık Ve Uzun Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 1-12.
- Kuzu Demir, E. B., Çaka, C., Tuğtekin, U., Demir, K., İslamoğlu, H. ve Kuzu, A. (2016). Üç boyutlu yazdırma teknolojilerinin eğitim alanında kullanımı: Türkiye'deki Uygulamalar. *Ege Eğitim Dergisi*, 17(2), 481-503.
- Küçüközer, A. (2016). Fen bilgisi eğitimi alanında yapılan doktora tezlerine bir bakış. *Necatibey Eğitim Fakültesi Elektronik Fen ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 10(1), 107-141.
- Louca, L. T., and Zacharia, Z. C. (2012). Modeling-based learning in science education: cognitive, metacognitive, social, material and epistemological contributions. *Educational Review*, 64(4), 471-492.

- Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği. (2016, 20 Nisan). Resmî Gazete [Ulusal Baskı]. s.29690. Erişim: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2016/04/20160420-16.htm>.
- MEB, (2018a). *Fen bilimleri dersi öğretim programı*. Ankara: Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı.
- MEB, (2018b). *Biyoloji dersi öğretim programı*. Erişim tarihi 12/06/2020. <http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=361>.
- Namdar, B., and Shen, J. (2015). Modeling-oriented assessment in K-12 science education: A synthesis of research from 1980 to 2013 and new directions. *International Journal of Science Education*, 37(7), 993-1023.
- Okumuş, S., Çavdar, O., Alyar, M. ve Doymuş, K. (2017). İşbirlikli öğrenme ve modellerin kimyasal reaksiyonlar konusunun anlaşılmasına etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (44), 358-381.
- Okumuş, S., ve Doymuş, K. (2018). Modellerin Okuma-Yazma-Uygulama Yöntemi ve Yedi İlke İle Uygulanmasının Maddenin Tanecikli Yapısı Ve Yoğunluk Konularının Kavramsal Anlaşılmasına Etkisi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(3), 1603-1638.
- Özdemir Işık, B., Bayramoğlu, E. ve Demirel, Ö.(2013).Peyzaj mimarlığında modelleme çalışmalarının kullanıcılar üzerinde etkisinin araştırılması. *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*,13(1),15-23.
- Prins, G. T., Bulte, A. M., and Pilot, A. (2016). An activity-based instructional framework for transforming authentic modeling practices into meaningful contexts for learning in science education. *Science Education*, 100(6), 1092-1123.
- Şendur, G., Otman, T., Kafadar, F., Aktaş, E. ve Kaya, M. (2020). Modelleme Destekli TaTGA Etkinliklerinin Organik Kimya Dersindeki Etkinliğinin İncelenmesi: Rezonans Konusu. *Fen Matematik Girişimcilik ve Teknoloji Eğitimi Dergisi*, 3(3), 197-218.
- Şimşek, F., ve Hamzaoğlu, E. (2020). Modellerle Zenginleştirilmiş Fen Öğretiminin Akademik Başarı, Kalıcılık ve Tutum Üzerine Etkisi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 28(3), 1333-1344.
- Treagust, D. F., Chittleborough, G., and Mamiala, T. L. (2002). Students' understanding of the role of scientific models in learning science. *International Journal of Science Education*, 24(4), 357-368.
- Uludağ, F. Ş. (2020). *Radyoterapide 3B modelleme yapılarak 3B yazıcı ile farklı filamentler kullanarak bolus üretimi ve kıyaslanması*. [Yüksek lisans tezi].Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yayla Eskici, G. ve Özsevgeç, T. (2019). Yaşam becerileri ile ilgili çalışmaların tematik içerik analizi: bir meta-sentez çalışması. *International e-Journal o Education Studies (IEES)*, 3(5), 1-15. DOI: 10.31458/iejes.421255
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- EK 1. Tematik Araştırma Kapsamında İncelenen Tezler**
- T1 Harman, G. (2016). 5.Sınıf “yaşamımızın vazgeçilmezi: elektrik” ünitesinde kullanılan analoginin öğrenci başarısı, tutum, zihinsel modelleme ve kavram yanılgıları üzerine etkisi. [Doktora tezi]. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

- T2 Gökçek, T. (2019). Öğretmen adaylarının model ve modelleme ile yaşam becerilerine ait görüşlerinin bilişötesi farkındalıklarıyla arasındaki ilişkilerin incelenmesi. [Yüksek lisans tezi]. Dumlupınar Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Kütahya.
- T3 Bebek, G. (2016). Öğrencilerin modelleme süreçlerinin değerlendirilmesine yönelik ölçme araçlarının geliştirilmesi. [Yüksek lisans tezi]. Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- T4 Bülbül, S. (2019). Ortaokul öğrencilerinin modelleme becerilerinin belirlenmesi, bu becerilere yönelik bilgisayar tabanlı etkinliklerin geliştirilmesi, uygulanması ve değerlendirilmesi. [Doktora tezi]. Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon.
- T5 Zorlu, Y. (2016). Ortaokul en ve teknoloji dersinde işbirlikli öğrenme modeli ve modellemeye dayalı öğretim yöntemine dayalı etkinliklerin öğrencilerin öğrenmeleri üzerindeki etkileri. [Doktora tezi]. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- T6 Türk, C. (2015). Modellerin astronomi öğretiminin etkililiği. [Doktora tezi]. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- T7 Ünal Çoban, G. (2009). Modellemeye dayalı fen öğretiminin öğrencilerin kavramsal anlama düzeylerine, bilimsel süreç becerilerine, bilimsel bilgi ve varlık anlayışlarına etkisi: 7. Sınıf ışık ünitesi örneği. [Doktora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- T8 Demirçalı, S. (2016). Modellemeye dayalı fen öğretiminin öğrencilerin akademik başarılarına bilimsel süreç becerilerine ve zihinsel model gelişimlerine etkisi: 7.sınıf ‘‘güneş sistemi ve ötesi-uzay bilmecesi’’ ünitesi örneği.[Doktora tezi].Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- T9 Güldal, C. S. (2018). Modellemeye dayalı fen öğretiminin ortaokul öğrencilerinin fen kavramlarını günlük yaşamla ilişkilendirilmelerine ve fen kaygılarına etkisi. [Yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- T10 Arslan, A. (2013). Modellemeye dayalı fen öğretiminin ilköğretim öğrencilerinin anlama, hatırd tutma, yaratıcılık düzeyleri ile zihinsel modelleri üzerine etkisi. [Yüksek lisans tezi]. Akdeniz Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- T11 Batı, K. (2014). Modellemeye dayalı fen eğitiminin etkililiği; bu eğitimin öğrencilerin bilimin doğası görüşleri ile eleştirel düşünme becerilerine etkisi. [Doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- T12 Demir, A. (2017). Modellemeye dayalı etkinliklerin beşinci sınıf öğrencilerinin heyelan konusundaki informal muhakemelerinin ve argümanlarının gelişimine etkisi. [Yüksek lisans tezi]. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Rize.
- T13Gülbaş, E. (2019). Modelleme tabanlı argümantasyonun öğrencilerin bilimin doğasını kavramalarına etkisi. [Doktora tezi]. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- T14 Çavumirza, E. (2018). Model ile fen öğretiminin 8.sınıf öğrencilerinin başarılarına, eleştirel düşünme eğilimlerine, tutumlarına ve kavram öğrenmelerine etkisi. [Yüksek lisans tezi]. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Sakarya.
- T15 Bozdemir, H. (2014). Mikroskopik canlılar konusunda model tabanlı öğretim ve öğrenme yaklaşımına göre tasarlanan öğrenme ortamlarının köy ve şehir okullarındaki öğrencilerin zihinsel model gelişimine etkisi. [Doktora tezi]. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.

- T16 Kılıçoğlu, F. (2019). *''Maddenin tanecikli yapısı'' konusunun model ve modellemelerle öğretiminin öğrencilerin başarısı ve atomla ilgili zihinsel modelleri üzerine etkisi.* [Yüksek lisans tezi]. Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Trabzon.
- T17 Gülcü, M. (2019). *İlkokul öğrencilerinin biyoloji konularını modelleme ile öğrenme süreçlerinin incelenmesi.* [Yüksek lisans tezi]. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzincan.
- T18 Ünal, G. (2005). *Fen öğretiminde derinliğine öğrenme: ''basınç'' konusunda modelleme.* [Yüksek lisans tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- T19 Öztekin, S. (2018). *Fen bilimleri öğretmen adaylarının üç aşamalı tanı testi ile geometrik optik konusundaki zihinsel modellerinin belirlenmesi.* [Yüksek lisans tezi]. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ağrı.
- T20 Uzun, E. (2015). *Fen bilgisi öğretmen adaylarının fotoelektrik olayı modellemeleri ve slow motion animasyonla öğrenmelerine yönelik bir araştırma.* [Doktora tezi]. Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Erzurum.
- T21 Bilal, E. (2010). *Elektrik konusunun modelleme yoluyla öğretiminin kavramsal anlama, akademik başarı ve epistemolojik inançlara etkisi,* [Doktora tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. İzmir.
- T22 Özdemir, A.A. (2017). *Eğitim fakültelerindeki fen bilgisi öğretmen adaylarının model ve modelleme hakkındaki düşüncelerinin analizi.* [Yüksek lisans tezi]. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Kahramanmaraş.
- T23 Türker, E. (2011). *Bilimsel süreç becerileri yaklaşımının model kullanılarak uygulanmasının öğrencilerin başarılarına, bilimsel süreç becerilerinin gelişimine ve motivasyonlarına etkisi.* [Yüksek lisans tezi]. Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Trabzon.
- T24 Tombul, S. (2019). *Astronomi konusunda modelleme ve bilgisayar destekli öğretimin 7.sınıf öğrencilerinin bazı öğrenme ürünlerine etkisi.* [Yüksek lisans tezi]. Ordu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Ordu.
- T25 Demirhan, E. (2015). *3D model tasarlanmasının fen bilgisi öğretmen adaylarının akademik başarıları, problem çözme becerileri, bilimsel yaratıcılıkları ve sürece yönelik algılarına etkisinin incelenmesi.* [Doktora tezi]. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri. İstanbul.
- T26 Yetim, H. (2015). *Farklı eğitim düzeylerindeki öğrencilerin ve öğretmen adaylarının modellerle ilgili görüşlerinin karşılaştırılması.* [Yüksek lisans tezi]. Karadeniz Teknik Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Trabzon.
- T27 Taylan Yıldız, H. (2006). *İlköğretim ve ortaöğretim öğrencilerinin atomun yapısı ile ilgili zihinsel modelleri.* [Yüksek lisans tezi]. Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Balıkesir.
- T28 Ceğer, B. (2018). *Öğrencilerin model oluşturmalarına ilişkin fen bilimleri öğrencilerinin görüşlerini etkileyen faktörlerin araştırılması.* [Yüksek lisans tezi]. Hacettepe Üniversite Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- T29 Ezberci Çevik, E. (2018). *Fen bilgisi öğretmen adaylarının yıldız konusundaki temellendirilmiş zihinsel modellerinin matematiksel algoritmalar yoluyla incelenmesi.* [Doktora tezi]. Kastamonu Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Kastamonu.

T30 Burkaz, S. (2012). *Fen ve teknoloji öğretiminde üç boyutlu modellerin yapılandırmacı öğrenme ortamında kullanımı*. [Yüksek lisans tezi]. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. Rize.

Öğretmenlerin Kariyer Tatmini Düzeylerinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi

Mustafa KILINÇ*
Muhammet TORTUMLU**
Kıvanç UZUN***

Öz

Bu araştırmada, öğretmenlerin kariyer tatminlerinin cinsiyet, yaş, kıdem, gelir durumu, medeni hâl, öğrenim durumu ve branş değişkenleri açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, nedensel karşılaştırma modeli kullanılmıştır. Araştırma, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Burdur il merkezinde ve ilçelerinde yer alan Millî Eğitim Bakanlığına bağlı resmi ve özel kurumlarda çalışmakta olan 325 öğretmen üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubunun yaş ortalaması 37.39'dur. Veriler araştırmacıların geliştirdiği kişisel bilgi formu ve Kariyer Tatmini Ölçeği ile toplanmıştır. Verilerin analizinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama, standart sapma kullanılmış olup; farklılıkların tespitine ilişkin analiz için ise ilişkisiz örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Farklılıkların kaynağını test etmek amacıyla Tukey ve Hochberg's GT2 testlerinden yararlanılmıştır. Tüm bu istatistiksel analizlerde SPSS 22.0 programı kullanılmış olup, anlamlılık düzeyi olarak .05 alınmıştır. Araştırmanın sonucunda, öğretmenlerin kariyer tatminlerinin, kıdem, gelir durumu, medeni hâl ve branş değişkenleri açısından anlamlı olarak farklılaştığı; ancak cinsiyet, yaş ve öğrenim durumu değişkenlerine göre anlamlı bir farkın olmadığı tespit edilmiştir. Çalışma bulguları ilgili alanyazın ışığında tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kariyer Tatmini, Öğretmenler, Farklılık Analizleri, Demografik Değişkenler.

Investigation of Teachers' Career Satisfaction Levels According to Demographic Variables

Abstract


The aim of this research is to examine teachers' career satisfaction by gender, age, seniority, income, marital status, educational background and branch variables. For this purpose, the causal comparative method was used in the research. The study was conducted on 325 teachers working in official and private institutions affiliated to the Ministry of National Education located in the city center and districts of Burdur in the academic year of 2020-2021. The mean age of the study group is 37,39. The data of the study were collected by the personal information form developed by the researchers and the Career Satisfaction Scale. In the analysis of the collected data, percentage, frequency, arithmetic mean, standard deviation were used; In addition, independent samples t-test and one-way variance analysis were used to determine the differences and Tukey and Hochberg's GT2 tests were used to test the source of the differences. For all the statistical analyses, SPSS 22.0 program package was used and the significance level was set to be ,05. As a result of the analyses, the teachers' career satisfaction was found to be varying significantly depending on seniority, income, marital status and branch but not varying significantly depending on gender, age and educational background. Findings of the study were discussed in light of the literature.

Keywords: Career Satisfaction, Teachers, Differences Analysis, Demographic Variables.

Geliş/Received: 01.11.2020

Kabul/Accepted: 23.06.2021

* Bu çalışma, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 07/10/2020 tarihinde 2020/10 nolu toplantıda gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntem açısından incelenmiş olup etik açıdan uygun bulunmuştur (Karar No: GO 2020/257).

* Dr. Öğr. Üyesi, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, mkilinc@mehmetakif.edu.tr,  0000-0002-2759-4916

** Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, mtortumlu@mehmetakif.edu.tr,  0000-0002-7245-1017

*** Öğr. Gör., Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, kuzun@mehmetakif.edu.tr,  0000-0002-6816-1789

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Öğretim, bilgi ve beceri kazandırma, öğrenmeyi sağlama etkinliğidir (Erdem, 1998). Öğretim etkinliğinin ortaya çıkabilmesi için öğrenmenin gerçekleşmiş olması gereklidir. Dolayısıyla öğrenmenin olmadığı bir yerde öğretmeden bahsetmek de anlamsızdır. Eğitimin en önemli araçlarından biri olan öğretim, eğitim sistemi içerisindeki aktörlerden öğretmenlerin sorumluluğunda bulunmaktadır. Bu kritik sorumluluk, toplumların değişimini ve gelişimini büyük ölçüde etkilemektedir (Sağ, 2003). Küçük yaşlardan itibaren eğitim ve öğretim sürecine başlayan bireyler, yetişkin yaşlarına ulaşana kadar öğretmenleriyle ilişkiler kurmakta ve onları rol model almaktadırlar (Kılınç ve Uzun, 2021). Bu bağlamda öğretmenlerin, bireylerin eğitim hayatlarında önemli bir yeri olduğu söylenebilir. Ancak öğretmenlerin toplum içerisindeki bu öneminin, çeşitli sorumluluklar barındırdığı da bir gerçektir. Öğretmenlerin, özellikle eğitim verdikleri branşlar ile ilgili bilgilerini sürekli güncel tutabilmeleri, hedefleri çerçevesinde mesleki gelişimlerini sağlamaları ve mesleğin gereğince yürütülmesi; okullardaki eğitim kalitesinin yükseltilebilmesi için bir zorunluluktur (The Holmes Group, 1996).

Bilgi çağı ile hızla gelişen teknoloji, tüm meslek gruplarında olduğu gibi öğretmenlik mesleğinde de değişimin baş aktörüdür (Özdemir, 2016). Bu durum, öğretmenlerin mesleki gelişimleri için bilgilerini sürekli güncel tutmaları ve teknolojiyi aktif kullanma becerilerini artırmaları gerekliliğini doğurmuştur. Ancak bunu sağlamaya yönelik yapılan hizmet içi eğitimler de zamanla güncelliğini kaybetmektedir (Gönen ve Kocakaya, 2006). Kendini yetiştiremeyen, geliştiremeyen ve bilgisini güncellemeyen öğretmenlerin, eğitim kalitesini artırması beklenemeyeceği gibi başarısızlık ve tatminsizlik yaşamaları da kaçınılmazdır. Nitekim Rol Teorisine göre çalışanların, görev aldıkları pozisyonlar ile ilgili yeterli bilgi ve birikime sahip olmaması durumunun; memnuniyetsizliği meydana getireceği, kaygı düzeyini yükselteceği ve gerçeklikten uzaklaştırıp performansı düşüreceği belirtilmiştir (Rizzo, House ve Lirtzman, 1970). Özellikle teknolojik gelişmeler, gelişim fırsatları açısından öğretmenlik branşları arasında uçurum oluşturabilir. Fen bilimleri branşındaki öğretmenlerin, diğer branşlardaki öğretmenlere oranla teknolojik gelişmelere daha hızlı ayak uydurabileceklerini söylemek mümkündür. Bu gibi gelişmeler, branş ve benzeri demografik değişkenlere bağlı olarak; öğretmenlerin kariyer gelişimlerinin farklı düzeylerde seyretmesini ve dolayısıyla kariyerlerinden kaynaklı memnuniyetsizliklerinin de farklı oranlarda yaşanmasını kaçınılmaz hale getirebilir. Alanyazın incelendiğinde, çalışanların kariyer tatmini düzeylerini demografik değişkenler kapsamında inceleyen araştırmaların olduğu göze çarpmaktadır (Kendir ve Özkoç, 2018; Tak ve Lim, 2008). Ancak öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerini ve bu düzeylerin hangi demografik değişkenler çerçevesinde farklılaştığını inceleyen bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Bu bağlamda,

öğretmenlerin kariyer tatminlerinin kaynaklarının açıklanmasına yönelik araştırmalara yeterince ağırlık verilmediği ve bu tür çalışmalara daha çok ihtiyaç duyulduğu söylenebilir. Araştırmanın bu bakımdan özgün olduğu ve öğretmenlerin kariyer tatminlerine kuramsal açıdan katkılar sunacağı söylenebilir. Bu araştırma, öğretmenlerin kariyer tatminlerinin açıklanması ve artırılması ile ilgili yapılacak çalışmalarda dikkate alınması gereken faktörlerin belirlenmesi bakımından da oldukça önem arz etmektedir.

Öğretmenlerin mesleki gelişimlerini, kariyer hedeflerini, beceri ve niteliklerini artırmalarıyla öğretme faaliyetini gerçekleştirdikleri kitlelere daha çok fayda sağlayacağı söylenebilir (Kılınç ve Uzun, 2021). Bireylerin mesleki başarıları, gelire ilişkin hedefleri, genel mesleki hedefleri, yeni beceriler edinme ve mesleki ilerlemeleri kariyer tatminini oluşturan boyutlardan sayılmaktadır (Vatansever, 2008). Kariyer tatmini, bireylerin mesleğine yönelik olumlu duygularını içermektedir (Shawer ve Alkahtani, 2012). Kariyer tatmini düzeyleri düşük çalışanların, tükenmişlik duygularını daha çok yaşadıkları tespit edilmiştir (Shanafelt, Balch, Bechamps, Russell, Dyrbye, Satele, Collicott, Novotny, Sloan ve Freischlag, 2009). Bu bağlamda öğretmenlerin, kariyer tatminsizliği kaynaklı yaşayabilecekleri tükenmişlik duygusunun; dolaylı yoldan öğretim sistemini de olumsuz yönde etkileyebileceği düşünülebilir.

Çalışanların iş tutumları, çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterebilmektedir (Kılınç ve Uzun, 2020). Bu araştırma kapsamında da öğretmenlerin kariyer tatmini tutumlarının; yaş, cinsiyet, kıdem, branş, gelir düzeyi, öğrenim durumu ve medeni hâl değişkenlerine göre farklılık gösterebileceği düşünülmüştür. Nitekim genç yaş grubundaki çalışanların, daha hırslı ve istekli olmalarından dolayı performanslarının daha yüksek olabileceği (Sağdıç ve Demirkaya, 2009); erkeklerin kadınlara göre kariyerlerine daha fazla önem verdikleri (Küçükusta, 2007); eğitim seviyesinin kariyer tatmini sağlamada önemli bir etken olduğu (Demirdelen ve Ulama, 2013); evli kadın çalışanların bekar kadın çalışanlara göre daha fazla kariyer tatmini yaşadıkları (Punnett, Duffy, Fox, Gregory, Lituchy, Miller, Inés-Monserrat, Olivas-Luján ve Santos, 2007); çalışanların çalıştıkları kurum içerisindeki konumlarına göre kariyer tatmin seviyelerinin değişiklik gösterebildiği (Uzunbacak, 2004) gibi tespitler, iş tutumlarına birçok değişkenin etki edebileceğini kanıtlar niteliktedir. Bu bakımdan öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin tespit edilmesi ve çeşitli değişkenlerle olan etkileşiminin saptanması; öğretmenlerin bilgi ve birikimlerini sürekli güncel tutmalarına, kariyerlerine dönük olumlu algıları artırabilecek uygulamaların devreye sokulmasına katkıda bulunabilir. Bu bağlamda siyasi otoriteler tarafından ücretlerin yeniden yapılandırılmasının, yeni kariyer aşama ve fırsatlarının oluşturulmasının yolu açabilir.

Kuramsal Çerçeve

Kariyer Tatmini

Son yıllarda örgütlerin, personellerine kariyer planlama olanakları sağlayarak kurumsallaşmaya dönük adımlar attıkları görülmektedir. Bu doğrultuda bireyler ilgi, beceri ve istekleri doğrultusunda; kendilerini tatmin edebileceğini düşündükleri işlere yönelmeye başlamışlardır. Tam da bu noktada kariyer tatmini kavramı ön plana çıkmaktadır. Kariyer tatmini kavramı ilk olarak Kariyer Seçimi Teorisine dayandırılarak Holland ve Super tarafından alanyazına kazandırılmıştır. Holland kariyer tatminini, çalışanların yetenek, inanç, değer, tecrübe ve başarılarından kaynaklandığını ileri sürerken; Super ise kariyer tatmininin, örgütte meydana gelen değişikliklerden de etkilenebildiğini ifade etmiştir (Gürkan ve Koçoğlu, 2014). Kariyer tatmini, çalışanların hedefledikleri kariyere ulaşma derecesinden algıladıkları memnuniyet olarak tanımlanmış ve mesleğe karşı olumlu duyguları içerdiği ifade edilmiştir (Shawer ve Alkahtani, 2012). Başka bir tanımda ise kariyer tatmini, bireyin mevcut yaşadığı kariyer başarısı ile gelecekte hedeflediği kariyer gelişimlerine dönük beklentileri olarak tanımlanmaktadır (Nauta, Vianen, Heijden, Dam ve Willemsen, 2009). Çalışanların, kendi kariyerlerine yönelik ücret, terfi ve gelişim beklentileri gibi içsel ve dışsal tutumları, kariyer tatminlerini oluşturmaktadır (Koçoğlu, 2012). Kariyer tatmininin mesleki başarılar, genel mesleki hedefler, gelire ilişkin hedefler, meslekteki ilerlemeler ve yeni beceriler edinme olmak üzere beş temel bileşeni olduğu ifade edilmiştir (Greenhaus, Parasuraman ve Wormley, 1990). Çalışanların belirledikleri hedeflere ulaşma sürecinde duydukları memnuniyet, kariyer tatmininin en temel noktalarındandır (Yüksel, 2005). Nitekim çalışanlar belirledikleri hedeflere ulaştıklarında kariyer tatmini düzeyleri artarken; mevcut gerçekleştirdikleri işler, amaç ve hedeflerine uygun değilse kariyer tatmin seviyeleri azalmaktadır (Hsu, Chen, Jiang ve Klein, 2003). Buna ek olarak çalışanların kariyer tatmin düzeylerinin düşük olması, kariyer bağlılığını ve iş hayatındaki başarıyı olumsuz etkileyebilmektedir (Demirdelen, 2013). Ayrıca kariyer tatmini seviyesinin düşük olmasının, çalışanların motivasyonunu ve performansını azalttığı; ancak devamsızlığı ve iş gücü devir hızını artırdığı belirlenmiştir (Cascio, 1995). Bunun yanında kariyer tatmini yüksek olan bireylerin daha mutlu ve motive oldukları, daha yüksek performans gösterdikleri ifade edilmiştir (Peluchette, 1993). Bu tespit ve bulgulardan hareketle kariyer tatmininin, bireylerin çalışma hayatlarındaki performans, motivasyon ve iyi oluşlarına etki eden önemli bir değişken olduğu anlaşılmaktadır. Örgütler açısından bakıldığında ise kariyer tatmininin, iş gücü devir oranına ve devamsızlığa olan etkisiyle kritik bir rol oynadığı söylenebilir. Tüm örgütler için önemli bir konuma sahip olduğu bilinen kariyer tatmini tutumunun; çalışanların yaş, cinsiyet, kıdem, gelir düzeyi, medeni hâl ve

öğrenim durumu gibi çeşitli değişkenlerine göre farklılaşabileceği düşünülmektedir. Nitekim birçok araştırma, çeşitli meslek gruplarının kariyer tatmini düzeylerini incelerken bu ilişkileri konu edinmiştir (Judge, Cable, Boudreau ve Bretz, 1995; Seibert ve Kraimer, 2001).

Yaş ile Kariyer Tatmini İlişkisi

Yaş, bireylerin çalışma hayatlarındaki tutumlarını ve beklentilerini etkilemektedir (Çolakoğlu, Ayyıldız ve Cengiz, 2009). Bu bakımdan çalışanların sahip oldukları yaşın, iş tutumlarından biri olarak kabul edilen kariyer tatmini üzerinde de etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Alanyazındaki araştırmalar, bireylerin yaşları ve kariyer tatminleri arasında olumlu ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (Lortie-Lussier ve Rinfret, 2005; Rasdi, Ismail ve Garavan, 2011). Buradan hareketle yaş değişkeninin, çalışanların iş hayatlarındaki beklentilerini ve tutumlarını etkileyen önemli bir faktör olduğu düşünülmektedir (Çolakoğlu ve diğerleri, 2009). Ancak bunun yanında alanyazında birbiriyle çelişen bulgulara da ulaşılmıştır. Örneğin bir araştırmada, genç çalışanların kariyer tatmini düzeylerinin yüksek olduğunun (Yap, Cukier, Holmes ve Hannan, 2010) ortaya konulmasına rağmen, orta yaşlarda kariyer tatmini düzeyinin düştüğü ve yaş ilerledikçe tekrar arttığı ifade edilmektedir (Peluchette, 1993). Bu bulguların tam tersine yaş faktörünün kariyer tatmini ile herhangi bir ilişkisinin olmadığına yönelik araştırmalar da mevcuttur (Ng, Eby, Sorensen ve Feldman, 2005; Punnett ve diğerleri, 2007).

Cinsiyet ile Kariyer Tatmini İlişkisi

Cinsiyet, bireylerin meslek ve kariyer seçimlerinde önemli bir faktördür (Özkişi, 2012). Kariyer tatmini ile cinsiyetin ilişkisini inceleyen araştırmaların çoğu, seçilen örneklemden kaynaklı olarak farklı sonuçlar ortaya koyabilmektedir. Kamu sektöründe çalışanlara yönelik yapılan bir çalışmada, cinsiyetin kariyer tatminini etkilediği tespit edilmiştir (Rasdi ve diğerleri, 2011). Finans alanında hizmet veren bir işletmedeki çalışanlar üzerinde yapılan başka bir araştırmada ise kadınların erkeklerden daha yüksek seviyede kariyer tatminine sahip olduğu anlaşılmıştır (Yap ve diğerleri, 2010). Bir başka çalışmada da cinsiyet ile kariyer tatmini arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır (Ng ve diğerleri, 2005).

Eğitim Düzeyi ile Kariyer Tatmini İlişkisi

Çalışanların eğitim düzeylerinin artırılması ve öğrenme faaliyetlerinin sürekli hale getirilmesi kariyer tatminine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Eby, Butts ve Lockwood, 2003). Nitekim yapılmış olan bir çalışmada, kariyer tatmini ile eğitim seviyesi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Hirschi, Nagy, Baumeler, Johnston ve Spurr, 2017). Ancak yapılan araştırmaların, özde örneklem ve genelde ise kültür faktörünün farklılığından kaynaklı olarak; kariyer tatmini ve eğitim düzeyi ilişkisinin her zaman olumlu yönde olmadığı anlaşılmıştır.

Ayrıca kariyer tatmini ile eğitim seviyesi arasındaki ilişkiyi araştıran bazı çalışmalarda, bu iki değişken arasında herhangi bir ilişki tespit edilememiştir (Emmerik, Euwema, Geschiere ve Schouten, 2006; Rasdi ve diğerleri, 2011).

Medeni Durum ile Kariyer Tatmini İlişkisi

Evlilik, bireyin genel hayatını büyük ölçüde etkileyen bir değişim olduğu gibi; benzer şekilde iş yaşamını da doğrudan etkilemektedir. Toplumsal değerler, kültür ve çalışılan kurum gibi değişkenler; bireylerin medeni durumlarının, iş tutumları ile ilişkisinde belirleyici rol oynamaktadır. Alanyazında, bireylerin işlerindeki rollerinden ziyade aile rollerinin ağır basması sonucunda yaşanan çatışma ile kariyer tatmininin olumsuz etkileneceği ifade edilmiştir (Martins, Eddleston ve Veiga, 2002). Öte yandan bazı araştırmalarda ise evliliğin kariyer tatminini olumlu yönde etkilediği saptanmıştır (Ng ve diğerleri, 2005; Rasdi ve diğerleri, 2011). Kadın çalışanlara yönelik yapılan bir başka çalışmada ise evli kadınların eşlerinden aldıkları destekten dolayı kariyer tatmin düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Punnett ve diğerleri, 2007).

Kıdem ile Kariyer Tatmini İlişkisi

İş yaşamında edinilen tecrübenin, bireylerin kariyer tatmini seviyelerine etki ettiği düşünülmektedir. Alanyazında, özellikle kurumda çalışılan sürenin kariyer bağlılığı ve kariyer tatmini duygusuyla ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Knight, Crutsinger ve Kim, 2006). Bu bağlamda tatmin duygusu ile tecrübenin olumlu bir ilişkisinin olduğu ileri sürülmüştür (Sevimli ve İşcan, 2005). Ayrıca yapılmış olan çalışmalarda, bir örgütte uzun süre çalışan bireylerin; işe bağlılıklarının daha fazla artacağı, işlerinden daha fazla doyum alacakları ve mutlu olacakları bulgularına ulaşılmıştır (Demirel ve Özçınar, 2009).

Gelir ile Kariyer Tatmini İlişkisi

Kariyer tatmini, çalışanların mevcut işlerine, gelirlerine ve ilerleme imkânlarına yönelik tutumlarını ve bunlardan aldıkları doyumunu ifade etmektedir (Emmerik ve diğerleri, 2006). Nitekim gelire ilişkin hedefler, kariyer tatmininin bileşenlerinden biri olarak sayılmaktadır (Greenhaus ve diğerleri, 1990). Bireylerin meslek hayatlarındaki kariyer tatmini seviyeleri; cinsiyet, yaş, gelir ve çalışma şartları gibi birçok değişkenden etkilenebilmektedir (Kendir ve Özkoç, 2018; Tak ve Lim, 2008). Elde edilen gelir ve ücret beklentisi; çalışanların iyi oluş ve tatmin düzeylerinin, başarı duygularının, hedeflere ulaşmalarının ve kariyer başarısının göstergelerinden sayılmaktadır (Wang, Horng, Cheng ve Killman, 2011). Bu bakımdan çalışanların sahip oldukları yüksek gelirin, mutlaka kariyer başarılarına etki edeceği ifade

edilerek; iş tatmini ve kariyer tatmini göstergelerinin önemli olduğu vurgulanmıştır (Liu ve Liu, 2008).

Yukarıda ifade edilen kuram ve bulgular ışığında bu araştırmanın amacı; öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin; cinsiyet, yaş, kıdem, gelir düzeyi, medeni hâl, öğrenim durumu ve branş değişkenleri açısından anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesidir. Amaca yönelik olarak oluşturulan araştırma soruları aşağıda belirtilmiştir.

Öğretmenlerin kariyer tatmini düzeyleri;

- a) Cinsiyetlerine,
- b) Yaşlarına,
- c) Kıdemlerine,
- d) Gelir düzeylerine,
- e) Medeni hâllerine,
- f) Öğrenim durumlarına,
- g) Branşlarına göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

Yöntem

Araştırma Modeli

Bu çalışmada, Burdur il merkezinde ve ilçelerinde yer alan Millî Eğitim Bakanlığına bağlı resmi ve özel kurumlarda çalışmakta olan öğretmenlerin; cinsiyet, yaş, kıdem, gelir durumu, medeni hâl, öğrenim durumu ve branş değişkenleri açısından kariyer tatmini puanları arasında anlamlı bir fark olup olmadığının belirlenmesi için nedensel karşılaştırma araştırması modeli kullanılmıştır. İnsan grupları arasındaki farklılıkların nedenlerini ve sonuçlarını koşullar ve katılımcılar üzerinde herhangi bir müdahale olmaksızın belirlemeyi amaçlayan çalışmalara nedensel karşılaştırma araştırması denir (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2016).

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 2020-2021 eğitim ve öğretim yılında, Burdur il merkezinde ve ilçelerinde bulunan Millî Eğitim Bakanlığına bağlı resmi ve özel kurumlarda çalışmakta olan (anaokulu, ilkokul, ortaokul ve ortaöğretim kurumları) 325 öğretmen oluşturmaktadır. Çalışma grubunda yer alan öğretmenlerin yaş ortalaması 37.39'dur. Çalışma grubu oluşturulurken, seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden uygun örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Uygun örnekleme, araştırmacıların ihtiyaç duyduğu büyüklükteki bir gruba ulaşana kadar en ulaşılabilir olan yanıtlayıcılardan başlamak üzere örneklemini oluşturmasıdır (Büyüköztürk ve diğerleri, 2016). Bu bağlamda araştırma evrenindeki 3250 öğretmenden (Burdur İl MEM, 2020) araştırmacıların imkânları ve kısıtlamaları (zaman, para vb.) hesaba katılarak;

Mustafa KILINÇ, Muhammet TORTUMLU, Kıvanç UZUN
Öğretmenlerin Kariyer Tatmini Düzeylerinin Demografik Değişkenlere Göre
İncelenmesi

evreni temsil ettiği düşünülen %10'luk bir örneklem oluşturulmasının yeterli olacağı düşünülmüştür (Özen ve Gül, 2007). Öğretmenler araştırma sürecine dâhil edilirken gönüllülük ilkesine dikkat edilmiştir. Araştırmanın örnekleme ilişkin bilgiler Tablo-1'de verilmiştir.

Tablo 1: Örneklem Ait Tanımlayıcı Bulgular

Faktör	Değişken	n	%
Cinsiyet	Kadın	134	41.00
	Erkek	191	59.00
Yaş	20-29 arası	95	29.00
	30-39 arası	100	31.00
	40-49 arası	69	21.00
	50 ve üstü	61	19.00
Kıdem	1-10 arası	171	53.00
	11-20 arası	82	25.00
	21 ve üstü	72	22.00
Gelir Düzeyi	2999 TL ve altı	60	18.50
	3000 - 4999 TL arası	113	35.00
	5000 - 6999 TL arası	89	27.00
	7000 TL ve üstü	63	19.50
Medeni Hâl	Bekâr	125	38.00
	Evli	200	62.00
Öğrenim Durumu	Lisans	224	69.00
	Lisansüstü	101	31.00
Branş	Din Bilimleri	49	15.50
	Fen Bilimleri	47	14.00
	Kültür, Sanat ve Spor	40	11.00
	Temel Eğitim Bilimleri	53	18.00
	Sosyal Bilimler	51	16.50
	Teknik Bilimler	44	13.00
	Yabancı Diller	41	12.00
Toplam Öğretmen Sayısı		325	100.00

Tablo-1 incelendiğinde araştırmaya katılanların %41.00'inin (n=134) kadın, %59.00'unun (n=191) ise erkek öğretmenlerden oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %29.00'u (n=95) 20-29 yaş, %31.00'i (n=100) 30-39 yaş, %21.00'i (n=69) 40-49 yaş ve %19.00'u (n=61) ise 50 ve üstü yaş aralığında yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %53.00'ü (n=171) 1-10 yıl, %25.00'i (n=82) 11-20 yıl ve %22.00'si (n=72) 21 ve üstü yıl kıdeme sahiptir. Katılımcıların %18.50'si (n=60) 2999 TL ve altında, %35.00'i (n=113) 3000 ila 4999 TL arasında, %27.00'si (n=89) 5000 ila 6999 TL arasında ve %19.50'si (n=63) 7000 TL ve üstünde gelir kazanmaktadır. Araştırmaya katılanların %38.00'i (n=125) bekâr iken %62.00'si (n=200) ise evlidir.

Katılımcıların %69.00'u (n=224) lisans, %31.00'i (n=101) ise lisansüstü mezundur. Araştırmaya katılan öğretmenlerin %15.50'si (n=49) din bilimleri, %14.00'ü (n=47) fen bilimleri, %11.00'i (n=40) kültür, sanat ve spor bilimleri, %18.00'i (n=53) temel eğitim bilimleri, %16.50'si (n=51) sosyal bilimler, %13.00'ü (n=44) teknik bilimler ve %12.00'si (n=41) ise yabancı diller branşlarında yer almaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama araçları olarak öğretmenlere ilişkin demografik bilgilerin elde edildiği kişisel bilgi formu ve Kariyer Tatmini Ölçeği kullanılmıştır. Kariyer Tatmini Ölçeğinin, bu araştırma kapsamında kullanılabilmesi için fikri mülkiyet hakkı sahiplerinden e-posta yolu ile izin alınmıştır. Alınmış olan bu izin, araştırma sürecine başlanmadan önce Etik Kurul Onayına başvurulurken, başvuru dosyasına dâhil edilmiştir.

Kişisel Bilgi Formu

Araştırmaya katılan öğretmenlerin, demografik özelliklerine ilişkin veri toplamak amacı ile kişisel bilgi formu oluşturulmuştur. Bu formda öğretmenlere dair kişisel bilgiler (cinsiyet, yaş, kıdem, gelir durumu, medeni hâl, öğrenim durumu ve branş) bulunmaktadır.

Kariyer Tatmini Ölçeği (KTÖ)

KTÖ, Greenhaus ve diğerleri (1990) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Türk kültürüne uyarlaması Çamur (2019) tarafından yapılmıştır. Ölçek toplam 5 madde ve 5'li Likert tipindedir. Ölçekten alınan puanın yükselmesi, bireyin sahip olduğu kariyer tatmini düzeyinin arttığına işaret etmektedir. Ölçeğin tek boyutu bulunmaktadır. KTÖ'nün genel iç tutarlık katsayısı .89'dur. Ölçekte kariyer tatmini, beş farklı durum üzerinden ele alınmıştır. Bunlar: kişinin kariyer başarısına ulaşma, genel kariyer hedefleri, gelir hedefleri, terfi hedefleri ve yeni yetenekler geliştirmeye yönelik hedeflere ulaşma düzeyidir (Çamur, 2019).

KTÖ'nün bu çalışma kapsamında kullanılabilmesi için öncelikle geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Ölçeğin yapı geçerliğine kanıt sağlamak amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmış ve ölçeğin model-veri uyumunun kabul edilebilir düzeyde sağlandığı görülmüştür ($X^2=5.322$, $sd=5$, $p=.000$, $X^2/sd=1.064$, $CFI=.93$, $NNFI=.92$, $RMSEA=.061$, $SRMR=.052$). Ölçekten elde edilen puanların güvenilirliğini belirlemek için ise Cronbach's alfa iç tutarlık katsayısı hesaplanmıştır. Ölçeğin genel iç tutarlık katsayısı .88 olarak bulunmuştur. Bu değerler göz önüne alındığında ölçeğin arzu edilen referans değerlerini karşıladığı ve araştırmada kullanılacak düzeyde geçerli (Kline, 2014) ve güvenilir (Büyüköztürk, 2014) olduğu söylenebilir.

Verilerin Toplanması

Araştırmacılar tarafından çalışmaya başlanabilmesi için öncelikle Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığından, çalışmanın etik ilkelere uygun olduğuna dair onay alınmıştır. Sonrasında çalışmanın Burdur il

merkezinde ve ilçelerinde yer alan Millî Eğitim Bakanlığına bağlı resmi ve özel kurumlarda sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için Etik Kurul Onayı sunularak gerekli olan tüm resmi izinler alınmıştır. Resmi izinlerin alınmasından sonra veri toplama sürecine başlanmıştır. Ölçek uygulamaları araştırmacılar tarafından yüz yüze yapılmıştır. Okullardaki her bir öğretmen ile birebir görüşülmüş, araştırmanın içeriği ve veri toplama araçlarıyla ilgili gerekli açıklamalar yapılmıştır. Öğretmenlerden gönüllü olarak araştırmaya katılmaya istekli olanlardan, imzalı olarak bilgilendirilmiş onam formları alınmıştır. Daha sonra öğretmenler tarafından ölçeklerin kurallara uygun bir şekilde doldurulması sağlanmıştır. Yapılan bu uygulama, her öğretmen için ortalama üç dakika kadar sürmüştür. Öğretmenler tarafından tamamlanan ölçekler incelenmiş ve tüm veri toplama araçlarının eksiksiz olarak doldurulduğu anlaşılmıştır.

Verilerin Analizi

Veri analizinin ilk aşamasında veri setinde kayıp veri olup olmadığı incelenmiş ancak herhangi bir kayıp veriye rastlanmamıştır. Daha sonra parametrik test varsayımlarının karşılanıp karşılanmadığının kontrol edilmesi için veri seti uç değerler bakımından incelenmiştir. Verilerin tek değişkenli normal dağılımına uyup uymadığının belirlenmesi için z testi yapılmıştır. Örneklem büyüklüğünün 100'den fazla olmasından dolayı -4.00 ile +4.00 arası z puanı referans değeri olarak alınmıştır (Mertler ve Vannatta, 2016). Yapılan uç değer incelemesinde standartlaştırılmış z puanı, -4.00 ile +4.00 aralığının dışında kalan herhangi bir veriye rastlanılmamıştır.

Veriler analiz işlemleri için hazır hale getirildikten sonra; öncelikle, Kariyer Tatmini Ölçeğinin çalışma kapsamında kullanılabilmesi için mevcut çalışmanın verileri kullanılarak yapı geçerliği ve iç tutarlık güvenilirlik katsayısı test edilmiştir. Yapı geçerliğinin test edilmesi için LISREL 8.7 programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış; iç güvenilirlik katsayısının belirlenmesi için ise SPSS 22.0 programı kullanılarak ölçeğin Cronbach's alfa iç tutarlık katsayısı hesaplanmıştır. Elde edilen değerler, ölçeğin araştırma kapsamında kullanılacak düzeyde geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu değerler, makalenin veri toplama araçları ile ilgili kısmında ayrıntılı sunulmaktadır.

Bu araştırma kapsamında öğretmenlerin kariyer tatminlerinin, demografik değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ilişkisiz örneklem t-testi ile tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Varyans analizleri yapılmadan önce veri setinin varyansların homojenliği varsayımını sağlayıp sağlamadığı Levene testi yapılarak kontrol edilmiştir. Levene testi sonucunun istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p > .05$) dolayısıyla varyansların homojenliği varsayımının sağlandığı görülmüştür. Ayrıca veri setindeki değişkenlerin normal dağılım varsayımını sağlayıp sağlamadığı da kontrol edilmiştir.

Her bir değişken için hesaplanan çarpıklık ve basıklık katsayılarının -1.00 ile +1.00 aralığında kalmasından dolayı verilerin normal dağılımdan aşırı sapma göstermediği (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2014) ve normal dağılım varsayımının sağlandığı görülmüştür. Veri setinin gerekli ön koşulları sağladığı tespit edildikten sonra varyans analizleri yapılmıştır. Farklılıkların kaynağının test edilebilmesi için, öğretmenlerin demografik kategorilerdeki dağılımları göz önüne alınarak; Tukey veya Hochberg's GT2 testlerinden uygun olanı tercih edilmiştir (Field, 2005). Yapılmış olan tüm istatistiksel analizlerde SPSS 22.0 programı kullanılmış ve anlamlılık düzeyi olarak .05 kabul edilmiştir.

Etik Kurul Onay Bilgileri

Bu çalışma, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 07/10/2020 tarihinde 2020/10 nolu toplantıda gerekçe, amaç, yaklaşım ve yöntem açısından incelenmiş olup etik açıdan uygun bulunmuştur (Karar No: GO 2020/257).

Bulgular

Öğretmenlerin cinsiyetleri açısından kariyer tatmini puanları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını incelemek için ilişkisiz örneklem t-testi analizi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo-2'de sunulmuştur.

Tablo 2: Öğretmenlerin Cinsiyet Açısından Kariyer Tatmini Puanlarının İncelenmesine Yönelik İlişkisiz Örneklem T-Testi Sonuçları

Değişken	Cinsiyet	n	\bar{x}	S	sd	t	p
Kariyer Tatmini	Kadın	134	15.06	4.92	323	-.141	.888
	Erkek	191	15.15	4.37			

Tablo-2'de görüldüğü gibi öğretmenlerin kariyer tatmini puanları, cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(323)}=-.141$, $p>.05$). Bu bulgu, kadın ($\bar{x}=15.06$) ve erkek ($\bar{x}=15.15$) öğretmenlerin birbirlerine çok yakın düzeyde kariyer tatmini puanlarına sahip olduklarını göstermektedir.

Öğretmenlerin yaşlarına göre kariyer tatmini puanları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını saptamaya yönelik tek yönlü varyans analizi yapılmış, sonuçlar Tablo-3'te gösterilmiştir.

Tablo 3: Öğretmenlerin Yaşlarına Göre Kariyer Tatmini Puanlarının İncelenmesine Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Değişken	Yaş	n	\bar{x}	S	F	p	Anlamlı Fark
Kariyer Tatmini	20-29 arası (A)	95	15.23	4.51	1.036	.378	-
	30-39 arası (B)	100	14.77	4.29			
	40-49 arası (C)	69	15.02	4.80			

50 ve üstü (D) 61 17.15 5.85

Tablo-3’de görüldüğü gibi öğretmenlerin kariyer tatmini puanları, yaş düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($F_{(3-321)}=1.036$, $p>.05$).

Öğretmenlerin kıdemlerine göre kariyer tatmini puanları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını saptamaya yönelik tek yönlü varyans analizi yapılmış, sonuçlar Tablo-4’te sunulmuştur.

Tablo 4: Öğretmenlerin Kıdemlerine Göre Kariyer Tatmini Puanlarının İncelenmesine Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Değişken	Kıdem	n	\bar{x}	S	F	p	Anlamlı Fark
Kariyer Tatmini	1-10 arası (A)	171	14.83	4.51	7.431**	.001	A-C B-C
	11-20 arası (B)	82	14.30	4.01			
	21 ve üstü (C)	72	18.43	4.68			

** $p<.01$

Tablo-4’de görüldüğü üzere kıdemlerine göre öğretmenlerin kariyer tatmini puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ($F_{(2-322)}=7.431$, $p<.01$). Tablo-4 incelendiğinde kıdemleri 21 yıl ve üzerinde olan öğretmenlerin, kıdemleri 1 ila 10 yıl arasında ve kıdemleri 11 ila 20 yıl arasında olan öğretmenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek kariyer tatmini puanlarına sahip oldukları görülmektedir.

Öğretmenlerin gelir düzeylerine göre kariyer tatmini puanları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını saptamaya yönelik tek yönlü varyans analizi yapılmış, sonuçlar Tablo-5’te verilmiştir.

Tablo 5: Öğretmenlerin Gelir Düzeylerine Göre Kariyer Tatmini Puanlarının İncelenmesine Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Değişken	Gelir Düzeyi	n	\bar{x}	S	F	p	Anlamlı Fark
Kariyer Tatmini	2999 TL ve altı (A)	60	15.27	2.82	4.704**	.003	B-C
	3000 - 4999 TL arası (B)	113	13.98	4.67			
	5000 - 6999 TL arası (C)	89	16.51	4.45			
	7000 TL ve üstü (D)	63	16.00	4.43			

** $p<.01$

Tablo-5’te görüldüğü gibi öğretmenlerin kariyer tatmini puanları, gelir düzeylerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır ($F_{(3-321)}=4.704$, $p<.01$). Tablo-5’e göre 5000 ila 6999 TL arasında kazanan öğretmenlerin, 3000 ila 4999 TL arasında kazanan öğretmenlere göre anlamlı düzeyde daha yüksek kariyer tatmini puanlarına sahip olduğu söylenebilir.

Öğretmenlerin medeni durumlarına göre kariyer tatmini puanları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını incelemek için ilişkisiz örneklem t-testi analizi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo-6’da sunulmuştur.

Tablo 6: Öğretmenlerin Medeni Durumlarına Göre Kariyer Tatmini Puanlarının İncelenmesine Yönelik İlişkiziz Örneklemeler T-Testi Sonuçları

Değişken	Medeni Hâl	n	\bar{x}	S	sd	t	p
Kariyer Tatmini	Bekâr	125	14.09	4.88	323	-2.244*	.026
	Evli	200	15.60	4.35			

*p<.05

Tablo-6'da görüldüğü gibi öğretmenlerin kariyer tatmini puanları, medeni durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t_{(323)}=-2.244$, $p<.05$). Bu bulgu, evli öğretmenlerin ($\bar{x}=15.60$), bekâr ($\bar{x}=14.09$) öğretmenlere göre daha yüksek düzeyde kariyer tatmini puan ortalamasına sahip olduklarını göstermektedir.

Öğretmenlerin öğrenim durumları açısından kariyer tatmini puanları arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını incelemek için ilişkisiz örneklemeler t-testi analizi gerçekleştirilmiş ve sonuçlar Tablo-7'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Öğretmenlerin Öğrenim Durumları Açısından Kariyer Tatmini Puanlarının İncelenmesine Yönelik İlişkiziz Örneklemeler T-Testi Sonuçları

Değişken	Öğrenim Durumu	n	\bar{x}	S	sd	t	p
Kariyer Tatmini	Lisans	224	15.12	4.46	323	-.028	.977
	Lisansüstü	101	15.14	5.02			

Tablo-7'de görüldüğü gibi öğretmenlerin kariyer tatmini puanları, öğrenim durumlarına göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($t_{(323)}=-.028$, $p>.05$). Bu bulgu, lisans ($\bar{x}=15.12$) ve lisansüstü ($\bar{x}=15.14$) öğrenim düzeyine sahip olan öğretmenlerin birbirlerine çok yakın düzeyde kariyer tatmini puanlarına sahip olduklarını göstermektedir.

Öğretmenlerin branşlarına göre kariyer tatmini puanları arasında anlamlı bir farkın olup olmadığını saptamaya yönelik tek yönlü varyans analizi yapılmış, sonuçlar Tablo-8'de gösterilmiştir.

Tablo 8: Öğretmenlerin Branşlarına Göre Kariyer Tatmini Puanlarının İncelenmesine Yönelik Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

Değişken	Branş	n	\bar{x}	S	F	p	Anlamlı Fark
Kariyer Tatmini	Din Bilimleri (A)	49	14.34	5.24	3.392**	.003	B-C C-D
	Fen Bilimleri (B)	47	17.00	4.04			
	Kültür, Sanat ve Spor (C)	40	11.41	4.01			
	Temel Eğitim Bilimleri (D)	53	16.02	4.13			
	Sosyal Bilimler (E)	51	15.08	4.49			
	Teknik Bilimler (F)	44	16.00	4.34			
	Yabancı Diller (G)	41	13.00	3.90			

**p<.01

Tablo-8'de görüldüğü üzere branşlarına göre öğretmenlerin kariyer tatmini puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ($F_{(6-318)}=3.392$, $p<.01$). Tablo-8 incelendiğinde Fen Bilimleri ve Temel Eğitim Bilimleri öğretmenlerinin, Kültür, Sanat ve Spor Dallarındaki öğretmenlere göre anlamlı derecede daha yüksek kariyer tatmini yaşadıkları söylenebilir.

Sonuç ve Tartışma

Çalışanların mevcut kariyer başarıları ile gelecekte hedefledikleri kariyer gelişimlerine dönük beklentileri olarak tanımlanan kariyer tatmini, bireylerin hedefledikleri kariyere ulaşma derecesinden algıladıkları memnuniyettir. Bu memnuniyet derecesinin, bireyin meslek hayatına ve iş davranışlarına etkisi birçok araştırmaya konu olmuştur. Nitekim, kariyer tatmininin çalışanların işten ayrılma niyetini doğrudan etkilediğini (Gerçek, Elmas-Atay ve Dündar, 2015) ve tükenmişlik düzeyleriyle doğrudan ilişkili olduğunu (Shanafelt ve diğerleri, 2009) ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. Bu ve buna benzer bulgular, kariyer tatmininin hem birey hem de örgüt açısından önemli bir iş tutumu olduğunu göstermektedir. Bu bulguların yanında, kariyer tatmininin çok yönlü yapısı da göz önüne alındığında; kariyer tatmininin birçok değişken ile ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Bu bakış açısı ile yapılmış olan bir araştırmada, çalışanların demografik özelliklerinin kariyer tatmini düzeylerine etkisi ortaya konulmuştur (Demirdelen ve Ulama, 2013). Bu araştırmada ise eğitim ve öğretim sisteminin önemli aktörlerinden biri olan öğretmenlerin, kariyer tatmini düzeylerinin; cinsiyet, yaş, kıdem, gelir düzeyi, medeni hâl, öğrenim durumu ve branş değişkenleri açısından farklılaşıp farklılaşmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgulardan birincisinde; öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin, cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık oluşturmadığı tespit edilmiştir. Alanyazında çeşitli örneklemeler üzerinde yapılan çalışmalar incelendiğinde; bazı araştırmalarda cinsiyet, kariyer tatmini üzerinde anlamlı bir fark oluştururken (Rasdi ve diğerleri, 2011; Yap ve diğerleri, 2010) bazılarında ise herhangi bir anlamlı farklılık göstermemiştir (Peluchette, 1993). Bu araştırmadaki bulgulara göre ise, kadın öğretmenlerin kariyer tatmini düzeyleri ($\bar{x}=15.06$) ile erkek öğretmenlerin ($\bar{x}=15.15$) kariyer tatmini düzeylerinin birbirine çok yakın olması, anlamlı bir farkın olmadığı sonucunu doğrulamaktadır. Bu sonucun ortaya çıkmasının sebebi, çalışma grubunun öğretmenlerden oluşması olabilir. Zira farklı örneklemeler üzerinde yapılan birçok araştırmada; cinsiyetin, çalışanların kariyer tatmini düzeylerinde anlamlı farklılıklar oluşturduğu görülmüştür (Rasdi ve diğerleri, 2011; Yap ve diğerleri, 2010). Köklü bir meslek olan öğretmenliğin herhangi bir cinsiyetin mesleği olarak görülmemesi, okullarda kadın ve erkek

öğretmen sayılarının birbirine çok yakın olması, öğretmenler arasında cinsiyet bağlamında maaş, terfi vb. farklılıkların bulunmaması bu sonucun ortaya çıkmasına neden olmuş olabilir.

Araştırma bulgularının ikincisinde, öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin yaş gruplarına göre anlamlı bir şekilde farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin, içinde buldukları yaştan etkilenmediği söylenebilir. Alanyazındaki birçok çalışma, araştırmanın bulgularına paralel olarak, çalışanların yaşlarına göre kariyer tatmini düzeylerinin anlamlı bir fark göstermediğini tespit etmiştir (Ng ve diğerleri, 2005; Punnett ve diğerleri, 2007). Özellikle öğretmenlerin mesleğe başlangıcından emeklilik süresine kadar daima öğretmen unvanı ile devam etmeleri, kısıtlı kariyer imkânları, yirmi beş yaşındaki bir öğretmen ile elli yaşındaki bir öğretmen arasında ciddi bir maaş ve statü farkının olmaması gibi nedenler; öğretmenlerin buldukları yaşın kariyer tatminleri ile ilişkisinin olmadığı tespitinin gerekçelerinden biri olabilir. Türkiye’de sayıları bir milyonu aşmış durumda olan öğretmen camiasının terfi imkânlarının darlığı, dikey ve yatay kariyer basamaklarının kısıtlılığı, çok sayıda öğretmenin durağan bir iş hayatı geçirmelerinin nedenlerinden olabilir.

Araştırma bulgularının üçüncüsünde, öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin kıdemlerine göre anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre öğretmenler arasında 21 yıl ve üzeri tecrübeye sahip olanların, 1 ila 10 yıl ve 11 ila 20 yıl arasında tecrübeye sahip olanlardan daha fazla kariyerlerinden tatmin oldukları saptanmıştır. Bireylerin, çalıştıkları kurumlara vermiş oldukları emeğin ve çalışma sürelerindeki artışın; kariyer bağlılıkları, kariyer beklentileri, kariyer tatminleri ile doğrudan ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Knight ve diğerleri, 2006). Günümüzde tecrübeli öğretmenlerin çoğunun X kuşağına dâhil olduğu düşünüldüğünde; genç öğretmenlere göre daha tatminkâr ve sabırlı oldukları söylenebilir. Diğer yandan tecrübeli öğretmenlerin birçok öğrenci mezun etmeleri, bu öğrencilerden yıllar sonra olumlu geri bildirimler almaları, ortaya koydukları emeklerinin bir karşılığı olduğunu görmeleri ve kendilerini mesleki açıdan yeterli ve verimli hissetmelerine neden olmaktadır. Nitekim bu durumun, tespit edilen bulgunun temel gerekçelerinden biri olduğu düşünülmektedir. Ayrıca, bireylerin işe ilk girişlerinden sonra yenilikten ve ilk beklentilerden kaynaklı olarak görelî oluşan kariyer doyumlarının, 2 ila 5 yıl çalışma süresince düştüğü, 6 yıl ve üzerine çıktıktan sonra ise tekrar arttığı ifade edilmektedir (Ronen, 1978). Öğretmenlerin büyük bir kısmının, mesleğe başladıktan birkaç yıl sonra, işlerine dair doyumсузлук yaşadıklarını ifade ederek lisansüstü eğitim almaya yönelmelerinin, bu durumun bir sonucu olduğu düşünülmektedir.

Araştırma bulgularının dördüncüsünde, öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin gelir düzeylerine göre anlamlı bir şekilde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Özellikle 5000 ila 6999 TL geliri olan öğretmenlerin, 3000 ila 4999 TL geliri olan öğretmenlerden daha fazla kariyerlerinden tatmin oldukları anlaşılmıştır. Bu bağlamda öğretmenlerin gelir düzeylerinin, kariyer tatminlerini etkilediği söylenebilir. Alanyazın incelendiğinde, kariyer tatmininin

belirleyicilerinden birinin de gelire ilişkin hedefler olduğu görülmektedir (Greenhaus ve diğerleri, 1990). Yüksek düzeyde gelir sahibi olmanın, bireylerin temel ve ikincil ihtiyaçlarını karşılamaları konusunda önemli bir kolaylaştırıcı etken olduğu; buna bağlı olarak yüksek düzeyde gelirin, bireylerin genel yaşam doyumlarına önemli ölçüde katkı sağladığı gibi kariyer tatminlerini de olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir.

Araştırma bulgularının beşincisinde, öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin medeni durumlarına göre anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen, evli öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin ($\bar{x}=15.60$) bekâr öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinden ($\bar{x}=14.09$) daha yüksek olduğu bulgusu, anlamlı bir farkın oluştuğu sonucunu doğrulamaktadır. Bu bağlamda evli öğretmenlerin, bekâr öğretmenlerden daha fazla kariyerlerinden tatmin oldukları söylenebilir. Nitekim, alanyazındaki birçok araştırmanın sonucu da evliliğin kariyer tatminini artırdığını tespit etmiştir (Ng ve diğerleri, 2005; Rasdi ve diğerleri, 2011). Evli olan bireylerin eşlerinden olumlu geri bildirim almaları ve hem özel yaşamlarında hem de kariyerlerinde eşlerinden destek görmeleri (Punnett ve diğerleri, 2007) bu sonucun ortaya çıkmasına neden olmuş olabilir.

Araştırma bulgularından altıncısında, öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin öğrenim durumlarına göre anlamlı olarak farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda öğretmenlerin öğrenim durumlarının, kariyer tatmini seviyeleri üzerinde belirleyici olmadığı söylenebilir. Lisans düzeyi mezuniyete sahip öğretmenlerin kariyer tatmini düzeyleri ($\bar{x}=15.12$) ile lisansüstü mezuniyete sahip öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin ($\bar{x}=15.14$) birbirlerine çok yakın olması bu sonucu doğrular niteliktedir. Alanyazın incelendiğinde, bu araştırmanın sonuçlarına paralel olarak; çalışanların, kariyer tatmini ile öğrenim düzeyleri arasında anlamlı bir farkın tespit edilemediği görülmektedir (Emmerik ve diğerleri, 2006; Rasdi ve diğerleri, 2011). Bu sonuçların, öğrenim düzeyi yüksek çalışanların kariyerlerinden beklentilerinin ve hedeflerinin yüksek olmasına rağmen elde ettikleri kazanımlarının düşük kalmasından kaynaklandığı düşünülmektedir (Gattiker ve Larwood, 1987).

Araştırma bulgularından yedincisinde, öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin branşlarına göre anlamlı bir şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Fen Bilimleri ve Temel Eğitim Bilimleri branşlarında öğretmenlik yapanların, Kültür, Sanat ve Spor Dallarındaki öğretmenlere göre kariyerlerinden daha fazla tatmin oldukları bulgusuna ulaşılmıştır. Teknolojideki hızlı değişim, teknolojiye bağlılığın artışı, sosyal hayatın ve iş hayatının her aşamasında teknolojinin varlığı; fen bilimine olan ilgiyi sürekli artırdığından dolayı bireylerin, eğitim ve gelişime yönelik tercihlerini de etkileyeceği düşünülmektedir. Nitekim alanyazın incelendiğinde, ilk ve ortaokul öğrencilerinin fen konularına yönelik ilgi düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir

(Güven-Yıldırım ve Köklükaya, 2016). Yine yapılan başka bir çalışmada ilköğretim öğrencilerinin fen dersine yönelik ilgi ve tutumlarının yüksek olduğu görülmüştür (Yaman ve Öner, 2006). En çok sevilen ve ilgiyle dinlenen derslerin tespiti için yapılan bir araştırmada ise fen bilgisi dersi, 12 ders arasından en sevilen 5. ders olarak bulunmuştur (Hendley, Stables ve Stables, 1996). Öğrencilerin bu ilgisi, velilerde de bu alana yönelik olumlu bakış açısı oluşturmaktadır. Velilerin, öğretmenlere yönelik olumlu ve bilgilendirici yaklaşımları; öğretmen performanslarını artıran etkenler arasında gösterilmektedir (Hatipoğlu ve Kavas, 2016). Buradan hareketle fen bilimlerine karşı oluşan ilgi, yönelim ve sevginin; fen bilimleri branşındaki öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerini olumlu anlamda etkilemiş olabileceği düşünülmektedir. Temel Eğitim Bilimleri branşındaki öğretmenler ise küçük yaşlarda bulunan öğrencilere eğitim ve öğretim hizmeti vermektedirler. Gelişim için kritik öneme sahip olan erken yaşlarda, öğrencilerin gelişmeye ve yönlendirilmeye daha yatkın olmaları, öğretmenlerle kurulan güçlü duygusal bağlar; Temel Eğitim Bilimleri branşındaki öğretmenlerin kariyer tatminlerini olumlu anlamda etkilemiş olabilir.

Kültür, sanat ve spor branşlarındaki öğretmenlerin, Temel Eğitim ve Fen Bilimleri öğretmenlerine göre daha düşük kariyer tatmini düzeylerine sahip olmasının birçok nedeni olabilir. Yapılan bir araştırmada öğrencilerin, öğretmenlerin ve velilerin görsel sanatlar dersini önemsemesine rağmen uygulamada karşılığını bulamamasının, gerekli fiziksel koşulların yeterince sağlanmamasından kaynaklandığı ifade edilmiştir (Avşar ve Soğancı, 2011; Tarı, 2011). Çakmak ve Türkcan (2019) yaptıkları bir araştırmada görsel sanatlar branşındaki öğretmenlerin, derslerde kendilerini yetersiz gördüklerini ve velilerin, çocuklarından bu derslerle ilgili herhangi bir beklenti içerisinde olmadıklarını tespit etmişlerdir. Nitekim bu durum, görsel sanatlar branşındaki öğretmenlerin kariyer tatminlerini olumsuz yönde etkileyebilir. Zira velilerin yaklaşımları, öğretmenlerin performanslarına etki edebilmektedir (Hatipoğlu ve Kavas, 2016). Ayrıca yapılan başka bir araştırmada, beden eğitimi ve spor branşındaki öğretmenlerin de yeterlilik algılarının orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir (Varol ve Türkmen, 2017).

Öneriler

Araştırmanın ortaya koyduğu bulgulardan yola çıkarak, öğretmenlerin sahip oldukları kariyer tatmini düzeylerinin iyileştirilmesi için gelir seviyelerinin de mümkün olduğunca iyileştirilmesi, mesleki başarılarına ve ilerlemelerine yönelik çeşitli teşvik programlarının geliştirilebilmesi, öğretmenlik alanına yönelik yeni eğitim ve gelişim fırsatlarının sunulması önerilmektedir. Ayrıca öğrencilere ve velilerine, kişisel gelişim açısından kültür, sanat ve spor derslerinin önemini vurgulayan seminerler düzenlenebilir ve bu dersleri veren öğretmenlerin önemi vurgulanabilir. Bu araştırmada öğretmenlerin kariyer tatmini düzeylerinin cinsiyet, yaş, kıdem, gelir düzeyi, medeni hâl, öğrenim durumu ve branş değişkenlerine göre farklılaşp

farklılaşmadığı incelenmiştir. Bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda öğretmenlerin kariyer tatminleri üzerinde etkisi olduğu düşünülen diğer demografik değişkenler (özel okul veya devlet okulunda çalışmak vb.) üzerinde durulabilir. Ayrıca öğretmenlerin kariyer tatminleri konusunda ilişkisel çalışmalar planlanarak, öğretmenlerin kariyer tatminlerini yordayan değişkenlerin (yaşam doyumu, iş memnuniyeti vb.) tespit edilmesi sağlanabilir. Nitel araştırma geleneği kullanılarak, öğretmenler ile yapılacak olan bireysel veya odak grup görüşmeleriyle; öğretmenlerin kariyer tatminleri hakkında farklı bakış açıları ortaya çıkarılabilir ve ulaşılan sonuçlar zenginleştirilebilir. Öte yandan başka meslek gruplarının (akademisyenler, avukatlar vb.) kariyer tatminlerine yönelik çalışmalar da planlanabilir ve çeşitli meslek gruplarının kariyer tatmini düzeyleri karşılaştırılabilir.

Sınırlılıklar

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da kısıtları mevcuttur. Araştırma, Burdur il merkezinde ve ilçelerinde 2020–2021 eğitim öğretim yılında Millî Eğitim Bakanlığına bağlı resmi ve özel kurumlarda çalışmakta olan 325 öğretmenin; kişisel inançlarını ve mevcut değişkenleri ölçmek için geliştirilmiş kişisel bilgi formu ve kariyer tatmini ölçeği ile toplanan verilerle sınırlandırılmıştır. Dolayısıyla veriler, öğretmenlerin kişisel değerlendirmeleri sonucunda elde edilmiştir. Öğretmenlerin, ölçeklerde yer alan maddelerde işaretleyerek gösterdikleri tepkileri; öz-saygılarını korumak ve anlam arayışlarını zedelememek için gerçek yaşamdaki davranışlarıyla bağdaşmayabilir. Bundan dolayı mevcut değişkenleri içerecek şekilde farklı illerde ve ilçelerde de benzer çalışmaların planlanması ve sonuçlarının karşılaştırılması önerilmektedir.

Yazar Katkıları: Bu çalışmanın problem durumunun ortaya konmasına, verilerin toplanmasına ve çalışmanın tüm bölümlerinin gözden geçirilerek revize edilmesine birinci yazar Mustafa KILINÇ; giriş, kuramsal çerçeve, sonuç ve tartışma bölümlerine ikinci yazar Muhammet TORTUMLU ve elde edilen verilerin analizinin yapılarak yöntem, bulgular, öneriler ve sınırlılıklar bölümlerinin yazılmasına ise üçüncü yazar Kıvanç UZUN katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar, çalışmanın potansiyel bir çıkar çatışması olarak yorumlanabilecek herhangi bir ticari veya finansal ilişki olmaksızın yürütüldüğünü beyan eder.

Teşekkür: Verilerin toplanma sürecine yardımcı olan Burdur İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Avşar, P. ve Soğancı, İ. Ö. (2011). Sınıf öğretmenin yürüttüğü görsel sanatlar dersine yönelik öğrenci yaklaşımları: Konya Şeydişehir örneği. *İlköğretim Online*, 10(1), 348-363.
- Burdur İl Milli Eğitim Müdürlüğü (2020, 14 Eylül). *Öğretmen sayıları*. Erişim adresi: <http://burdur.meb.gov.tr/>

- Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (19.Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (21.Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Cascio, W. F. (1995). *Managing human resources: Productivity, quality of work life, profits* (4.Basım). New York: McGraw-Hill.
- Çakmak, N. ve Türkcan, B. (2019). Değişmeyen algılar, değişmeyen sorunlar: Öğrenci-öğretmen-veli bağlamında ilkokul görsel sanatlar dersi. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 768-791. <https://doi.org/10.14689/issn.2148-2624.1.7c.2s.13m>
- Çamur, Ş. (2019). *Tükenmişlik ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkide kariyer tatmininin aracı etkisi ve bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2014). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları* (3.Basım). Ankara: Pegem Akademi.
- Çolakoğlu, Ü., Ayyıldız, T. ve Cengiz, S. (2009). Çalışanların demografik özelliklerine göre örgütsel bağlılık boyutlarında algılama farklılıkları: Kuşadasındaki beş yıldızlı konaklama işletmeleri örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 77-89.
- Demirdelen, D. (2013). *Yöneticilerin kariyer tatminine ilişkin görüş ve algılamaları: Antalya'da 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Demirdelen, D. ve Ulama, Ş. (2013). Demografik değişkenlerin kariyer tatminine etkileri: Antalya'da 5 yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1(2), 65-89.
- Demirel, Y. ve Özçınar, M. F. (2009). Örgütsel vatandaşlık davranışının iş tatmini üzerine etkisi: Farklı sektörlere yönelik bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(1), 129-145.
- Eby, L. T., Butts, M. ve Lockwood, A. (2003). Predictors of success in the era of the boundaryless career. *Journal of Organizational Behavior*, 24(6), 689-708. <https://doi.org/10.1002/job.214>
- Emmerik, H. V., Euwema, M. C., Geschiere, M. ve Schouten, M. F. A. G. (2006). Networking your way through the organization, gender differences in the relationship between network participation and career satisfaction. *Women in Management Review*, 21(1), 54-66. <https://doi.org/10.1108/09649420610643411>
- Erdem, A. R. (1998). Süreç kuramlarının eğitim yönetimine katkıları. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(4), 51-57.
- Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2.Basım). Beverly Hills: Sage Publications.
- Gattiker, U. E. ve Larwood, L. (1987). *Career success, mobility and extrinsic career satisfaction studying corporate managers*. Paper Presented at the Annual Meeting of the American Sociological Association, Chicago, Illinois.
- Gerçek, M., Elmas-Atay, S. ve DüNDAR, G. (2015). Çalışanların iş-yaşam dengesi ile kariyer tatmininin, işten ayrılma niyetine etkisi. *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(11), 67-86.
- Gönen, S. ve Kocakaya, S. (2006). Fizik öğretmenlerinin hizmet-içi eğitimler üzerine görüşlerinin değerlendirilmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(19), 37-44.
- Greenhaus, J. H., Parasuraman, S. ve Wormley, W. M. (1990). Effects of race on organizational experiences, job performance evaluations, and career outcomes. *Academy of Management Journal*, 33(1), 64-86. <https://doi.org/10.5465/256352>

- Gürkan, Ç. G. ve Koçoğlu, M. (2014). Yaratıcı örgüt ikliminin kariyer tatmini üzerine etkisinde duygusal bağlılığın aracı değişken rolü: Türkiye’de bir vakıf ve bir devlet üniversitesinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 588-602.
- Güven-Yıldırım, E. ve Köklükaya, A. N. (2016). İlk ve ortaokul öğrencilerinin fen konularına yönelik ilgi düzeylerinin belirlenmesi. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 1-22. <https://doi.org/10.17539/aej.20578>
- Hatipoğlu, A. ve Kavas, E. (2016). Veli yaklaşımlarının öğretmen performansına etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 1012-1034.
- Hendley, D., Stables, S. ve Stables, A. (1996). Pupils’ subject preferences at key stage 3 in South Wales. *Educational Studies*, 2(22), 177-186. <https://doi.org/10.1080/0305569960220204>
- Hirschi, A., Nagy, N., Baumeler, F., Johnston, C. S. ve Spurk, D. (2017). Assessing key predictors of career success: Development and validation of the career resources questionnaire. *Journal of Career Assessment*, 26(2), 338-358. <https://doi.org/10.1177/1069072717695584>
- Hsu, M. K., Chen, H. G., Jiang, J. J. ve Klein, G. (2003). Career satisfaction for managerial and technical anchored IS personnel in later career stages. *Database for Advances in Information Systems*, 34(4), 64-72. <https://doi.org/10.1145/957758.957766>
- Judge, A. T., Cable, M. D., Boudreau, W. J. ve Bretz, D. R. (1995). An empirical investigation of the predictors of executive career success. *Personnel Psychology*, 48, 485-519. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1995.tb01767.x>
- Kendir, H. ve Özkoç, A. G. (2018). Otel işletmelerinde çalışanların kariyer tatmini ve kariyer bağlılığı ilişkisinde öz yeterliliğin rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 78-112. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.299>
- Kılınç, M. ve Uzun, K. (2020). Kariyer geliştirme uygulama ve araştırmaları için önemli bir kavram: Hizmet yönelimi. *TAY Journal*, 4(2), 92-121.
- Kılınç, M. ve Uzun, K. (2021). Öğretmenler ve okul psikolojik danışmanları için pozitif psikoloji. G. Arslan ve M. Yıldırım (Ed.), *Okulda pozitif psikoloji: Kuramdan uygulamaya* kitabı içinde (ss. 333-368). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Kline, P. (2014). *An easy guide to factor analysis*. New York: Routledge.
- Knight, D. K., Crutsinger, C. ve Kim, H. (2006). The impact of retail work experience, career expectation, and job satisfaction on retail career intention. *Clothing and Textiles Research Journal*, 24(1), 1-14. <https://doi.org/10.1177/0887302X0602400101>
- Koçoğlu, M. (2012). *Çalışanların örgütlerine yönelik girişimcilik yönelimi algıları, örgüt desteği, kariyer tatminleri ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi: Otomotiv sektöründe bir araştırma* (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Küçükusta, D. (2007). Konaklama işletmelerinde iş-yaşam dengesi sorunları ve çözüme yönelik yaklaşımlar. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(3), 243-268.
- Liu, N. ve Liu, X. Y. (2008). A study on the assessment criteria of the career success of enterprise managers. *Economic Survey*, 5, 75-78.

- Lortie-Lussier, M. ve Rinfret, N. (2005). Determinants of objective and subjective success of men and women. *International Review of Administrative Sciences*, 71(4), 607-624. <https://doi.org/10.1177/0020852305059601>
- Martins, L. L., Eddleston, K. A. ve Veiga, J. F. (2002). Moderators of the relationship between work-family conflict and career satisfaction. *Academy of Management Journal*, 45(2), 399-409. <https://doi.org/10.5465/3069354>
- Mertler, C. A. ve Vannatta, R. A. (2016). *Advanced and multivariate statistical methods: Practical application and interpretation* (6.Basım). New York: Taylor & Francis.
- Nauta, A., Vianen, A. V., Heijden, B. V. D., Dam, K. V. ve Willemsen, M. (2009). Understanding the factors that promote employability orientation: The impact of employability culture, career satisfaction, and role breadth self-efficacy. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 233-251. <https://doi.org/10.1348/096317908X320147>
- Ng, T. W. H., Eby, L. T., Sorensen, K. L. ve Feldman, D. C. (2005). Predictors of objective and subjective career success: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 58(2), 367-408. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2005.00515.x>
- Özdemir, S. M. (2016). Öğretmen niteliğinin bir göstergesi olarak sürekli mesleki gelişim. *Gazi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(3), 233-244.
- Özen, Y. ve Gül, A. (2007). Sosyal ve eğitim bilimleri araştırmalarında evren-örneklem sorunu. *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 394-422.
- Özkişi, Z. G. (2012). Toplumsal cinsiyet bağlamında türkiye’de kadınların bestecilik eğitimine erişimi ve bestecilik kariyeri. *Turkish Studies*, 7(3), 2105-2114.
- Peluchette, J. V. E. (1993). Subjective career success: The influence of individual difference, family, and organizational variables. *Journal of Vocational Behavior*, 43(2), 198-208. <https://doi.org/10.1006/jvbe.1993.1042>
- Punnett, B. J., Duffy, J. A., Fox, S., Gregory, A., Lituchy, T., Miller, J., Inés-Monserrat, S., Olivás-Luján, M. R. ve Santos, N. M. B. F. (2007). Career success and satisfaction: A comparative study in nine countries. *Women in Management Review*, 22(5), 371-390. <https://doi.org/10.1108/09649420710761446>
- Rasdi, R. M., Ismail, M. ve Garavan, T. N. (2011). Predicting Malaysian managers' objective and subjective career success. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(17), 3528-3549. <https://doi.org/10.1080/09585192.2011.560878>
- Rizzo, J. R., House, R. J. ve Lirtzman, S. I. (1970). Role conflict and ambiguity in complex organizations. *Administrative Science Quarterly*, 15(2), 150-163. <https://doi.org/10.2307/2391486>
- Ronen, S. (1978). Job satisfaction and the neglected variable of job seniority. *Human Relations*, 31(4), 297-308. <https://doi.org/10.1177/001872677803100401>
- Sağ, V. (2003). Toplumsal değişim ve eğitim üzerine. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(1), 11-25.
- Sağdıç, M. ve Demirkaya, H. (2009). Üniversite öğrencilerinin kariyer gelişim planlarına ilişkin yaklaşımları. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(26), 233-246.
- Seibert, S. E. ve Kraimer, M. L. (2001). The five-factor model of personality and career success. *Journal of Vocational Behavior*, 58(1), 1-21. <https://doi.org/10.1006/jvbe.2000.1757>
- Sevimli, F. ve İşcan, Ö. F. (2005). Bireysel ve iş ortamına ait etkenler açısından iş doyumunu. *Ege Akademik Bakış*, 5(12), 55-64.
- Shanafelt, T. D., Balch, C. M., Bechamps, G. J., Russell, T., Dyrbye, L., Satele, D., Collicott, P., Novotny, P. J., Sloan, J. ve Freischlag, J. A. (2009). Burnout and career satisfaction

- among American surgeons. *Annals of Surgery*, 250(3), 463-471. <https://doi.org/10.1097/SLA.0b013e3181ac4dfd>
- Shawer, S. F. ve Alkahtani, S. A. (2012). The relationship between program evaluation experiences and stakeholder career satisfaction. *Creative Education*, 3(8), 1336-1344. <http://dx.doi.org/10.4236/ce.2012.38196>
- Tak, J. ve Lim, B. (2008). The differences in career-related variables between temporary and permanent employees in information technology companies in Korea. *Journal of Career Development*, 34(4), 423-437. <https://doi.org/10.1177/0894845308316294>
- Tarı, H. (2011). *İlköğretim okullarının 1. 2. 3. sınıflarında uygulanan güzel sanatlar dersinin öğretmen görüşlerine dayalı olarak değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- The Holmes Group (1996). *Tomorrow's teachers: A report of the holmes group*. The Holmes Group, East Lansing, MI.
- Uzunbacak, H. H. (2004). *Türk emniyet teşkilatının amir sınıfının mesleki durgunluk (kariyer platosu) döneminin geciktirilmesine yönelik kariyer planlaması* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Varol, S. ve Türkmen, M. (2017). Beden eğitimi öğretmeni adayları son sınıf öğrencilerinin beden eğitimi öğretim yeterlilik algı düzeylerinin belirlenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 330-342.
- Vatansever, Ç. (2008). *Work and non-work life balance, and its relation to organizational commitment and career satisfaction* (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Wang, Y. F., Horng, J. S., Cheng, S. Y. ve Killman, L. (2011). Factors influencing food and beverage employees' career success: A contextual perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 30, 997-1007. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.03.005>
- Yaman, S. ve Öner, F. (2006). İlköğretim öğrencilerinin fen bilgisi dersine bakış açılarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1), 339-346.
- Yap, M., Cukier, W., Holmes, M. R. ve Hannan, C. A. (2010). Career satisfaction: A look behind the races. *Relations Industrielles / Industrial Relations*, 65(4), 584-608. <https://doi.org/10.7202/045587ar>
- Yüksel, İ. (2005). İş-aile çatışmasının kariyer tatmini, iş tatmini ve iş davranışları ile ilişkisi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 301-314.

Lise Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Bir Saha Araştırması

İsmailcan DOĞAN*

Özet

Sanayi Devrimi'nden sonra yaşanan süreçte teknoloji hızla gelişmiş ve insanların etkileşimi, gelişen bu teknolojiyle paralel olarak artmıştır. Günümüzde, özellikle bilgisayar ve internet teknolojisinde yaşanan gelişmeler, bu etkileşimde başrol oynamaktadır. İnternetin sunduğu imkânlardan biri de hiç şüphesiz sosyal medyadır. Yapılan araştırmalar, insanların zamanlarının önemli bir kısmını sosyal medyada geçirdiğini göstermekle beraber, sosyal medyaya olan bu ilginin altında birçok istek, ihtiyaç ve motivasyonun da olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bununla beraber sosyal medyanın kullanıcı kitlesinin önemli bir bölümünü lise çağındaki gençler oluşturmaktadır. Lise çağındaki gençlerin sosyal medyayı takip etmelerindeki amaç, motivasyon ve alışkanlıkları, ortaya çıkarılması gereken önemli bir meseledir. Buradan hareketle bu çalışmada öncelikle sosyal medya ile ilgili yerli ve yabancı literatürde yapılmış farklı çalışmalara değinilmiş, daha sonra ise lise öğrencileri örnekleminde sosyal medya kullanımının alışkanlık, amaç ve motivasyonları çerçevesinde bir saha araştırması yapılmıştır. Çalışmada veriler anket yöntemiyle Kayseri ili merkez ilçelerinden toplanmıştır. Bu kapsamda araştırma tabakalı örneklem yoluyla seçilen 1026 lise öğrencisi üzerinde yapılmıştır. Ortaya çıkan verilerin analizi neticesinde altı adet faktör belirlenmiştir. Bunlar sosyal kaçış, bilgilenme, boş zaman, ekonomik fayda, sosyal etkileşim ve eğlence faktörleridir. Bu faktörlerden sosyal kaçış faktörünün diğer faktörlere göre öne çıktığı görülmüştür. Ayrıca lise çağındaki erkek öğrencilerin sosyal medyada en fazla fotoğraf/video paylaşım sitelerini kullanırken, kadınların ise video paylaşım ve mesajlaşma/arama uygulamalarını daha fazla kullandıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Lise Öğrencileri, Medya, Motivasyon, Yeni Medya

High School Students' Social Media Usage Habits and Motivations: A Field Study

Abstract

In the post Industrial Revolution period, technology developed rapidly and the interaction of people increased in line with the developing technology. Nowadays, advances in computer and internet technology, in particular, play a major role in this interaction. One of the facilities that the internet offers is undoubtedly social media. While the studies show that people spend a significant part of their time on social media, it has been revealed that there are many needs, desires, and motivations behind this interest in social media. However, young people of high school age are a significant part of the social media users. The purpose, motivation, and habits of high school-age youth in following social media is an important issue that needs to be revealed. Based on this, this study focused primarily on different studies conducted in domestic and foreign literature related to social media, and then a field study was conducted within the framework of the habits, goals, and motivations of using social media in a sample of high school students. The data of the study were collected from central districts of city of Kayseri through the survey method. In this context, the study was conducted with a total of 1026 high school students selected through stratified sampling. Six factors were identified as a result of the analysis of the resulting data. These are the factors of social escape, enlightenment, leisure, economic benefit, social interaction, and entertainment. From these factors, the social escape factor has been observed to stand out compared to other factors. Also, it was found that male high school students were found to mostly use photo/video sharing sites on social media, while females use video sharing and messaging/calling applications more.

Keywords: Social Media, High School Students, Media, Motivation, New Media

Geliş/Received: 12.11.2020

Kabul/Accepted: 23.06.2021

*Bu çalışma, Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu tarafından 10 numaralı başvuru ile 28.01.2020 tarihli toplantıda değerlendirilerek etik açıdan uygun bulunmuştur.

* Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.
ismailcandogan@erciyes.edu.tr ORCID ID: 0000-0001-9855-5159.

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Geçmişten bu yana medya ile ilgili yapılan araştırmaların odak noktalarından birisi de etki araştırmalarıdır. Kitle iletişim kuramcılarının çoğu etki konusu ile ilgilenmiştir. Burada etkiler toplumdaki birçok grubun (gönderi ile diğerlerine ulaşmak isteyen, bu nedenle en etkili kanalı elde etmek isteyenler ve kitle iletişim araçlarının olumsuz etkilerinden endişe duyan grupların) ilgi odağı olmuştur (McQuail & Windahl, 1997, s. 73). Kitle iletişim araçlarının izleyiciler üzerindeki etkileri söz konusu araçların ortaya çıkmasıyla beraber araştırılmaya başlanmıştır. Kimi araştırmalar araçların etkilerinin güçlü olmadığını savunurken (Işık, 2005, s. 73), izleyicinin, aktif hale geldiğini savunan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı gibi yaklaşımlar “medya insanlara ne yapıyor?” sorusundan sıyrılarak “insanlar medya ile ne yapıyor?” sorusuyla konuya farklı bir açıdan yaklaşmışlardır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile izleyicinin aktif hale geçmesiyle bireyler medyanın etkisine direnç gösterebilen ve kendi arzularına yönelik olarak tercihte bulunan kişiler olarak kabul edilmiştir. Bu yaklaşım aynı zamanda bireylerin sosyal ve bireysel bazı ihtiyaçları bulunduğunu bize açıklamaktadır. Bireyler ihtiyaçlarını karşılama olanağı bulamadıklarında ise ihtiyaçlarını giderecek işlevi olan araçlara yönelmektedirler. Gereksinimlerle olan yapıların farklılaşması ile insanların doyuma ulaşması iletişim araçlarını farklı şekilde kullanımıyla sonuçlanmıştır (Rosengren, 1974). Günümüzde geleneksel medyanın yanında yeni medya olarak adlandırılan internet teknolojilerinin bizlere sunduğu araçlardan birisi de sosyal medyadır. Sosyal medya kullanıcılara sunduğu birçok özellik ile her geçen gün yaygınlaşmaktadır. Kullanıcılara fotoğraf, video ve anlık durumlarının paylaşılmasına imkân sunan Instagram, Facebook gibi uygulamalar, kullanıcıların kendi kanallarını oluşturarak çektikleri videoları paylaşma imkânı sunan You Tube, fikir ve düşüncelerini tweet adı verilen 280 karakterle sınırlı olan gönderilerle paylaşma imkânı sunan Twitter ve mesajlaşma ve aramayı bir arada kullanıcılarına sunan Watsapp gibi sosyal ağlar insanların hayatlarının vazgeçilmez bir parçası olmuş durumdadır.

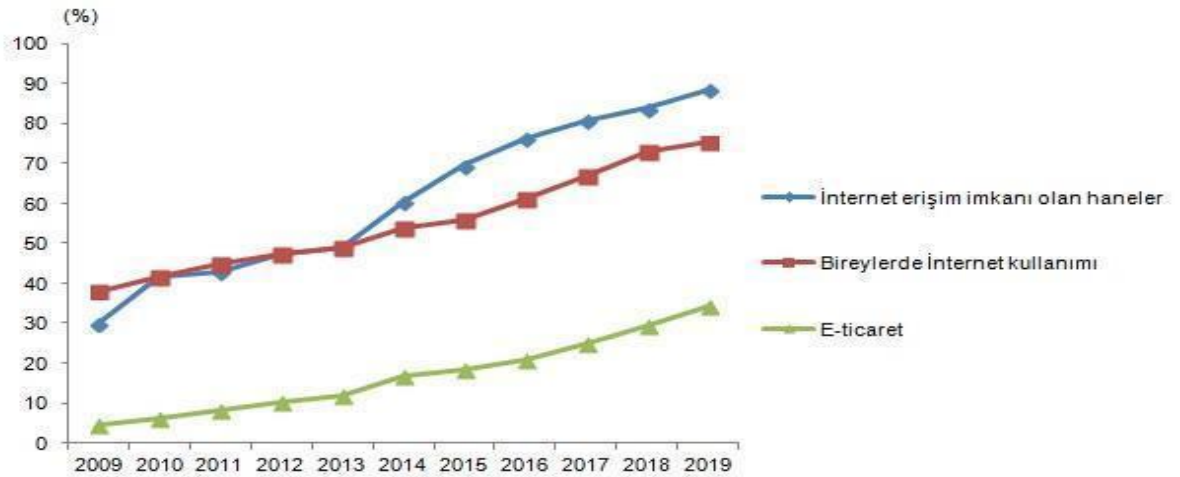
Bu çalışma lise çağındaki gençlerin sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonlarını ortaya çıkarma düşüncesinden hareketle yapılmıştır. Çalışmada yöntem olarak literatür taraması ve anket uygulaması kullanılmıştır. Bu kapsamda öncelikle sosyal medya konusunun literatürdeki durumu incelenmiş, daha sonra ise konuyla ilgili bir saha çalışmasına ve bu çalışmanın sonuçlarına yer verilmiştir.

Literatür

Günümüzde hızla geleneksel kitle iletişim araçlarının yerini alan internet, bugün çok sayıda kullanıcıya sahiptir. Özellikle geliştirilen sosyal medya teknolojisi ile kişiler arası

iletişimde zaman ve mekân sınırlaması ortadan kalkmıştır. Böylece, kullanımı artan sosyal medya siteleri bireylerin kişisel ve sosyal yaşamlarını yoğun olarak etkilemeye başlamıştır. Bu olgu, sosyal medya bağımlılığının bireyin yaşamında ne çeşit sorunlara yol açtığı gerçeğine ışık tutmakta ve hatta bu sorunlara dair ipuçları vermektedir (Kıvanç, 2019, s. 96). Bu sorunların başında bireyin çevresiyle kurduğu iletişimin sekteye uğraması gelmektedir. Birey ailesiyle, arkadaşlarıyla yüz yüze iletişim kurmada zorluklar yaşamakta ve bölgesel iletişim azalmaktadır (Çetin, 2011, s. 158). 2019 yılında Türkiye İstatistik Kurumu tarafından gerçekleştirilen Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre ülkemizde hanelerin %88,3'ünün evden İnternete erişim imkânına sahip olduğu gözlenmiştir. İnternet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi veren ya da satın alan 16-74 yaş grubundaki bireylerin oranı, 2018 yılı Nisan ayı ile 2019 yılı Mart aylarını kapsayan on iki aylık dönemde %34,1 olarak ortaya çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre internete erişimi olan haneler Türkiye genelinde internet kullanımı 16-74 yaş grubundaki bireylerde %75,3 olmuştur. Bu oran bir önceki yıl %72,9'du. Ayrıca araştırma sonuçları gençlerde internet kullanma oranının ise %90,8 olduğunu göstermektedir (Bkz. Grafik:1).

Grafik 1: Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması



Kaynak: (TÜİK, 2019)

Görüldüğü gibi internet kullanımı her geçen yıl artmakta, internet gün geçtikçe hayatımızda daha fazla yer kaplamaktadır.

İnternetin bu hızla yayılmasının ve kullanılmasının sebepleri ile ilgili geçmişte ve günümüzde birçok araştırma yapılmıştır (Akar, 2015; Günlü & Ceyhan, 2017; Satan, 2013; Okay, 2010; Ceyhan, 2011; Balcı ve Ayhan, 2007; Balay, Kaya, & Çevik, 2014; Müezzın, 2017; Gökçearsan & Seferoğlu, 2016; Topal & Akgün, 2015; Alaca & Tatlı, 2018; Aydın, 2016; Eşitti, 2015; Taylan & Işık, 2015; Yolal & Kozak, 2008; Yılmaz & Tümtürk, 2015; Göldağ, 2017; Özdemir & Usta, 2007; Demir, Özköklü, & Turğut, 2015). İnternetle ilgili bazı araştırmalar toplumdaki bireylerin internet bağımlılığını konu ederken (Balcı, 2009; Satan, 2013; Usta, 2015;

Ekşi & Ümmet, 2013) bazıları ise internetin güvenilirliği üzerine yoğunlaşmıştır (Doğan & Özkara, 2013; Aksoy, 2006; Sevim, 2018; Bayrakdaroğlu, 2012; Kalburan, Aydın, & Haşiloğlu, 2018) Konuyla ilgili ülkemizde yapılan çalışmalar incelendiğinde literatürde genellikle üniversite öğrencilerine yönelik araştırmalar yapıldığı (Çemrek, Baykuş, & Özaydın, 2014; Dağtaş & Yıldırım, 2015; Toruk, 2008; Acun, Yücel, Belenkuyu, & Keleş, 2017; Ustakara & Türkoğlu, 2015; Aksoy & Gür, 2018) görülmektedir.

Araştırmacıların gençlerle ilgili yapmış olduğu çalışmaları incelediğimizde birçok konuda araştırma yapıldığı görülmektedir. Araştırmacıların internet bağlamında araştırdığı konuların başında gençlerin oldukça ilgisini çeken dijital oyunlar gelmektedir. Dijital oyunların, dijital dünyanın içine doğan çocukların; boş zamanlarını değerlendirmek, eğitimlerine katkı sağlamak ve stres atmak gibi faydalı işlevlerinin yanında, içeriğinde barındırdığı şiddet, ırkçılık, cinsellik, toplumsal cinsiyet gibi olumsuz öğeleri normalleştirerek çocukların bilinçaltına yanlış kodlamalar yüklediği verilerini elde eden araştırmalar da mevcuttur (Açıkgöz & Yalman, 2018; Evren, 2017; Göksu, Alan, & Karakuş, 2016).

İnternet ile ilgili yapılan araştırmaların bir yönünü de sosyal medya oluşturmaktadır. Sosyal medya; insanları bir araya getiren, topluluklar oluşturulmasını sağlayan, kullanıcıların; üzerinde tartıştığı ve değiştirebileceği içerikler oluşturmasını ve oluşturdukları içerikleri birbirleriyle kolayca paylaşmalarını sağlayan etkileşimli web aracı olarak tanımlanabilir (Kietzmann, Hermkens, McCarthy, & Silvestre, 2011). İçeriği çok geniş olan sosyal ağlar, medya paylaşım servisleri, dosya paylaşım servisleri, canlı iletişim servisleri, iş birliğine dayalı servisler ve blog ya da “mikro blog” servisleri genel olarak sosyal medyanın çerçevesini oluşturur (Bkz. Tablo 1). Sosyal medya üzerinde yapılan araştırmalara bakıldığında ise sosyal medyaya birçok açıdan yaklaşan araştırmaların olduğu görülmüştür. Sosyal medya ve reklam arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışan araştırmalar: (Atar & İspir, 2019; Girgin, 2016; Sabuncuoğlu & Gülay, 2014; Tuzcu, Özdemir, & Baysal, 2018; Süar, 2017; Aksoy & Gür, 2018; Kıyan & Dikmen, 2019; Albayrak, 2019; Oktuğ, 2013; Özgezmez & Denктаş, 2017; Kayapınar, Kayapınar, & Tan, 2017; Laman & Topçu, 2019); sosyal medyanın pazarlama konusunda sahip olduğu gücü ortaya çıkarmayı amaçlayan çalışmalar: (Akgün & Ergün, 2017; Onurlubaş, Öztürk, & Çetin, 2016; Şahin & Dündar, 2019; Keskin & Baş, 2015; Erişke, Kabadayı, & Alan, 2018; Uyanık & Yükselen, 2019; Çelik, 2014; Tuğrul, Doğan, & Çavuşoğlu, 2017; Alyakut, 2017; Emirza, İştahlı, & İştahlı, 2012; Barutçu & Tomaş, 2013; Öze, 2017; Çifci & Sözen, 2017; Can, 2017; Torun, 2017; Bilgin, 2018; Alan, Kabadayı, & Uzunburun, 2018; Aytan & Eser, 2014; Erol, 2017; Çakırkaya & Koçyiğit, 2019; Aycı, 2018; Gümüş & Kütahyalı, 2017) karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 1: Sosyal Medya Sınıflandırılması

Sosyal Ağlar	Medya Paylaşım Servisleri	Dosya Paylaşım Servisleri	Canlı İletişim Servisleri	İşbirliğine Dayalı Servisler	Blog ve Micro Blog Servisleri
Bireysel profil oluşturup benzer ilgi alanlarındaki bireyler ve arkadaşlar ile bağlantıya geçme ve bağlantıda olunan kişilerle bilgi ve düşünceleri paylaşma olanağı sağlayan ortamlar	Ses, video, fotoğraf gibi farklı medya türlerini yükleme ve paylaşma, aynı zamanda animasyon ve simülasyon hazırlama ve paylaşma olanağı sağlayan ortamlar	Farklı biçimlerdeki dosyaları yükleme ve paylaşma olanağı sağlayan ortamlar	Canlı sesli ve görüntülü iletişim olanağı sağlayan ortamlar	Grup şeklinde ve işbirliğine dayalı çalışmaların ortaklaşa yürütülmesine olanağı sağlayan ortamlar	Belirli bir temaya odaklanarak süreli yayınların yapılmasına ya da tartışmaların yürütülmesine olanağı sağlayan ortamlar
Facebook Google+ LinkedIn	Youtube/Vimeo Flickr/Picasa Pinterest Glogster Animoto/goAnimate/ Xtranormal	Slideshare Prezi Dropbox Google Drive Webspiration Ustream	Hangout Skype Viber Dimdim	Wiki Google Drive Zoho	Tumblr Edublogs Twitter Wordpress Blogger Scoop.it

Kaynak: (Güven, 2010)

Konuyla ilgili bir başka araştırma ise sosyal medya ve siyasal iletişimdir. Sosyal medyanın siyasal amaçlı kullanımı, seçim kampanyalarındaki kullanımı, kamuoyu ölçme aracı olarak kullanımı, kamu kurumlarının sosyal medyayı kullanma durumları gibi araştırma alanları başta olmak üzere sosyal medya ve siyasal iletişim konusu araştırmacılar tarafından irdelenmiştir (Arklan, 2016; Aksoy, 2015; Göksu, 2018; Toker, Erdem, & Özşarlak, 2017; Onat ve Okmeydan, 2015; Erkek, 2016; Çağlar & Köklü, 2017; Metin, 2016; Erkan & Ayhan, 2018; Şener, Ögün, & Akyıldız, 2015). Sosyal medya eleştirel bakış açısı ile de tartışılmıştır. Sosyal medyanın kültür endüstrisinin oluşmasındaki rolü, lüks tüketim alışkanlıklarındaki rolü, bireylerin tüketim nesnesine dönüşmesindeki etkisi eleştirel bir bakış açısıyla literatürde tartışılmıştır (Güzel, 2016; Öze, 2017; Çelik, 2016). Sosyal medya üzerinde araştırmalar yapılan alanlardan biri de halkla ilişkiler alanıdır. Literatürde genelde konuya kurumsal açıdan yaklaşan çalışmalara rastlanmıştır. Sosyal Medyanın Kriz Yönetimindeki Rolü (Duğan, 2018), Halkla İlişkiler Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı (Onat, 2010), Sosyal Medyanın Tanıtımdaki Rolü (Akar, 2015), Kurumsal İmaj Bağlamında Sosyal Medyanın Rolü (Kartal & Algül, 2019), Kurumsal İtibarın Sosyal Medya Üzerinden Aktarımı (Tokatlı, Özbükerci, Günay, & Vural, 2017) gibi çalışmalar literatürde öne çıkmaktadır. Sosyal medya konusunda eğitim-öğretim alanında yapılan çalışmalar, öğretme ve öğrenmede sosyal medyanın rolü (Sarsar, Başbay, & Başbay, 2015), öğretmen ve öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonları (Alakurt, 2016), (Söylemez & Oral, 2018), öğretmenlerin sosyal medya bağımlılığı (Döş & Özşahin, 2019), sosyal medya okuryazarlığı (Kartal, Yazgan, & Kıncal, 2017) ve yardım kuruluşlarının sosyal medya kullanımı (Altıncık & Yaşar, 2017) gibi eksenlerde konu tartışılmıştır.

Sosyal medya konusunda uluslararası literatür incelendiğinde de yabancı araştırmacıların bu konuya ciddi şekilde kafa yordukları görülmektedir. Global olarak sosyal medyanın yararları

ve zararları (Bennet, 2014), Sosyal Medya ve Popüler Kültür İlişkisi (Givens-Carroll, Narro, & Slade, 2015; McClain, 2013; Abidin, 2018; Prorokova & Tal, 2018); Sosyal Medyada İmaj Oluşturma (Ordenes, ve diğerleri, 2019), Sosyal Medya ve Tüketici Davranışları (Grewal, Stephen, & Coleman, 2019), Sosyal Medyanın Sosyalleşme Üzerindeki Etkisi (Biszko, 2019), Sosyal Medyanın Lisans Öğrencileri Üzerindeki Faydaları ve Zararları (Emerick, Caldarella, & Black, 2019), Sosyal Medyada İçerik Oluşturma (Kanuri, Chen, & Sridhar, 2018), Sosyal Medyada Örgütsel İtibarın Oluşumu (Etter, Ravasi, & Colleoni, 2019), Sosyal Medya Reklamcılığı (Voorveld, Van Noort, Muntinga, & Bronner, 2018; Johnston, Khalil, Le, & Ming-Sung Cheng, 2018), Sosyal Medya Kullanımı İçin Gerekenler (Karahanna, Xu, Xu, & Zhang, 2018), Sosyal Medyanın Marka Oluşturmadaki Rolü (Kupfer, Vor Der Holte, Kübler, & Hennig-Thurau, 2018; Gao, Tate, Zhang, Chen, & Liang, 2018; Scholz & Smith, 2019); Sosyal Medyada Bilgi Edinme (Marley & Snow, 2019) çalışmalarına literatürde karşılaştığımız çalışmalar olarak değinmemiz gerekir. Öte yandan bu araştırmayla bağlantılı olarak sosyal medyanın gençler üzerindeki rolüne yönelik yapılmış çalışmalar yabancı literatürde önemli bir yer tutmaktadır. Yabancı literatürde sosyal medyanın lise çağındaki gençler üzerindeki etkileri; sosyalleşme ve sosyal bilinç oluşturmadaki rolü (Sangeetha & Vanitha, 2019), sosyal medyayı kullanım sıklıkları (Shafi, ve diğerleri, 2019), sosyal medyaya yönelik tutumları (Asare-Donkoh, 2018) çerçevesinde araştırıldığı görülmüştür.

Tüm bu literatür değerlendirildiğinde farklı perspektiflerden konuyu ele alan bu çalışmalar konunun önemine işaret etmektedir. Günümüzde insan hayatının önemli bir parçası haline gelen sosyal medya uygulamaları kurumsal iletişimden popüler kültüre, reklamcılıktan pazarlamaya kadar çok geniş bir yelpazede etkisini hissettirmektedir. Bireyler üzerindeki etkileri ise özellikle genç bireyler bağlamında değerlendirildiğinde üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Bu nedenle lise çağındaki bireylerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları sosyal, kültürel, sosyolojik, psikolojik birçok yönden ele alınması ve araştırılması gereken çok yönlü bir meseledir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde konunun genellikle sosyal bağlamda ele alındığı görülmektedir.

Konunun Amacı ve Önemi

Bu araştırma lise çağındaki gençlerin sosyal medyayı takip etmelerindeki amaç, motivasyon ve alışkanlıkları üzerine yoğunlaşarak sosyal medyanın lise çağındaki genç bireyler üzerindeki olumlu veya olumsuz etkilerinin üzerinde yoğunlaşan tartışmalara ampirik verilerle katkı sunmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda araştırma soruları şunlardır:

Araştırma Sorusu 1: Lise çağındaki gençlerin sosyal medya kullanma davranışları, tercihleri ve alışkanlıkları nelerdir?

Araştırma Sorusu 2: Lise çağındaki gençlerin sosyal medyayı takip etme motivasyonları nelerdir?

Araştırma Sorusu 3: Lise çağındaki gençlerin sosyal medyayı kullanma sıklıkları nedir?

Araştırma Sorusu 4: Lise çağındaki gençlerin sosyal medyayı kullanma motivasyonları nelerdir?

Araştırma Sorusu 5: Lise çağındaki gençlerin sosyal medyada en sık takip ettikleri hesaplar kimlerdir?

Yukarıdaki araştırma soruları göz önünde tutularak çalışmada, lise çağındaki gençlerin sosyal medyayı kullanım davranışlarının ve motivasyonlarının ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Araştırmanın Modeli

Lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları başlıklı bu çalışma; nicel verilere dayalı, betimleyici ve keşfedici bir alan araştırması olarak tasarlanmış ve gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla lise çağındaki gençler ve sosyal medya olarak belirlenen konu sınırlandırılarak lise çağındaki gençlerin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonları üzerine odaklanılmıştır.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalışmanın başlıca sınırlılıkları şu şekildedir:

- Araştırmamız lise çağındaki öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Bu nedenle 14-18 yaşlarındaki lise öğrencileri çalışmanın temel sınırlılıklarından biridir.
- Çalışmanın bir diğer sınırlılığı araştırmada evrene tamamen ulaşmak mümkün olmadığından dolayı Kayseri ili merkez ilçelerinde yapılmış olmasıdır. Dolayısıyla çalışma Kayseri ilinin merkez ilçeleri ile sınırlıdır.
- Veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanımı ise bir başka çalışmanın bir diğer sınırlılığıdır.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni Kayseri ili sınırları içerisinde eğitim gören lise öğrencileridir. Dolayısıyla çalışmanın örneklemini araştırmanın gerçekleştirildiği Kayseri ilinden seçilmiştir. Kayseri nüfusu göz önüne alındığında örneklem büyüklüğü 660 olarak belirlenmiştir. Kayseri Valiliğinden alınan verilere göre Kayseri ilinde özel ve resmî olmak üzere 214 lise bulunmaktadır. Bu kurumlarda 41201 kız öğrenci ve 39891 erkek öğrenci eğitim görmektedir. Toplam öğrenci sayısı ise 81092'dir (kayseri.gov.tr). Çalışma kapsamında yapılan alan araştırması için evrenimiz Kayseri merkez ilçelerinde eğitim gören lise öğrencileri olarak belirlenmiştir. Örneklemimiz ise %99 güven düzeyi ile Kayseri ili merkez ilçelerinden orantılı bir biçimde seçilecek olan 1000 lise öğrencisi olarak belirlenmiştir. Araştırmada tabakalı örneklem tekniği kullanılmıştır. Lise eğitimi gören 9, 10, 11 ve 12. sınıf öğrencileri için tabakalı bir örneklem hesaplaması yapılarak orantılı bir şekilde örneklem seçimi yapılmıştır. Anketlerin yüz yüze yapılması planlanmış ancak Covid-19 salgını nedeni ile online olarak uygulanmıştır. Toplamda 1026 lise öğrencisine anket uygulanmış ve toplanan veriler analiz edilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Ulaşılan örneklemden veriler hazırlanan soru formu aracılığı ile toplanmıştır. Soru formu oluşturulurken Balcı ve Ayhan'ın (2007) Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması isimli çalışmasında kullanılan ölçekten faydalanılmıştır. Araştırma kapsamında uygulanan soru formu 4 bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde gençlerin boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri ve yaptıkları aktiviteler ile ilgili sorular yöneltilmiştir. İkinci bölümde sosyal medya araçlarını takip etme alışkanlıklarını ortaya koyacak sorular sorulmuştur. Hangi sosyal medya aracını daha çok takip ettiği, ne sıklıkla kullandığı, takip ettiği içeriklerin çeşidi ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Üçüncü bölümde ise sosyal medya kullanım ve motivasyonlarını ölçmek amaçlı sorular sorulmuştur. Buraya kadar sorulan sorular 5'li likert ölçek tipine göre uygulanmıştır. Son bölümde ise sosyo-demografik özelliklerin ortaya çıkarılmasına yönelik sorular yer almıştır.

Araştırma kapsamında oluşturulan soru formu farklı meslektaşların incelemesine tabi tutulmuş, verilen öneriler ışığında değişiklikler yapılmıştır. Ayrıca soru formu 50 lise öğrencisi üzerinde ön teste tabi tutulmuş ve istatistiki analizler gerçekleştirilerek eksiklikler giderilmiştir.

Verilerin İşlenmesi ve Analizi

Toplanan verilerin analizi SPSS 22 istatistik paket programında yapılmıştır. Analizlerde frekans dağılımları ile çapraz tablolar (cross-tabulation) gibi betimleyici istatistik teknikleri ve ortalama, ortanca, en düşük, en yüksek değer gibi merkezî eğilim ölçüleri kullanılmıştır. Çıkarımcı istatistikler olarak ise, değişkenler arası ilişkileri görmek için 2 kategorili değişkenlerde bağımsız değişkenli t-test analizleri uygulanmıştır. İlişkili olan ve olmayan değişkenlerle ilgili sonuçlarla birlikte ayrıntılı tablolara yer verilmiştir. Ayrıca faktör analizi yapılarak lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonlarının faktörleri ortaya çıkarılmıştır.

Etik Beyan

Bu çalışma Erciyes Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu 28/01/2020 tarihli, 10 başvuru no.lu kararı çerçevesinde çalışma etik açıdan bir sakınca içermemektedir.

Bulgular

Öncelikle araştırma kapsamında katılımcılara yöneltilen ölçek maddelerin genel güvenilirlik analizi sonucuna bakıldığı zaman Chronbach's Alpha değerinin 0,95 olarak ortaya çıktığı görülmüştür. Ortaya çıkan bu değer ölçeğin yüksek güvenilirlikte olduğunu göstermektedir ($0,80 < 0,95 < 1,00$).

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Sayı	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	433	%42,2
	Kadın	592	%57,8

Gelir	Cevapsız	16	%1,6
	1000 TL altı	48	%4,7
	1001 TL- 2500 TL arası	305	%29,8
	2501 TL- 3500 TL arası	323	%31,5
	3501 TL- 5000 TL arası	197	%19,2
	5001- 6000 TL arası	62	%6,0
	6001 TL üzeri	74	%7,2
Sınıf	9. sınıf	280	%27,3
	10. sınıf	268	%26,2
	11. sınıf	243	%23,7
	12. sınıf	233	%22,8
	13	37	%3,6
Yaş	14	186	%18,1
	15	261	%25,5
	16	251	%24,5
	17	227	%22,1
	18	63	%6,1

Araştırmamıza katılanların demografik özellikleri incelendiği zaman ortaya çıkan sonuçlar şu şekildedir: Katılımcıların %42,8'i erkek, %57,8'i ise kadındır. Araştırmamıza katılan deneklerin ailelerinin gelir durumları incelendiğinde; %4,7'si 1000 TL altı gelir düzeyine sahip, %29,8'i 1001 TL- 2500 TL arası gelir düzeyine sahip, %31,5'i 2501 TL- 3500 TL arası gelir düzeyine sahip, %19,2'si 3501 TL- 5000 TL arası gelir düzeyine sahip, %7,2'lik bir kesim ise 6001 TL üzeri gelir düzeyine sahiptirler. Katılımcıların eğitim gördükleri sınıfın düzeyi incelendiğinde; %27,3'ünün 9. sınıf öğrencisi, %26,2'sinin 10. sınıf öğrencisi, %23,7'sinin 11. sınıf öğrencisi, %22,8'inin ise 12. sınıf öğrencisidir. Son olarak katılımcıların yaşları incelendiğinde ise; %3,6'nın 13 yaşında, %18,1'in 14 yaşında, %25,5'in 15 yaşında, %24,5'in 16 yaşında %22,1'in 17 yaşında ve %6,1'in ise 18 yaşındadır.

Tablo 3: Sosyal Medya Araçları Kullanım Sıklıkları Betimleyici İstatistikleri

	Sayı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	SD
Whatsapp	1025	1,00	5,00	3,9141	1,07277
YouTube	1025	1,00	5,00	3,6459	,99728
Instagram	1025	1,00	5,00	3,3844	1,34286
Twitter	1025	1,00	5,00	1,5600	1,04888
Facebook	1025	1,00	5,00	1,3932	,81403
Diğer	1025	1,00	5,00	1,9073	1,25242
Geçerli Sayı	1025				

Araştırmamız kapsamında sosyal medya araçlarını kullanım sıklıklarını ortaya çıkarmak için katılımcılara yöneltilen soruya verilen cevapların ortalamaları Tablo-3'te görülmektedir. Buna göre ortaya çıkan veriler şu şekildedir: Lise öğrencilerinin en fazla kullandıkları sosyal medya aracı bir metin ve sesli mesaj uygulaması olan Whatsapp olarak ortaya çıkmıştır. Bu aracı kullanım ortalaması 3,9141'dir. İkinci sırada ise bir video paylaşım sitesi olan YouTube

gelmektedir. Bu aracın kullanım ortalaması 3,6459 olarak ortaya çıkmıştır. Üçüncü sırada 3,3844 ortalama ile bir fotoğraf ve video paylaşım sitesi olan Instagram gelmektedir. Lise öğrencilerinin daha az kullandıkları sosyal medya araçları ise 1,5600 ortalama ile gönderi paylaşım sitesi olan Twitter ve 1,3932 ortalama ile sosyal paylaşım sitesi olan Facebook olarak sıralanmıştır. Öte yandan diğer seçeneğinin ortalamasının ise 1,9073 olduğu görülmektedir. Ortaya çıkan bu sonuçlar, ortalaması 3,00'ün üstünde olan Whatsapp, Youtube ve Instagram'ın lise çağındaki gençlerin en fazla kullandıkları sosyal medya araçları olduğunu göstermektedir.

Tablo 4: Cinsiyet İtibarıyla Sosyal Medya Araçları Kullanım Sıklıkları

		Cinsiyet					
		Erkek			Kadın		
		Sayı	Yüzde	Coulumn N %	Sayı	Yüzde	Coulumn N%
Instagram	Hiç Kullanmam	63	6,1%	14,5%	107	10,4%	18,1%
	Kullanmam	22	2,1%	5,1%	34	3,3%	5,7%
	Ara sıra	107	10,4 %	24,7%	138	13,5%	23,3%
	Kullanırım	135	13,2 %	31,2%	183	17,9%	30,9%
	Sürekli Kullanırım	106	10,3 %	24,5%	130	12,7%	22,0%
You Tube	Hiç Kullanmam	13	1,3%	3,0%	18	1,8%	3,0%
	Kullanmam	32	3,1%	7,4%	39	3,8%	6,6%
	Ara sıra	134	13,1 %	30,9%	222	21,7%	37,5%
	Kullanırım	150	14,6 %	34,6%	189	18,4%	31,9%
	Sürekli Kullanırım	104	10,1 %	24,0%	124	12,1%	20,9%
Twitter	Hiç Kullanmam	312	30,4 %	72,1%	433	42,2%	73,1%
	Kullanmam	45	4,4%	10,4%	50	4,9%	8,4%
	Ara sıra	52	5,1%	12,0%	58	5,7%	9,8%
	Kullanırım	14	1,4%	3,2%	27	2,6%	4,6%
	Sürekli Kullanırım	10	1,0%	2,3%	24	2,3%	4,1%
Whatsapp	Hiç Kullanmam	24	2,3%	5,5%	16	1,6%	2,7%
	Kullanmam	31	3,0%	7,2%	19	1,9%	3,2%
	Ara sıra	133	13,0 %	30,7%	114	11,1%	19,3%
	Kullanırım	121	11,8 %	27,9%	188	18,3%	31,8%
	Sürekli Kullanırım	124	12,1 %	28,6%	255	24,9%	43,1%

Facebook	Hiç Kullanmam	271	26,4 %	62,6%	517	50,4%	87,3%
	Kullanmam	71	6,9%	16,4%	43	4,2%	7,3%
	Ara sıra Kullanırım	64	6,2%	14,8%	24	2,3%	4,1%
	Sürekli Kullanırım	23	2,2%	5,3%	4	0,4%	0,7%
		4	0,4%	0,9%	4	0,4%	0,7%

Katılımcıların cinsiyetleri itibarıyla sosyal medya araçlarını kullanım sıklıkları Tablo 4’te sunulmuştur. Tablo 4’te öncelikle fotoğraf ve video paylaşım sitesi olan Instagram aracına baktığımız zaman; erkeklerin %80,5’i “Çeşitli düzeylerde Instagram kullanım” derken bu oran kadınlarda %76,2 olarak ortaya çıkmıştır. Video paylaşım sitesi YouTube’a bakıldığında ise erkeklerin %89,5’i YouTube’u çeşitli düzeylerde kullandığını belirtirken bu oran kadınlarda %90,3 olmuştur. Twitter’da erkeklerin sadece %17,5’i, kadınların ise %18,5’i çeşitli düzeylerde Twitter kullandığını ifade etmişlerdir. Mesajlaşma uygulaması olan Whatsapp’a baktığımızda erkeklerin %87,2’si kadınların ise %94,2’si çeşitli düzeylerde bu aracı kullandıklarını belirtmişlerdir. Son olarak Facebook aracını erkeklerin %21’i, kadınların ise %5,5’inin çeşitli düzeylerde kullandıkları görülmüştür.

Bu sonuçlar Instagram ve Facebook’u erkeklerin kadınlardan daha fazla kullandığını, YouTube, Twitter ve Whatsapp’ı ise kadınların erkeklerden daha fazla kullandığını göstermektedir.

Tablo 5: Sosyal Medyada Geçirilen Süre

	Sayı	Geçerli Yüzde
1-2 saat	412	40,2
3-4 saat	382	37,3
5-6 saat	152	14,8
7-8 saat	41	4,0
8 saatten fazla	38	3,7
Toplam	1025	100,0

Lise öğrencilerinin sosyal medyada ortalama kaç saat geçirdiklerini tespit etmek için yöneltilen soruya katılımcıların verdikleri cevaplar Tablo 5’te görülmektedir. Sonuçlar incelendiğinde lise öğrencilerinin %40,2’lik kesimi ortalama 1-2 saat, %37,3’ü ortalama 3-4 saat, %14,8’i ortalama 5-6 saat, %4’ü ortalama 7-8 saat ve %3,7’si ise 8 saatten fazla sosyal medyada zaman geçirmektedir.

Tablo 6: Paylaşım Yapma Sıklığı

	Sayı	Geçerli Yüzde
Saatte en az 1 paylaşım	15	1,5
Günde en az 1 paylaşım	21	2,0
Haftada en az 1 paylaşım	61	6,0
Ne zaman denk gelirse	928	90,5
Toplam	1025	100,0

Lise öğrencilerinin sosyal medyada paylaşım yapma sıklıklarını ortaya koymak için yöneltilen soruya verilen cevaplar Tablo 6’da görülmektedir. Ortaya çıkan sonuçlar şu şekildedir:

Katılımcıların %1,5'i saatte en az 1 paylaşım, %2'si günde en az 1 paylaşım, %6'sı haftada en az bir paylaşım yaptığını belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğunu oluşturan %90,5'lik kesim ise ne zaman denk gelirse paylaşım yaparım seçeneğini tercih etmişlerdir.

Tablo 7: Sosyal Medyada En Fazla Takip Edilenler

	Sayı	Geçerli Yüzde
Aile	771	75,2
Akrabalar	675	65,9
Arkadaşlar	919	89,7
Fenomenler	447	46,5
Öğretmenler	297	29
Siyasiler	121	11,8
Din Adamları	73	7,1
Toplam	3303*	

*Bu soruda çoklu yanıt olduğundan dolayı N sayısı örneklem sayısını geçmektedir.

Katılımcıların sosyal medyada takip ettikleri kişi ya da kişilerle ilgili yapılan analiz sonucu Tablo 7'de görülmektedir. Tablo 7'de ortaya çıkan sonuçlara göre bu soruya cevap veren lise çağındaki öğrencilerin %75,2'si ailesini, %65,9 akrabalarını, %89,7 arkadaşlarını, %46,5'i fenomenleri, %29'u öğretmenlerini, %11,8'i siyasileri ve son olarak %7,1'i ise din adamlarını takip ettiklerini belirtmişlerdir. Ortaya çıkan sonuçlara göre lise çağındaki gençlerin en fazla arkadaşlarını takip ettikleri görülürken bunu ailesi, akrabaları ve sosyal medya fenomenleri takip etmektedir. En az takip edilenler ise sırasıyla din adamları, siyasiler ve öğretmenler olarak tespit edilmiştir.

Tablo 8: Sosyal Medya Kullanım Amaç ve Motivasyonları Ortalamaları

	N	Minim um	Maxim um	Ortalama	SD
Ev, okul ve arkadaş çevremdeki dertlerimi unutturuyor	1026	1,00	5,00	2,6170	1,39772
Bir an olsun problemlerimden uzaklaşmak için	1026	1,00	5,00	2,6891	1,40515
Kendimi daha az yalnız hissetmemi sağladığı için	1026	1,00	5,00	2,3070	1,39836
İçimdeki duygu ve heyecanları açığa çıkardığı için	1026	1,00	5,00	2,3070	1,28568
Bir gruba aitmiş duygusu hissedebilmek için	1026	1,00	5,00	1,9220	1,18682
Sosyal medya kullanmak bana heyecan veriyor	1026	1,00	5,00	2,1618	1,24827
Beni başka bir dünyaya götürdüğü için	1026	1,00	5,00	2,2973	1,33703
Dinlenmeye yardımcı olduğu için	1026	1,00	5,00	2,9708	1,39166
Başkalarıyla nasıl anlaşabileceğimi gösterdiği için	1026	1,00	5,00	2,4230	1,35013
Arkadaş bulmak, yeni insanlarla tanışmak için	1026	1,00	5,00	2,2719	1,37757
Kafamı boşaltmaya yardımcı olduğu için	1026	1,00	5,00	3,0302	1,42043
Beni sıkı insanlardan kurtulmamı sağladığı için	1026	1,00	5,00	2,5556	1,46415
Konuşacak birisi olmadığında bana arkadaşlık ediyor	1026	1,00	5,00	2,5828	1,47018
Yapacak daha iyi bir işim olmadığında beni oyalıyor	1026	1,00	5,00	2,7212	1,43077
Kendimi özgürce ifade edebilmek için	1026	1,00	5,00	2,2827	1,31261
Başka bir yerde ulaşamadığım bilgilere ulaşmak için	1026	1,00	5,00	3,3908	1,40323
Bir konuda fikir sahibi olmama yardımcı olduğu için	1026	1,00	5,00	3,2973	1,36876
Okuldaki gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmak	1026	1,00	5,00	3,1628	1,39330
Güvenilir bir haber kaynağı olduğu için	1026	1,00	5,00	2,6754	1,35392
Pek çok konuyu diğer medyada yer almadan önce öğrendiğim için	1026	1,00	5,00	2,9288	1,41069
Yaşadığım şehir/ilçe/köydeki gelişmeler ve etkinlikleri takip etmek için	1026	1,00	5,00	3,0517	1,39765
Dünyada ve Türkiye'de meydana gelen olayları anında öğrenmek	1026	1,00	5,00	3,5312	1,31983
Bilmediğim şeyleri öğrenebildiğim için	1026	1,00	5,00	3,5409	1,30619
Boş zamanımı değerlendirmede bana çeşitli alternatifler sunuyor	1026	1,00	5,00	3,4288	1,33227

Sosyal medya kullanmak zevkli	1026	1,00	5,00	3,4396	1,31214
Sosyal medyayı seviyorum	1026	1,00	5,00	3,4162	1,29287
Sıkıldığımda vakit geçirmek için	1026	1,00	5,00	3,6696	1,24743
Sosyal medyayı yalnız kullanmayı seviyorum	1026	1,00	5,00	3,0799	1,36201
İlginç şeyler bulmak için	1026	1,00	5,00	3,2359	1,34161
Markaların kampanyalarını takip etmek için	1026	1,00	5,00	2,4337	1,37504
Karlı mali bilgiler elde etmek için	1026	1,00	5,00	2,0497	1,22990
Ürün ve hizmetlerin indirimli olanlarını bulmak için	1026	1,00	5,00	2,3967	1,39110
Sosyal medyadan alışveriş yapmanın kolaylığını/ uygunluğunu seviyorum	1026	1,00	5,00	2,6004	1,43481
Markaların çekilişlerine katılmak için	1026	1,00	5,00	2,1062	1,28838
Ürün ve hizmetler hakkında yararlı bilgiler edinmek için	1026	1,00	5,00	2,4357	1,36373
Tanınırlığımı arttırmak için	1026	1,00	5,00	1,8811	1,15420
Tanıdığım insanlarla iletişiminde bulunmak için	1026	1,00	5,00	3,4162	1,42702
Ailem ve dostlarımla iletişiminde bulunmak için	1026	1,00	5,00	3,5010	1,36810
Diğer insanlarla bilgi paylaşımında bulunabildiğim için	1026	1,00	5,00	2,8762	1,41879
Başkalarına görüş bildirmek ve tavsiyelerde bulunmak için	1026	1,00	5,00	2,7593	1,40228
Edindiğim bilgiler hakkında başkalarıyla iletişim kurabilmek için	1026	1,00	5,00	2,8216	1,38436
Başkalarından destek almak için	1026	1,00	5,00	2,3265	1,31172
Sosyal medyayı her zaman ve her yerde kullanabildiğim için	1026	1,00	5,00	2,9142	1,43219
Yeni insanları tanımak için	1026	1,00	5,00	2,2904	1,40849
Oyun oynamak için	1026	1,00	5,00	2,5887	1,45046
Sosyal medya eğlence ihtiyacımı karşılıyor	1026	1,00	5,00	3,1014	1,42297
Çeşitli müzik parçası dinlemek ve MP3 vb. indirmek için	1026	1,00	5,00	3,5673	1,40864
Eğlenceli video izlemek için	1026	1,00	5,00	3,6579	1,29800
Sosyal medyada eğlenceli akımlara katılmak için	1026	1,00	5,00	2,1784	1,33265
Yeni çıkan oyunları takip etmek için	1026	1,00	5,00	2,2281	1,39848
Geçerli Sayı	1026				

Öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaç ve motivasyonları Tablo 8’de görülmektedir. Ortaya çıkan sonuçlar incelendiğinde lise çağındaki öğrencilerin sosyal medyayı kullanım amaç ve motivasyonları arasında en yüksek ortalama, 3,66 ile “Sıkıldığımda vakit geçirmek için” ifadesinde ortaya çıkmıştır. Daha sonra ise “Eğlenceli video izlemek için” (3,65), “Çeşitli müzik parçası dinlemek ve MP3 vb. indirmek için” (3,56) maddeleri gelmektedir. Bunu “Bilmediğim şeyleri öğrenebildiğim için” (3,54), “Dünyada ve Türkiye’de meydana gelen olayları anında öğrenmek için” (3,53) ifadeleri takip etmektedir. Katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaç ve motivasyonlarının betimleyici istatistik sonuçlarına göre en az ortalamaya sahip ifadeler ise “Tanınırlığımı arttırmak için” ifadesi (1,88) ile “Bir gruba ait olma duygusunu hissedebilmek” (1,92) ifadelerinde ortaya çıkmıştır.

Tablo 9: Cinsiyet İtibariyle Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları

Sosyal Medyayı Kullanırım Çünkü;	Cinsiyet	N	Mean	SD	Std. Error Mean	Sig. (2-tailed)
	Kadın	592	2,5422	1,40999	,05795	
Çeşitli müzik parçası dinlemek ve MP3 vb. download etmek için	Erkek	433	3,3487	1,47537	,07090	,000
	Kadın	592	3,7314	1,33310	,05479	
Yeni çıkan oyunları takip etmek için	Erkek	433	2,5958	1,51403	,07276	,000
	Kadın	592	1,9595	1,24293	,05108	

Araştırmanın sosyal medya kullanım gerekçelerini ortaya çıkarmak için katılımcılara yöneltilen soru grubunun maddeleri ile katılımcıların cinsiyetleri arasında bir farklılaşma olup

olmadığını ortaya koymak için yapılan t-testi sonuçlarına göre, üç maddede kadınlar ile erkekler arasında anlamlı bir ilişki ortaya çıkmıştır ($P < 0,00$). Buna göre “Ürün ve hizmetlerin indirimli olanlarını bulmak için”, “Çeşitli müzik parçası dinlemek ve MP3 vb. indirmek için” ve “Yeni çıkan oyunları takip etmek için” maddelerinde katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Ortaya çıkan sonuçlar Tablo 9’da sunulmuştur. Tablo 9’da görüldüğü üzere sosyal medyayı ürün ve hizmetlerin indirim oranlarından faydalanmak için kullananlar karşılaştırıldığında kadınların (2,5422) erkeklere (2,2009) göre ortalamasının daha yüksek olduğu görülmektedir. Yine aynı şekilde kadınların (3,7314), erkeklere (3,3487) oranla ortalamasının yüksek olduğu bir diğer madde ise “Çeşitli müzik parçası dinlemek ve MP3 vb. indirmek için” ifadesidir. Lise çağındaki gençlerin sosyal medya kullanım amacı olarak yeni çıkan oyunları takip etme durumlarında ise erkeklerin (2,5958) kadınlara (1,9595) oranla daha fazla ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 10: Sosyal Medya Kullanım Amaç ve Motivasyonları Öz Değeri, Açıklanan Varyansları ve Güvenilirlik Katsayıları

Faktörler	Öz değer (Eigenvalue)	Açıklanan Varyans	Cronbach’s Alpha (α)
<i>Sosyal Kaçış Faktörü</i>	17,450	% 14,444	0,91
<i>Boş Zaman Değerlendirme Faktörü</i>	3,700	% 12,189	0,89
<i>Bilgilenme Faktörü</i>	2,934	% 10,263	0,87
<i>Ekonomik Fayda Faktörü</i>	2,176	% 9,167	0,88
<i>Sosyal Etkileşim Faktörü</i>	1,683	% 7,432	0,88
<i>Eğlence Faktörü</i>	1,334	% 5,059	0,82
TOPLAM		% 58,554	0,96
<i>KMO (Keiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy)</i>	0,960		
<i>Bartlett’s Test of Sphericity</i>	$\chi^2=31382,744$ df=1225 p= ,000		

Araştırma kapsamında lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlarının ortaya çıkmasında etkili olan faktörleri ortaya koymak için katılımcıların sorulara verdikleri 49 maddeye faktör analizi yapılmış; öz değer (eigenvalue) ve yamaç eğrisi grafiğinin (screeplot) incelenmesi sonucunda 6 adet faktör grubunun ele alınabileceği görülmüştür. Diğer taraftan araştırma kapsamında deneklere yöneltilen bütün maddeler ile faktör analizi yapılan maddeler kendi içerisinde güvenilirlik analizi yapılmıştır.

Araştırmamızın faktör analizi sonucuna göre Bartlett testi sonucu $p=0,000 < 0,05$ olduğundan dolayı değişkenler arasında anlamlı bir ilişki söz edilebilir. Diğer taraftan $KMO=0,960$ olarak

hesaplanmıştır. $KMO=0,960>0,60$ olduğundan dolayı örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir. Araştırmamız kapsamında faktör analizi yapılan madde sayısı 49'dur. Analiz neticesinde ise altı adet faktör tanımlanmıştır. Bunlar sosyal kaçış, bilgilenme, boş zaman, ekonomik fayda, sosyal etkileşim ve eğlence faktörleridir. Faktör analizi yapılan maddelerin güvenilirlik analizleri birinci grup; (Cronbach's α) 0,918, ikinci grup 0,891, üçüncü grup 0,874, dördüncü grup 0,885, beşinci grup 0,883 ve altıncı grup ise 0,827 olarak ortaya çıkmıştır. Tüm faktör maddelerinin güvenilirlik katsayısı ise 0,961 olarak tespit edilmiştir. Bu veriler bize güvenilir bir ölçüm yapıldığını göstermektedir (Cronbach's $\alpha > 0,70$). Faktör analizi neticesinde açıklanan toplam varyans ise %58,554'tür.

Yapılan faktör analizi sonuçlarına göre, birinci grupta 15 maddeyi bir arada toplayan sosyal kaçış faktörü ilk sırada gelmektedir. Bu faktörün maddeleri incelendiğinde lise öğrencilerinin; “daha az yalnız hissetmek, problemlerden uzaklaşmak, bir gruba aitmiş gibi hissetmek, beni sıkan insanlardan uzaklaşmak” gibi nedenlerle sosyal medyaya yönedikleri görülmektedir. Sosyal kaçış faktör grubu, toplam varyansın %14,444'ünü açıklamıştır. Sosyal kaçış faktörünün öz değeri (Eigenvalue) 17,450'dir.

Faktör analizi neticesinde ortaya çıkan ikinci faktör grubu, boş zaman değerlendirmedir. Bu faktörü oluşturan maddeler incelendiğinde “Sosyal medya kullanmak zevkli”, “Sosyal medyayı seviyorum”, “Sıkıldığımda vakit geçirmek için” gibi maddeler öne çıkmaktadır. Boş zaman değerlendirme faktörü toplam varyansın %12,189'unu açıklarken faktörün öz değeri (Eigenvalue) ise 3,700 olarak yüksek seviyede çıkmıştır.

Üçüncü faktör grubu “bilgilenme faktörü” olarak adlandırılmıştır. Bu gruba ait maddeler incelendiğinde “Başka bir yerde ulaşamadığım bilgilere ulaşmak için”, “Bilmediğim şeyleri öğrenebildiğim için”, “Okuldaki gelişmeler hakkında bilgi sahibi olmak için” maddeleri dikkat çekmektedir. Bilgilenme faktörü toplam varyansın %10,263'ünü oluştururken, faktörün öz değeri 2,934 seviyesinde ortaya çıkmıştır.

Toplam varyansın %9,167'sini oluşturan ekonomik fayda faktörü, analizimizin dördüncü faktör grubunu oluşturmaktadır. Sonuçlar incelendiğinde “Markaların kampanyalarını takip etmek için”, “Ürün ve hizmetlerin indirimli olanlarını bulmak için” ve “Markaların çekilişlerine katılmak için” gibi maddeler göze çarpmaktadır. Ekonomik fayda faktörünün öz değeri ise 2,176 olarak ortaya çıkmıştır. Bu oran tatmin edici bir orandır.

Analiz sonucunda ortaya çıkan beşinci faktör “sosyal etkileşim faktörü” olarak adlandırılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlara göre “Ailem ve dostlarımla iletişimde bulunmak için”, “Edindiğim bilgiler hakkında başkalarıyla iletişim kurabilmek için”, “Diğer insanlarla bilgi paylaşımında bulunabildiğim için” gibi maddelerin faktör ağırlıkları ön plana çıkmaktadır. Sosyal etkileşim faktörü, toplam varyansın %7,43'ünü oluştururken öz değer 1,68 olarak ortaya çıkmıştır.

Altıncı ve son faktör ise “eğlence faktörü” olarak adlandırılmıştır. Eğlence faktörü toplam varyansın %5,059’unu açıklamaktadır. “Yeni çıkan oyunları takip etmek için” ve “Oyun oynamak için” maddelerinin öne çıktığı eğlence faktörünün öz değeri ise 1,3134 olarak hesaplanmıştır. Bu oran kabul edilebilir sınırlar dâhilindedir.

Tablo 11: Korelasyon Analizi Sonuçları

Korelasyon Analizi	Sosyal Kaçış	Boş Zaman Değerlendirme	Bilgilenme	Ekonomik Fayda	Sosyal Etkileşim	Eğlence
Sosyal Kaçış	1	,620**	,456**	,495**	,625**	,634**
Boş Zaman Değerlendirme	,620**	1	,561**	,541**	,618**	,669**
Bilgilenme	,456**	,561**	1	,517**	,637**	,461**
Ekonomik Fayda	,495**	,541**	,517**	1	,568**	,479**
Sosyal Etkileşim	,625**	,618**	,637**	,568**	1	,620**
Eğlence	,634**	,669**	,461**	,479**	,620**	1

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Araştırma kapsamında ortaya çıkan faktörlerin arasındaki ilişkinin gücünü ve yönünü tespit etmek amacıyla yapılan korelasyon analizi neticesinde ortaya çıkan sonuçlar Tablo 11’de görülmektedir. Tablo 11’e göre faktörler arasında orta düzeyde pozitif yönlü ilişkiler saptanmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar incelendiğinde en güçlü ilişki boş zaman ve eğlence faktörleri arasında çıkmıştır ($r = ,669$; $p < ,01$). Diğer bir ifadeyle boş zamanlarını sosyal medyada geçiren lise öğrencileri aynı zamanda eğlence faktörüne de önem vermektedir. Yine bilgi edinme faktörü ile sosyal etkileşim faktörü arasında da orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır ($r = ,637$; $p < ,01$). Diğer taraftan orta düzeyde pozitif yönlü en düşük değerlere sahip olan faktörler ise sosyal kaçış ve bilgilenme faktörleri olarak ortaya çıkmıştır ($r = ,456$; $p < ,01$).

Tablo 12: Cinsiyete İtibariyle Sosyal Medyada Geçirilen Süre

		Cinsiyet		Toplam
		Erkek	Kadın	
Sosyal Medyada Ortalama Geçirilen Süre	1-2 saat	207	205	412
		50,2%	49,8%	100,0%
		20,2%	20,0%	40,2%
	3-4 saat	150	232	382
		39,3%	60,7%	100,0%
		14,6%	22,6%	37,3%
	5-6 saat	56	96	152
		36,8%	63,2%	100,0%
		5,5%	9,4%	14,8%
	7-8 saat	10	31	41
		24,4%	75,6%	100,0%
		1,0%	3,0%	4,0%
	10	28	38	

	8 saatten fazla	26,3%	73,7%	100,0%
		1,0%	2,7%	3,7%
Toplam		433	592	1025
		42,2%	57,8%	100,0%
		42,2%	57,8%	100,0%

($\chi^2=23,317$ $df=4$ $p=0,000$)

Tablo 12 lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım sıklıklarının cinsiyet itibarıyla farklılık gösterip göstermediğine dair ki-kare testi sonuçlarını göstermektedir. Ki-kare testi sonuçları sosyal medya kullanım sıklıkları ile katılımcıların cinsiyetleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ($p=0,000$). Tablo 12 incelendiğinde ortaya çıkan veriler kadınların erkeklere göre sosyal medyayı daha fazla kullandıklarını göstermektedir.

Sonuç

Son yıllarda toplumlarda internet teknolojilerinin yayılmasıyla paralel olarak sosyal medya kullanımı da artmıştır. Günümüzde artık genç yaşlardan itibaren kullanılmaya başlanan internet teknolojileri birçok avantajın yanında farklı sorunları da beraberinde getirmektedir. Öte yandan bireylerin sosyal medyaya olan bağımlılık dereceleri ve sosyal medya karşısında geçirilen süre zamanlarının önemli bir kısmını almaktadır. Bu durum özellikle gençlerde birtakım sorunları da beraberinde getirmektedir. Sosyal medyanın bu denli yaygın kullanımı ve zamanla bir bağımlılığa dönüşmesi akıllara bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının ve motivasyonlarının neler olduğu sorusunu beraberinde getirmektedir. Bununla beraber sosyal medyayı etkin bir biçimde kullanan gençler, bu sorunun önemli muhataplarındandır. Buradan hareketle bu çalışma lise çağındaki gençler üzerine odaklanılarak lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonlarını ortaya çıkarmak amacıyla yapılmıştır.

Çalışmada lise öğrencilerinin sosyal medya kullanım amaç ve motivasyonları incelenmiş ve altı adet faktör öne çıkmıştır. Bu faktörler sosyal kaçış faktörü, bilgilenme faktörü, boş zaman faktörü, ekonomik fayda faktörü, sosyal etkileşim faktörü ve eğlence faktörüdür. Bu faktörlerden sosyal kaçış faktörü toplam varyansın %14,444'ünü açıklayarak öne çıkmaktadır. Korelasyon analizine göre dikkat çeken sonuçlar; boş zaman ve eğlence faktörleri arasında ve bilgi edinme faktörü ile sosyal etkileşim faktörleri arasındadır. Sosyal kaçış ve bilgilenme faktörleri arasındaki anlamlı ilişki ise en düşük değere sahip sonuç olarak dikkat çekmektedir.

Araştırma kapsamında belirlenen altı adet faktörün maddelerinin betimsel olarak analizi yapıldığında ortalaması en yüksek çıkan maddeler; “Sıkıldığımda vakit geçirmek için”, “Eğlenceli video izlemek için” ve “Çeşitli müzik parçası dinlemek ve MP3 vb. indirmek için” maddeleri dikkat çekmektedir. En düşük ortalama ise “Tanınırlığımı arttırmak için” ve “Bir gruba ait olma duygusunu hissedebilmek için” maddelerinde ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonuçlarında öne çıkan bir başka veri ise sosyal medya kullanım sıklıkları ile ilgilidir. Ortaya çıkan sonuçlar, Instagram ve Facebook gibi fotoğraf ve video paylaşım sitelerini

lise çağındaki erkeklerin kadınlardan daha fazla kullandığını göstermektedir. Öte yandan video paylaşım ve izleme sitesi olan YouTube ile gönderi paylaşım sitesi olan Twitter ve mesajlaşma/arama uygulaması olan Whatsapp'ı ise lise çağındaki kadınların lise çağındaki erkeklerden daha fazla kullandığı görülmektedir. Cinsiyet fark etmeksizin sosyal medya araç ve uygulamaları arasında en fazla tercih edilen platform Whatsapp; en az tercih edilen ise Facebook olarak ortaya çıkmıştır.

Lise çağındaki gençlerin sosyal medyada kimleri takip ettiklerine baktığımızda ise; en fazla arkadaşlarını, ailesini, akrabalarını ve sosyal medya fenomenlerini takip ettikleri görülmektedir. Diğer taraftan siyasileri ve öğretmenlerini takip etme sıklıkları daha düşük düzeyde kalmıştır.

Sosyal medya konusu farklı perspektiflerden ele alınan ve üzerinde araştırmalar yapılan önemli bir çalışma alanıdır. Bu çalışma ile ortaya çıkan sonuçların ileride yapılacak olan; sosyal medya bağımlılığı, sosyal medya kullanımı ve motivasyonu, sosyal medya okuryazarlığı gibi konularda araştırmacılara bir yol gösterici olacağı düşünülmektedir. Ayrıca çalışma, gençlerin sosyal medya kullanım sıklıklarının ortaya çıkarılması hususunda gerek özel kurumlarının gerekse de kamu kurumlarının, lise çağındaki gençlere yönelik sosyal medya üzerinden yapacağı halkla ilişkiler, reklam ve diğer uygulamalar için önemli veriler sunmaktadır.

Sonuç olarak sosyal medya kullanımı günümüzde kullanımı sürekli artan ve insanları birçok açıdan etkileyen bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençler bağlamında bakıldığında sosyal medya gençlerin apolitikleşmesi, dünya görüşlerinin şekillendirilmesi gibi konularda gençler üzerinde etkili bir yapı olarak ele alınabilir. Şüphesiz sosyal medyanın gençler üzerindeki bu etkileri toplumsal, kültürel ve ekonomik yapıyla da yakından ilişkilidir. Diğer taraftan sosyal medyayı etkin bir biçimde kullanan lise çağındaki gençler de zamanlarının önemli bir kısmını bu platformlarda harcamaktadırlar. Bu çalışma ile lise çağındaki gençlerin sosyal medya kullanım amaçlarının ve motivasyonlarının ortaya çıkarılması bakımından literatüre ampirik verilerle katkı sağlamak amaçlanmıştır. Konu ile ilgili daha geniş örneklem üzerinde yapılacak olan çalışmalar konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Abidin, C. (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Bingley UK: Emerald Publishing Limited.
- Acun, İ., Yücel, C., Belenkuyu, C., & Keleş, S. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 23(4), 559-602.
- Açıkgöz, F. Y., & Yalman, A. (2018). Oyunların Çocukların Kişilik ve Davranışları Üzerinde Etkisi: Gta 5 Oyunu Örneği. *Akdeniz İletişim*(29. Özel Sayısı), Akdeniz İletişim, 0(0), 163-180.

- Akar, F. (2015). Purposes, Causes and Consequences of Excessive Internet Use among Turkish Adolescents. *Eurasian Journal of Educational Research*, 15(60), 35-56.
- Akgün, V. Ö., & Ergün, G. S. (2017). Yeni Müşteri Kavramı ve Modern Pazarlama Sürecinde Sosyal Medya Pazarlaması. *Turkish Studies*, 12(32), 17-32.
- Aksoy, H., & Gür, A. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Reklamlarına İlişkin Algılarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(1), 129-148.
- Aksoy, M. (2015). Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi (Elektronik)*, 14(55), 98-114.
- Aksoy, R. (2006). Bir Pazarlama Değeri Olarak Güven ve Tüketicilerin Elektronik Pazarlara Yönelik Güven Tutumları. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 79-90.
- Alaca, F., & Tatlı, H. (2018). Akademisyenlerin Mobil İnternet Tercihini Etkileyen Davranışsal ve Demografik Faktörler. *Ajut-E: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 9(30), 121-136.
- Alakurt, T. (2016). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları İle Öğrenme Stillerinin İncelenmesi. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 49(1), 43-63.
- Alan, A. K., Kabadayı, E. T., & Uzunburun, T. (2018). Sosyal Medya Pazarlama Faaliyetlerinin Müşteri Varlığı ve Müşteri Bağlılığına Etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(2), 535-556.
- Albayrak, E. (2019). Sosyal Ağlar Ve Modern İnsanın Yalnızlaşması: CocaCola Reklam Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 929-942.
- Altıncık, H., & Yaşar, İ. H. (2017). Yardım Kuruluşları Kızılay ve Kızıllaç'ın Sosyal Medya Uygulamalarında İletişimin Yönüne ve Konu Dağılımlarına Yönelik Bir Analiz. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13), 101-113.
- Alyakut, Ö. (2017). Kahve Markalarının Bütünleşik Pazarlama İletişimi Bağlamında Sosyal Medya Kullanımları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 209-234.
- Arklan, Ü. (2016). Sosyal Medyanın Siyasal Amaçlı Kullanımı: Ağ Kuşağının Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 618-657.
- Asare-Donkoh, F. (2018). Impact of Social Media on Ghanaian High School Students. *Library Philosophy & Practice*, 1-33.
- Atar, G., & İspir, N. (2019). Geleneksel ve Sosyal Medyada Reklama Yönelik Tutum ve Reklam Değeri Arasındaki İlişkinin Karşılaştırılması. *Akdeniz İletişim*(32), 305-322.
- Aycı, A. (2018). Kobi'lerin Pazarlama İletişiminde Sosyal Medyanın Rolü: Genç Girişimcilere Yönelik Bir Araştırma. *Akdeniz İletişim*(29. Özel Sayı), 36-56.
- Aydın, İ. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine Bir Araştırma: Anadolu Üniversitesi Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), 373-386.
- Aytan, C., & Eser, E. (2014). Markaların Sosyal Medya Kullanımının Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkiler. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(4), 1-15.

- Balay, R., Kaya, A., & Çevik, M. (2014). Öğretmenlerin İnternete Yönelik Tutumları ve Eğitsel İnternet Kullanım Öz Yeterlik İnanç Düzeyleri. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*(23), 16-31.
- Balcı, Ş. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili. *Selçuk İletişim*, 6(1), 5-22.
- Balcı, Ş., & Ayhan, B. (2007). Üniversite Öğrencilerinin İnternet Kullanım ve Doyumları Üzerine Bir Saha Araştırması. *Selçuk İletişim*, 5(1), 174-197.
- Barutçu, S., & Tomaş, M. (2013). Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi*, 4(1), 5-24.
- Bayrakdaroğlu, A. (2012). Bireylerin İnternet Bankacılığı Kullanımını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 57-75.
- Bennet, A. (2014). *Social Media: Global Perspectives, Applications And Benefits and Dangers*. New York: Nova Science Publishers, Inc.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. *Business and Management Studies. An International Journal*, 6(1), 128-147.
- Biszko, J. P. (2019). Consolidating and Automating Social Media Impacts to Risk. *Air & Space Power Journal*, 33(4), 58-62.
- Can, L. (2017). Sosyal Medyada Kulaktan Kulağa İletişime Yönelik İhtiyacın Marka Bağlılığına Etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 140-158.
- Ceyhan, A. (2011). Ergenlerin Problemlı İnternet Kullanım Düzeylerinin Yordayıcıları. *Çocuk ve Gençlik Ruh Sağlığı Dergisi*, 18-2, 85-94.
- Çağlar, N., & Köklü, P. (2017). Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 148-173.
- Çakırkaya, M., & Koçyiğit, M. (2019). Sosyal Medya İletişimi ve Tüketici Temelli Marka Değeri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Gsm Markası Üzerine Tüketici Araştırması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2027-2039.
- Çelik, M. (2016). The Impact of Social Media on Luxury Consumption. *The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication*, 6(4), 437-445.
- Çelik, S. (2014). Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3(3), 28-42.
- Çemrek, F., Baykuş, H., & Özaydın, Ö. (2014). Sosyal Medya Kullanım ve Davranışlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Örneği. *Alphanumeric Journal*, 2(2), 61-76.
- Çetin , M. H. (2011). Sosyal Medya Bağımlılığı Bir Alan Araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 0(32), 151-175.
- Çifci, S., & Sözen, D. (2017). Tüketicilerin Sosyal Medya Pazarlama Aktivitelerine Katılımlarının Etkileyicileri ve Sonuçları. *Ege Akademik Bakış*, 17(4), 505-515.
- Dağtaş, E., & Yıldırım, O. (2015). İnternet ve Sosyal Ağlar Dolayımıyla Gündelik Yaşam Pratikleri: Anadolu Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Mikro Alan Araştırması. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 149-180.

- Demir, İ., Özköklü, D., & Turğut, B. (2015). Ergenlerin Problemlı İnternet Kullanımının Yordanmasında Denetim Odağı ve Yaşam Doyumunun Rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(3), 720-731.
- Doğan, V., & Özkara, B. (2013). İnternet Ortamında Markaya Güvenin Online Markaların İmajı Üzerindeki Rolü. *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi*, 4(2), 5-20.
- Döş, B., & Özşahin, C. (2019). Öğretmenlerin Sosyal Medya Bağımlılığı, Öğretmenlik Öz-Yeterlilikleri ve Motivasyonları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1397-1408.
- Duğan, Ö. (2018). Sosyal Medya Kaynaklı Krizlerin 'İmaj Restorasyon Teorisi' Açısından Örnek Olaylar Üzerinden İncelenmesi. *Akdeniz İletişim*(29), 293-313.
- Dural, A., & Dural, Ş. (2015). Reklam İletileri Çerçevesinde Çocuk Güvenliği- Çocuk Hakları ve Medya Etiği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53), 2-13.
- Ekşi, F., & Ümmet, D. (2013). Bir Kişilerarası İletişim Problemi Olarak İnternet Bağımlılığı ve Siber Zorbalık. *Psikolojik Danışma Açısından Değerlendirilmesi*, 11(25), 91-115.
- Emerick, E., Caldarella, P., & Black, S. J. (2019). Benefits and Distractions of Social Media As Tools For Undergraduate Student Learning. *College Student Journal*, 53(3), 265-276.
- Emirza, E., İştahlı, S., & İ. Y. (2012). Sosyal Medyanın Çok Katlı Pazarlamada Kullanımı ve İş Tatmini Üzerindeki Etkileri. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*(18), 20-32.
- Erişke, T., Kabadayı, E., & A. A. (2018). İletişimin Yeni Yüzü: Dijital Pazarlama ve Sosyal Medya Pazarlaması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(66), 493-504.
- Erkan, G., & Ayhan, A. (2018). Siyasal İletişimde Dezenformasyon ve Sosyal Medya: Bir Doğrulama Platformu Olarak Teyit.Org. *Akdeniz İletişim*(29. Özel Sayısı), 202-223.
- Erkek, S. (2016). Kamu Kurumlarında Sosyal Medya Kullanımı: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), 141-150.
- Erol, F. (2017). Dijital Dünyanın Sosyal Uçurumları Kapamadaki Rolü: Sosyal Medya ve Sosyal Pazarlama İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8(21), 33-48.
- Eşitti, Ş. (2015). Bilgi Çağında Problemlı İnternet Kullanımı ve Enformasyon Obezitesi: Problemlı İnternet Kullanımı Ölçeğinin Üniversite Öğrencilerine Uygulanması. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(49), 75-97.
- Etter, M., Ravasi, D., & Colleoni, E. (2019). Social Media and The Formation of Organizational Reputation. *Academy Of Management Review*, 44(1), 28-52.
- Evren, F. (2017). Dijital Oyunlarda İdeolojinin Sunumu: Gta IV Örneği. *The Turkish Online Journal Of Design, Art And Communication*, 7(2), 264-284.
- Gao, H., Tate, M., Zhang, H., Chen, S., & Liang, B. (2018). Social Media Ties Strategy in International Branding: An Application of Resource-Based Theory. *Journal Of International Marketing*, 26(3), 45-69.
- Girgin, H. (2016). Sosyal Medyada Yayımlanan Reklamların Vergisel Açıdan Değerlendirilmesi. *Vergi Raporu*(200), 71-78.
- Givens-Carroll, D., Narro, A. J., & Slade, A. (2015). *Television, Social Media, and Fan Culture*. Lanham: Lexington Books.
- Gökçearsan, Ş., & Seferoğlu, S. (2016). Ortaokul Öğrencilerinin İnternet Kullanım Biçimleri: Riskli Davranışlar ve Fırsatlar. *Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(1), 383-404.

- Göksu, İ., Alan, A., & Karakuş, T. (2016). Changes in Sociocultural Representations in Popular Digital Games. *The Turkish Online Journal of Design, Art And Communication*, 6(1), 21-35.
- Göksu, O. (2018). 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimi: Siyasal Kampanyaların Yeni Medya Boyutunun Analizi. *Turkish Studies*, 13(7), 123-140.
- Göldağ, B. (2017). Ortaöğretim Kurumlarında Öğrenim Gören Öğrencilerin İnternet Bağımlılık Düzeyleri İle Sürekli Kaygı Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Turkish Studies*, 12(11), 71-94.
- Grewal, L., Stephen, A. T., & Coleman, N. V. (2019). When Posting About Products on Social Media Backfires: The Negative Effects of Consumer Identity Signaling on Product Interest. *Journal of Marketing Research*, 56(2), 197-210.
- Gümüş, N., & Kütahyalı, D. (2017). Kobi'lerin Pazarlama Çalışmalarında Sosyal Medya Kullanma ve Kullanmama Nedenlerinin Belirlenmesi: Kastamonu İlinde Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(4), 891-910.
- Günlü, A., & Ceyhan, A. (2017). Ergenlerde İnternet ve Problemlı İnternet Kullanım Davranışının İncelenmesi. *Addicta:: The Turkish Journal On Addictions*, 4(1), 75-95.
- Güven, G. Y. (2010). *Ülkeler Arası Katalizör Olarak Sosyal Medya*. Tübitak Projesi, Proje No: 112k362.
- Güzel, E. (2016). Dijital Kültür ve Çevrimiçi Sosyal Ağlarda Rekabetin Aktörü "Dijital Habitus". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 82-103.
- İşık, M. (2005). *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Johnston, W. J., K. S., Le, A. N., & Ming-Sung Cheng, J. (2018). Behavioral Implications of International Social Media Advertising: An Investigation of Intervening and Contingency Factors. *Journal of International Marketing*, 26(2), 43-61.
- Kalburan, Ç., Aydın, O., & Haşiloğlu, S. (2018). İnternet'ten Alışveriş Faktörleri Modelinin Oluşturulması ve Bilişsel Haritalama Tabanlı Karar Verme. *Tüketici Ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 79-100.
- Kanuri, V. K., Chen, Y., & Sridhar, S. (2018). Scheduling Content on Social Media: Theory, Evidence, and Application. *Journal of Marketing*, 82(6), 89-108.
- Karahanna, E., Xu, S. X., Xu, Y., & Zhang, N. (2018). The Needs–Affordances–Features Perspective For The Use of Social Media. *Mis Quarterly*, 42(3), 737-756.
- Kartal, A., & Algül, A. (2019). Vakıf ve Devlet Üniversitelerinin Kurumsal İmaj Bağlamında Twitter Paylaşımlarının İçerik Analizi. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 9(1), 57-70.
- Kartal, O., Yazgan, A., & Kıncal, R. (2017). Bilişim Çağında Sosyal Sermayenin Yeni Belirleyicileri: Dijital Uçurum ve Sosyal Medya Okuryazarlığı. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 353-373.
- Kayapınar, Ö., Kayapınar, P., & Tan, Ö. (2017). Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tüketici Algıları İle E-Sadakat Arasındaki İlişkide Markaya Yönelik Tutumun Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 472-494.
- Kayseri.gov. (2020, Ocak 8). [Http://www.kayseri.gov.tr/Egitim-İstatistikler](http://www.kayseri.gov.tr/Egitim-İstatistikler) adresinden alındı
- Keskin, S., & Baş, M. (2015). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), 51-69.

- Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I., & Silvestre, B. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding The Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*(54), 241-251.
- Kıvanç, T. (2019). Sosyal Medya Bağımlılığının Sonuçları. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 90-101.
- Kıyan, Z., & Dikmen, E. (2019). Sosyal Medyanın Reklamcılıktaki Rolü: Instagram Üzerine Bir Araştırma. *Ankara Üniversitesi İlefl Dergisi*, 6(1), 121-146.
- Kupfer, A.-K., Vor Der Holte, N. P., Kübler, R. V., & Hennig-Thurau, T. (2018). The Role of The Partner Brand's Social Media Power In Brand Alliances. *Journal Of Marketing*, 82(3), 25-44.
- Laman, I., & Topçu, Ö. (2019). Sosyal Medyayla Birlikte Markanın Dijitalleşmesi. *The Turkish Online Journal of Design, Art And Communication*, 9(1), 10-21.
- Marley, R. N., & Snow, N. M. (2019). An Empirical Investigation on Social Media Users' Demand for Financial Information Distributed Via Social Media Platforms. *Journal Of Information Systems*, 33(2), 155-175.
- Mcclain, A. S. (2013). *Keeping up the Kardashian Brand : Celebrity, Materialism, and Sexuality*. Lanham: Lexington Books.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. (K. Yumlu, Çev.) Ankara: İmge Kitabevi.
- Metin, O. (2016). Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Bir Alan Araştırması? *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 221-267.
- Müezzın, E. (2017). Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığının Yoksunluk, Kontrol Güçlüğü, İşlevsellikte Bozulma ve Sosyal İzolasyon Bağlamında İncelenmesi. *Sakarya University Journal of Education*, 7(3), 541-551.
- Okay, Ş. A. (2010). MYO Öğrencilerinin İnternet Kullanım Amaçlarının İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(23), 283-296.
- Oktuğ, M. (2013). Türkiye'de Alkol Reklamlarına İlişkin Düzenlemelerin Medya Ortamındaki Yansımaları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(43), 287-305.
- Onat, F. (2010). Bir Halkla İlişkiler Uygulama Alanı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Sivil Toplum Örgütleri Üzerine Bir İnceleme. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(31), 103-121.
- Onat, F., & Okmeydan, C. (2015). Politik Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Kullanımı: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri Ve 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. *Akdeniz İletişim*(23), 79-95.
- Onurlubaş, E., Öztürk, D., & Çetin, O. (2016). Sosyal Medyada Pazarlama Algısının Faktör Analiziyle İncelenmesi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 233-254.
- Ordenes, F. V., G. D., Ludwig, S., Ruyter, K. D., Mahr, D., & Wetzels, M. (2019). Cutting Through Content Clutter: How Speech and Image Acts Drive Consumer Sharing of Social Media Brand Messages. *Journal of Consumer Research*, 45(5), 988-1012.
- Özdemir, S., & Usta, E. (2007). İlköğretim Sınıf Öğretmenliği Öğrencilerinin İnternet Kullanım Amaçlarının İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*(3), 91-110.
- Öze, N. (2017). Toplumsal Kültür Haline Gelen Sosyal Medya Kullanımı ve Stratejik Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Halkla İlişkilerin Diyalektiği. *The Turkish Online Journal of Design, art And Communication*, 7(2), 203-212.

- Özgezmez, Ö., & Denктаş, G. (2017). Kruvaziyer İşletmelerin Sosyal Medyadaki Reklamları ile İlgili Tüketici Algılarının İncelenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi*(UDTS Özel Sayısı), 137-158.
- Prorokova, T., & Tal, N. (2018). *Cultures Of War In Graphic Novels : Violence, Trauma, And Memory*. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press.
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined. J. Blumle, & E. Katz içinde, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratification Research* (s. 269-286). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Sabuncuoğlu, A., & Gülay, G. (2014). Sosyal Medyadaki Yeni Kanaat Önderlerinin Birer Reklam Aracı Olarak Kullanımı: Twitter Fenomenleri Üzerine Bir Araştırma. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*(38), 1-23.
- Sangeetha, N., & Vanitha, J. (2019). A Study on The Impact of Electronic Media in Relation to Social Awareness Among High School Students in Coimbatore District. *Online Submission*, 7(3), 16-25.
- Sarsar, F., Başbay, M., & Başbay, A. (2015). Öğrenme-Öğretme Sürecinde Sosyal Medya Kullanımı. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2), 418-131.
- Satan, A. (2013). The Factors Influencing The Internet Addiction of Secondary Education Students. *Eurasian Journal of Educational Research*, 53(A), 131-148.
- Scholz, J., & Smith, A. N. (2019). Branding in The Age of Social Media Firestorms: How to Create Brand Value By Fighting Back Online. *Journal Of Marketing Management*, 35(11/12), 1100–1134.
- Sevim, N. (2018). Çevrimiçi E-Müşteri Sadakatinin Oluşumunda E-Hizmet Kalitesi, E-Güven ve E-Tatminin Etkisi. *Business And Management Studies: An International Journal*, 6(1), 107-127.
- Shafi, R. M., Nakonezny, P. A., Romanowicz, M., Nandakumar, A. L., Suarez, L., & Croarkin, P. E. (2019). The Differential Impact Of Social Media Use on Middle and High School Students: A Retrospective Study. *Journal of Child And Adolescent Psychopharmacology*, 29(10), 746-752.
- Söylemez, N., & Oral, B. (2018). Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Ortamlarını Kullanma Durumlarına Göre Çok Kültürlü Eğitime İlişkin Görüşleri: Türkiye Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(68), 1745-1764.
- Süar, A. (2017). Sosyal Medyanın Geleneksel Reklam Araçlarına Göre Hedef Kitle Belirlemedeki Avantajları. *Ajıt-E: Bilişim Teknolojileri Online Dergisi*, 8(28), 21-44.
- Şahin, E., & Dündar, M. (2019). Sosyal Ağ ve Sosyal Medya Platformları Üzerinde Yürütülen Viral Pazarlama Faaliyetlerinin Tüketici Davranışı Üzerindeki Etkisi: İstanbul İli Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(1), 143-160.
- Şener, G., Öğün, P., & Akyıldız, F. (2015). Türkiye'de Sosyal Medyanın Siyasi Katılma Etkileri. *Folklor/Edebiyat*, 21(83), 75-98.
- Taylan, H., & Işık, M. (2015). Sakarya'da Ortaokul ve Lise Öğrencilerinde İnternet Bağımlılığı. *Turkish Studies*, 5(1), 855-874.
- Tokatlı, M., Özbükerci, İ., Günay, N., & Vural, B. (2017). Kurumsal İtibarın Sosyal Medya Üzerinden Aktarımı: Sektör Liderlerinin Twitter Yönetimi Üzerine Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 34-57.

- Toker, H., Erdem, S., & Özşarlak, P. (2017). 2015 Haziran ve Kasım Seçimlerinde Siyasal Eğilim: Yeni Bir Kamuoyu Ölçümleme Aracı Olarak Twitter. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(1), 96-117.
- Topal, M., & Akgün, Ö. (2015). Eğitim Fakültesinde Okuyan Öğretmen Adaylarının Eğitim Amaçlı İnternet Kullanımı Öz-Yeterlik Algılarının İncelenmesi: Sakarya Üniversitesi Örneği. *Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(1), 343-364.
- Toruk, İ. (2008). Üniversite Gençliğinin Medya Kullanma Alışkanlıkları Üzerine Bir Analiz. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(19), 475-488.
- Torun, E. (2017). Tüketici Satın Alma Davranışları Üzerinde İnternet ve Sosyal Medyanın Yeri ve Önemi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(62), 955-970.
- Tuğrul, T., Doğan, E., & Çavuşoğlu, L. (2017). Pazarlama Alanındaki Sosyal Medya Konulu Bilimsel Çalışmalar Üzerine Keşifsel Bir Araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 9(2), 189-220.
- Tuik.gov. (2019, Ocak 1). [Http://Www.Tuik.Gov.Tr/PreTablo.Do?Alt_Id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?Alt_Id=1028) Erişim adresinden alındı
- Tuzcu, N., Özdemir, Ş., & Baysal, H. (2018). Yerel Firmaların Markalama Sürecinde Dijital Reklamcılık Deneyimi: Vavin Örneği. *Akdeniz İletişim*(29. Özel Sayısı), 374-392.
- Usta, E. (2015). Sanal Ortamlarda Bireylerin Güvenirliğinin İnternet Bağımlılık Durumlarına Göre İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 5(2), 107-125.
- Ustakara, F., & Türkoğlu, E. (2015). Kuşağının Bir Gözetim Mekanizması Olarak Sosyal Ağlar Üzerine Algısı: Gaziantep Üniversitesi Araştırması. *Turkish Studies*, 10(10), 939-958.
- Uyanık, M., & Yükselen, C. (2019). Pazar Odaklılık ve Pazarlama Yeteneklerinin İşletmelerin Pazarlama Performansına Etkisi, İso 1000 Grubunda Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 1247-1261.
- Voorveld, H. A., Van Noort, G., Muntinga, D. G., & Bronner, F. (2018). Engagement With Social Media and Social Media Advertising: The Differentiating Role off Platform Type. *Journal of Advertising*, 47(1), 38-54.
- Yılmaz, C., & Tümtürk, A. (2015). İnternet Üzerinden Alışveriş Niyetini Etkileyen Faktörlerin Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli Kullanarak İncelenmesi ve Bir Model Önerisi. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 355-384.
- Yolal, M., & Kozak, R. (2008). Bilgiye Erişim Aracı Olarak Öğrencilerin İnternete Yaklaşımı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(20), 115-128.

Şehirlerarası Karayolu Ulaştırma Hizmetlerinde Otobüs Firmalarına Yönelik Hizmet Kalitesi Algısı: Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Şerif Ahmet DEMİRDAĞ*
Elbeyi PELİT†

Öz

Bu araştırmanın amacı, karayolu ulaşımında otobüs işletmelerini sıkça kullanan öğrencilerin hizmet kalitesi algısını ortaya koymaktır. Karayolu taşıma şirketlerinde önemli bir paya sahip olan otobüs firmalarının yoğun rekabet ortamında kaliteli bir hizmet vermesi rekabet üstünlüğü açısından oldukça önemlidir. Bu noktada, Türkiye nüfusunun yaklaşık %10'unu oluşturan öğrencilerin karayolu ulaşımındaki hizmet kalitesi algısını belirlemenin ve bu doğrultuda öneriler geliştirmenin gerekli olduğu düşünülmekte, ayrıca sunulan önerilerin firmaların iyileştirme ve geliştirme politikalarına katkı sağlayacağı amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda, araştırmada kullanılan veriler Afyon Kocatepe Üniversitesinde farklı fakültelerde eğitim gören 723 öğrenci üzerinde anket tekniği uygulanarak toplanmıştır. Söz konusu anketler 2019/2020 Eğitim-Öğretim yılı akademik takvime göre vize sınavlarının bitiş tarihi olan 15 Kasım 2019 ile 29 Kasım 2019 tarihleri arasında tesadüfi olarak otogarda bulunan öğrenciler üzerinde uygulanmıştır. Genel olarak katılımcıların otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları orta düzeyin biraz üzerinde bulunmuştur. Hizmetleri kullanan üniversite öğrencilerinin hizmet kalitesi algısında en yüksek puana sahip olan faktörler "rezervasyon ve bilet satın alma işlemleri" ve "mola" iken, en düşük olan faktör ise "şehir içi servis araçları ve görevlileri" olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, katılımcıların demografik özellikleri açısından hizmet kalitesi algılarının farklılık gösterip göstermediği test edilmiş ve sadece ortalama aylık harcama açısından güvenilirlik boyutunda anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Karayolu Ulaşım İşletmeleri, Hizmet Kalitesi.

Perception of Service Quality for Bus Companies in Intercity Road Transport Services: A Study on Afyon Kocatepe University Students

Abstract

The purpose of this research is to determine the perception of service quality of students who frequently use bus companies in road transportation. It is very important in terms of competitive advantage that bus companies, which have an important share in road transport companies, provide a quality service in an intense competitive environment. At this point, it is considered necessary to determine the perception of service quality in road transportation of students who occurred approximately 10% of Turkey's population, and to present suggestions accordingly; it is also aimed that the suggestions presented will contribute to the improvement and development policies of companies. For the purpose of the research, the data used in the research were collected by applying a survey technique on 723 students studying in different faculties at Afyon Kocatepe University. The questionnaires were applied to the students who were randomly at the bus station between the dates of 15th of November, and 29th of November 2019, which are the end dates of the midterm exams according to the academic calendar 2019/2020 academic year. In general, the service quality perceptions of the participants towards bus companies were slightly above the medium level. It was concluded that the factors with the highest scores in the perception of service quality of university students who use the services are "reservation and ticket purchase transactions" and "stopover", while the lowest factor is "city shuttle vehicles and staff". In addition, it was also tested whether the perceptions of service quality differed in terms of demographic characteristics of the participants and it was determined that there were significant differences in the reliability dimension only in terms of average monthly expenditure.

Keywords: Road Transportation Companies, Service Quality, Afyon Kocatepe University.

Geliş/Received: 01.30.2021

Kabul/Accepted: 23.06.2021

*Bu çalışmanın planlanması, gerçekleştirilmesi ve sonuçlandırılması süreçlerinde "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi"nde belirtilen etik kurallar dikkate alınmıştır. Çalışmada kullanılan veriler 2019 yılının Kasım ayına ait olduğu için etik kurul raporu gerekmemektedir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, Bulancak Kadir Karabaş Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Bulancak-Giresun, Türkiye, serif.demirdag@giresun.edu.tr, Tel: 00904543101890 (1893) ORCID ID: orcid.org/0000-0003-4317-5727

† Prof. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Afyonkarahisar, Türkiye, elbeyipelit@aku.edu.tr, ORCID ID: orcid.org/0000-0002-6418-801X

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

İnsanlar, çağlar boyunca farklı sebeplerle farklı şekillerde seyahat etme ihtiyacı duymuşlardır. İçinde yaşanılan çağa göre kimi insanlar avlanmak için, kimileri ticaret için, kimileri dini vecibeleri yerine getirmek için, kimileri keşif için, kimileri eğitim için, kimileri ise tamamen tanımak-öğrenmek için seyahat etmiştir. Özellikle 18. ve 19. yüzyıllarda yeni buluşların ve makineleşmenin yaşandığı Sanayi Devrimi ile birlikte insanların iş ve özel yaşamlarında köklü değişiklikler yaşanmaya başlamıştır. Söz konusu süreçte yaşanan teknolojik gelişmeler, ulaşım araçları üzerinde de olumlu yönde oldukça etkili olmuştur. Sanayi Devrimi'nde üretim için gerekli olan buharlı makinaların yanı sıra, aynı dönemin önemli sembollerinden olan buharlı tren ve gemiler hem taşımacılıkta hem de ulaşımında büyük rol oynamıştır. Yeni buluşlar ve teknolojinin daha ileri boyutlara taşınmasıyla birlikte daha konforlu, daha hızlı ve modern ulaşım araçları (hızlı tren, uçak, gemi, otomobil, otobüs vb.) üretilmeye başlanmıştır. Modern çağda bütün ulaşım araçlarının kullanılmasıyla birlikte en fazla kullanılan ve tercih edilen ulaşım türü ise karayolları ulaşımı olmuştur. Ulaşım kolaylığı, bütçeye uygunluğu ve konforu açısından karayolları ulaşımı ile kara parçaları üzerinde mümkün olan her yere ulaşım sağlanabilmektedir. Bu kapsamda, genellikle üniversite eğitimini ailelerinin ikameti dışında farklı bir şehirde alan öğrenciler de yoğunlukla ulaşım tercihini karayolu ulaşım firmaları yönünde yapmaktadır. Yükseköğretim Kurumu'nun Bilgi Yönetim Sistemi resmi internet sitesindeki Yükseköğretim İstatistiklerine göre, 2019-2020 öğretim yılında Türkiye'de önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim gören toplam öğrenci sayısının 7940133 olduğu belirtilmektedir (YÖK İstatistik, 2020). Türkiye toplam nüfusunun neredeyse %10'unu oluşturan bu oran, sektörün hareketliliği ve dinamiği için oldukça önemli bir orandır. Özellikle sömestr aralarında, dinî bayramlarda ve kısmen resmî tatillerde öğrencilerin belirli süreliğine asıl ikametlerine dönme arzularıyla karayolu ulaşımında -özellikle de otobüs firmalarında- yoğunlukların yaşandığı bilinmektedir. Farklı kesimler tarafından fazlasıyla tercih edilen karayolu ulaşımında önemli bir sektör olan otobüs taşımacılığı firmaları, talep karşısında en iyi hizmeti sunarak rekabet üstünlüğü elde etmeye çalışmaktadır. Bu noktada, otobüs taşımacılığı firmalarının müşteri portföyünde önemli bir paya sahip olan üniversite öğrencilerinin şehirlerarası kara ulaşımında faaliyet gösteren otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algılarını belirlemek ve bu konuda ilgili taraflar için öneriler geliştirmek bu araştırmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Karayolu ulaşımında otobüs firmalarını sıklıkla tercih eden öğrencilerin firmalara yönelik hizmet kalitesi algılarını belirlemek amacıyla farklı bölümlerde okuyan Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencilerine anket tekniği uygulanmış

ve böylelikle araştırmada kullanılan veriler elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analiz edilmesinden elde edilen bulgular doğrultusunda ilgili taraflar için önerilerde bulunulmuştur.

Literatür Taraması

Çoğu işletme, hizmet kalitesi ve tüketici memnuniyetine büyük oranda önem vermektedir (Iacobucci, vd. 1995). Çünkü hizmet kalitesinin, işletmelerin verimliliği, kârlılığı, müşteri memnuniyeti ve buna bağlı olarak tercih edilirliliği üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Hizmet kalitesi kavramına geçmeden önce, bu sözcük öbeğini oluşturan “hizmet” ve “kalite” kavramlarının ne anlama geldiğinin belirtilmesi yerinde olacaktır. Farklı tanımların önemli kriterlerini birleştiren Güçer vd. (2017, s. 456), hizmet kavramını “*maddi bir nitelik taşımayan, elle tutulamayan, insan ya da makinalar aracılığıyla sunulan ve alan tarafın bir fayda sağladığı faaliyetler ve faydalar bütünü*” olarak tanımlamıştır. Kalite ise “*tüketicilerin ya da kullanıcıların mal ve/veya hizmetlere yönelik yargısı olup, beklenti ve gereksinimlerinin karşılanmasına yönelik inançlarının ölçüsü*” olarak tanımlanmaktadır (Tavmergen, 2002, s. 27). Ancak kalite algısı, tüketiciden tüketiciye göre farklı anlamlar taşıyabilmektedir. Örneğin kalite, kimi tüketiciler için ürünlerin özellikleri, sağlamlığı, amaca uygunluğu olarak değerlendirilirken, kimi tüketiciler için de fiyatının yüksek olması ile değerlendirilmektedir (Başanbaş, 2013). Tüketicilerin tatmini sağlamak üzere yönetilen iş ve iyileştirme süreçleri olarak betimlenen hizmet kalitesi (Gržinić, 2007), tüketicilerin hizmetleri satın aldıktan ya da kullandıktan sonra tüketiciler üzerinde ortaya çıkardığı duygular olup, hizmetlerden hangi düzeyde tatmin olduklarını göstermektedir (Çiçek ve Doğan, 2009). Okumuş ve Duygun (2008)'a göre hizmet kalitesi, tüketici beklentilerinin karşılanmasına yönelik verilen en mükemmel hizmet sunumudur. Hernon ve Nitecki (2001, s. 690), hizmet kalitesinin tanımlanabilmesi için en az “*mükemmellik (excellence)*”, “*değer (value)*”, “*şartlara uygunluk (conformance to specifications)*” ve “*beklentilerin karşılanması ve/veya üstünde tutulması (meeting and/or exceeding expectations)*” terimlerini içermesi gerektiğini ifade etmektedir. Benzer bir şekilde Parasuraman vd. (1985, s.48), işletmelerin verimliliğini sağlayacak olan hizmet kalitesinin; “*erişim (access)*”, “*iletişim (communication)*”, “*yeterlilik (competence)*”, “*nezaket (courtesy)*”, “*güvenilirlik (credibility)*”, “*dayanıklılık (reliability)*”, “*sorumluluk (responsiveness)*”, “*güvenlik (security)*”, “*anlayış (understanding)*” ve “*somut şeyler (tangibles)*” olmak üzere on belirleyicisinin olduğunu belirtmektedir. Bu açıklamalar ışığında, tüketicilerin algısına göre aldıkları hizmetlerde söz konusu bu belirleyicilerin tamamı ya da bir kısmı gerçekleştiğinde hizmet kalitesinden bahsetmenin mümkün olacağı yorumu yapılabilir. Araştırmanın temel konusu olan, karayolu otobüs taşımacılığı işletmeleri, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte sundukları hizmetlerin kalitesini artırmaya ve böylelikle rekabet avantajını ellerinde tutmaya çalışmaktadır.

Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Karayolları Genel Müdürlüğü (2020) resmî internet sayfasında yer alan bilgilere göre, Türkiye’de 1923 yılında 13.900 km’si stabilize şose ve 4.450

km'si toprak olmak üzere, toplam 18.350 km yol ve 94 köprü olduğu belirtilmektedir. Bununla birlikte Cumhuriyetin ilk yıllarında ulaşımda, dönemin en çağdaş teknolojisi olan demiryolu yapımının ağırlık kazandığı, ancak bir süre sonra demiryolunun tek başına yeterli olmadığı, sistemin ucundaki ulaşım için karayoluna ihtiyaç olduğu görülerek, 1929 yılında Nafia Vekaleti (Bayındırlık Bakanlığı) içinde Şose ve Köprüler Reisliği kurularak çıkarılan yol kanunu ile karayolu yapım çalışmalarına hız verildiği de ifade edilmektedir. Aynı resmî internet kaynağında geçen bilgiye göre, söz konusu dönemden günümüze kadar geçen süre içinde yapılan çalışmalar neticesinde, Karayolları Genel Müdürlüğü'nün Nisan 2020 itibarıyla 3.095 km (%5) otoyol olmak üzere toplamda 68.266 km yol ağına sahip olduğu görülmektedir (Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Karayolları Genel Müdürlüğü, 2020). Bu gelişmeler, Türkiye'de diğer ulaşım sistemlerine oranla karayolu ulaşımını daha cazip hale getirmiş ve birçok insan tarafından daha fazla tercih edilir duruma gelmesine temel oluşturmuştur. Toplu ulaşım araçlarından özellikle otobüs taşımacılığı göz önüne alındığında, ilk olarak 1926 yılında ehliyetini aldıktan sonra kendi imkanlarıyla üstünü aşıptan tentelerle çevrelediği otomobiliyle Bursa ve Karaköy arasında ilk seferlere başlayan Kâmil Koç, 1927 yılında araç ve şoför sayısını yükselterek aynı güzergâhta seferlerini sürdürmeye devam etmiştir (Kâmil Koç, 2020). Belirtildiği üzere, ulaşım ağının altyapı olanaklarının artması ve teknolojinin de katkısıyla birlikte hem bölgesel olarak şehir içi hem ilçeler arası hem de şehirlerarası otobüs taşımacılığı günümüzde çok farklı boyutlara ulaşmıştır. Özellikle şehirlerarası yolculuklar için neredeyse her otobüs işletmesi yolcularının güvenliği, rahatı, yolculuk boyunca iletişim ve eğlence gibi olanaklara sahip olmaları için kendi aralarında gizli bir yarış başlatmıştır. Bu noktada her işletmenin rekabet üstünlüğü elde edebilmek adına sunduğu avantaj ve hizmetler tüketicilerin hizmet kalitesi algısı ile doğru orantılıdır. Sözü edilen konu ile ilgili daha önce karayolu ulaşımı ve tüketicilerin hizmet kalitesi algıları üzerine yapılan çok sayıdaki yerli akademik çalışmaların sonuçları ile 2019 yılının sonunda yapılan bu çalışmanın arasındaki benzerlikler ve farklılıklar ortaya konmaya çalışılmıştır.

Otobüs firmalarının pazarlama stratejileri üzerine Kahramanmaraş'ta Tan ve Bektaş (2002) tarafından yapılan araştırmanın sonucuna göre, ikramlardaki yetersizlik, yetersiz şehir içi servisleri, durak dışı yolcu alma-indirme gibi faktörlerden dolayı tüketicilerin beklentilerinin karşılanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çatı (2003) tarafından, Sivas'ta üniversite öğrencileri üzerine ulaşım hizmetlerinde hizmet kalitesinin belirlenmesine yönelik gerçekleştirilen çalışmanın sonucuna göre, araçlara fazla yolcu alınması ve personel davranışlarının olumsuzlukları tüketicilerin hizmet kalitesi algısını olumsuz yönde etkilediği tespit edilmiştir. Benzer bir şekilde, Çatı ve Yıldız (2005) tarafından şehirlerarası otobüs işletmelerinde hizmet

kalitesinin ölçülmesine yönelik yapılan çalışmada, merkezi Sivas İli olan otobüs firmalarından hizmet satın alan müşterilerin büyük çoğunluğunun (%66,3) genel olarak firmalardan memnun oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Somut öğeler, müşteriye anlamak, nezaket, güvenilirlik ve istekli olmak faktörleri altında gerçekleştirilen çalışmada tüketici memnuniyeti ile en fazla ilişkinin bulunduğu faktörler ise “istekli olma” ve “güvenilirlik” faktörlerinin olduğu belirtilmektedir. Duman vd. (2007) tarafından karayolu taşımacılığında hizmet kalitesi, hizmet değeri, tüketici memnuniyeti ve sadakat üzerinde Mersin’de gerçekleştirilen bir çalışmanın sonucuna göre, yazıhane-servis-terminal hizmetleri, seyahat süresinde alınan hizmetler ve mola yeri hizmetlerinin tüketici hizmet kalitesi algılarını belirlediği ifade edilmektedir. Özgüven (2008) tarafından bir otobüs firmasında hizmet pazarlaması kapsamında müşteri memnuniyeti üzerine yapılan çalışmanın sonucunda, tüketicilerin genel olarak ilgili otobüs firmasının hizmetlerinden memnun oldukları ve tekrar tercih edecekleri yönünde bulgular elde edilmiştir. Alnaçık ve Özbek (2009), Kocaeli’nde bir otobüs firması üzerinde üniversite öğrencilerine yönelik yaptığı çalışmanın sonucunda, katılımcıların hizmet kalitesi algısı ile beklentileri arasında anlamsız ilişki bulunduğunu tespit etmiştir. Çalışmada firmanın otobüs kalkış ve varış saatlerine uymaması, otobüse biletsiz ve ayakta yolcu alması, fiyat tarifelerinin makul olmaması, bilet fiyatlarında öğrencilere, emeklilere ve engellilere özel indirim yapılmaması gibi faktörler ön plana çıkmış ve ilgili firmaya bu yönde öneriler geliştirilmiştir. Ardıç ve Sadakoğlu (2009) tarafından Tokat’ta şehirlerarası yolcu taşımacılığında hizmet kalitesinin ölçümüne yönelik yapılan çalışmanın sonucunda, müşteri memnuniyetine etki eden personelin tutum ve davranışları, otobüs özellikleri, dakiklik, konaklama ve mola, rezervasyon işlemleri, servis ve bagaj işlemleri ve yazıhane işlemleri olmak üzere yedi ayrı faktör belirlenmiştir. Otobüs çalışanlarının bilgisi, tecrübesi, nezaketi, güler yüzü en önemli faktör olarak belirlenirken, firma seçiminde ise en önemli faktör olarak güvenlik olduğu belirlenmiş; konfor ve fiyatın ise diğer önemli faktörler olduğu tespit edilmiştir. Çelik (2009) tarafından hizmet ortamının şehirlerarası yolcu taşıma hizmetlerinde algılanan kalite üzerindeki etkisinin incelendiği araştırmada, tüketiciler tarafından algılanan teknik ve fonksiyonel hizmet kalitesinin, şehirlerarası seyahat eden tüketicilerin davranışsal eğilimleri üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Şehirlerarası otobüs işletmelerinde hizmet kalitesinin belirlenmesi amacıyla Zonguldak ilinde Koçoğlu ve Aksoy (2012) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın sonucunda, tüketicilerin hizmet kalitesi algısında otobüs işletmeleri ile ilgili nezaket, fiziki unsurlar, güvenilirlik, heveslilik ve yeterlilik faktörlerinden en yüksek düzeyde nezaket faktörü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Öğrencilerin hizmet kalitesi algılamalarını “yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeline ilişkin hususlar”, “otobüslere ve yolculuk esnasında sunulan hizmetlere ilişkin hususlar”, “güvenilirlik ile ilgili hususlar”, “şehir içi servis araçları ve görevlilerine ilişkin hususlar”, “mola ile ilgili hususlar” ve “yer ayırma, bilet satın alma ve bagajlara ilişkin hususlar” şeklinde altı faktör altında inceleyen Yılmaz (2012),

öğrencilerin söz konusu altı faktöre ilişkin hizmet kalitesi algılarının ve seyahatlere ilişkin memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu noktada, öğrencilerin seyahat genel memnuniyetini önemli ölçüde etkileyen faktörlerin otobüslere ve yolculuk esnasında sunulan hizmetlere ilişkin hususlar ve güvenilirlik olduğu; tekrar tercih ve tavsiye niyetleri açısından ise en önemli faktörün güvenilirlik faktörü olduğu belirlenmiştir. Memiş ve Cesur (2016) tarafından şehirlerarası yolcu taşımacılığı yapan otobüs firmalarında algılanan hizmet kalitesi ile marka bağlılığı ilişkisinin incelendiği araştırmanın sonucuna göre, algılanan hizmet kalitesindeki olumlu değişimin marka bağlılığı ve düzeyini de olumlu yönde etkileyerek artırdığı tespit edilmiştir. Yapraklı ve Ünal (2016) tarafından karayolu yolcu taşımacılığında hizmet kalitesinin belirlenmesi ve hizmet kalitesinin müşteri sadakatine etkisinin araştırıldığı çalışmada, tüketicilerin hizmet kalitesi algılarının orta düzeyde olduğu belirlenmiş ve hizmet kalitesi unsurlarının müşteri sadakati üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Aliçavuşoğlu ve Gürbüz (2017) tarafından Tokat ilinde yerel ulaşım hizmetlerinde hizmet kalite boyutlarının değerlendirildiği çalışmanın sonucunda, katılımcıların sunulan hizmetle ilgili kalite algılarının personel tutum ve davranışları, fiziksel unsurlar ve zamanında hizmet verme olmak üzere üç boyutlu bir yapıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Özdemir ve Mısırlı (2020) tarafından, Çankırı ilinde üniversite öğrencilerinin şehirlerarası yolcu taşımacılığında hizmet kalitesi, davranışsal niyet ve memnuniyet ilişkisinin araştırıldığı çalışmanın sonucunda, öğrencilerin davranışsal niyetleri ile algılanan hizmet kalitesi boyutları arasında (Hizmet, servis, personel, heveslilik ve güvenlik) genel olarak anlamlı ve orta düzeyde; genel memnuniyetleri ile hizmet kalitesi boyutları arasında genel olarak anlamlı ve zayıf düzeyde ve davranışsal niyetleri ile genel memnuniyetleri arasında ise anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Literatürde yer alan bilgiler ışığında araştırmanın temel problem soruları şu şekilde geliştirilmiştir:

Araştırma sorusu 1: Şehirlerarası kara ulaşımında üniversite öğrencilerinin turizm taşıma firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları ne düzeydedir?

Araştırma sorusu 2: Şehirlerarası kara ulaşımında üniversite öğrencilerinin turizm taşıma firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

Yöntem

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Afyon Kocatepe Üniversitesi öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen anket çalışması iki bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların bazı demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, fakülte, ortalama aylık harcama, ailenin ortalama aylık geliri, öğrencinin konaklama şekli, seyahat nedenleri, yıllık seyahat sıklığı, firma tercihinde güven arama, daha önce aynı firma ile seyahat aralığı) belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış olan anketin ikinci bölümünde ise katılımcıların hizmet kalitesi algısını belirlemek üzere 5'li Likert tipine dayanan ve daha önce farklı araştırmacılar (Duman vd., 2007; Özgüven, 2008; Ardıç ve Sadaklıoğlu, 2009; Yılmaz, 2012 gibi) tarafından kullanılmış olan hizmet kalitesi ölçeğinden yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek, "yazihane, yazihane görevlileri ve otobüs personeline ilişkin hususlar (1-7 ifadeler)", "otobüs ve yolculuk esnasında sunulan hizmetlere ilişkin hususlar (8-11 ifadeler)", "güvenirlilik ile ilgili hususlar (12-16 ifadeler)", "molaya ile ilgili hususlar (17-20 ifadeler)", "yer ayırma ve bilet satın almaya ilişkin hususlar (21-23 ifadeler)", "şehir içi servis araçları ve görevlilerine ilişkin hususlar (24-26 ifadeler)" olmak üzere toplam 6 boyut ve 26 ifadeden oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenilirliğine ilişkin iç tutarlılık katsayısı olan Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı α : 0,930 olarak hesaplanmış olup, söz konusu bu değer araştırma kullanılması için yüksek derecede ($0,80 < \alpha < 1$) güvenilir olduğu anlaşılmaktadır (Ural ve Kılıç, 2006: 286). Daha önceki araştırmalarda, söz konusu ölçeğin faktör yapısının belirlenmesi amacıyla temel bileşenler analizi ve Varimax rotasyonu kullanılarak faktör analizi yapıldığı için tekrar faktör analizi yapılmasına gerek duyulmamıştır.

Araştırmanın evrenini Afyon Kocatepe Üniversite'sinde eğitim alan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu doğrultuda tamsayım imkanının güç olması, araştırmacıların imkanları ve ulaşım olanakları göz önünde bulundurularak, 2019/2020 Eğitim-Öğretim yılı akademik takvime göre vize sınavlarının bitiş tarihi olan 15 Kasım 2019 ile 29 Kasım 2019 tarihleri arasında tesadüfi olarak otogarda bulunan öğrenciler üzerinde anket tekniği uygulanmış olup, toplamda 800 anket dağıtılmıştır. Geri dönen anketlerden 77 tanesinin eksik veya hatalı doldurulması gibi nedenlerden dolayı elenmesiyle birlikte, toplamda 723 kullanılabilir anket araştırmaya dahil edilmiştir.

Elde edilen verilerin istatistiksel analizi için; katılımcıların demografik özelliklerine yönelik frekans ve yüzde dağılımları, değişkenler arasındaki farklılaşma için Anova ve t testi ve boyutlar arasındaki ilişki için ise korelasyon analizlerinden yararlanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen bulgular araştırmanın amacına uygun olarak yorumlanmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında incelenen 723 üniversite öğrencisinin bazı bireysel özelliklerini belirlemeye yönelik frekans ve yüzde dağılımları Tablo 1’de ayrıntılı olarak sunulmuştur. Tablo 1 incelendiğinde, katılımcıların %52,8’ini kadınlar, %47,2’sini ise erkekler oluşturmaktadır. Katılımcıların yaş değişkenleri göz önüne alındığında, %56,4’ü 21-23 yaş arasında iken, %25,7’si ise 20 yaş ve altındadır. Katılımcıların %33,3’ünün barınma harcamalarının dışında ortalama aylık harcaması 201 TL ile 400 TL arasındayken, %36,7’sinin harcaması ise 401 TL ile 600 TL arasındadır. Öğrencilerin %29,3’ünün ailesinin ortalama aylık geliri 1500 TL ve altında, %26,8’inin 1501 TL ile 2000 TL arasında, %18,4’ünün 2001 TL ile 2500 TL arasında ve %25,4’ünün ise 2500 TL ve üzerinde olduğu görülmektedir. Genel itibariyle incelendiğinde, araştırmanın örneklem grubundan yola çıkarak karayolu ulaşımında otobüs işletmelerini seçen öğrenci kitlesinin aile maddi durumunun ortanın oldukça altında olduğu söylenebilir.

Tablo 1: Katılımcıların Bireysel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	f	%	Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyeti	Kadın	382	52,8	Eğitim aldığı Fakülte / Yüksekokul	Eğitim	80	11,1
	Erkek	341	47,2		Fen-Edebiyat	146	20,2
Yaşı	20 yaş ve altı	186	25,7		İ.İ.B.F.	208	28,8
	21-23 yaş arası	408	56,4		Tıp	12	1,7
	24-26 yaş arası	107	14,8		Turizm	112	15,5
	27 yaş ve üstü	22	3,0		Mühendislik	46	6,4
Ortalama Aylık Harcama (Ev-yurt hariç)	200 TL ve altı	58	8,0		Veterinerlik	13	1,8
	201-400 TL arası	241	33,3		Güzel Sanatlar	16	2,2
Ailenin Ortalama Aylık Geliri	401-600 TL arası	265	36,7		Teknoloji	30	4,1
	601 TL ve üstü	159	22,0		İlahiyat	2	0,3
	1500 TL ve altı	212	29,3		Hukuk	11	1,5
Öğrencinin Konaklama Şekli	1501-2000 TL arası	194	26,8		M.Y.O.	31	4,3
	2001-2500 TL arası	133	18,4		Diğer	16	2,2
	2500 TL ve üzeri	184	25,4	Haftada 1 Defa	23	3,2	
Firmada Güven Arama Aynı Firma ile Seyahat Aralığı	KYK Yurdu	334	46,2	Haftada 2-3 Defa	18	2,5	
	Özel Yurt	164	22,7	Ayda 1 Defa	227	31,4	
	Evde Tek Başına	31	4,3	Ayda 2-3 Defa	155	21,4	
	Evde Arkadaşlarıyla	129	17,8	Yılda Birkaç Defa	246	34,0	
	Evde Ailesiyle	61	8,4	Diğer	54	7,5	
Firmada Güven Arama Aynı Firma ile Seyahat Aralığı	Diğer	4	0,6	Aile Ziyareti	299	41,4	
	Evet	538	74,4	Eğitim	56	7,7	
Firmada Güven Arama Aynı Firma ile Seyahat Aralığı	Hayır	185	25,6	Tatil	66	9,1	
	2 Defa ve Altı	30	4,1	Gezmek	105	14,5	
Firmada Güven Arama Aynı Firma ile Seyahat Aralığı	3-4 Defa	108	14,9	Memleket Ziyareti	84	11,6	
	5 Defa ve Fazlası	585	80,9	Diğer	113	15,6	
Toplam		723	100			723	100

Araştırmaya katılan öğrencilerin %46,2’si Kredi ve Yurtlar Genel Müdürlüğü’ne bağlı devlet yurtlarında, %22,7’si özel öğrenci yurtlarında ve %31,1’i ise evde ya da ailesinin yanında

konaklamaktadır. Yurtlarda kalan öğrencilerin oranı (%68,9) incelendiğinde, yine kendilerinin ve ailelerinin ekonomik gücü ile ilgili olabileceği yorumu yapılabilir. Araştırmaya katılan öğrencilerin eğitim gördükleri fakülte / yüksekokul incelendiğinde, en fazla katılımın %28,8 ile İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, %20,2 ile Fen-Edebiyat Fakültesi ve %15,5 ile Turizm Fakültesi tarafından gerçekleştirilmiş olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin seyahat sıklığı incelendiğinde, %34,0 ile yılda birkaç defa, %31,4 ile ayda bir defa ve %21,4 ile ayda 2-3 defa şeklinde yanıt verdikleri anlaşılmaktadır. Katılımcıların en fazla seyahat etme nedenini belirlemek üzere yöneltilen ifadeye öğrencilerin büyük bir bölümünü oluşturan %41,4'ü aile ziyareti amacıyla, %14,5'i gezme amacıyla ve %11,6'sı ise memleket ziyareti amacıyla seyahat ettiği yönünde görüş bildirmiştir. Seyahat için firmaların güvenilirliğini araştırıp araştırmadıklarını belirlemek üzere yöneltilen ifadeye ise öğrencilerin %74,4'ü “evet” yanıtını vererek, firma tercihlerinde güvenliğinin çok önemli olduğu yönünde görüş bildirirken, %25,6'sı “hayır” yanıtını vermiştir. Araştırmaya katıldıkları esnada tercih ettikleri otobüs firmasıyla daha önce kaç defa daha seyahat ettiklerini belirlemek amacıyla yöneltilen ifadeye katılımcıların neredeyse tamamına yakını (%80,9), aynı firma ile daha önce 5 ve daha fazla seyahat ettiğini, %14,9'u 3-4 defa ve %4,1'i ise 2 defa ya da daha az seyahat ettiğini bildirmiştir.

Tablo 2'de karayolu ulaşımındaki otobüs işletmelerinin hizmet kalitesine yönelik “yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeli”, “otobüs ve yolculuk esnasında sunulan hizmetler”, “güvenirlilik”, “mola”, “yer ayırma ve bilet satın alma”, “şehir içi servis araçları ve görevlileri” olmak üzere altı alt boyuta ait ve genel hizmet kalitesine ait aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilmiştir.

Tablo 2: Hizmet Kalitesi ve Alt Boyutlarına İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Hizmet Kalitesi Boyutları	\bar{x}	s.s.
Yazıhane, Yazıhane Görevlileri ve Otobüs Personeli	3,34	1,08
Otobüs ve Yolculuk Esnasında Sunulan Hizmetler	3,17	1,30
Güvenirlilik	3,19	1,09
Mola	3,49	1,36
Yer Ayırma ve Bilet Satın Alma	3,54	1,39
Şehir İçi Servis Araçları ve Görevlileri	2,90	1,10
Genel	3,28	1,24

Araştırma problemi kapsamında araştırmada yanıt aranan araştırma sorularından ilki olan “şehirlerarası kara ulaşımında üniversite öğrencilerinin turizm taşıma firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları ne düzeydedir?” sorusunun yanıtı Tablo 2’de ayrıntılı olarak gösterilmektedir. Tablo 2’deki değerlere göre, şehirlerarası kara ulaşımında üniversite öğrencilerinin turizm taşıma firmalarına yönelik genel hizmet kalitesi algıları ($\bar{x}=3,28$) orta düzeyin biraz üstünde bulunmuştur. Boyutlar açısından ele alındığında ise, en yüksekten en düşük aritmetik ortalamaya sahip olmasına göre, en yüksek $\bar{x}=3,54$ aritmetik ortalama ile yer ayırma ve bilet satın alma boyutundaki hizmet kalitesi algısı; $\bar{x}=3,49$ ile mola boyutundaki hizmet kalitesi algısı; $\bar{x}=3,34$ ile

yazihane, yazihane görevlileri ve otobüs personeli boyutundaki hizmet kalitesi algısı; $\bar{x}=3,19$ ile *güvenirlilik* boyutundaki hizmet kalitesi algısı; $\bar{x}=3,17$ ile *otobüs ve yolculuk esnasında sunulan hizmetler* boyutundaki hizmet kalitesi algısı ve en düşük $\bar{x}=2,90$ aritmetik ortalama ile *şehir içi servis araçları ve görevlileri* boyutundaki hizmet kalitesi algısı takip etmektedir. Dolayısıyla katılımcıların verdikleri yanıtlar açısından, otobüs firmalarının sunduğu “rezervasyon ve bilet satın alma işlemleri” tüketicilerin hizmet kalitesi algısını artırırken, “şehir içi servis araçları ve görevlileri” ise bu algıyı azalttığı yorumu yapılabilir.

Araştırma kapsamında yanıt aranan diğer bir araştırma sorusu olan “*şehirlerarası kara ulaşımında üniversite öğrencilerinin turizm taşıma firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları demografik özelliklerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?*” sorusunun yanıtı için; katılımcıların demografik özellikleri ile hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığını test etmek amacıyla bağımsız iki grup için t testi, ikiden fazla gruplar için ise tek yönlü varyans (One Way Anova) analizinden yararlanılmıştır. Bu noktada, yapılan testlerin sonuçlarına göre katılımcıların hizmet kalitesi algıları sadece güvenirlilik boyutunda aylık harcama düzeylerine ($p<0,05$) göre değişmekte olup, diğer hiçbir bireysel özelliğe göre anlamlı bir farklılık ($p>0,05$) tespit edilmemiştir. Katılımcıların hizmet kalitesi boyutunda güvenirlilik puanları karşılaştırıldığında, katılımcıların ortalama aylık harcama miktarlarına göre istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık ($F=3,382$; $p=0,018<0,05$) olduğu belirlenmiştir. Farklılığın kaynağını belirlemek üzere yapılan Çoklu Karşılaştırma Tukey testinin sonucunda ortalama değerleri incelendiğinde, ortalama aylık harcama düzeyi 401 TL ile 600 TL arasında olan katılımcıların ($\bar{x}=3,29\pm 1,33$) otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algılarında güvenirlilik düzeyi diğer gruplara oranla daha yüksek bulunmuştur.

Araştırmaya dahil edilen 723 üniversite öğrencisinin karayolu ulaşımında otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algılarının incelendiği bu çalışmada, hizmet kalitesine ait alt boyutlar arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Ural ve Kılıç (2006) tarafından da belirtildiği üzere, değişkenler arasındaki ilişkilerin derecesini, şiddetini ve gücünü belirlemek amacıyla korelasyon analizinden yararlanılmaktadır. Değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini ifade eden korelasyon katsayısının (r^2) 0-0,29 arasında bulunması halinde zayıf; 0,30-0,64 arasında bulunması halinde orta; 0,65-0,84 arasında bulunması halinde yüksek ve 0,85-1 arasında bulunması halinde ise çok yüksek olduğu ifade edilmektedir. Hizmet kalitesinin alt boyutları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen korelasyon analizinin sonuçları Tablo 3’te ayrıntılı olarak gösterilmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Hizmet Kalitesi ve Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Ait Korelasyon Matrisi

Değişkenler (Alt Boyutlar)	Korelasyon Katsayısı / Anlamlılık / Belirlilik Katsayısı	Hizmet Kalitesi Algısı (Genel $\bar{x}=3,28$)
Yazıhane, Yazıhane Görevlileri ve Otobüs Personeli ($\bar{x}=3,34$)	r	0,518**
	p	0,000***
	r ²	0,268
Otobüs ve Yolculuk Esnasında Sunulan Hizmetler ($\bar{x}=3,17$)	r	0,713**
	p	0,000***
	r ²	0,508
Güvenirlilik ($\bar{x}=3,19$)	r	0,500**
	p	0,000***
	r ²	0,250
Mola ($\bar{x}=3,49$)	r	0,836**
	p	0,000***
	r ²	0,699
Yer Ayırma ve Bilet Satın Alma ($\bar{x}=3,54$)	r	0,408**
	p	0,000***
	r ²	0,167
Şehir İçi Servis Araçları ve Görevlileri ($\bar{x}=2,90$)	r	0,442**
	P	0,000***
	r ²	0,195

Tablo 3'te görüldüğü gibi, katılımcıların kara ulaşımında otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları ve alt boyutları arasındaki ilişki 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,01$). Tablo 3'te görüldüğü gibi, katılımcıların kara ulaşımında otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları ve alt boyutları arasındaki ilişki 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuştur ($p=0,000<0,01$). Katılımcıların yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeli boyutundaki hizmet kalitesi algıları ile genel hizmet kalitesi algıları arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r=0,518$). Belirlilik katsayısı olan r^2 değeri incelendiğinde, katılımcıların genel hizmet kalitesi algılarındaki toplam varyansın %26,8'inin yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeli boyutundan kaynaklandığı anlaşılmaktadır ($r^2=0,268$). Otobüs ve yolculuk esnasında sunulan hizmetler boyutundaki hizmet kalitesi algıları ile genel hizmet kalitesi algıları arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde bir ilişki ($r=0,713$) olup, belirlilik katsayısına göre katılımcıların genel hizmet kalitesi algılarındaki toplam varyansın %50,8'inin otobüs ve yolculuk esnasında sunulan hizmetler boyutundan kaynaklandığı anlaşılmaktadır ($r^2=0,508$). Güvenirlilik boyutundaki algıları ile genel algıları arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki ($r=0,500$) olduğu belirlenmiştir. Güvenirlilik boyutunun belirlilik katsayısı dikkate alındığında, katılımcıların genel hizmet kalitesi algılarındaki toplam varyansın %25'inin güvenirlilik boyutundan kaynaklandığı görülmektedir ($r^2=0,250$). Katılımcıların en yüksek düzeyde hesaplanmış olan mola boyutundaki hizmet kalitesi algıları ile genel algıları arasında pozitif yönlü ve oldukça yüksek düzeyde bir ilişki ($r=0,836$) olduğu tespit edilmiştir. Mola boyutunun belirlilik katsayısına göre, katılımcıların genel hizmet kalitesi algılarındaki toplam varyansın %69,9'unun mola boyutundan kaynaklanmaktadır ($r^2=0,699$). Katılımcıların yer

ayırma ve bilet satın alma boyutundaki hizmet kalitesi algıları ile genel algıları arasında pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki ($r=0,408$) olduğu görülmektedir. Yer ayırma ve bilet satın alma işlemlerini kapsayan alt boyut, katılımcıların genel hizmet kalitesi algılarındaki toplam varyansın %16,7'sini oluşturmaktadır ($r^2=0,167$). Tablo 3'teki değerlere göre, söz konusu boyutun aritmetik ortalamasının yüksek olmasına rağmen, genel hizmet kalitesi algısının toplam varyansı üzerinde çok etkili olmadığı tespit edilmiştir. Katılımcıların şehir içi servis araçları ve görevlileri boyutundaki hizmet kalitesi algıları ile genel hizmet kalitesi algıları arasında da pozitif yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olduğu olduğu belirlenmiştir ($r=0,442$). İlgili boyutun belirlilik katsayısı incelendiğinde, katılımcıların genel hizmet kalitesi algılarındaki toplam varyansın %19,5'inin şehir içi servis araçları ve görevlileri boyutundan kaynaklandığı sonucuna ulaşılmıştır ($r^2=0,195$).

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırmada, karayolu ulaşımında otobüs işletmelerini sıklıkla kullanan üniversite öğrencilerinin hizmet kalitesi algılarını belirlemek amaçlanmıştır. Otobüs işletmelerinin sunduğu hizmetler "yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeli", "otobüs ve yolculuk esnasında sunulan hizmetler", "güvenirlilik", "mola", "yer ayırma ve bilet satın alma işlemleri" ve "şehir içi servis araçları ve görevlileri" olmak üzere toplam altı boyut üzerinden değerlendirilmiştir. Genel olarak katılımcıların otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algıları orta düzeyin biraz üzerinde ($\bar{x}=3,28$; s.s.: 1,24) bulunmuştur. Hizmetleri kullanan üniversite öğrencilerinin hizmet kalitesi algısında en yüksek puana sahip olan faktörden en düşük puana sahip olan faktöre doğru sırasıyla "yer ayırma ve bilet satın alma işlemleri ($\bar{x}=3,54$; s.s.: 1,39)"; "mola ($\bar{x}=3,49$; s.s.: 1,36)"; "yazıhane, yazıhane görevlileri ve otobüs personeli ($\bar{x}=3,34$; s.s. 1,08)"; "güvenirlilik ($\bar{x}=3,19$; s.s.: 1,09)"; "otobüs ve yolculuk esnasında sunulan hizmetler ($\bar{x}=3,17$; s.s.: 1,30) ve "şehir içi servis araçları ve görevlileri ($\bar{x}=2,90$; s.s.: 1,10)" faktörleri olduğu tespit edilmiştir.

Araştırma verilerinin analizinden elde edilen bulgular doğrultusunda, otobüs firmalarının sunduğu "rezervasyon ve bilet satın alma işlemleri" tüketicilerin hizmet kalitesi algısını artırırken, "şehir içi servis araçları ve görevlileri" ise bu algıyı azalttığını söylemek mümkündür. Araştırmadan elde edilen söz konusu bu sonuçların, daha önce konuyla ilgili Türkiye'de yapılmış olan çoğu akademik çalışmanın (Tan ve Bektaş, 2002; Çatı, 2003; Duman vd., 2007; Almaçık ve Özbek, 2009; Ardiç ve Sadakoğlu, 2009; Yılmaz, 2012; Memiş ve Cesur, 2016; Aliçavuşoğlu ve Gürbüz, 2017; Özdemir ve Mısırlı, 2020 gibi) sonuçlarıyla benzerlik ve paralellik gösterdiği tespit edilmiştir. Örneğin, Tan ve Bektaş (2002) tarafından yapılan araştırmanın sonucunda, ikramlardaki yetersizlik, yetersiz şehir içi servisleri, durak dışı yolcu alma-indirme gibi faktörler tüketicilerin hizmet kalitesi algılarını olumsuz yönde etkilediği belirtilmektedir. Çatı (2003)

tarafından yapılan çalışmada, araçlara fazla yolcu alınması ve personel davranışlarının olumsuzlukları tüketicilerin hizmet kalitesi algısını olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Duman vd. (2007) tarafından yapılan çalışmada, yazıhane-servis-terminal hizmetleri, seyahat süresinde alınan hizmetler ve mola yeri hizmetlerinin tüketici hizmet kalitesi algılarını etkilediği tespit edilmiştir. Alınacak ve Özbek (2009) yaptıkları çalışmanın sonucunda, bir otobüs firmasına yönelik üniversite öğrencilerinin hizmet kalitesi algısı ile beklentileri (zamanında hareket ve varış, durak harici yolcu indirme-bindirme, yüksek fiyatlar vb.) arasında anlamsız bir ilişki olduğu belirtilmiştir. Ardıç ve Sadakoğlu (2009) da müşteri memnuniyetine etki eden faktörlerin personelin tutum ve davranışları, otobüs özellikleri, zamanındalık, konaklama ve mola, rezervasyon işlemleri, servis ve bagaj işlemleri ve yazıhane işlemleri faktörlerinden oluştuğunu belirtmiştir. Bu çalışmada da kullanılan faktörler altında hizmet kalitesi algısını inceleyen Yılmaz (2012) yaptığı çalışmada, öğrencilerin otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algılarının ve seyahatlere ilişkin memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu sonucuna ulaşmıştır. Öğrencilerin seyahat genel memnuniyetini önemli ölçüde etkileyen faktörlerin otobüslere ve yolculuk esnasında sunulan hizmetlere ilişkin hususlar ve güvenilirlik olduğunu, ayrıca tekrar tercih ve tavsiye niyetleri açısından ise en önemli faktörün güvenilirlik faktörü olduğu tespit edilmiştir. Memiş ve Cesur (2016) tarafından şehirlerarası yolcu taşımacılığı yapan otobüs firmalarında algılanan hizmet kalitesi ile marka bağlılığı ilişkisinin incelendiği çalışmada iki değişken arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alıçavuşoğlu ve Gürbüz (2017), çalışmalarında katılımcıların otobüs işletmeleri tarafından sunulan hizmetle ilgili kalite algıları üzerinde personel tutum ve davranışları, fiziksel unsurlar ve zamanında hizmet verme faktörlerinin etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özdemir ve Mısırlı (2020) da yaptıkları çalışma sonucunda, şehirlerarası otobüs işletmeleri ile ilgili öğrencilerin davranışsal niyetleri ile algılanan hizmet kalitesi boyutları arasında (Hizmet, servis, personel, heveslilik ve güvenlik) genel olarak anlamlı ve orta düzeyde bir ilişki olduğunu belirtmiştir. Yapılan bu çalışmaların kronolojik sırayla incelenmesindeki sebep ise geçmiş yıllardan bugüne farklılık olup olmadığını test etmektir. Ancak, genel olarak ele alındığında tüketicilerin hizmet kalitesi algılarının hemen aynı faktörlerden etkilendiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan üniversite öğrencilerinin demografik özelliklerine göre hizmet kalitesi algıları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan t-testi ve varyans analizi sonuçlarına göre, katılımcıların hizmet kalitesi algıları sadece güvenilirlik boyutunda aylık harcama düzeylerine ($p < 0,05$) göre değişmekte olup, diğer hiçbir bireysel özelliğe göre anlamlı bir farklılık ($p > 0,05$) tespit edilmemiştir. Katılımcıların hizmet kalitesi boyutunda güvenilirlik puanları karşılaştırıldığında, katılımcıların ortalama aylık harcama miktarları 401 TL ile 600 TL arasında olan katılımcıların ($\bar{x} = 3,29 \pm 1,33$) otobüs firmalarına yönelik hizmet kalitesi algılarında güvenilirlik düzeyi diğer gruplara oranla daha yüksek bulunmuş

ve değişkenler arasında istatistiki olarak anlamlı bir farklılık ($F=3,382$; $p=0,018<0,05$) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan korelasyon analizinin sonucunda ise öğrencilerin genel hizmet kalitesi algısı ile alt boyutları arasında genel itibarıyla pozitif yönlü ve orta düzeyde ilişkiler olduğu saptanmıştır. Yapılan bu araştırmadan elde edilen ve daha önce yapılmış diğer akademik çalışmaların sonuçlarından yola çıkarak ilgili işletmeler ve ileride yapılacak diğer akademik çalışmalar için bazı öneriler sunmakta yarar olduğu düşünülmektedir;

Özellikle, otobüs firmalarının daha iyi hizmet verebilmesi adına yolculuk, otobüs ve çalışanlarının yanı sıra şehir içi servis araçlarını, saatlerini ve çalışanları üzerinde de önemle durulmalı ve iyileştirme çalışmaları yapılmalıdır. Önemli faktörlerden bir diğeri zamanında kalkış ve varış ile duraklar haricinde yolcu alma ya da indirmedir. Bununla ilgili yasakların yürürlüğe girmiş olmasına rağmen, bazı işletmelerin bu duruma uyum göstermediği bilinmektedir. Hem tüketicilerin mağdur edilmemesi hem de işletmenin itibarı, güvenilirliği ve sürdürülebilir verimliliği için zamanında kalkış ve zamanında varış ilkeleri benimsenmelidir. Daha önce de belirtildiği üzere, özellikle eğitim-öğretim dönemlerinde otobüs işletmelerinin toplam yolcu kapasitelerinin büyük bir bölümü öğrenciler tarafından oluşmaktadır. Bu noktada, işletmeler öğrenci indirimleri, tekrar tercih edilmesi durumunda farklı tarifeler uygulanması, puan sistemleri gibi kampanyalar yürütebilir. Çünkü hizmet kalitesi, tüketici memnuniyeti, bağlılığı, sadakati, tekrar tercih etmesi, tavsiye etmesi ve böylelikle işletmelerin verimliliği ve rekabet avantajı elde etmesi üstünde oldukça etkilidir. Bu çalışma ve buna benzeyen birçok çalışma memnuniyet, hizmet kalitesi algısı gibi konular dahilinde tüketici grupları üzerinde yapılmıştır. İleride yapılacak olan çalışmalar da hizmeti sunan taraf olan işletmeciler ve işletme çalışanlarının memnuniyetleri, sorunları ya da davranışları üzerinde yapılabilir. Böylelikle, hem hizmeti satın alan tüketici gruplarının hem de hizmeti sağlayan üretici gruplarının memnuniyet düzeyleri belirlenebilir, çözüme kavuşturmaya yönelik sorunları ortaya konulabilir.

Yazar Katkıları: Çalışma için gerekli olan verilerin toplanması, analizi ve raporlanması ile birlikte çalışmada yer alan giriş, literatür, yöntem, sonuç ve tartışma bölümlerinin yazılmasında her iki yazarın da katkıları eşit orandadır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında herhangi bir çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Aliçavuşoğlu, Ç. ve Gürbüz, A. (2017). Yerel Ulaşım Hizmetlerinde Hizmet Kalite Boyutlarının Değerlendirilmesi. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(4), 74-86.
- Alınacı Ü. ve Özbek V. (2009). Otobüs İşletmelerinde hizmet Kalitesinin Ölçümü-Kandıra Gürkan Turizm Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(3), 125-137.

- Ardıç K. ve Sadaklıoğlu H. (2009). Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesinin Ölçümü: Tokat Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(3), 167-190.
- Başanbaş, Ş. (2013). Algılanan Kalite ile Müşteri Tatmini Arasındaki İlişki: Filtre Kullanıcıları Üzerine Yapılan Ampirik Bir Çalışma. *Akademik Bakış Dergisi*, 34(1), 1-21.
- Çatı, K. (2003). Ulaşım Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi ve Bir Uygulama. *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(1), 121-134.
- Çatı K. ve Yıldız S. (2005). Şehirlerarası otobüs İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Ölçülmesi ve Bir Uygulama. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 121-144.
- Çelik H. (2009). Hizmet Ortamının Şehirlerarası Yolcu Taşıma Hizmetlerinde Algılanan Kalite Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 38(2), 157-183.
- Çiçek, R. ve Doğan, İ. C. (2009). Müşteri Memnuniyetinin Artırılmasında Hizmet Kalitesinin Ölçülmesine Yönelik Bir Araştırma: Niğde İli Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 11(1), 199-217.
- Duman T., Ayduğan P. ve Koçak G. N. (2007). Karayolu Yolcu Taşımacılığı Hizmetlerinde Hizmet Kalitesi, Hizmet Değeri, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakati İlişkileri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 151-177.
- Gržinić, J. (2007). Concepts of Service Quality Measurement in Hotel Industry. *Ekon. Misao Praksa Dbk. God.*, 16(1), 81-98.
- Güçer, E., Silik, C. E. ve Demirdağ, Ş. A. (2017). Turistlerin Animasyon Hizmetlerine Yönelik Kalite Algılamalarının Belirlenmesi: Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Çalışma. İçinde: Bilici, N., Pehlivanlı, R. ve Ashirkhanova, Karlygash (eds.), *Innovation and Global Issues in Social Sciences Congress Book*. April 27-29, 2017, Antalya. Antalya, Inglobe Platform, 454-473.
- Hernon, P. ve Nitecki, D. A. (2001). Service Quality: A Concept Not Fully Explored. *Library Trends*, 49(4), 687-708.
- Iacobucci, D., Ostrom, A. ve Grayson, K. (1995). Distinguishing Service Quality and Customer Satisfaction: The Voice of the Consumer. *Journal of Consumer Psychology*, 4(3), 277-303.
- Kâmil Koç, (2020), *Türkiye’de Şehirlerarası Otobüs Yolculuğunun Tarihçesi*. <https://blog.kamilkoc.com.tr/arsivler/5145>, (Erişim Tarihi: 05.06.2020).
- Koçoğlu, C. M. ve Aksoy, R. (2012). Hizmet Kalitesinin SERVPERF Yöntemi ile Ölçülmesi: Otobüs İşletmeleri Üzerinde Bir Uygulama. *Akademik Bakış Dergisi*, 29(2012), 1-20.
- Memiş, S. ve Cesur, Z. (2016). Algılanan Hizmet Kalitesi ile Marka Bağlılığı İlişkisi Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığı Yapan Otobüs Firmaları Üzerine Bir Araştırma. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 453-484.
- Okumuş, A. ve Duygun, A. (2008). Eğitim Hizmetlerinin Pazarlanmasında Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Algılanan Hizmet Kalitesi ile Öğrenci Memnuniyeti Arasındaki İlişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 17-38.
- Özdemir, H. ve Mısırlı İ. (2020). Şehirlerarası Yolcu Taşımacılığında Hizmet Kalitesi, Davranışsal Niyet ve Memnuniyet İlişkisi: Çankırı Karatekin Üniversitesi Örneği. *Turkish Studies – Social Sciences*, 15(2), 281-299.
- Özgüven N. (2008). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti ve Ulaştırma Sektörü Üzerine Bir Uygulama. *Ege Akademik Bakış*, 8(2), 651-682.

- Tan A. ve Bektaş F. (2002). Otobüs Firmaları İyi Hizmet Pazarlayabiliyorlar mı?. *Pazarlama Dünyası*, 16(3), 24-27.
- Tavmergen, I. P. (2002). *Turizm Sektöründe Kalite Yönetimi: Hizmet Kalitesi Kavramı – Kalite Yaklaşımları ve Kalite Geliştirme – Toplam Kalite Yönetimi – Kullanılan Araçlar ve Teknikler*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ulaştırma ve Altyapı Bakanlığı Karayolları Genel Müdürlüğü, (2020). Tarihçe. <https://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Kurumsal/Tarihce.aspx>, (Erişim Tarihi: 05.06.2020).
- Yapraklı, Ş. ve Ünalın, M. (2016). Karayolu yolcu taşımacılığında hizmet kalitesinin ölçülmesi ve hizmet kalitesinin müşteri sadakatine etkisi: bir uygulama, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (ERZSOSDE)*, 9(1): 115-130.
- Yılmaz, İ. (2012). Turizm öğrencilerinin karayolu yolcu taşımacılığı hizmetlerine yönelik algılamaları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 23(1): 73-85.
- Yükseköğretim Kurumu, (2020). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi, öğretim düzeyine göre öğrenci sayısı. <https://istatistik.yok.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 04.06.2020).

Okul Psikolojik Danışma ve Rehberlik Hizmetleri Uygulamalarının Odak Grup Görüşmesi Yöntemi ile Değerlendirilmesi

Ömer KARAMAN*

Öz

Okullarda psikolojik danışma ve rehberlik hizmetleri okul yönetimi, öğretmenler, idari personel, öğrenci ve velilerinin istedik genel ve özel eğitim beklentilerine ile gereksinimlerine göre verilen profesyonel psikolojik yardımlardır. PDR hizmetlerinin geniş kapsamında, hizmetlerin kalitesini etkileyen faktörler olarak mevzuat, okul yönetimleri ve veli tutumları gibi birçok etmen sıralanabilir. Bunların yanı sıra okul PDR hizmetlerini doğrudan yürütenler psikolojik danışmanlardır. Çalışmada okul psikolojik danışmanlarından PDR hizmetlerinin uygulamalarına yönelik odak grup görüşmesi yöntemi ile üç ana başlıkta veri toplanmış ve değerlendirilmiştir. Bunlar okullarda PDR hizmetlerinin etkililiği, karşılaşılan güçlükler ve psikolojik danışmanların konu ile ilgili önerilerini içermektedir. Çalışmada elde edilen verilerin değerlendirilmesinde, okullarda uygulanan PDR hizmetlerinin etkililiği ile ilgili katılımcıların tümü hizmetlerin etkili olarak verilemediğini belirtmiştir. Bu durumun nedenleri olarak ise zaman yetersizliği, yönetsel, öğretmenler ve velilerle ilgili problemler, mevzuat sorunları ve lisans eğitimlerinin yetersizliği bildirilmiştir. Ayrıca karşılaşılan güçlükler tartışılmış ve ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: PDR Hizmetleri, Psikolojik Danışmanlar, Odak Grup Görüşmesi

Evaluation of School Counseling and Guidance Services Practices by Focus Group Interview Method

Abstract

Psychological counseling and guidance services (PCG) in schools are professional psychological assistance provided according to the general and special education expectations and needs of the school administration, teachers, administrative staff, students and their parents. In the broad scope of PCG services, many factors such as legislation, school management and parent attitudes can be listed as factors affecting the quality of services. In addition to these, psychological counselors and guides are those who directly carry out school PCG services. In the study, data under three main headings were collected and evaluated by focus group interview method for the applications of PCG services from school psychological counselors. These include the effectiveness of PCG services in schools, the difficulties encountered and the recommendations of the psychological counselors on the subject. In the evaluation of the data obtained in the study, all of the participants regarding the effectiveness of PCG services in schools stated that the services could not be provided effectively. Lack of time, administrative problems, problems with teachers and parents, legislative problems and insufficient undergraduate education were reported as the reasons for this situation. In addition, difficulties encountered were discussed and relevant recommendations were presented.

Key words: PCG services, psychological counselors, focus group meeting

Geliş/Received: 01.12.2020

Kabul/Accepted: 23.06.2021

*Bu çalışma deney gerektiren bir çalışma olmayıp bilgi toplamaya yönelik görüşme içermektedir ve katılımcıların onam formu alınarak yapılmıştır. Bu nedenle etik kurul alınmamıştır.

* Doç. Dr. Ordu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı. Okaraman44@hotmail.com ORDIC ID: 0000-0003-1363-7548
(Makale Türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Psikolojik danışma ve rehberlik (PDR) hizmetleri her yaşta ve her durumda (hastalık, engellilik, mahkumluk vb.) bireylerin kendini tanıması, yeterliliklerinin farkına varması, geliştirmesi ve problemlerini çözebilmesi için yapılan profesyonel desteklerdir. Okullarda psikolojik danışma ve rehberlik hizmetleri ise okul yönetimi, öğretmenler, idari personel, öğrenci ve velilerinin istedik genel ve özel eğitim beklentilerine ve gereksinimlerine göre verilen profesyonel psikolojik yardımlardır. Bu hizmetler psikolojik danışma, oryantasyon, öğrenciyi tanıma, bilgi toplama ve yayma, yöneltme ve yerleştirme ile izlem olarak sıralanabilir.

Okullarda PDR hizmetleri eğitsel, mesleki ve kişisel alanlar olmak üzere üçe ayrılabilir. Eğitsel psikolojik danışma ve rehberlik daha çok öğrenme süreçlerini kapsar. Mesleki psikolojik danışma ve rehberlik meslek seçimi ve uygulama sürecinin yer aldığı kariyer danışmanlığını içerir (Tagay ve Savi Çakar, 2017). Kişisel rehberlik ise bireysel farkındalıklar, gelişim psikolojisi, sosyalleşme, değerler ve grup dinamiği gibi konulara yoğunlaşır. Bu açıdan okul PDR hizmetleri tüm paydaşlar ile birlikte kapsamı oldukça geniş hizmetler bütünü olarak değerlendirilebilir (Tagay ve Savi Çakar, 2017).

PDR hizmetlerinin geniş kapsamında, hizmetlerin kalitesini etkileyen faktörler olarak mevzuat, okul yönetimleri ve veli tutumları gibi birçok etmen sıralanabilir. Bunların yanı sıra psikolojik danışmanlar okul PDR hizmetlerini doğrudan yürütenlerdir. Psikolojik danışmanların verilen hizmette yetkinlikleri ile mesleki başarıları arasında doğrudan ilişki vardır (Lent, Brown ve Hackett, 1994; Schaubroeck, Jones ve Xie, 2001 ve Lu, Siu, ve Cooper, 2005). Yapılan bir çalışmada Türkiye’de psikolojik danışmanların niteliksel olarak yeterli olmadığı verisine ulaşılmıştır (Demirel, 2010). Yine Türkiye’de yapılan bir çalışma da psikolojik danışmanların görevi olmayan işleri yaptıkları ortaöğretim öğrencileri tarafından belirtilmiştir (Duman,1985). Ayrıca farklı başka bir çalışmada da okul psikolojik danışmanların görevlerini tanıtmada yetersiz kaldıkları tespit edilmiştir (Hatunoğlu ve Hatunoğlu, 2006). Benzer araştırmalarda okul psikolojik danışmanların verdikleri hizmetlerin yetersiz olarak değerlendirildiği çalışmalarda mevcuttur (Görkem, 1985; Karagüven, 2001; Hatunoğlu ve Hatunoğlu, 2006). Diğer taraftan okul psikolojik danışmanların karşılaştıkları problemleri belirleyen çalışmalarda

bulunmaktadır (Parmaksız ve Gök, 2018). Gerçekte okul psikolojik danışmanları okul PDR hizmetlerinin direk uygulayıcıları olarak süreçte yaşanan problemlerin odağında bulunmaktadırlar. Bu nedenle okul PDR hizmetlerinin kalitesini artırmaya yönelik verilerin toplanarak değerlendirilmesinde, okul psikolojik danışmanlarından elde edilen veriler, önemli olacaktır.

Çalışmada okul psikolojik danışmanlarından odak grup görüşmesi yöntemi ile üç ana başlıkta veri toplanmış ve değerlendirilmiştir. Bunlar okullarda PDR hizmetlerinin etkililiği, karşılaşılan güçlükler ve psikolojik danışmanların konu ile ilgili önerilerini içermektedir. Araştırmada elde edilen veriler doğrultusunda stratejiler belirlemek ve ilgili paydaşlarla sonucu paylaşarak etkili planlamalar yapmak hedeflenmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmeleri yöntemi kullanılmıştır. Odak grup görüşmeleri, grup dinamiği süreci ile birlikte, derinlemesine araştırma yapma ve çıkarımlarda bulunma açısından önemlidir. Bu yöntemde bir plan doğrultusunda katılımcılar düşüncelerini serbestçe söyleyerek tartışabilirler. Böylece yeni ve farklı fikirler ortaya çıkar (Çokluk ve diğ., 2011). Çalışmada da odak grup görüşme yönteminden faydalanılarak çeşitli okullarda çalışan psikolojik danışmanlardan derinlemesine veri toplamak ve değerlendirmelerde bulunarak PDR hizmetlerinin etkin olarak yürütülmesine yönelik öneriler sunmak planlanmıştır. Çalışma ile literatürde odak grup görüşmeleri yöntemiyle PDR hizmetleri ilk olarak değerlendirilmiştir.

Yöntem

Çalışmada odak grup görüşmesi yöntemi kullanılmıştır. Odak grup görüşmeleri genel olarak dört aşamada gerçekleştirilir. Çokluk ve arkadaşları (2011), bunları şu şekilde sıralamıştır;

1. Aşama: Araştırma konusunu belirlemek ve konuyu ayrıntılı bir biçimde inceleyerek sınırlarını çizmektedir. Bu incelemede, konular önem sırasına konulmaktadır.

2. Aşama: İkinci aşamada, araştırmaya katılacak kişiler, bu kişilerin özellikleri, kişilerin ortak özellikleri, görüşmede kullanılacak ana başlıklar ve sorulacak sorular belirlenmektedir.

3. Aşama: Bu aşamada, odak grup görüşmesinin yeri, zamanı, moderatör, raportör, varsa diğer görevliler belirlenmekte ve görüşme yapılmaktadır.

4. Aşama: Görüşme özetlenmekte, raporlar ve kısa notlar incelenmekte, veriler gözden geçirilmekte, görüşmeler analiz edilmekte ve raporlaştırılmaktadır. Bu doğrultuda aşamalarda şu işlemler yapılmıştır;

1. Aşama: Araştırma konusu olarak okullarda PDR hizmetlerinin etkililik durumu seçilmiştir. Buna göre konular önem sırasına göre şu şekilde sıralanmıştır.

- Okulunuzda PDR hizmetlerinin etkililik durumu,
- Okul PDR uygulamalarında karşılaşılan güçlükler,
- Okul PDR hizmetlerinin etkili bir şekilde yürütülmesine yönelik öneriler.

2. Aşama: Araştırmaya çeşitli Ordu ilinde okullarda çalışan 10 psikolojik danışman katılmıştır. Bunlardan ikisi ilkokul, dördü ortaokul ve dördü lisede çalışmaktadır. Odak grup görüşmelerinde katılımcı sayısı ile ilgili farklı görüşler bulunmaktadır. MacIntosh (1981) katılımcı sayısının 6–10 kişi arasında olması gerektiğini belirtirken, Kitzinger'e göre (1995) 4–9 kişi, Gibbs'e göre (1997) 6–12 kişi, Çokluk ve arkadaşlarının (2011) aktardığına göre Edmunds'a göre ise (2000) 8– 10 kişinin katılımcı sayısının yeterli olduğunu bildirmişlerdir. Çalışmada da benzer bir katılımcı sayısının olmasına dikkat edilmiştir. Çalışmaya gönüllü katılım esasında okullarda çalışan psikolojik danışmanlara yer verilmiştir. Katılımcıların bir kısmı birbirlerini tanırken tanımayan psikolojik danışmanlar da bulunmaktadır. Benzer olarak Nelson ve Frontczak (1998) katılımcıların birbirlerini tanımaları veya tanımamalarının önemli olmadığını belirtmişlerdir. Diğer taraftan katılımcılar arasında hiyerarjik ilişki bulunmamaktadır. Yine benzer olarak Kitzinger (1995) grup üyeleri arasında hiyerarjik ilişkinin olmamasına dikkat edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Araştırmanın iki ısındırma sorusu üç ana tema sorusu bulunmaktadır. Bunlar;

Isındırma Soruları

- 1- Okullarda genellikle hangi öğrenci problemleri ile karşılaşıyorsunuz?
- 2- Okul PDR hizmetlerinde Rehberlik ve Araştırma Merkezinin (RAM) yeri nasıl olmalıdır?

Tema Merkezli Sorular

- 3- Okulunuzda PDR hizmetleri etkili olarak uygulanabiliyor mu?
- 4- Okul PDR uygulamalarında karşılaşılan güçlükler nelerdir?
- 5- Okul PDR hizmetlerinin etkili bir şekilde yürütülmesine yönelik önerileriniz nelerdir?

Kitzinger (1995) ve Gibbs (1997) de odak grup görüşmelerinde bir veya iki sorunun tema dışında ısındırma sorusu olması gerektiğini sonra tema merkezli sorulara geçilmesi gerektiğini bildirmişlerdir.

3. Aşama: Odak grup görüşmesi bir ortaokulun hizmet içi eğitim salonunda yapılmıştır. Moderatör olarak araştırmacı görev alırken, raportör olarak ise araştırmadan bağımsız başka bir uzman çalışmıştır.

4. Aşama: Çalışmada elde edilen veriler analiz edilerek, değerlendirilmiştir.

İşlem

Odak grup görüşmesinin uygulama süreci Kitzinger (1995), Gibbs (1997) ve Çokluk ve arkadaşlarının (2011) görüşleri doğrultusunda şu sıra ile gerçekleştirilmiştir;

1. Kullanılacak materyaller çalışma yapılmadan önce çalışmanın yapılacağı yere getirilerek, kontrol edilmiştir.
2. Moderatör ve raportör ile diğer katılımcılara yaka kartları hazırlanarak dağıtılmıştır.
3. Görüşme odasının kapısına rahatsız edilmemesine yönelik uyarı yazısı yapıştırılmıştır.
4. Yuvarlak biçimde, kolsuz sandalyeler oturma düzenini oluşturmuştur.
5. Moderatör ve raportör kendini kısaca tanıtmış ve diğer grup üyelerinin kendilerini tanıtmaları istenmiştir.
6. Moderatör tarafından görüşmenin amacı, elde edilen bilgilerin taraflarının gizliliği, süreç ve zaman açıklanmıştır.
7. Isındırma soruları ve görüşme soruları açık uçlu olarak gruba yönlendirilmiş ve derinlemesine sorularla desteklenmiştir. Tüm katılımcılara söz hakkı verilmiştir.
8. Değinilmeyen bir konu veya eklenmek istenen konu ile ilgili görüşler final sorusu ile tamamlanmıştır.
9. Odak grup görüşmesi 1,5 saat içerisinde sonlandırılmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde nitel araştırma yöntem kullanılmış (Britten, 1995; Mays ve Pope, 1995), genelleme yapılmayarak sayısallaştırmaya gidilmemiş ve içerik analizi kullanılmıştır. Verilerin çözümlenmesinde katılımcıların söylemlerine göre anahtar temalar belirlenmiştir (Okluk ve diğ., 2011).

Bulgular

Araştırmanın tema merkezli soruları şunlardır;

- 1- Okulunuzda PDR hizmetleri etkili olarak uygulanabiliyor mu?
- 2- Okul PDR uygulamalarında karşılaşılan güçlükler nelerdir?
- 3- Okul PDR hizmetlerinin etkili bir şekilde yürütülmesine yönelik önerileriniz nelerdir?

Bu doğrultuda okullarda uygulanan PDR hizmetlerinin etkililiği ile ilgili yapılan görüşmede katılımcıların tümü hizmetlerin etkili olarak verilemediğini belirtmiştir. Bunun üzerine yapılan sonda sorularda şu verilere ulaşılmıştır;

- Psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerinin aktif olarak uygulanması için okul saatlerinde (ilkokullar hariç) yeterli saatin ayrılmaması,
- Somut bir yönetmeliğin ve mevzuatın olmaması,
- PDR hizmetleri dışında görevlerin verilmesi,
- Okul yönetiminden kaynaklı problemlerin yaşanması,
- Uzun süren olumsuz sürecin psikolojik danışmanlarda değersizlik oluşturması nedeni ile tükenmişlik yaşanması.
- PDR lisans eğitimlerinin yetersiz olması nedeni ile spesifik konularda etkin hizmet verilememesi, bu doğrultuda yapılan hizmetiçi eğitimlerin uygulamaya yönelik etkili olmaması.

Çalışmanın ikinci temasını oluşturan okul PDR uygulamalarında karşılaşılan güçlükler ile ilgili şu verilere ulaşılmıştır;

- Öğretmenlerin bahane bulmaları, direnç göstermeleri,
- Okul yönetimlerinin bireysel çıkarları doğrultusunda engellemeler ve dayatmalar yapması,

- Velilerin sürece olumsuz şekilde dahil olmaları, evhamlı ve aşırı hassasiyet göstermeleri.

Çalışmanın üçüncü temasını oluşturan okul PDR hizmetlerinin etkin olarak yürütülmesine yönelik öneriler ile ilgili ise şu verilere ulaşılmıştır;

- Okul PDR hizmetlerinin etkin olarak uygulanmasına yönelik lisans eğitimlerinin verilmesi ve etkili hizmetiçi eğitimlerle desteklenmesi,
- Görev ve unvanların netleştirildiği bir yönetmeliğin oluşturulması,
- Okul yönetimleri ile PDR servislerinin çalışma düzeneğinin daha profesyonel yapıya dönüşmesi için gerekli mevzuat değişikliklerinin yapılması.

Tartışma

Çalışmada okullarda uygulanan PDR hizmetlerinin etkililiği ile ilgili yapılan görüşmede katılımcıların tümü hizmetlerin etkili olarak verilemediğini belirtmiştir. Benzer olarak yapılan bir çalışmada da PDR hizmetlerinin yaklaşık %56 düzeyinde verildiği tespit edilmiştir (Yüksel Şahin, 2008). Farklı olarak okul yönetimlerinin PDR hizmetlerini değerlendirdiği Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) yapılan bir araştırmada ise memnuniyet düzeyi %92 bulunmuştur (Zalaquett, 2005). Yine ABD'de yapılan başka bir çalışmada okul yöneticilerinin %73'ü PDR hizmetlerinden memnun olduklarını bildirmişlerdir (Beesley ve Frey,2006). Bu durum ABD'de PDR hizmetlerinin etkin bir şekilde yürütülmesinde kolaylaştırıcı faktörlerin (eleman, malzeme, zaman yeterlilikleri vb.) sağlanmasına bağlanabilir. PDR hizmetlerinin etkin olarak yürütülmemesinin nedenleri ve ilgili değerlendirmeler şöyledir;

- Psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerinin aktif olarak uygulanması için okul saatlerinde (ilkokullar hariç) yeterli saatin ayrılmaması verisine ulaşılmıştır. Benzer olarak Hatunoğlu (2006), ErdurBaker ve Çetinkaya (2007) ve (Kızıl,2007) yaptıkları araştırmalarda rehberlik saati zamanının sınırlılığı ile ilgili problemler yaşandığını tespit etmişlerdir. Bu durum okullarda etkin PDR hizmetlerinin uygulanmasında zaman yetersizliğinin önemli bir faktör olduğunu göstermektedir.

- Somut bir yönetmeliğin ve mevzuatın olmaması ise diğer ulaşılan veridir. Benzer olarak görev tanımlarının somut olarak açıklanmamasından kaynaklı problemlerin yaşandığı çeşitli araştırmalarda tespit edilmiştir (Özer, 1998; Hamamcı, Murat ve Çoban,2004; Tuzgöl-Dost ve Keklik, 2012)

• Okullarda psikolojik danışmanlara PDR hizmetleri dışında görevlerin verildiği tespit edilmiştir. Benzer olarak okullarda psikolojik danışmanların görevleri dışında işe zorlandıkları, idari işlerde görevlendirildikleri, boş derslere girmeleri istendiği ve çeşitli görevleri olamayan isteklerde bulunulduklarına dair verilerin olduğu araştırmalar mevcuttur (Güven,2003; Hamamcı, Murat ve Çoban, 2004; Yüksel Şahin, 2008; Tagay ve Savi Çakar,2017). Son çıkarılan 14 Ağustos 2020 tarihli Psikolojik Danışma ve Rehberlik Hizmetleri Yönetmeliği'nin 21.Maddesinde psikolojik danışmanın görevleri açıklanmış olup okul yönetimlerinin PDR hizmetleri dışında görev veremeyecekleri belirlenmiştir. Bu doğrultuda psikolojik danışmanların okul PDR hizmetleri dışında görevleri kabul etmemeleri ve aksi durumlarda yasal haklarını savunmaları beklenmektedir.

• Araştırmanın diğer bulgusu da okul PDR hizmetlerinin yürütülme sürecinde okul yönetiminden kaynaklı problemlerin yaşanmasıdır. Benzer olarak yöneticilerin çok yüksek beklenti içerisinde olmaları Yüksel-Şahin (2008), PDR hizmetlerine yeterince destek olmamaları (Hamamcı, Murat ve Çoban, 2004), ilgisiz ve isteksiz olmaları, PDR hizmetlerinin amacını bilmemeleri (Nazlı,2007),ön yargılı tutum sergilemeleri (Tuzgöl-Dost ve Keklik 2012), ve görev tanımlarını bilmemeleri verilerine ulaşılmış olan çalışmalarda bulunmaktadır. Bu durum okul yönetimlerinin PDR hizmetleri açısından önemli bir problem kaynağı olduğunu göstermektedir.

• Araştırmada iş yaşamlarında uzun süren olumsuz sürecin psikolojik danışmanlarda değersizlik oluşturması nedeni ile tükenmişlik yaşanması, verisine ulaşılmıştır. Benzer olarak Rayle (2006) yaptığı çalışmada psikolojik danışmanların iş stres düzeylerini yüksek mesleki doyumlarını ise düşük bulmuştur. Yine Akten (2007) çalışma koşullarının psikolojik danışmanlarda tükenmişlik duygusuna neden olduğunu bildirmiştir. Özer (1998) ise Türkiye genelini kapsayan çalışmada psikolojik danışmanlarda duygusal tükenme, kişisel başarısızlık ve duyarsızlaşma saptamıştır. Diğer taraftan okul psikolojik danışmanlarda kişisel başarısızlık ile birlikte duyarsızlaşma ve tükenmişlik (Seğmenli, 2001, Çoban ve Demir, 2004) ve psikolojik danışman özellikleriyle (dışadönük, iletişim kurabilen, kendi ile barışık) tükenmişlik düzeyleri verileri arasında ters ilişki (Özabacı, İşmen ve Yıldız, 2004) verilerine ulaşılmıştır. Bu

durum geçmişten günümüze kadar olan tarihsel süreçte psikolojik danışmanların iş yaşam doyumlarının düşük ve tükenmişlik düzeylerinin genellikle yüksek olduğu şeklinde açıklanabilir. Gerçekte psikolojik danışmanların danışanlarla kurduğu duygusal ilişki tükenmişliğe zemin hazırlar (Watkins, 1983) ve bundan kaçınmak oldukça zordur (İkiz, 2010). PDR hizmetleri sürecinde aşırı özdeşim kurmak veya duyarsızlaşmak da objektifliği kaybettirmekte önemli bir faktör oluşturmakta ve danışmanı duygusal tükenmişliğe itmektir (İkiz, 2010). Aynı zamanda çok sayıda görüşme ve bunların çoğunluğunun benzer olmaları da psikolojik danışmanların tükenmişlik yaşamaları için faktör oluşturmaktadır (Milburn, 1981).

- Araştırmada PDR lisans eğitimlerinin yetersiz olması nedeni ile spesifik konularda etkin hizmet verilememesi, bu doğrultuda yapılan hizmetiçi eğitimlerin uygulamaya yönelik etkili olmamasından dolayı PDR hizmetlerinin etkin yürütülmesini olumsuz etkilediği belirlenmiştir. Benzer olarak yapılan bir çalışmada PDR lisans eğitimi derslerinin kuram ağırlıklı yürütüldüğü, ders sayısı ve çeşitliliğinin az olduğu ve uygulama ile paralellik göstermediği verilerine ulaşılmıştır. Yerin, Güneri, Büyükgöze-Kavas ve Koydemir (2007). Yine Tuzgöl-Dost ve Keklik (2012) tarafından yapılan çalışmada da lisans eğitimi yetersiz bulunmuş ve uygulamalar ile özel eğitim, psikolojik testler, Milli Eğitim Bakanlığı sistemi, resmi işlemler ve yazışmalar, psikolojik danışma kuramları konularının eksik verildiği değerlendirilmiştir. Doğan ve Erkan (2001) yaptıkları araştırmada lisan programlarının ders çeşitliliği, sayısı, öğretim elemanı eksiklikleri ve nitelikleri ile ilgili problemlerin olduğu verilerini paylaşmıştır.

Çalışmanın ikinci temasını oluşturan okul PDR uygulamalarında karşılaşılan güçlükler ile ilgili değerlendirme ise şöyledir;

- Odak grup görüşmesinde psikolojik danışmanlar öğretmenlerin bahane bulduklarını ve direnç gösterdiklerini belirtmişlerdir. Benzer olarak yapılan çalışmalarda öğretmenlerin yeterince psikolojik danışmanlara destek vermediği (Hamamcı, Murat ve Çoban, 2004), rehberlik hizmetlerine karşı olumsuz bakışlarının olduğu (Hatunoğlu, 2006), çalışmalara katılmada isteksiz davrandıkları ve yine ilgisizlik-isteksizliğin yanı sıra yanlış tutumlar sergiledikleri sonuçlarına varılmıştır (Parmaksız ve Gök, 2018; Tagay ve Savi Çakar, 2017).

- PDR hizmetlerinin etkin yürütülmesinde karşılaşılan diğer faktör ise okul yönetimlerinin bireysel çıkarları doğrultusunda engellemeler ve dayatmalar yapmasıdır.

Benzer olarak yapılan çalışmalarda psikolojik danışmanların görevleri dışında işlere zorlandıkları (Hamamcı, Murat ve Çoban, 2004; Hatunoğlu 2006) ve yapabileceklerinin üzerinde çalışmalar beklendiği (Altun ve Camadan, 2013) bilgilerine ulaşılmıştır.

• Velilerin sürece olumsuz şekilde dahil olmaları, evhamlı ve aşırı hassasiyet göstermeleri ise diğer bir faktör olarak belirlenmiştir. Benzer olarak yapılan çalışmalarda velilerin ilgisizliği, iş birliğine girmemeleri yanı sıra normal dışı beklentiler, sonuçları bildirilmiştir (Tagay ve Çakar, 2017; Parmaksız ve Gök, 2018; Tuzgöl-Dost ve Keklik,2012; Karataş ve Şahin-Baltacı,2013).

Çalışmanın üçüncü temasını oluşturan okul PDR hizmetlerinin etkin olarak yürütülmesine yönelik öneriler ile ilgili verilerin değerlendirmesi de şöyledir;

• Okul PDR hizmetlerinin etkin olarak uygulanmasına yönelik lisans eğitimlerinin verilmesi ve etkili hizmetiçi eğitimlerle desteklenmesi,

• Görev ve unvanların netleştirildiği bir yönetmeliğin oluşturulması, 14 Ağustos 2020 tarihli Psikolojik Danışma ve Rehberlik Hizmetleri Yönetmeliği ile görev ve unvanlar netleştirilmiştir.

• Okul yönetimleri ile PDR servislerinin çalışma düzeneğinin daha profesyonel yapıya dönüşmesi için gerekli mevzuat değişikliklerinin yapılması istenmiştir. PDR hizmetlerinin ve çalışanlarının daha özerk bir yapı ile çalışmasına yönelik öneriler henüz tam olarak gerçekleşmemiştir.

Sonuç ve Öneriler

Bu aşamada elde edilen sonuçlara göre öneriler sunulmuştur. Buna göre;

• Psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerinin aktif olarak uygulanması için okul saatlerinde (ilkokullar hariç) yeterli saatin ayrılmasına yönelik tedbirler alınmalıdır. Bu doğrultuda her öğretim kademesi (okul öncesi, ilkokul, ortaokul ve lise) için ayrılacak uygun süre Türk PDR Derneği ile yapılacak bir çalışmada bulunabilir ve pilot uygulamalardan sonra verimli bir süreç yakalanabilir.

• Somut bir yönetmelik14 Ağustos 2020 tarihli Psikolojik Danışma ve Rehberlik Hizmetleri Yönetmeliği ile oluşturulmuştur. Böylece okullarda psikolojik danışmanlara PDR hizmetleri dışında görevlerin verilmesinin önüne geçilmeye çalışılmıştır. Söz konusu yönetmeliğin sahada nasıl uygulandığı ve sonuçları izlenmelidir.

• Okul PDR hizmetlerinin yürütülme sürecinde okul yönetiminden kaynaklı problemlerin yaşanmamasına yönelik gerekli yönetsel ve mevzuat değişiklikleri ile birlikte okul yönetimlerine etkili denetim ve hizmetiçi eğitimler yapılmalıdır.

• İş yaşamlarında uzun süren olumsuz sürecin psikolojik danışmanlarda değersizlik oluşturması nedeni ile tükenmişlik yaşanmaması için süpervizyon eğitimlerinin artırılması gerekmektedir. Ayrıca meslek dayanışmasına yönelik gerek PDR Derneği gerek RAM müdürlüklerince destek çalışmalarının yapılması uygun olacaktır.

• PDR lisans eğitimlerinin uygulama ağırlıklı ve yeterli kalitede yapılması gerekmektedir. Bu doğrultuda PDR lisans eğitimlerinin akredite çalışmalarının tüm PDR lisanslarını kapsayacak şekilde yaygınlaştırılması gerekmektedir.

• Öğretmenlerin PDR çalışmalarında bahane bulmamaları ve direnç göstermemeleri için hizmetiçi eğitimler ve denetimler yapılmalıdır.

• Velilerin PDR hizmetlerine olumlu şekilde dahil olmaları için anne-baba eğitim programları düzenlenmelidir. Ayrıca velilere okul web sayfalarında düzenli olarak ulaşılmalı ve veli bültenleri ile desteklenmelidir.

Teşekkür: Çalışmaya katılan Ordu ili Altınordu ilçesi Psikolojik Danışmanlarına ve Raporör olarak çalışan Uzm Bilge TARIM'a katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Kaynakça

- Akten, S. (2007). Rehber Öğretmenlerin Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi (Yüksek Lisans Tezi), Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Edirne.
- Altun, T. ve Camadan, F. (2013). Rehber öğretmenlerin rehber öğretmen (psikolojik danışman) kavramına ilişkin algılarının metafor analizi yoluyla incelenmesi. Kastamonu Eğitim Dergisi, 21 (3), 883-918.
- Beesley, D. ve Frey, L. L. (2006). Principals' perceptions of school counselor roles and satisfaction with school counseling services. Journal of School Counseling, 4(14), 27-39.
- Britten, N. (1995). "Qualitative interviews in medical research", British Medical Journal, 311, 251-253.
- Çoban, A. E. ve Demir, A. (2004) Güneydoğu Anadolu bölgesinde görev yapan psikolojik danışmanların tükenmişlik düzeyleri ve bazı demografik değişkenlerle tükenmişlik arasındaki ilişkinin incelenmesi, Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2(28), 20-28.
- Çokluk, Ö. Yılmaz, K. Oğuz, E. (2011) Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi. Kuramsal Eğitim bilim, 4 (1), 95-107.

- Demirel, M. (2010). İlköğretim ve ortaöğretim kurumları sınıf rehberlik programının değerlendirilmesi. *Eğitim ve Bilim*, 35(156), 45-60.
- Doğan, S. ve Erkan, S. (2001). Türkiye’de Psikolojik Danışman Eğitimi Profili: Mevcut Durum, Sorunlar ve Çözüm Önerileri. VI. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi. Ankara: ODTÜ Eğitim Fakültesi.
- Duman, E. (1985). Lise Öğrencilerinin Rehberlik Uzmanlarından Görev Beklentileri ve Görev Beklentilerine Etki Eden Faktörler (Bilim Uzmanlığı Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara
- Erdur-Baker, Ö. ve Çetinkaya, E. (2007). Etik: davranışta kırılma noktası. İçinde Özyürek, R., F. KorkutOwen ve D. Owen (Ed.), Gelişen psikolojik danışma ve rehberlik, meslekleşme sürecinde ilerlemeler, (ss. 163-182), Cilt 1. Ankara: Nobel Yayın.
- Gibbs, A. (1997). Focus groups. *Social Research Update*, 19. Erişim adresi: <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU19.html>. İndirme Tarihi: 03.11.2020.
- Görkem, N. (1985). Öğrencilerin Rehberlik Uzmanlarından Gördükleri Hizmetlerle Bekledikleri Hizmetler Arasındaki Fark (Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güven, M. (2003). Psikolojik Danışmanların Okul Yöneticileri İle İlişkilerinin Değerlendirmesi VII. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi Bildiri Özetleri Kitabı (s. 102). Ankara: Türk PDR Derneği Yayını.
- Hamamcı, Z. Murat, M. Çoban, A.E. (2004). Gaziantep’teki okullarda çalışan psikolojik danışmanların mesleki sorunlarının incelenmesi. 13. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Hatunoğlu, Y.ve Hatunoğlu, Y. (2006). Okullarda verilen rehberlik hizmetlerinin problem alanları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14(1), 333-338.
- İkiz, F. E. (2010). Psikolojik Danışmanların Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(2),25-43.
- Karagüven, H. (2001). Endüstri Meslek Liselerinde Rehberlik Servislerinin İşlerliğinin İncelenmesi ve Gereksinim Belirleme Çalışması. VI. Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi. Ankara: ODTÜ Eğitim Fakültesi.
- Karataş, Z. ve Şahin, Baltacı, H. (2013). Ortaöğretim kurumlarında yürütülen psikolojik danışma ve rehberlik hizmetlerine yönelik okul müdürü, sınıf rehber öğretmeni, öğrenci ve okul rehber öğretmenin (psikolojik danışman) görüşlerinin incelenmesi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 14(2), 427-460
- Kızıl, D. (2007). Ortaöğretim kurumlarındaki rehber öğretmenlerin ve sınıf rehber öğretmenlerin sınıf içi rehberlik etkinlikleri ile ilgili görüşleri. (Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Kitzinger, J. (1994). The methodology of focus groups: the importance of interaction between research participants, *Sociology of Health and Illness*, 16 (1), 103–121.
- Kitzinger, J. (1995). Qualitative research: introducing focus groups, *British Medical Journal*, 311, 299–302.

- Lent, R. W. Brown, S.D. Hackett, G. (1994). Toward a unifying social cognitive theory of career and academic interest, choice, and performance. *Journal of Vocational Behavior*, 45, 79-122.
- Lu, C. Siu, O. ve Cooper, C.L. (2005). Managers' occupational stress in China the role of self efficacy. *Personality & Individual Differences*, 38 (3), 569-579.
- MacIntosh, J. (1981). Focus groups in distance nursing education, *Journal of Advanced Nursing*, 18 (12), 1981-1985.
- Mays, N. & Pope, C. (1995). Rigour and qualitative research, *British Medical Journal*, 311, 109-112.
- Milburn, B.M. (1981). Burnout. *Personnel and Guidance Journal*.59.484.
- Millî Eğitim Bakanlığı Rehberlik ve Psikolojik Danışma Hizmetleri Yönetmeliği, Resmi Gazete, 14 Ağustos 2020sayı:31213 Erişim adresi: <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/08/20200814.pdf>
- Nazlı, S. (2007). Okul Yöneticilerinin Rehberlik ve Psikolojik Danışma Hizmetlerini Algılamaları. *Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 26, 155-166.
- Nelson, J.E. ve Frontczak, N.T. (1998). How acquaintanceship and analyst can influence focus group results, *Journal of Advertising*, 17 (1), 41-48.
- Özabacı, N. İşmen, A. E. Yıldız, S.A. (2004). Psikolojik Danışmanların İdeal Özellikleri ile Yılgınlık Düzeylerinin Karşılaştırması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 10(37):8-25.
- Özer, R. (1998). Rehber öğretmenlerde tükenmişlik düzeyi, nedenleri ve çeşitli değişkenlere göre incelenmesi (Yüksek Lisans Tezi). Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Parmaksız İ, Gök A. (2018). Okul Psikolojik Danışmanlarının Psikolojik Danışma ve Rehberlik Hizmetlerinin Yürütülmesinde Karşılaştıkları güçlükler. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 47,247-265.
- Rayle, A. D. (2006). Do School Counselors Matter? Mattering As a Moderator Between Job Stress and Job Satisfaction. *Professional School Counseling*, 9 (3), 206-215.
- Schaubroeck, J. Jones, J.R. ve Xie, J.L. (2001). Individual differences in utilizing control to cope with job demands: Effects on susceptibility to infectious disease. *Journal of Applied Psychology*, 86 (2), 265-278.
- Seğmenli, S. (2001). Rehber öğretmenlerin tükenmişlik düzeylerinin incelenmesi. (Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tagay, Ö. ve Savi Çakar, F. (2017). Okullarda Yürütülen Psikolojik Danışma ve Rehberlik Hizmetlerine İlişkin Okul Psikolojik Danışmanlarının Görüşleri. *KEFAD* 18(3),1168-1186.
- Tuzgöl-Dost, M. ve Keklik, İ. (2012). Alanda çalışanların gözünden psikolojik danışma ve rehberlik alanının sorunları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23, 389-407.
- Watkins, C. E. (1983). Burnout in counseling practice: some potential professional and personal hazards of becoming a counselor. *The Personnel And Guidance Journal*. January. 304-308.
- Yerin Güneri, O, Büyükgöze Kavas, A. Koydemir, S. (2007). Okul psikolojik danışmanlarının profesyonel gelişimi: Acemilikten olgunlaşmaya giden zorlu yol. İçinde R. Özyürek, F. Korkut Owen ve D. W. Owen (Ed.), *Gelişen psikolojik*

danışma ve rehberlik, meslekleşme sürecinde ilerlemeler, (ss.139-160), Cilt 1. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Yüksel-Şahin F. (2008). Ortaöğretimdeki öğrenci görüşlerine göre Psikolojik Danışma ve Rehberlik (PDR) hizmetlerinin değerlendirilmesi. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi. 5(2),1-26.

Zalaquett, C. P. (2005). Principals' perceptions of elementary school counselors' role and functions. Professional School Counseling, 8, 451-457.

Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması

Fatih AYDOĞDU*

Raziye PEKŞEN AKÇA†

Öz

Bu çalışma Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin Türkçe'ye uyarlanması amacıyla yapılmıştır. Araştırmaya Erzincan Binali Yıldırım ve Kayseri Üniversitesi ön lisans Çocuk Gelişimi Programı'nda öğrenim gören 200 öğrenci ile onların 18 yaş ve üstündeki 425 aile üyesi olmak üzere toplam 625 katılımcı dâhil edilmiştir. Ölçeğin geçerliği yapı geçerliği ve ölçüt dayanaklı geçerlik ile sınanmıştır. Yapı geçerliği kapsamında doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda üç madde çıkarılmış, geriye kalan 31 madde orijinalinde olduğu gibi tutum ve duygu olmak üzere iki alt boyutta toplanmıştır. Ölçüt dayanaklı geçerlik kapsamında ise Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği uygulanmış, iki ölçek arasında güçlü, pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ölçeğin güvenilirlik çalışmaları kapsamında, alt boyutlar arası güçlü ve pozitif yönde ilişki tespit edilmiş, Cronbach Alpha değeri tutum alt boyutu için .91, duygu alt boyutu için .83 olarak bulunmuştur. Bu bulgular ölçeğin geçerlik ve güvenilirliğinin sağlandığını göstermektedir. Sonuç olarak uyarlanan ölçeğin, mülteci çocuklara yönelik tutumlar ile ilgili araştırmalarda kullanılabilir geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: Mülteci Çocuk, Yerel Halk, Tutum, Ölçek Uyarlama

Adaptation of the Attitude Scale Toward Refugee Children into Turkish

Abstract

This study was carried out in order to adapt the Attitude Scale for Refugee Children to Turkish. A total of 625 participants, including 200 students from Erzincan Binali Yıldırım and Kayseri University Associate Degree Child Development Program, and 425 family members aged 18 and over, were included in the study. The validity of the scale was tested with the construct validity and criterion validity. Confirmatory factor analysis was performed within the scope of construct validity. As a result of the analysis, three items were removed, and the remaining 31 items were collected in two sub-dimensions as attitude and emotion as in the original. Within the scope of criterion-based validity, the Attitude Scale of Local People towards Syrians was applied, and a strong, positive and significant relationship was found between the two scales. Within the scope of the reliability studies of the scale, a strong and positive relationship was found between the sub-dimensions, the Cronbach Alpha value was found as .91 for the attitude sub-dimension and .83 for the emotion sub-dimension. These findings show that the validity and reliability of the scale was ensured. As a result, it can be said that the adapted scale is a valid and reliable measurement tool that can be used in studies about attitudes towards refugee children.

Keywords: Refugee Child, Locals, Attitude, Scale Adaptation

Geliş/Received: 27.02.2021

Kabul/Accepted: 23.06.2021

* Bu çalışma için Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsani Araştırmalar Etik Kurulu'ndan (30/03/2020-03/14) izin alınmıştır.

* Sorumlu Yazar, Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, faydogdu1985@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5123-0824

† Öğr. Gör. Dr. - Kayseri Üniversitesi, Develi Hüseyin Şahin Meslek Yüksekokulu, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, peksenakca@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1989-8212

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Ne gönüllü göçün ne de zorunlu göçün yeni bir fenomen olmadığı, bununla birlikte son birkaç yılda zorunlu göçün artan bir ilgi konusu haline geldiği söylenebilir (Dako-Gyeke ve Adu, 2017). Dünya çapında zorla yerinden edilen bireylerin nüfusu son on yılda önemli ölçüde artmış, 2009'da 43.300.000 kişi iken 2018'de 70.800.000'e yükselmiştir. Mülteciler ve sığınmacılar bu nüfusun %41'ini oluşturmaktadır (United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR), 2019). Bu grup içinde önemli bir yer edinen mülteciler din, ırk, milliyet, siyasi görüş veya belirli bir sosyal gruba üyelik nedeniyle zulüm görme korkusu nedeniyle menşe ülkelerinden kaçan bireyler tanımlanabilir.

Yeni bir ülkeye göç etme ve yeniden yerleştirme süreci mülteciler için zor olabilir. Mülteciler için zorlu göç yolculukları, onları psikolojik ve ekonomik sorunlar açısından yüksek risklerle karşı karşıya bırakır (O'Donnell, Stuart ve O'Donnell, 2020). Bu zorluklar göç sonrasında da devam edebilir; yeni bir ülkeye yerleştirildikten sonra bile refah ve sosyal işlevsellikte uzun vadeli eşitsizliklere yol açabilir (Hynie, 2018). Bununla birlikte mültecilerin göç sonrası yaşadıkları sosyal dışlanma ve ayrımcılık deneyimleri (Onsando ve Billett, 2017), geride bırakılan ailelerle ilgili endişeler (Chandler vd., 2020), kültürel farklılıklar (Ellis vd., 2019), barınma sorunları (Rose ve Charette, 2017) ve dil sorunları (Ćatibušić, Gallagher ve Karazi, 2019) kültürleşme süreçlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum ise stres ve depresyon gibi ruh sağlığı sorunlarına neden olabilir (Morris vd., 2009).

Genel mülteci sayısının yaklaşık yarısını oluşturan mülteci çocuklar (UNHCR, 2019), göç sürecinden en çok etkilenen gruptur (Aydoğdu, 2019). Çocukluk ve ergenlik dönemi fiziksel, zihinsel, ruhsal ve sosyal alanlarda büyük değişikliklerin olduğu önemli yaşam aşamalarını içerir. Bu dönemlerde travmatik yaşantılara neden olabilen yeni bir ülkeye taşınma süreci, çocukların aile ilişkilerini, sosyal ve eğitimsel performanslarını çeşitli şekillerde etkileyebilir (Gomez, 2015). Bu dönemde çocukların beslenme, eğitim ve sağlık hizmetlerine sınırlı erişimi, düşük sosyoekonomik statü, şiddet, savaş, istismar ve sömürü gibi durumlara uzun süreli maruz kalmaları gelişimleri üzerinde olumsuz etkiler bırakabilir (Vaghri, Tessier ve Whalen, 2019).

Mülteci çocuklar göçle ilişkili birçok faktörden dolayı çeşitli sorunlarla karşı karşıyadır. Menşei ülkelerinden kaçmaya iten nedenlerden dolayı travma, şiddet ve sıkıntı yaşadıkları gibi (Cleary vd., 2019), göç sonrasında yoksulluk ve kültürel uyum (Ellis vd., 2010), dil sorunları (Watters, 2007), zihinsel sağlık bozuklukları (Erucar, Maltby ve Vostanis, 2018; Ventevogel ve de Jong, 2020), bilişsel bozukluklar (Chen vd., 2019), uyum sorunları (Aydoğdu, 2019) ve eğitim sorunları (Eid ve Rokis, 2019) yaşamaktadır. Bu sorunlar göç öncesi olumsuz yaşantılardan kaynaklı olarak ortaya çıkabildiği gibi (Thomas, 2016) göç sonrası birçok faktörden de etkilenmektedir. Ebeveynlerin çocukların eğitim tarzları ve beklentileri hakkındaki bilgisizlikleri, öğretmenlerin önyargıları ve beklentilerinin düşük olması, çocukların zorbalık ve ırk ayrımcılığına maruz kalmaları (Graham, Minhas ve Paxton, 2016),

mülteci çocuklara özgü eğitim anlayışının olmayışı (Şeker ve Sirkeci, 2015), mülteci çocukların akranları tarafından dışlanması (Hart, 2009), sağlık hizmetlerine erişimde güçlük yaşamaları (Parajuli ve Horey, 2019), barınma şartlarının elverişsizliği (Mahamid ve Veronese, 2020), aile üyelerinin kaybı ya da aile parçalanması (Berger Cardoso vd., 2019) gibi durumlar bu faktörlere örnek olarak verilebilir. Mülteci çocukların uyumunu, entegrasyonunu ve eğitimsel ihtiyaçlarının karşılanmasını güçleştiren bir diğer sorun ise toplumun mülteci çocuklara yönelik tutumları ve algılarıdır. Mülteci çocuklara yönelik önyargı ve ayrımcılık, içselleştirme (depresyon, utangaçlık ve sosyal izolasyon) ve dışsallaştırma (saldırganlık, öfke ve madde kullanımı) sorunlarına neden olabilir (Sirin vd., 2015). Alanyazın incelendiğinde Türkiye’de gençlerin Suriyeli mültecilere yönelik tutumlarını (Keleş vd., 2016), öğretmenlerin mülteci öğrencilere yönelik tutumlarını (Kanbur, 2017; Sağlam ve Kanbur, 2017; Terzi, Göçen ve Altun, 2019), altıncı, yedinci ve sekizinci sınıfta öğrenim gören öğrencilerin mülteci öğrencilere yönelik tutumlarını (Kılcan, Çepni ve Kılınç, 2017), lise öğrencilerinin Suriyelilere bakış açılarını (Köksal, Köksal ve Köksal, 2017), üniversite öğrencilerinin Suriyeli sığınmacılara yönelik tutumlarını (Kabaklı Çimen ve Ersoy Quadir, 2017), ev sahibi toplumun Suriyeli sığınmacılara yönelik tutumlarını (Ersoy Quadir ve Kabaklı Çimen, 2018; Özüdoğru vd., 2018; Sarı ve Yalçınkaya Alkar, 2018), öğretmenlerin yabancılara yönelik tutumlarını (Yağan, 2020) değerlendiren ölçme araçları bulunmaktadır.

Ev sahibi topluluklarda mültecilere ve göçmenlere yönelik halkın tutumunu anlamak, mülteci ve göç konularında çalışanlar için giderek daha önemli bir görev haline gelmiştir (Dempster ve Hargrave, 2017). Bu ihtiyaç son yıllarda mültecilere yönelik tutumları ölçen araçların geliştirilmesiyle karşılanmıştır. Ancak çocuklar özelinde Türk vatandaşların mülteci çocuklara yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik bir ölçeğin geliştirilmediği ya da uyarlanmadığı görülmektedir. Mülteci çocuklara yönelik tutumları belirleyen ölçme araçları bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü mülteci çocukların yerleştikleri topluma entegre olmaları, onların beklenti ve ihtiyaçlarına uygun hizmetler sunulması için her şeyden önce yerel halkın tutumlarını belirlemek esastır (Angelidou, Aguaded-Ramírez ve Rodríguez-Sabiote, 2019). Ev sahibi ülkedeki genel nüfusun mülteci çocuklara yönelik tutumları; gruplar özelinde çocukların, öğretmenlerin, sağlık çalışanlarının, sosyal çalışmacıların mülteci çocuklara yönelik tutumlarını etkileyebilir. Bununla birlikte mülteci çocukların göç ettikleri toplumda entegrasyonunu sağlayan gruplar da toplumdaki insanların mülteci çocuklara yönelik genel algıları üzerinde etkili olabilir. Örneğin, öğretmenlerin mülteci çocuklara yönelik algıları, toplumun çokkültürlü eğitime yönelik bakış açılarını olumlu yönde etkileyebilir (Akman, 2020). Bu ise öğretmenlerin mülteci olmayan çocukların ailelerinin, mülteci çocuklara yönelik algılarının olumlu yönde geliştirilmesinde etkili olabilir. Diğer yandan çocuklar model olarak ebeveynlerinin ve öğretmenlerinin tutumlarını benimseme eğiliminde olduklarından, yetişkinlerin mülteci çocuklara yönelik tutumlarından etkilenebilirler (Dijkshoorn, 2016). Ancak mülteci çocuklara yönelik tutumları belirleyen bir ölçme aracının olmaması bu karşılıklı etkiyi açıkça ortaya koyamamaktadır. Uyarlanan ölçeği geliştiren yazarlar da yerel halkın mülteci çocuklara yönelik tutumlarını ölçen araçların

kısıtlılığında bahsetmektedir (Angelidou, Aguaded-Ramírez ve Rodríguez-Sabiote, 2019). Bu nedenlerden dolayı toplumun mülteci çocuklara yönelik tutumlarının, algılarının ve duygularının belirlenmesi, toplumun mülteci çocuklara yönelik bakış açılarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi, karşılaştırmalı ve ilişkisel çalışmalarla çocukların da mülteci çocuklara yönelik bakış açılarını etkileyip etkilemediğinin ortaya konması açısından önemli görülmektedir.

Araştırmanın Amacı

Araştırmada Angelidou, Aguaded-Ramírez ve Rodríguez-Sabiote (2019) tarafından geliştirilen Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği (MÇYTÖ)' nin Türkçe'ye uyarlanması amaçlanmıştır.

Yöntem

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubuna, 2019-2020 eğitim öğretim yılında Erzincan Binali Yıldırım ve Kayseri Üniversitesi ön lisans Çocuk Gelişimi Programı'nda öğrenim gören öğrenciler (200) ve onların 18 yaş ve üstündeki aile üyelerinden (425) oluşan toplam 625 katılımcı dâhil edilmiştir. Katılımcıların %62,4'ünün kadın olduğu, %40'ının 18-24, %25,3'ünün 25-35, %21,1'inin 36-45, %8'inin 46-55 ve %5,6'sının 56 ve üstünde yaşa sahip olduğu, %72'sinin lise ve üzerinde öğrenim düzeyine sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca %38,6'sının tanıdığı/çevresinde mülteci olduğu ve sadece %7,5'inin mülteci yakın arkadaşı olduğu belirlenmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama aracı olarak Kişisel Bilgi Formu, Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği ve Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği kullanılmıştır. Türk kültüründe 18 yaş ve üstündeki ev sahibi insanların mülteci çocuklara yönelik tutumlarını ölçebilecek nitelikte başka bir ölçek olmadığından ölçüt dayanlı geçerliği test etmek amacıyla yerel halkın Suriyelilere yönelik tutumlarını belirleyen ölçek kullanılmıştır. Türkiye'de Suriyeliler mülteci grup içerisinde yer aldığından Suriyelilere yönelik genel tutumun mülteci çocuklara yönelik tutumla ilişkili olacağı söylenebilir.

1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmacılar tarafından oluşturulan Kişisel Bilgi Formunda, araştırmaya dâhil edilen bireylerin cinsiyeti, yaşı, öğrenim düzeyi, çevresinde mülteci tanıdığı ve yakın mülteci arkadaşı olup olmadığı hakkında bilgileri elde etmek amacıyla maddeler yer almaktadır.

2. Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği

Angelidou, Aguaded-Ramírez, ve Rodríguez-Sabiote, (2019) Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği, ev sahibi ülke vatandaşlarının mülteci çocuklara yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçeğin geliştirilme çalışmalarına 535 katılımcı (18-24 arası; %26,6, 25-35 arası; %53,9, 36-55 arası;16,2, 56 ve üstü; %3,3) dâhil edilmiştir. Ölçek, tutum (24 madde) ve duygu (10 madde) olmak üzere iki alt boyut ve 34 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin kapsam geçerliğini test etmek amacıyla uzman (n=6) görüşüne başvurulmuştur. Uzmanlar maddeleri içerik, ifade, anlatım ve ilgili olma durumları açısından değerlendirmiş, bu değerlendirme ölçütlerinin korelasyon katsayıları sırasıyla .57, .55, .67 ve .68 olarak bulunmuştur. Sonuçlar dört ölçüt için orta düzey uyum değerlerinin elde edildiğini,

böylece ölçeğin uygun ve homojen olduğunu göstermiştir. Ayrıca maddelerin düzeltilmiş madde-toplam korelasyon değerleri incelenmiş, beş madde dışındaki tüm maddelerin düzeltilmiş madde-toplam korelasyon değerlerinin .35'ten yüksek olduğu belirlenmiştir. Ölçeğin güvenirlik analizleri kapsamında Cronbach Alpha değeri incelenmiş, tutum alt boyutu için .92, duygu alt boyutu için .68 olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu kanıtlanmıştır (Angelidou, Aguaded-Ramírez ve Rodríguez-Sabiote, 2019).

3. Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği

Özüdoğru vd. (2018) tarafından geliştirilen ölçek, yerel halkın Suriyelilere yönelik tutumunu ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek, kabul etme (11 madde), tehdit (10 madde) ve reddetme (5 madde) olmak üzere üç alt boyut ve 26 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin “tehdit” ve “reddetme” alt boyutlarını oluşturan maddeler ters puanlanmaktadır. Ölçekte maddelere katılma dereceleri tamamen katılıyorum, katılıyorum, kararsızım, katılmıyorum ve tamamen katılmıyorum şeklinde beş kategorili olarak belirlenmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 26, en yüksek puan ise 130'dur. Yüksek puan Suriyelilere yönelik güçlü bir tutuma sahip olduğunu gösterir. Ölçeğe ait Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) değeri. 97 ölçeğin faktörlerinin açıkladığı toplam varyans oranı 66,335 olarak bulunmuştur. Cronbach Alpha katsayısı ölçeğin toplamı için .97; kabul etme faktörü için .95; tehdit faktörü için .94; reddetme faktörü için .85 olarak bulunmuştur. Sonuçlar ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu göstermektedir (Özüdoğru vd., 2018).

Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması amacıyla öncelikle Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi İnsani Araştırmalar Etik Kurulu'ndan etik onay izni alınmıştır (Tarih: 30/03/2020, Protokol No:03/14). Sonrasında ölçek formları Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi ve Kayseri Üniversitesi'nde öğrenim gören ön lisans çocuk gelişimi öğrencileri ve onların 18 yaş ve üstündeki yaşından aile üyelerine uygulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin dışında kalan grubun araştırmaya katılması için katılımcı öğrencilerden destek alınmıştır. Araştırmada ölçek formlarının uygulanması amacıyla google form aracılığıyla araştırmaya katılma linki oluşturulmuştur. Katılımcılar linke tıkladığında açılan sayfada çalışmanın amacıyla ve uygulanmasıyla ilgili bilgiler yer almaktadır. Bu bilgileri okuduktan sonra araştırmaya katılmaları için onam verdiklerine dair onay kutusuna tıklayarak onamlarını beyan etmeleri istenmiştir. Bu bilgilerin altında ise “Kişisel Bilgi Formu” ve ölçek soruları yer almaktadır. Katılımcılardan tüm sorulara cevap verdikten sonra “gönder” tuşuna basmaları gerektiği belirtilmiştir.

İşlem

MÇYTÖ' nin Türk kültürüne uyarlama çalışması kapsamında öncelikle ölçeğin özgün formunu geliştiren sorumlu yazar Georgia Angelidou ile iletişime geçilmiş ve gerekli izinler alınmıştır. Ölçeğin İngilizce formunun Türkçeye çevrilmesi sürecinde İngilizce diline hakim dört akademisyene ölçeğin maddelerini birbirinden bağımsız bir şekilde çevirisi yaptırılmıştır. Ölçeğin çevrilen ilk taslak hali, iki dil uzmanına gönderilmiş, maddelerin orijinal halini karşılayıp karşılamadığı konusunda görüşleri alınmıştır. Sonrasında Türkçe alanında bir uzmana gönderilmiş, uzmanın maddeleri dil yapısı ve ifade

açısından değerlendirmesi istenmiştir. Daha sonra Türkçe formu iki çeviri uzmanına gönderilmiş ve İngilizce'ye çevirmeleri istenmiştir (Deniz, 2007). Ölçeğin çeviri metinleri karşılaştırılmış, ölçeğin orijinalinde yer alan maddeleri en doğru şekilde ifade ettiği düşünülen çeviriler dikkate alınmıştır. Uyarlama sonrası ölçekle ilgili başka düzeltmeler olup olmadığını gözden geçirmek amacıyla deneme grubuna uygulanmasının önemli olduğu belirtilmektedir (Karakoç ve Dönmez, 2014). Bu doğrultuda ölçek 50 kişilik bir gruba uygulanmış, maddelerle ilgili düzeltmeler yapılmıştır. Ölçeğin tutum alt boyutunda yer alan maddelere kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, yansız, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum şeklinde yanıt verilirken; duygu alt boyutunda yer alan maddelere çok zayıf, zayıf, hiç, güçlü ve çok güçlü ifadeleriyle cevap verilmektedir. Ancak bu derecelendirme ifadeleri Türk kültüründe anlam karmaşasına neden olduğundan, sorumlu yazar ile görüşmeler neticesinde her iki alt boyut için de katılma dereceleri “kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum” şeklinde değiştirilmesinin uygun olacağı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS ve Lisrel programları kullanılmıştır.

Bulgular

Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeğinin Türk kültürüne uyarlama çalışmaları kapsamında geçerlik ve güvenirlik analizleri yapılmıştır.

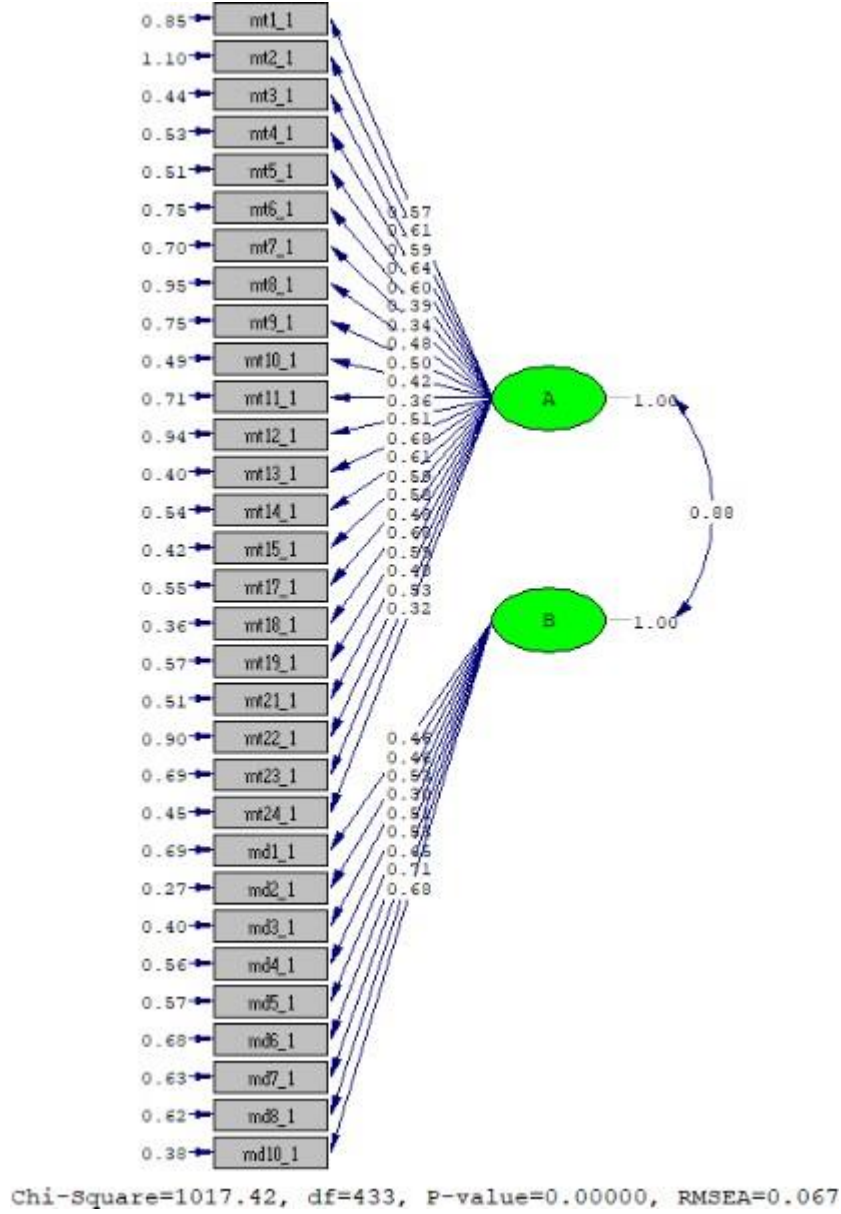
Geçerlik Analizleri

Ölçeğin geçerlik çalışmaları kapsamında yapı geçerliği ve ölçüt dayanıklı geçerliği test edilmiştir.

Yapı Geçerliği

Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin Türk kültüründe model uyumunu incelemek amacıyla yapı geçerliği kapsamında Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. DFA, ölçek geliştirme ve uyarlama sürecinde daha önce açılımlayıcı faktör analizi ile belirlenmiş olan bir modelin ya da yapının test edilmesi veya doğrulanıp doğrulanmadığının incelenmesi amacıyla kullanılan bir analiz tekniğidir (Seçer, 2015). Bu doğrultuda Angelidou, Aguaded-Ramírez ve Rodríguez-Sabiote (2019) tarafından geliştirilen Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin orijinal formunda yer alan 34 madde ve iki alt boyutlu yapının Türk kültüründe model uyumu geniş bir örneklem üzerinde test edilmiştir. DFA öncesinde uç değer ve normallik analizleri yapılmış ve olası aykırı veriler veri setinden çıkartılmıştır. Analiz sürecinde her bir maddenin en az .30 düzeyinde bir faktör yük değerine sahip olması gerektiği kriteri (Tabachnick ve Fidel, 2001) göz önünde bulundurulmuştur. Bu bağlamda DFA için gerekli kriterler sağlanana kadar farklı modeller ile analiz tekrarlanmıştır. Bu anlamda 34 madde ve iki alt boyutlu olarak test edilen ilk modelin uyum indekslerinin kısmen yeterli olduğu belirlenmesine karşın ($X^2=1852,46$, $SD=348$, $X^2/Sd=5,32$, $RMSEA: .077$, $RMR: .84$, $SRMR: .78$, $CFI: .91$, $GFI: .92$, $NFI: .93$) üç maddenin faktör yük değerlerinin düşük olduğu belirlenmiştir (Birinci alt boyut; $M16= .12$, $M20= .17$, ikinci alt boyut; $M9= .15$). Bu nedenle ilgili alan uzmanı ve ölçme değerlendirme uzmanlarının görüşleri doğrultusunda söz konusu üç madde ölçek formundan çıkartılarak modelin yeniden test edilmesi kararlaştırılmıştır. Dolayısıyla söz konusu üç maddenin veri setinden çıkartılması

ile oluşan 31 madde ve iki alt boyutlu yapıya ilişkin olarak test edilen modelin madde faktör yük değerlerinin ve uyum indekslerinin bir önceki modele göre daha iyi uyum değerlerine sahip olduğu ve madde faktör yük değerlerinin de tüm maddeler için kriter olarak alınan .30 değerinin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. 31 madde ve iki faktörlü yapıya ilişkin DFA sonucu Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1. Standardize Edilmiş DFA Sonuçları

Şekil incelendiğinde Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin model uyum indeks değerlerinin ($X^2=1017,42$, $SD=433$, $X^2/SD=2,34$, $RMSEA: .067$, $RMR: .61$, $SRMR: .62$, $CFI: .97$, $GFI:$

.97, NFI: .96) olduğu ve ölçeğin iki faktörlü (A=birinci alt boyut, B=ikinci alt boyut) yapısının yeterli uyum düzeyine sahip olduğu anlaşılmaktadır (Büyüköztürk, 2012; Tabachnick ve Fidell, 2001). Buna ek olarak Şekil 1'de verilen değerler incelendiğinde ölçekte yer alan maddelerin madde faktör yük değerlerinin .30 ile .71 arasında değiştiği ve bu değerlerin ölçeğin model uyumuna işaret ettiği söylenebilir. Bu sonuçlara göre Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin DFA analizi sonuçları doğrultusunda yeterli düzeyde yapı geçerliğine sahip söylenebilir.

Ölçüt Dayanlı Geçerlik

Ölçeğin (MÇYTÖ) ölçüt geçerliğini test etmek amacıyla “Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği” ile arasındaki korelasyon katsayısı incelenmiş ve sonuçlar Tablo 1’de rapor edilmiştir.

Tablo 1: MÇYTÖ ile Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

		Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği			
		Kabul etme	Tehdit	Reddetme	
Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği	Tutum	r	,62**	,63**	,61**
		p	,000	,000	,000
		N	625	625	625
	Duygu	r	,63**	,59**	,60**
		p	,000	,000	,000
		N	625	625	625

Tablo 1 incelendiğinde Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin alt boyutları ile Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği'nin alt boyutları arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir. Sonuç olarak uyarlanan ölçeğin Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği ile pozitif yönde ve güçlü bir ilişki ortaya koyduğu (Schober, Boer ve Schwarte, 2018) ve ölçüt dayanlı geçerliğin sağlandığı söylenebilir.

Güvenirlilik Analizleri

Ölçeğin güvenirlilik çalışmaları kapsamında madde ve faktörlerin güvenirliliği için alt boyutları arası korelasyon ve Cronbach Alpha katsayıları incelenmiş, elde edilen sonuçlar rapor edilmiştir.

Korelasyon Katsayıları

Ölçeğin güvenirliliğini test etmek için korelasyon katsayılarına ilişkin yapılan analiz sonuçları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Alt boyutların korelasyon katsayıları

Alt boyutlar	Tutum	Duygu
Tutum	1.00	.74**
Duygu	.74**	1.00

Tablo 2’ de görüldüğü ölçeğin tutum ile duygu alt boyutları arasında güçlü ve pozitif yönde ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Cronbach Alpha Katsayıları

Ölçeğin güvenilirliği kapsamında Cronbach Alpha katsayılarına ilişkin yapılan analiz sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3: Ölçeğin Cronbach Alpha Katsayıları

Boyutlar	Cronbach Alpha
Tutum	.91
Duygu	.83

Tablo 3’te görüldüğü gibi Cronbach Alpha değeri tutum alt boyutu için .91 ve duygu alt boyutu için .83 olarak belirlenmiştir. Ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarında ölçeklerin güvenilir kabul edilebilmesi için genel olarak .70 ve üzerinde bir güvenilirlik değerine sahip olması beklenir (Fraenkel, Wallen ve Hyun, 1993). Elde edilen bulgular doğrultusunda Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği’ nin iç tutarlık güvenilirliğine sahip olduğu söylenebilir.

Sonuç ve Öneriler

Mülteci çocuklar göç sürecinin yarattığı etkilerin bir sonucu olarak birçok sorun yaşamaktadır. Mülteci çocukların bu sorunların üstesinden gelmelerinde mülteci çocuklara yönelik algıların önemli bir faktör olduğu söylenebilir (Hebebrand vd., 2016). Öyle ki mültecilere yönelik algılar olumlu olduğunda gruplar arası temasın artacağı, böylece ev sahibi toplulukla etkileşimlerinin artacağı ve daha iyi refah gösterecekleri belirtilmektedir (Tip vd., 2019). Ev sahibi ülkedeki insanların mülteci çocuklara yönelik tutumları birçok faktörden etkilenmektedir (Cowling, Anderson ve Ferguson, 2019; Plener vd., 2017; Nakeyar, Esses ve Reid, 2018). Bu açıdan değerlendirildiğinde ev sahibi toplumun mülteci çocuklara yönelik tutumlarını değerlendiren bir ölçeğin uyarlama çalışmasının yapılması, mülteci çocuklara yönelik tutumları etkileyen faktörlerin değerlendirilmesi açısından önemli görülmektedir.

Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği’ nin Türk kültürüne uyarlama çalışmaları sonucunda yapı ve ölçüt geçerliğinin sağlandığı görülmüştür. Ölçeğin yapı geçerliği sonucu üç maddenin ölçek geneli ile yeterli uyuma sahip olmadığı ve faktör yük değerlerinin düşük olduğu gerekçesiyle ölçekten çıkartılmıştır. Diğer maddelerin ise madde faktör yük değerlerinin .30 ile .71 arasında değiştiği, orijinalinde olduğu iki faktörlü yapı içinde yer aldığı ve iki faktörlü yapının ölçeğin iki faktörlü yapısının yeterli uyum düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Ölçüt dayanlı geçerlik kapsamında uyarlanan ölçek ile “Yerel Halkın Suriyelilere Yönelik Tutum Ölçeği” arasındaki korelasyon düzeyleri incelenmiş, güçlü ve pozitif yönde ilişki ortaya koyduğu tespit edilmiştir (Schober, Boer ve Schwarte, 2018). Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği’ nin güvenilirlik çalışması kapsamında alt boyutlar arası korelasyon ve

Cronbach Alpha katsayı değerleri incelenmiştir. Alt boyutlar arasında korelasyon değerlerinin güçlü ve pozitif yönde ilişki gösterdiği tespit edilmiştir. Cronbach Alpha değerleri incelendiğinde ise tutum alt boyutu için .91 ve duygu alt boyutu için .83 değerlerinin elde edildiği görülmüştür. Bu sonuçlar doğrultusunda iç tutarlık değerlerinin yüksek düzeyde olduğu ve ölçeğin güvenilirliğinin sağlandığı söylenebilir (Fraenkel, Wallen ve Hyun, 1993).

Elde edilen sonuçlar doğrultusunda Türk kültürüne uyarlanan Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği ile ilgili şu bilgiler verilebilir:

- Ölçekte yer alan maddelere kesinlikle katılmıyorum (1 puan), katılmıyorum (2 puan), kararsızım (3 puan), katılıyorum (4 puan) ve kesinlikle katılıyorum (5 puan) şeklinde cevap verilebilmektedir.
- Ölçek tutum (22 madde) ve duygu (9 madde) olmak üzere iki alt boyut ve 31 maddeden oluşmaktadır.
- Tutum alt boyutu, yerel halkın mülteci çocuklara yönelik tutumlarını ölçmektedir. Bu alt boyut 22 maddeden oluşmaktadır. Tutum alt boyutta yer alan 9 madde ters puanlanmaktadır. Bu alt boyuttan alınabilecek en düşük puan 22, en yüksek puan, 110'dur. Yüksek puan yerel halkın çocuklara yönelik tutumlarının iyi düzeyde olduğunu göstermektedir.
- Duygu alt boyutu, yerel halkın mülteci çocuklara yönelik duygu düzeylerini ölçmektedir. Bu alt boyutta 9 madde yer almaktadır. Duygu alt boyutunda 4 madde ters puanlanmaktadır. Bu alt boyuttan alınabilecek en düşük puan 9, en yüksek puan 45'tir. Yüksek puan yerel halkın çocuklara yönelik duygularının iyi düzeyde olduğunu göstermektedir.

Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği'nin Türkiye'de 18 yaş ve üstündeki ev sahibi ülke vatandaşlarının mülteci çocuklara yönelik tutumlarını ölçmeye yönelik ilk ölçek olması, yapı-ölçüt dayanlı geçerliklerinin sağlanmış olması, güvenilirlik değerlerinin yüksek düzeyde karşılanmış olması, farklı illerde yaşayan (Erzincan-Kayseri) katılımcılar üzerinde geçerlik-güvenirlik çalışmalarının yapılması gibi özelliklerin ölçeğe değer kattığı düşünülmektedir.

Bu araştırmada Mülteci Çocuklara Yönelik Tutum Ölçeği' nin uyarlama çalışması karma bir örneklem üzerinde geliştirilmiş olup çocuğu mülteci çocuklarla öğrenim gören yetişkinler üzerinde geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılabilir. Ayrıca ölçek ev sahibi ülkeden yaşayan yetişkinlerin mülteci çocuklara yönelik tutumlarını konu alan çalışmalarda kullanılabilir.

Yazar Katkıları: Bu çalışmanın tüm bölümlerinde yazarlar ortak katkı sunmuştur.

Çıkar Beyanı: Yazarlar, bu makalenin araştırılması, yazarlığı ve / veya yayınlanmasına ilişkin herhangi bir potansiyel çıkar çatışması beyan etmemiştir.

Kaynakça

- Akman, Y. (2020). Öğretmenlerin mülteci öğrencilere yönelik tutumları ile çokkültürlü eğitim algıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 49, 247-262. [10.9779/pauefd.442061](https://doi.org/10.9779/pauefd.442061)
- Angelidou, G., Aguaded-Ramírez, E. M., & Rodríguez-Sabiote, C. (2019). Design and validation of a scale measuring attitudes toward refugee children. Sustainability, 11(10), 2797. [10.3390/su11102797](https://doi.org/10.3390/su11102797)
- Aydoğdu, F. (2019). Göçmen aile çocuklarının uyum düzeylerine sosyal uyum eğitim programının etkisinin incelenmesi (Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Berger Cardoso, J., Brabeck, K., Stinchcomb, D., Heidbrink, L., Price, O. A., Gil-García, Ó. F., ... & Zayas, L. H. (2019). Integration of unaccompanied migrant youth in the United States: a call for research. Journal of Ethnic and Migration Studies, 45(2), 273-292. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1404261>
- Büyükoztürk, Ş. (2007). Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı. Ankara: Pegem Akademik Yayıncılık.
- Ćatibušić, B., Gallagher, F., & Karazi, S. (2019). Syrian voices: an exploration of the language learning needs and integration supports for adult Syrian refugees in Ireland. International Journal of Inclusive Education, 1-18. <https://doi.org/10.1080/13603116.2019.1673957>
- Chandler, H., Boothby, N., McNatt, Z., Berrigan, M., Zebib, L., Freels, P. E., & Majd, E. (2020). Causes of family separation and barriers to reunification: Syrian refugees in Jordan. Journal of Refugee Studies, 33(2), 371-389. <https://doi.org/10.1093/jrs/feaa033>
- Chen, A., Panter-Brick, C., Hadfield, K., Dajani, R., Hamoudi, A., & Sheridan, M. (2019). Minds under siege: cognitive signatures of poverty and trauma in refugee and non-refugee adolescents. Child Development, 90(6), 1856-1865. <https://doi.org/10.1111/cdev.13320>
- Cleary, M., West, S., Foong, A., McLean, L., & Kornhaber, R. (2019). Mental health of refugee children: a discursive look at causes, considerations and interventions. Issues in Mental Health Nursing, 40(8), 665-671. <https://doi.org/10.1080/01612840.2019.1585494>
- Cowling, M. M., Anderson, J. R., & Ferguson, R. (2019). Prejudice-relevant correlates of attitudes towards refugees: A meta-analysis. Journal of Refugee Studies, 32(3), 502-524. <https://doi.org/10.1093/jrs/fey062>
- Dako-Gyeke, M., & Adu, E. (2017). Challenges and coping strategies of refugees: Exploring residual Liberian refugees' experiences in Ghana. Qualitative Social Work, 16(1), 96-112. <https://doi.org/10.1177/1473325015596218>
- Dempster, H., & Hargrave, K. (2017). Understanding public attitudes towards refugees and migrants. London: Overseas Development Institute & Chatham House.
- Deniz, Z. D. (2007). Psikolojik ölçme aracı uyarlama. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 40(1), 1-16.
- Dijkshoorn, A. (2016). Inclusive Education for Refugees and Asylum Seeking Children: A Systematic Literature Review. Independent thesis Advanced level (degree of Master (One Year)) Student thesis. School of Health and Welfare, Jönköping University.
- Duman, N., & Snoubar, Y. (2017). Role of social work in the integrating refugee and immigrant children into schools. European Journal of Social Science Education and Research, 4(4), 334-344.
- Eid, I. M., & Rokis, R. (2019). The barriers to education among the palestinian refugee children in Malaysia (halangan pendidikan di kalangan kanak-kanak pelarian palestini di Malaysia). Journal of Islam in Asia (E-ISSN 2289-8077), 16(2), 369-399. <https://doi.org/10.31436/jia.v16i2.714>
- Ellis, B. H., Lincoln, A. K., Charney, M. E., Ford-Paz, R., Benson, M., & Strunin, L. (2010). Mental health service utilization of Somali adolescents: religion, community, and school as gateways

- to healing. *Transcultural Psychiatry*, 47(5), 789-811.
<https://doi.org/10.1177/1363461510379933>
- Ellis, B. H., Winer, J. P., Murray, K., & Barrett, C. (2019). Understanding the mental health of refugees: Trauma, stress, and the cultural context. In *The Massachusetts General Hospital textbook on diversity and cultural sensitivity in mental health* (pp. 253-273). Humana, Cham.
- Ersoy Quadir, S., & Çimen, L. K. (2018). Türk vatandaşlarının Suriyeli sığınmacılarla ilgili görüşleri (Konya ili örneği). *Third Sector Social Economic Review*, 53(2), 327-345. 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.18.05.906
- Eruiyar, S., Maltby, J., & Vostanis, P. (2018). Mental health problems of Syrian refugee children: the role of parental factors. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 27(4), 401-409. doi: <https://doi.org/10.1007/s00787-017-1101-0>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (1993). *How to design and evaluate research in education* (Vol. 7). New York: McGraw-hill.
- Gomez, L. C. A. (2015). *Migration and its impact on children's lives: A literature review* (Doctoral dissertation).
- Graham, H. R., Minhas, R. S., & Paxton, G. (2016). Learning problems in children of refugee background: A systematic review. *Pediatrics*, 137(6), e20153994. <https://doi.org/10.1542/peds.2015-3994>
- Hart, R. (2009). Child refugees, trauma and education: interactionist considerations on social and emotional needs and development. *Educational Psychology in Practice*, 25(4), 351-368. 10.1080/02667360903315172
- Hebebrand, J., Anagnostopoulos, D., Eliez, S., Linse, H., Pejovic-Milovancevic, M., & Klasen, H. (2016). A first assessment of the needs of young refugees arriving in Europe: what mental health professionals need to know. *Eur Child Adolesc Psychiatry*, 25:1-6.) 25:1-6. 10.1007/s00787-015-0807-0
- Hynie, M. (2018). The social determinants of refugee mental health in the post-migration context: A critical review. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 63(5), 297-303. 10.1177/0706743717746666
- Kabaklı Çimen, L. & Ersoy Quadir, S. (2017). "Üniversite Öğrencilerinin Suriyeli Sığınmacılarla İlgili Tutumlarının Sivil Katılımları Bağlamında İncelenmesi" *Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi Uluslararası Eğitim Bilimleri ve Sosyal Bilimler Sempozyumu Özet Kitapçığı*, 3-5 Kasım 2017, Bandırma; 315-316.
- Kanbur, N. İ. (2017). *İlkokulda görev yapan öğretmenlerin mülteci öğrencilere yönelik tutumlarının incelenmesi* (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Karakoç, F. Y., & Dönmez, L. (2014). Ölçek geliştirme çalışmalarında temel ilkeler. *Tıp Eğitimi Dünyası*, 13(40), 39-49. doi: <https://doi.org/10.25282/ted.228738>
- Keleş, S. Ç., Aral, T., Yıldırım, M., Kurtoglu, E. & Sunata, U. (2016). Attitudes of Turkish youth toward Syrian refugees in respect to youths' gender, income, education, and city: A scale development study. In D. Eroğlu, J. H. Cohen & I. Sirkeci, (Eds), *Turkish migration* (pp.173-181). London: TPL.
- Kılcan, B., Çepni, O., & Kılınç, A. Ç. (2017). Mülteci öğrencilere yönelik tutum ölçeğinin geliştirilmesi. *Journal of Human Sciences*, 14(2), 1045-1057.
- Köksal, Ç., Köksal, T., & Köksal, M. (2017). Suriyelilere yönelik bakış açısı ölçeği geliştirme çalışması. *Journal of International Social Research*, 10(51), 538-550. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1788>

- Mahamid, F., & Veronese, G. (2020). Psychosocial interventions for third-generation palestinian refugee children: Current challenges and hope for the future. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-18. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00300-5>
- Morris, M. D., Popper, S. T., Rodwell, T. C., Brodine, S. K., & Brouwer, K. C. (2009). Healthcare barriers of refugees post-resettlement. *Journal of Community Health*, 34(6), 529-538. [10.1007/s10900-009-9175-3](https://doi.org/10.1007/s10900-009-9175-3)
- Nakeyar, C., Esses, V., & Reid, G. J. (2018). The psychosocial needs of refugee children and youth and best practices for filling these needs: A systematic review. *Clinical child psychology and psychiatry*, 23(2), 186-208. <https://doi.org/10.1177/1359104517742188>
- O'Donnell, A. W., Stuart, J., & O'Donnell, K. J. (2020). The long-term financial and psychological resettlement outcomes of pre-migration trauma and post-settlement difficulties in resettled refugees. *Social Science & Medicine*, 262, 113246. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2020.113246>
- Onsando, G., & Billett, S. (2017). Refugee immigrants' experiences of racism and racial discrimination at Australian TAFE institutes: a transformative psychosocial approach. *Journal of Vocational Education & Training*, 69(3), 333-350. <https://doi.org/10.1080/13636820.2017.1289552>
- Özüdoğru, H. Y., Kan, A., Yaman, E., & Uslu, L. (2018). Yerel Halkın Suriyelilere yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 18(40/2), 115-140.
- Parajuli, J., & Horey, D. (2019). Barriers to and facilitators of health services utilisation by refugees in resettlement countries: an overview of systematic reviews. *Australian Health Review*, 44(1), 132-142. <https://doi.org/10.1071/AH18108>
- Plener, P.L., Groschwitz, R.C., Brähler, E. et al. (2017). Unaccompanied refugee minors in Germany: attitudes of the general population towards a vulnerable group. *Eur Child Adolesc Psychiatry* 26, 733–742. <https://doi.org/10.1007/s00787-017-0943-9>
- Rose, D., & Charette, A. (2017). *Finding housing for the Syrian refugee newcomers in Canadian cities: challenges, initiatives and policy implications. Synthesis report*. INRS Centre-Urbanisation Culture Société.
- Sağlam, H. İ., & Kanbur, N. İ. (2017). Sınıf öğretmenlerinin mülteci öğrencilere yönelik tutumlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 310-323. [10.19126/suje.335877](https://doi.org/10.19126/suje.335877)
- Sarı, A. Ç., & Alkar, Ö. Y. (2018). The attitudes towards Syrians living in Turkey: A scale development. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 10-36.
- Schober, P., Boer, C., & Schwarte, L. A. (2018). Correlation coefficients: appropriate use and interpretation. *Anesthesia & Analgesia*, 126(5), 1763-1768. [10.1213/ANE.0000000000002864](https://doi.org/10.1213/ANE.0000000000002864)
- Seçer, İ. (2015). *SPSS ve LISREL ile pratik veri analizi: Analiz ve raporlaştırma*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Sirin, S. R., Rogers-Sirin, L., Cressen, J., Gupta, T., Ahmed, S. F., & Novoa, A. D. (2015). Discrimination-related stress effects on the development of internalizing symptoms among Latino adolescents. *Child Development*, 86(3), 709–725. <https://doi.org/10.1111/cdev.12343>
- Şeker, B. D., & Sirkeci, I. (2015). Challenges for refugee children at school in eastern Turkey. *Economics and Sociology*, 8 (4), 122-133. [10.14254/2071-789X.2015/8-4/9](https://doi.org/10.14254/2071-789X.2015/8-4/9)
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using multivariate statistics*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- Terzi, R., Göçen, A. & Altun, B. (2019). Thomas, R. L. (2016). The right to quality education for refugee children through social inclusion. *Journal of Human Rights and Social Work*, 1(4), 193-201. [10.19126/suje.526197](https://doi.org/10.19126/suje.526197)

- Thomas, R. L. (2016). The right to quality education for refugee children through social inclusion. *Journal of Human Rights and Social Work*, 1(4), 193-201. 10.1007/s41134-016-0022-z
- Tip, L. K., Brown, R., Morrice, L., Collyer, M., & Easterbrook, M. J. (2019). Improving refugee well-being with better language skills and more intergroup contact. *Social Psychological and Personality Science*, 10(2), 144-151. <https://doi.org/10.1177/1948550617752062>
- United Nations High Commissioner for Refugees. (2019). *UNHCR global trends: Forced displacement in 2018*.
- Vaghri, Z., Tessier, Z., & Whalen, C. (2019). Refugee and asylum-seeking children: Interrupted child development and unfulfilled child rights. *Children*, 6(11), 120. <https://doi.org/10.3390/children6110120>.
- Ventevogel, P., & de Jong, J. T. (2020). Depression and anxiety in refugee children. In *Child, Adolescent and Family Refugee Mental Health* (pp. 165-178). Springer, Cham.
- Yağın, E. (2020). *Çakışın öyküler-çatışın beklentiler: Türk ve yabancı öğrencilerin ortak deneyimleri ve gelecek beklentilerinin incelenmesi* (İstanbul Pendik'te yapılan karma çalışma, 2019). (Doktora Tezi). Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Watters, C. (2007). *Refugee children: Towards the next horizon*. Routledge.

1980 Öncesi Giresun'da Milli Görüş Hareketinin Panoraması

Ali YILMAZ*

Öz

Türkiye'de 1946 yılında Adnan Menderes ve Arkadaşları tarafından kurulan Demokrat Parti'yle kendisini daha muhafazakâr sayan Anadolu insanları referans alınarak çok partili döneme geçilmiştir. Daha önce yapılan ve kapatmayla sonuçlanan İslam referanslı parti kurma denemeleri 1969 yılında Necmettin Erbakan ve arkadaşları tarafından küllerinden tekrar var edilmek suretiyle ete kemiğe bürünerek sürekliliği olan Milli Görüş Hareketi'ne dönüşmüş ve bu hareket Türk siyasi hayatına damgasını vurmuştur. Necmettin Erbakan tarafından 1970'li yıllarda kuruluş değişik ad ve amblemlerle XXI. yüzyıla taşınan bu hareket, Anadolu'da heyecan uyandırarak hükümet ortağı olmayı başarmıştır. Milli Görüş Hareketi'ni besleyen köklerden birinin de Giresun olması düşüncesinden hareketle bu çalışmada 1980 Askeri Darbesi öncesi Giresun'da Milli Nizam Partisi ve Milli Selamet Partisi'nin tarihi serüveni incelenmeye çalışılmıştır. Bu süreçte görev alan yöneticiler ve onların karşılaştıkları zorluklarla birlikte yeni kimlik oluşumuna katkı sağlayan yerel oluşumlar değerlendirilmiştir. Yerel tarih araştırmalarına katkı sağlayacağı umulan bu çalışmada resmi belgeler kadar hareketin bizzat içerisinde bulunmuş yaşayan insanların yaşamışlıklardan nitel çalışma yapılarak istifade edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Milli Görüş, Milli Nizam Partisi, Milli Selamet Partisi, Sıtkı Karabiber, Akıncılar Derneği.

The Panorama of the National Vision Movement in Giresun Prior to 1980

Abstract

In Turkey, the multi-party system started in 1946 with the establishment of the Democratic Party by Adnan Menderes and his companions, with reference to the Anatolian people who regarded him as more conservative. Although the attempts to establish an Islamic party had resulted in closure earlier, such efforts were embodied, by Necmettin Erbakan and his companions, into an enduring movement called National Vision Movement in 1969. This movement, which had risen from its ashes later became very influential in Turkish politics. Emerging in the 1970s and continuing on to manifest itself under different names and logos until the 21st century, this movement generated excitement in Anatolia and succeeded in becoming a coalition partner. In light of the idea that one of the grass roots supporting the National Vision Movement was the people of Giresun, here, we examined the historical background of the National Order Party (MNP) and the National Salvation Party (MSP) in Giresun before the 1980 coup d'état. The leaders who took part in this process, the difficulties they encountered, and the local organizations that provided logistics to the formation of this new identity were evaluated. The qualitative data in this study was obtained from official sources as well as from the statements of people who had taken part in the movement. It is expected to contribute to future research on regional history.

Keywords: National Vision, National Order Party, National Salvation Party, Sıtkı Karabiber, Akıncılar Association.

Geliş/Received: 03.09.2020

Kabul/Accepted: 23.06.2021

* Bu çalışma için Giresun Üniversitesi Rektörlüğü Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 27.05.2020 tarih ve 2020-3 sayılı kararı ile herhangi bir etik ihlali içermediği kararı verilmiştir.

* Doç. Dr. Giresun Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, İslam Tarihi ve Sanatları Bölümü, İslam Tarihi Anabilim Dalı, alibedir28@hotmail.com ORCID ID: 0000-0002-8574-4580 (Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Osmanlı Devleti'nden sonra kurulan Türkiye Cumhuriyeti Mustafa Kemal'in önderliğinde teşekkülünden sonra 27 yıl boyunca Cumhuriyet Halk Fırkası tarafından idare edilmiştir. Cumhuriyetin ilk yıllarında çok partili sisteme geçiş çalışmaları başarılı olamamıştır. Değişen dünya konjonktürü ve II. Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle demokrasiye geçiş denemeleri başlamıştır. 7 Ocak 1946 yılında Adnan Menderes ve arkadaşları tarafından kurulan Demokrat Parti ile alternatif bir blok oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu demokratikleşme çalışmalarından güç alan ve kendilerini daha muhafazakâr olarak nitelendiren kesimlerce isminin başında İslam olan değişik parti kuruluşlarıyla süreç devam etmiştir. 1960'lı yılların sonunda Necmettin Erbakan öncülüğünde oluşturulan ve kendisini İslamcı olarak tanımlayacağımız siyasi hareket, Milli Görüş rumuzuyla Türk siyasi hayatına girmiştir. Bu hareket, 1970'li yıllardan sonra Anadolu'nun bütün illerinde teşkilatlanmış, Giresun ilinde de eş zamanlı olarak kurumsallaşma sürecine girmiştir. 1980 öncesi Giresun'da teşkilatlanan hareketin siyasi kodları ve kuruluş serüveni, çalışmamızda irdelenecektir. Kendilerini daha muhafazakâr olduğunu iddia eden kişiler tarafından kurulan siyasi hareketle ilgili partileri kapatıldığından arşiv belgelerinden yeterince istifade edemediğimizi belirtmek isteriz. 1970'li yıllarda hareketin içinde bulunmuş, idarecilik yapmış, gönül vermiş insanların sayısının da azlığını belirtmeden geçemeyiz. Yerelde Giresun'daki siyasi tarihe ışık tutacağını umduğumuz çalışmamız 20 kişi ile yapılan nitel görüşme usulüyle gerçekleştirilmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden eylem araştırması benimsenmiştir. Eylem araştırması; kişilerin kendi mesleki eylemleri hakkında araştırma yapmaları ve değişim için eyleme geçmeleri temelinde gerçekleşen sistematik bir müdahale süreci olarak tarif edilmektedir. Nitel araştırmalarda genel olarak nasıl sorununun cevabı arandığı için nicel araştırmalarda olduğu gibi genellenebilir veriler elde edilmesi amaçlanmaz. Bu doğrultuda çalışmada elde edilen verilerle Milli Görüş Hareketi derinlemesine irdelenerek söz konusu hareketin dünden bugüne gelişim süreci Giresun ili özelinde daha anlaşılır kılınmaya çalışılmıştır.

Çalışma Grubu

Bu çalışmada 20 kişiliyle görüşülmüştür. Bu kişilerden 6'sı ilköğretim, 12'si de üniversite mezunudur. Örneklem seçiminde 1970-1980 arası Giresun'da değişik meslek ve parti yöneticisi, sempaticanı ve dönemin öğrencilerin olma durumu bir kriter olarak belirlenmiştir. Bu kriterin belirlenmesinde irdelenen konuya dair daha nitelikli veriler elde etme kaygısı etkili olmuştur. Görüşlerine başvuru katılımcıların yaşları 60 ile 85 arasındadır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada yarı yapılandırılmış mülakat tekniği kullanılmıştır. Mülakat kapsamında sorulan sorular tarafımızca hazırlanmış olup temel karakteristiğini aşağıda yer alan temalar oluşturmaktadır.

Tablo 7:Mülakat Soruları

Milli Görüş Hareketi'nin Giresun'daki gelişim sürecinin tespit edilebilmesi adına,	Milli Nizam Partisi'nin kurucuları kimlerdir?	soruları sorulmuştur.
	Milli Nizam Partisi'ne halk tarafından verilen tepki nasıldır?	
	Milli Nizam Partisi'yle Milli Selamet Partisi kurucuları aynı kişiler midir?	
	Turgut Sera Tıralı'nın il başkanlığına getirilmesi parti tabanında bir açılım sağlamış mıdır?	
	1976'daki harekette gençleşme hareketinin sonuçları nasıl yansımıştır?	
	Milli Görüş Hareketi mensuplarının eğitilmesine etki eden kaynaklar nelerdir?	
	Hareketin oluşunda ne gibi zorluklar yaşanmıştır?	

Verilerin Analizi

Mülakat verileri içerik analizi tekniği kullanılarak değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. İçerik analizi, yapılandırılmamış mülakat formuyla elde edilen verilerin analiz edilerek belli temalara ulaşma çabasını içinde barındırır (Yıldırım, Şimşek, 2011, 227). Veri toplama aracının kapsam geçerliğinin sağlanması adına uzman görüşüne başvurulmuştur. Nitel araştırmanın doğası gereği elde edilen verilerin yorumlanmasında genellemeler yapılmamış, Milli Görüş Hareketi'nin o dönemdeki durumunun fotoğrafı net bir şekilde ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katkı sunan katılımcılar "K" ile kodlanmış, ayrıca araştırmada önemli bir değişken olarak kabul edildiği için kodlara yaş da eklenmiştir. Çalışmamızda Milli Görüş davasının neliği, ilgili hareketin doğmasına sebep olan amiller, insanları bu arayışa sürükleyen sebepler kuramsal olarak açıklandıktan sonra Giresun'da yeni bir siyasi kimlik oluşumuna katkısı olan STK'lar ve yerel dinamiklere dair değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Türkiye'de Milli Görüş Hareketini Doğmasına Sebep Olan Sosyolojik Arka Plan

Osmanlı İmparatorluğunun yıkılmasından sonra Mustafa Kemal ve arkadaşları tarafından kurulan Türkiye Cumhuriyeti Devleti teşekkülünden itibaren tek parti ile uzun süre devlet işlerini idame ettirmiştir. Ülkenin çoğunluğunu oluşturan Türk unsuru ve Osmanlı Devleti'nin yönetim biçiminin zihinlerde oluşturduğu izdüşümün gereği yeni devletin ilk devrelerinde çok sorun yokmuş gibi gözükse de devletin laik yapısı, giderek dini kültürden uzaklaşması, aydınlanmanın neticesi olarak tek parti yönetimi ve barındırdığı seküler yaklaşım tek parti mantalitesini tartışmaya açmıştır. II. Dünya Savaşı'nın ardından Birleşmiş Milletler Anayasası, dünya ile entegre olmanın kaçınılmazlığının sonucu olarak çok partili sisteme geçmeyi gerekli kılmıştır.

Çok partili hayata geçiş sürecinde Cumhuriyet Halk Fırkası (Partisi) içinde siyaset yapmış siyasetçilerden Adnan Menderes, Fuat Köprülü ve Refik Koraltan kurucu irade tarafından partiden ihraç edilmiştir. Celal Bayar, gelişen süreçte partisinden istifa etmiş, öncülüğündeki oluşumun Anadolu insanını ilgilendiren Toprak Reformu konusunda yaptığı ateşli savunma ve muhalefet neticesinde Toprak Reformu meclisten geçmiştir. Bu mücadelede öne çıkmış kişilerce 7 Ocak 1946'da Demokrat Parti kurulmuştur (Eroğul, 1990: 12). İlk seçimlerde devlet güçlerinin CHP'den yana tavır ve baskıları sonucu DP'nin gerekli atılımı yapamamasına rağmen, 14 Mayıs 1950 seçimlerinde Demokrat Parti ezici bir başarı kazanıp 27 yıllık tek parti dönemine son vermiştir. Kurucu irade CHP tarafından kuvvetli bir muhalefete tabi tutulan Demokrat Parti, Tahkikat Komisyonu, öğrenci olayları ve diğer bazı gelişmeler bahane edilerek 27 Mayıs 1960'de askerler yönetime el koyarak on yıldır halkın sözcüsü olan parti kapatılmış, Demokrat Partili siyasiler tutuklanmıştır. Tutuklanan bu siyasilerden bazıları yasaklı hale getirilerek çeşitli hapis cezası ile tecziye edilmiş, Adnan Menderes başta olmak üzere diğer siyasiler demokrasinin kara bir lekesi olarak idam edilmişlerdir.

Demokrat Parti çıkışı Türkiye'de değişik arayışların önünü de açarak 19 Temmuz 1946 yılında İslam Koruma Partisi adında yeni bir parti daha kurulmasını sağlamıştır. Bu partinin demokratik anlamda bir çalışma gayesinin olmadığı açıklamalarının satır aralarında gizlidir. Zira idareciler bu partinin maksadını: "Her türlü siyaset ve siyasi partilerden uzak olarak sırf İslam medeniyeti, tesanüdü, menfaati, sevgi, yardım ve birliği koruma" olarak açıklamıştır (Tunaya, 1952: 708-709). 12 Eylül 1946'da yaklaşık iki ay kadar Türk siyasi hayatına ismini yazdıran bu yeni oluşum örfi idare kararıyla kapatılmıştır. İsminin başında İslam kelimesi geçen diğer parti ise İslam Demokrat Partisi olup 27 Ağustos 1951'de Cevat Rifat Atilhan tarafından İstanbul'da kurulmuştur (Bozkurt, 2013: 81). Başkan, partinin başındaki İslam kelimesini bir doktrinin remzi olarak görüyor, demokrasiyi garp demokrasisi ve İslam demokrasisi olarak ikiye ayırmıştır. Biri 1789 Fransız İhtilali'nden sonra dünyaya egemen olan Yahudilik ve Farnosonluk tarafından kontrol edilen sahte batı demokrasisi, diğerini ise geçmişi çok daha eskiye dayanan meşvereti ve dayanışmayı esas alan İslam demokrasisi olarak ifade ederek olaya felsefi bir boyut kazandırmıştır. Bu parti irticai özellikler taşıdığı iddiaları nedeniyle 20 Ekim 1952'de kapatılmıştır (Bozkurt, 2013: 91-96).

Demokrat Parti muhafazakâr çevrelerin memnun olacakları bir dizi kararlar almıştır. Bu kararlara göre Atatürk Dönemi'nde kurulan Halkevleri ile İsmet İnönü Dönemi'nde kurulan Köy Enstitüleri kapatılmış, ilkokulların 4. ve 5. sınıflarına zorunlu, ortaokullarda seçmeli din dersi konulmuştur. Anadolu insanlarından gelen yoğun istek üzerine zamanın Milli Eğitim Bakanı Tevfik İleri'nin çabaları ve gayretleriyle 17 Ekim 1951'de Adana, Ankara, Isparta, İstanbul, Kayseri, Konya ve Maraş'ta İmam Hatip Okulu açılmıştır. Bunlara değişik iller de eklenerek 10 yılda sayıları 19'u bulup vatandaşların teveccühünü kazanmıştır (Ayhan, 1999: 166). 16 Haziran 1950 seçimlerinden sadece iki ay sonra 18 Temmuz 1932'de Diyanet İşleri Riyaseti ile Türkçe okunmaya başlayan ezan ilerde 1960 İhtilali'nin nedenlerinden sayılacak ve Cumhuriyetçi yapıyı yıkmaya yönelik bir sebep olarak algılanan ezan tekrar Arapça okunmaya başlanmıştır. Eğitim açısından diğer bir gelişme de Yükseköğretimde

olmuştur. DP'nin iktidar tarihi olan 1950'ye kadar sadece İstanbul Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi olmak üzere 27 yılda üç üniversite açılabilmiştir. Demokrat Parti Anadolu çocuklarının yüksek tahsilinin önünü açmak için büyük bir atılımla 1955'de Ege Üniversitesi ve Karadeniz Teknik Üniversitesini, 1957'de Ortadoğu Teknik Üniversitesi ile 1958'de Erzurum Atatürk Üniversitesinin kurulması daha milli ve ezilen kesimlere hizmet olarak algılanmış ve halkın teveccühüne mazhar olmuştur (Sargın, 2007: 138).

Anadolu'da açılan bu üniversiteler, eğitimde fırsat eşitliği anlamına gelmiş ve aydınlanmanın Anadolu'ya açılması olarak anlaşılmıştır. Bu atılımla Türkiye, 1960'lı yıllar sağ-sol ve İslami kesim zaviyesinden kimlik konuşlanması olarak yeniden yapılanma ve yenileşme sürecine girmiş oluyordu. Özellikle İslami kesimde yayın politikası olarak din karşıtı söylemlere alternatif eserler yayımlanmıştır. İhvan-ı Müslimîn'in cemaatinin kurucusu Hasan el-Benna ve bu cemaatin ideologlarından Seyyid Kutup ve Pakistan Cemaat-i İslami kurucusu Ebu'l-A'la el-Mevdûdî ve Ali Şeriatî'nin eserleri Türkçe'ye tercüme edilmeye başlanmıştır. Türkiye'deki din algısının zihinsel değişimi bu tercüme eserlerle gündeme gelmiştir. Yerli yazarlardan Necip Fazıl'ın Büyük Doğu külliyyatı, Sezai Karakoç, Cemil Meriç ve Nurettin Topçu'nun kitap ve makaleleri yönlendirici olmuştur.

Adnan Menderes ve arkadaşlarının siyasetten tasfiyesi, gelişen dünya konjonktüründe bir ihtiyaçtan doğan Demokrat Parti zihniyetini yeniden konuşlanmasını gerekli kılıyordu. Bu bağlamda 27 Mayıs Darbesi'nden bir yıl bile geçmeden 11 Şubat 1961 günü içlerinde eski Demokrat Partililerinde olduğu bir grup, başkanlığını darbe sonrası emekliye sevk edilen Ragıp Gümüşpala'nın yaptığı ve diğer bazı askerlerinde içerisinde bulunduğu kişiler tarafından Adalet Partisi kurulmuştur (Demirel, 2013: 29). 1961 seçimlerinden sonra Adalet Partisi ile Cumhuriyet Halk Partisi koalisyon hükümeti kurmuşlardır. Bu koalisyon altı aydan fazla sürmemesine rağmen yine Demokrat Parti'nin mirasçıları olduklarını iddia eden diğer sağ partilerle İnönü'nün başkanlığında ikinci koalisyon hükümeti kurulmuştur. Ancak Ragıp Gümüşpala'nın 1964 yılında vefatından sonra Demokrat Partili adaylar olmasına rağmen başkanlığa mevcut statükonun da muvafakatini alan ve o zamana kadar siyasette yer almamış barajlar kralı adıyla tanınan Süleyman Demirel seçilmiştir. Demirel, kendisine güvenenleri mahcup etmeme pahasına Amerika'nın desteğini alıp askerlere de yakın durmayı ihmal etmeyerek uzlaşmacı bir çizgi izlemiştir.

1965 yılında yapılan seçimleri Adalet Partisi kazanmış ancak devamı oldukları Demokrat Partililerin uğradıkları haksızlık ve siyasi haklarının iadesi hakkında adım atmaması dikkatlerden kaçmamıştır. Adalet Partisi kurmayları, CHP sonrası 1950'lilerde Anadolu insanının dini yönden edindiği kazanımların üzerine hiçbir ilave etmeyerek Türkiye'de hâkim CHP zihniyeti ve askerlerle karşı karşıya gelebilecek hareketlerden kaçınmıştır. Özellikle yurtdışına gönderilen işçilerin Türkiye'ye gönderdikleri dövizlerle ekonomi nefes alır hale gelmesiyle birlikte enerji ve karayolu yapım ağlarındaki iyileştirme Adalet Partisi'nin kendini nereye konuşturacağına karar verememiştir. Süleyman Demirel'in şahsi karizması nedeniyle 1969 seçimlerinde de başarı göstermesine rağmen öğrenci olaylarındaki artış nedeniyle toplumda huzursuzlukların baş göstermesine neden olmuştur. CHP

zihniyetine göre hayal bile edilemeyecek bir atılım yapan Adalet Partisi, İslam ülkelerinde de filizlenmeye başlayan yeni dini anlayışı yok sayma tercihinde bulunmuştur.

Bu süreçte işçi sendikaları marifetiyle sokak hareketleri ve anarşi baş göstermiş, Süleyman Demirel Hükümeti aldığı muhtıranın gereğini yaparak istifa etmiş, 1971-1973 yılları arasında partiler üstü hükümet kurulmuştur (Feroz, 2010: 165). Adalet Parti'sinin mirasında teşkilatlandığı Demokrat Parti'nin CHP ile ayrışmalarının en önemli sebebi sayılan toprak sahipleri ve serbest meslek sahibi geniş kitlelerle yol arkadaşlığı yerine sanayileşme ve ithal ikameci politikalardan yana tavır alarak köylüler ve küçük burjuva nezdinde sorun teşkil etmiştir (Keyder, 1993: 275). Bu süre zarfında dengesiz bölüşüm Anadolu'da oluşan orta sınıflaşma olgusu, Adalet Partisine karşı hoşnutsuzlukların dillendirilmeye başladığı yıllardır. Süleyman Demirel'in bu kesim için önerdiği mesleki örgütlenme tavsiyesi İstanbul sermaye sahipleriyle rekabet edemeyerek ekonomik çöküntünün sonucu iflas etmenin eşiğine gelmişlerdir. İşte Anadolu'daki bu hoşnutsuzluğu iyi okuyup Anadolu sermayesinin sözcülüğünü üstlenen Necmettin Erbakan, TOBB Genel Sekreterlerinden, İstanbul ve İzmir sermayedarlarının desteklediği Sırrı Enver Batum'a karşı delegelerin %75 oyunu alarak TOBB Başkanlığına getirilmiştir. Necmettin Erbakan'ın TOBB Başkanlığı çok sürmemiş, Süleyman Demirel tarafından görevden uzaklaştırılmış, görevden alınarak mağdur olması onun siyasi hayata girmesini hızlandırmıştır.

Türkiye'de Milli Görüş'ün Tarihçesi

XIX. yüzyıldan itibaren aydınlanma, yeniden bakış açılarıyla başlayıp Rönesans, Sanayi Devrimi ve gelişen süreçte sınıf ve etnisite temelli değişimler yerini kimlik temelli hareketlere bırakmıştır. Toplumsal hareketlerin çoğu özerklik merkezli olsa da Milli Görüş Hareketi'nin merkezinde böyle bir istek olmayıp “Yeniden Büyük Türkiye” ideali temelli bir zihniyet dünyasına sahip, materyalizmden uzak, geçmişi ile sorunu olmayıp milli tarihi ile iftihar eden, Müslümanların kardeşliği merkezli bir anlayış temel alınmıştır. Devleti madden kalkındırmanın merkezine de israfın kaldırılması, faiz yükünden kurtulma, istismar ve tefeciliği terk, sanayileşmenin hızla bütün vatan sathına yayılarak yapılması, toplumsal ve coğrafi dengesizliklerin giderilmesi, bütün bu çalışmaların milli bir şuur ile temellendirilmesi önerilmiştir (Erbakan, 1975: 26-27). Buradan hareketle partinin başındaki milli kelimesi Arapça m-l-l kökünden gelip genel olarak din, şeriat ve diyet gibi manalarına gelip (İbn Manzûr, ts, XI, 628), Kur'an'da geçtiği on beş yerin hepsinde din anlamında kullanılan bir kelime seçilmiştir (Yılmaz, 2019, 30). Dolayısıyla dinî kelimesi, millî kelimesiyle eş anlamlı kullanıldığı ifade edilmektedir. Görüş kelimesi de “olmuş ve olacak hadiseler hakkında varılan hüküm, ele alış tarzı ve şahsi fikir” anlamıyla birleşince Dinî/İslamî görüş anlamına kullanılmıştır (Tuğrul, 2017: 623).

Demokrasi tarihinde önceki yıllarda başında İslam olduğu için kapatılan iki partinin akıbetini de göz önüne alarak bu kelimeyi kullanmamakla birlikte aynı anlama gelen milli kelimesini kullanarak

doğrudan kendisine cephe alınmasının da önüne geçilmiştir. Hareketin kurucusu Necmettin Erbakan,* 1946'larda başlayan çok partili döneme geçişi yeterli görmeyerek çok partili hayata geçilmesinin gerçekte bir farkının olmadığını, yeni kurulan partilerin zihniyetlerinin tek bir kaynaktan beslendiğini söylemektedir (Erbakan, 1975: 25). Milli görüş, muhafazakâr kesimi iktidara taşıyıp, dinin daha çok varoşlardaki fakir ve eğitimsiz kitlelerin yaşadığı inanç dünyası algısından çıkarıp, dini kimliğiyle beraber kamusal alanda da yer almasını hedeflemiştir.

XX. yüzyılın ikinci yarısında İslam coğrafyasında başlayan İslami hareketliliğe paralel olarak muhafazakârların siyasetle buluşturulması, devlet ve kamu alanında daha görünür hale gelmiştir. Devlet kademelerindeki mütevazı yaklaşım, yeni yetiştirilen neslin görünürlüğünü sağlamıştır. Köyden kente göçün hızlanması ve muhafazakâr camianın eğitim ve ekonomik seviyelerinin güçlenmesi iddiasını dini talepleri en üst perdeden gündeme getirme ve bu söylemleri siyasette de dillendirmeye başlamıştır. Aslında değişik partilerde milletvekili olan Süleyman Arif Emre, Hasan Aksay ve diğer bazı siyasiler, 1966'da partileşme sürecini tartışmaya başlamışlardır. Ancak üzerinde ittifak ettikleri görüş yeni bir parti kurmaktansa DP'nin mirasına sahip çıkmış AP'ye girerek partiyi ele geçirip siyasi faaliyetlerine burada devam etme şeklindedir. Bu düşünceden hareketle Necmettin Erbakan'ı da kendileriyle Konya'da AP listesinden milletvekili yapmak istemişler fakat bu mümkün olmayınca 1970'te yeni siyasi faaliyetlerine başlamışlardır (Çavdar, 1995: 225).

Milli Görüşçüler, Süleyman Demirel engeli aşılamayınca Türk siyasi hayatına “Bağımsızlar Hareketi” olarak değişik illerden bağımsız aday olarak girmişlerdir. Necmettin Erbakan dışında diğer adaylar seçilememiş olsalar bile Türkiye'nin değişik illerinde muhafazakârlar olarak bir farkındalık yaratılmış yeni kurulacak siyasi harekete altyapı oluşturmuştur. 1970'in başında kurulan MNP, Konya Bağımsız Milletvekili Necmettin Erbakan, AP Isparta Milletvekili Hüsamettin Akumcu ve Tokat Milletvekili Hüseyin Abbas olmak üzere üç milletvekili ile temsil edilmeye başlanmıştır. Devlet akli bu sosyolojik değişimi okuyup kendi eliyle yeni projeler geliştirememiştir. Mevcut statüko, kolaycılığı seçip din istismarcılığı, siyasi İslam, gericilik gibi olumsuz refleksler geliştirerek bu sosyolojiyi iyi okuyan ve Anadolu'nun adeta sesi olan partileri kapatmak suretiyle bu hareketin içerisinde olanları devlet ile sorunu olan kesim olarak ötekileştirme yoluna gitmiştir. Katı bir devletçilik refleksiyle 26 Ocak 1970'de kurulan Milli Nizam Partisinin sloganları: “Hak geldi batıl zail oldu.”, “Ehveni şer yoksa hayrın ta kendisi var.”, “Ne komünist ne mason, Milli Nizam ilk ve son.”, “Ne locada ne solda hak yoldayız hak yolda.” olup, dini mesajlarla dolu sloganların kullanılması Yargıtay Başsavcılığını harekete geçirmiştir.

MNP'ye Yargıtay Başsavcılığı tarafından “Demokratik yollarla şer'i devlet düzeni kurmak” iddiasıyla kapatma davası açılmış, 12 Mart Askeri Muhtırasının bir sonucu olarak Anayasa

* 29 Ekim 1926 yılında Sinop'ta doğdu. İlkokulu Trabzon'da, orta öğretimini İstanbul Erkek Lisesi'ni bitirdi. 1948 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi'nden mezun olup 27 Şubat 2011 yılında vefat etti. Geniş bilgi için bk. Baykal, Ö., Çaha, Ö. (2017), Politik Aktör Olarak Necmettin Erbakan'ın Türk Siyasetindeki Yeri, Akademik Hassasiyetler, 4(8), ss. 1-18.

Mahkemesinin kararıyla 20 Mayıs 1971 'de kapatılmıştır. Anayasa mahkemesinin siyasi kimliği olanları yargılamak yetkisi olmadığından siyaseten hak mahrumiyeti ile tecziye edilmemişlerdir. Partinin lideri Necmettin Erbakan parti kapatılmasından sonra -değişik bazı yaklaşımlar olsa bile- geçirdiği rahatsızlık nedeniyle İsviçre'ye giderek gelişmeleri oradan idare etmiştir. 11 Ekim 1972 yılından ilk seçimin yapıldığı 14 Ekim 1973 yılına kadar parti başkanlığını Süleyman Arif Emre yapmıştır. Yeni kurulan Milli Selamet Partisi'nin kurucuları arasında yasaklı olmamalarına rağmen 12 Mart Muhtırasının gazabına uğramamak için MNP kurucularından hiçbir isim yer almamıştır (Sarıbay, 2004). Bu parti de 12 Eylül 1980 Askeri Darbesi'yle faaliyetleri yasaklanmış, 1981 yılında resmen kapatılmıştır. Bu zihniyetin devamı olarak 1980 Darbesi'nin akabinde 1983 yılında kurulan Refah Partisi 1998 yılında, nihayet 1997 yılında kurulan Fazilet Partisi de 2003 yılında kapatılmıştır (Yılmaz, 2016: 1172).

MSP lideri Erbakan, Anadolu merkezli gücünü artırarak 1973 yılında Bülent Ecevit'in Başbakanlığında hükümet ortağı olarak bir yıl süreyle Devlet Bakanı ve Başbakan Yardımcılığı görevlerinde bulunmuştur. 1980 Askeri Darbesi'yle partisi kapatılan Necmettin Erbakan, Refah Partisi'yle kaldığı yerden devam ederek özellikle belediyelerde gösterdiği üstün performansla 1996 yılında Başbakan olarak bir yıl süreyle hükümet etmiş, askeri ve sivil baskılar en üst seviyede gelince istifa etmiştir. Necmettin Erbakan partisi kapatılarak 28 Şubat diye tarihe geçen süreçte yasaklı duruma düşmesinin akabinde kurulan siyasi partilere başkanlık edemediğinden zaman içinde partisinden kopmalar olmuş ve bu hareketin içinden ayrılanlar tarafından 2002 yılında iktidara gelen Adalet ve Kalkınma Partisi kurulmuştur.

Necmettin Erbakan liderliğinde 1969 yılında başlayan Milli Görüş hareketinin 2000 yılına kadar iktidar serüvenine baktığımızda: 26.01.1974-17.11.1974 tarihleri arasında Bülent Ecevit'in başkanlığında kurulan CHP-MSP hükümeti, 31.03.1975 - 21.06.1977 tarihleri arasında Süleyman Demirel'in başkanlığında kurulan Milliyetçi Cephe Hükümetinde bulunmuştur. 21.07.1977-05.01.1978 tarihleri arasında yine Süleyman Demirel tarafından kurulan II. Milliyetçi Cephe Hükümeti ve 1980 sonrası Başkanlığını Necmettin Erbakan'ın yaptığı ve 28.06.1996 - 30.06.1997 tarihlerinde aralıklı olarak toplamda beş yıla yakın dört defa hükümet ortağı olmuş, bunlardan üçünde Başbakan Yardımcılığı, son olarak da bir yıllık süre ile Başbakanlık yapmıştır (TBMM).

Giresun'da Milli Görüş'ün Tarihçesi: Milli Nizam Partisi

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği başkanlığından Başbakan Süleyman Demirel'in direktifi ile görevine son verilen Necmettin Erbakan, AP'den milletvekili olmak için müracaatı kabul edilmeyince Konya'dan bağımsız milletvekili olarak parlamentoya girmiş ve artık muhafazakâr kesimin sesi olarak kendi partisini kurmaya karar verip kendi başkanlığında Milli Nizam Partisi'ni 1970'te kurmuştur. (Çaha, Ö., Baykal, Ö. 2017), Yaklaşık bir yıl siyasi ömrü olmasına rağmen bütün Anadolu'da teşkilatlanmaya giden Erbakan hareketi Giresun'da da teşkilatlanma sürecine girmiştir. MNP yapılanması, Türkiye'de olduğu gibi Giresun özelinde de daha sonra kurulacak olan MSP, RP, FP ve SP ile tüm reddiyelere rağmen insan kaynağı, söylem ve taban açısından da 2002 sonrası siyasete damga vuran Adalet ve Kalkınma Partisine kaynaklık etmiştir. Mütevazı bir Anadolu şehri olan Giresun'da

CHP'nin politikalarından memnun olmayan ve kendisini daha muhafazakâr olarak tanımlayan insanlar o tarihlerde Nurlu Süleyman diye maruf AP'den yana tavır aldıklarından, hareketin anlatmak kolay olmamıştır.

MNP'nin kuruluş beyannamesi gayet iyi hazırlanarak eklektik bir ideoloji oluşturulmaya çalışılmıştır. Ortadoğu'da filizlenen Müslüman Kardeşler ve Hizbu't-Tahrir gibi İslamcı örgütlenmeler selefi özelliği sebebiyle Türkiye sosyolojisiyle tam bir uyum içerisinde değildi. Türkiye'deki hareket bir kere Osmanlıcı, milli bağımsızlıkçı, İslamcı ve modernist bir yapı içermeliydi. Bu bağlamda Türkiye'de denenmişliği olmayan geçmiş İslami felsefeyi oluşturacak kadroları Anadolu'da oluşturmak zordu. Bu hareketin taşrada karşılığı ancak daha muhafazakâr ve Osmanlı mirasına sahip çıkma üzerine inşası gerekiyordu. Giresun'da o tarihlerde iletişime geçilip teşkilatlanmayı yapma görevi Alucra ilçesinin Çakrak köyünde dünyaya gelmiş, çocukluk yıllarında Keşap ve Suşehri Medreselerinde dini tedrisat gördükten sonra Giresun'a göçerek ticaret hayatı ile birlikte talebede okutan yetmişli yaşlarında Sıtkı Karabiber'e verilmiştir. O tarihlerde Giresun'da teşkilatlanma çalışmalarını yapmak üzere partinin kurucularından İsmail Müftüoğlu ile çalışmalara başlanmıştır. Sıtkı Hoca'nın oğlunun anlatımıyla kendisine görev tevdi edildikten sonra partinin kurulması için istenen kişi sayısını ancak iki ay kadar sonra tamamlamıştır (K. 90). Bu kişiler; Süleyman Göktaş, Mürsel Tatlı, Ali Deniz, Mehmet Ali Uzun, Hüseyin Tatlı, İsa Uçar, İsmail Yıldız, Yunus Tütüncü, Hüseyin Kankaya, Remzi Çolaker, Ahmet Tiryaki ve Hüseyin Öden isimli şahıslardır (K. 87). Resmi olarak gerekli olan sayı bu kişilerle tamamlanamayınca köylerden inşaat işçiliği yapan birkaç kişinin eklenmesiyle ancak tamamlanabilmiştir (K.65). Bu kurucu kadronun çoğu kırsaldan şehre yeni göçmüş ekonomileri orta halli kişilerdir. İlk zamanlar bina bulmada zorlansalar da Hacı Mikdat Mahallesi'nde Vaizoğlu'nun Binası diye maruf ve daha sonra Milli Selamet Partisi'nin de il binalığını yaptığı yer kiralanmıştır (K.80).

Partide aylıklı çalıştıracak bir elemanın ücretini vermeye maddi durumları elvermediğinden partiye gelenlere çay satarak iâşesini temin eden bir kişi tarafından parti açık tutulmaktadır. Parti binasının kirasını kendi aralarında topladıkları paralarla karşılayıp, yönetim kadrosundan hiçbir kimsede özel araç bulunmadığından aynı usulle kiradıkları jiplerle propaganda faaliyetlerini sürdürmüşlerdir. Giresun kırsalında insan yoğunluğunun fazla olması nedeniyle kentte yerleşik insanlardan daha ziyade taşradaki seçmenler birinci hedef olarak seçilmiştir. O zamanı yaşamış bir partilinin anlattığına göre parti yöneticilerinin hiçbirinde taksit olmadığından o zamanlar taksisi olan sonraları Giresun'un zenginlerinden olacak bir esnafın taksisini Erbakan'ı Piraziz'de karşılayıp Giresun'a getirmek için kiralamışlardır. Karşılama gidecekleri zaman bu kişi Giresun kamuoyundan aldığı tepkilerden çekindiğinden gitmekten vazgeçmiştir. Yapacak çok şey yoktur. O zamanlar MNP'nin idarecilerinden tek kamyoneti, olan Mehmet Ali Uzun'un olduğundan Necmettin Erbakan kamyonetinin şoför mahalline bindirilerek Giresun'a getirilmiştir (K. 89).

Bu yönetici kadro, bütün mahalle baskısına rağmen kurucu yönetim kurulu üyeliğini kabul eden Başkan Sıtkı Karabiber iki, üç tane genç yardımıyla ilçelerde teşkilat kurmaya çalışmıştır. 20 Mayıs

1971 yılında MNP kapatılıp kısa süre sonra kurulan MSP döneminde de aynı kadrolarla yola devam edilmiştir. Giresun'da bu davaya inanmış öne çıkan başka birileri olmadığından iş yine kurucu il başkanı olarak eski başkan Sıtkı Karabiber'e kalmıştır (Aydınoglu, ts, 476-477). Zaman içinde parti teşkilatından insanlar yetişip yönetici kadrosuna geçseler bile Sıtkı Hoca'nın çocukları aynı davayı sürdürmüşlerdir. Sıtkı Karabiber'in akil kişiliği her zaman Necmettin Erbakan nazarında ve yerelde ağırlığını korumuştur. O, daha sonraları bir genel başkana 37. Cumhuriyet hükümeti (26 Ocak 1974- 17 Kasım 1974) kuruluşu sıralarında CHP ile hükümet kurulmasını eleştirecek kadar kendisine güveni olan bir kişidir (K.85).

O tarihlerde Giresun'da merkez ilçe dâhil 10 ilçe mevcuttu. Bu ilçelerden sadece Bulancak'ta Mehmet Sıradağ, Görele'de Temel Demirci, Alucra'da Osman Erilli adlı kişiler ilden gelen arkadaşlara yardımcı olmuşlar fakat teşkilat kurulmaya vakit kalmadan partileri kapatılmıştır. Bu kadrodan sadece Sıtkı Karabiber ve Süleyman Göktaş kısmen medresede eğitim görmüşler diğerleri ancak okur-yazar veya ilkokul seviyesinde tahsil sahibidirler (K. 88). O dönemin canlı şahitlerinden Mürsel Tatlı'nın bildirdiğine göre ilk dönemler Necip Fazıl Kısakürek'in Büyük Doğu neşriyatından beslenmeye çalışmışlardır. 1971 yılında MNP kapatılınca zaten kıt kanaat donattıkları parti binasındaki sandalye ve masaları partinin kurucularından Alucralı İsa Uçar'ın dükkânına bırakarak daha sonra aynı binada teşkilatlanacak olan MSP Partisi'nde kullanmışlardır (K. 81).

Milli Selamet Partisi

1971'de askeri muhtırasınının artçısı olarak Anayasa Mahkemesi tarafından kapatılan Milli Görüş hareketinin partisi yeniden toparlanarak MSP'yi kurmuşlardır. Hareketin lideri Necmettin Erbakan değişik yorumlamalar olsa bile kısa süreliğine yurtdışında olduğu için parti Süleyman Arif Emre başkanlığında kurulmuştur. 12 Eylül Askeri Darbesi'yle kapatılan partiler gibi taşra teşkilatı yöneticilerinin çoğu siyasi yasaklı olmamıştır. Giresun ilinde de MNP sempatanları yeniden MSP'yi kurma çalışmalarına başlamışlardır. Dolayısıyla Giresun'da yeni bir kurucu başkan arama yerine MNP Kurucu İl Başkanı Sıtkı Karabiber kurucu başkan olarak atanmıştır. Namı diğer Sıtkı Hoca aynı ara dönemde irtibatlarını kesmediği il yöneticilerinin yanına Kemal Naldemircioğlu'nu, Dursun Elmas'ı, Adnan Karakuz'u, Ahmet Tiryaki ve birkaç kişiyi ilave ederek harekete kaldıkları yerden devam etmiştir (K.86). Ancak bu kişiler MNP zamanına göre daha avantajlıydılar. Zira 1965'li yıllardan sonra milliyetçi muhafazakâr çizgiye gelip ülkücülerin dışlanmasıyla sadece muhafazakâr kesimin yönetimine geçen Milli Türk Talebe Birliği Giresun'da da teşkilatlanarak MTTB'nin başkanlığına Musa Çakı getirilmiştir. O, Milli Görüş Hareketi'nden haberdar biri olarak hem MTTB'nin kuruluşunu yapmış, hem de başta İHL öğrencileri olmak üzere diğer okullardaki gençlere yönelik haftalık konferanslar ve seminerler vermeye başlamıştır (K. 79). Üç yıllık siyasi birikim, Giresun'da yüksekokul mezunu ve Fiskobirlik çalışanı Dursun Ali Aydoğdu ile seçmenlerin önüne çıkmıştır. İlk defa girilen seçimlerde belki de partililerin bile tahmin edemedikleri şekilde henüz bir yıllık oluşum Türkiye genelinde %11,86 oy almış ve Türkiye genelinde 48 milletvekilliği kazanmıştır. Aynı seçimlerde Giresun'da %8.6'lık oya tekabül eden 10.909 oy alınarak milletvekili çıkarılmamış ancak hareket Giresun'da maya tutmuştur (YSK).

MSP'nin Giresun'da hatırı sayılır oy alması kamuoyunda yankılanıp takdir görmüştür. MSP'nin ilk kongresinde yine Sıtkı Karabiber başkanlığa seçilmiştir. 1974'de koalisyon hükümet ortağı olan MSP, Giresun'da bir değişimi de beraberinde getirmiştir. 1973 seçimlerinde AP Giresun il başkanı Turgut Sera Tirali aday gösterilmemesine içerlenerek partisiyle yollarını ayırmıştır. Giresun'da tanınırlığı yüksek, zengin ve yüksekokul mezunu Tirali, ikna edilerek Sıtkı Karabiber'in kendisi ve ekibiyle MSP'nin il başkanlığına getirilmiştir (K. 85). Başkanın ikameti Ankara'da olduğundan her zaman Giresun'da bulunamaması nedeniyle yönetim, eski il başkanı Sıtkı Hoca'nın yol arkadaşlarıyla çalışmalarına devam etmiştir. MSP İl Yöneticiliğine hem zengin hem de arabası da olan birisinin gelmesi teşkilatta hareketlenmeyi de beraberinde getirmiştir. Ancak Turgut Sera Tirali'in seçkinci tavrı, halka inememesi ve iktidar zamanlarında isminin bazı nahoş hareketlerle anılması il başkanlığının uzun sürmesine engel olmuştur. Bu dönemler MSP Giresun Merkez İlçe Başkanlığı'nı Ahmet Tiryaki sürdürmektedir. 1977 yılından sonra Mürsel Tatlı bir süre merkez ilçe başkanlığı yapan siyasetçilerdendir. Özellikle Bulancak ilçesi partililerin etkin muhalefeti neticesi Giresun'da nadir üniversite mezunlarından ve daha önce aktif siyasette yer almamış, Giresun Merkez Akköy'de orta halli bir aile çocuğu olan Ahmet Çıtlakoğlu, 1976 yılında il başkanlığına getirilmiştir (K.71).

Giresun'da Milli Görüş mayası tutmuştur. 1970'te MNP ile başlayan siyasal hareket 1977 seçimlerinde %8.9 oya tekabül eden 13.629 oy almıştır. Parti, Türkiye genelinde yaklaşık 3 puan kaybetmesine rağmen Giresun'da %0.3 oy artışı sağlamıştır. (YSK) Türkiye genelinde 1973 seçimleri Türkiye ortalaması %11.86 oyu olan MSP, 1977 seçimlerinde %8.6 oy alabilmiştir. Bu seçimlerde milletvekilliği adaylığı konusunda önceki döneme nazaran daha fazla teveccüh vardır. 1966-1969 yıllarında Giresun İmam Hatip Lisesi Kurucu Müdürlüğü yapıp İstanbul Yüksek Enstitüsü'nde öğretim üyeliği yapan Nedim Urhan aday yapılmıştır. Nedim Bey, İstanbul'dan gelirken genç bir delikanlıyı da yanında getirmiştir. Bir ay boyunca etkileyici hitabeti ve teşkilatçılığı ile kendini gösterip Giresun'u köşe bucak dolaşarak davasını anlatıp fark yaratan siyasetçi Recep Tayyip Erdoğan'dan başkası değildir (K. 85). Hoca, Giresun'da müdürlüğü sırasında bıraktığı ize rağmen muhalefet partisi tarafından kendisinin Artvin doğumlu olduğu da kullanılarak milletvekilliği seçimlerinde başarılı olunamamıştır. Giresun'da 1977 seçimlerinde bir milletvekilliğinin garanti gibi görülmesi üzerine Bulancak'ta ticaret yapan köklü ailelerinden Ahmet Fat, kardeşi dini yüksek tahsil görmüş İzzet Fat'ı 1. sıra milletvekilliği sıralamasına girmesi halinde bütün seçim çalışmaları ve diğer maddi konularda sıkıntı çekmeyecekleri garantisini vermektedir (K. 80). Ancak bu cazip teklife rağmen Nedim Urhan üzerinde ittifak daha önce yapıldığı için reddedilmesi nedeniyle o tarihte Giresun'a Ankara'dan maddi bir katkı fazlaca gelmediği için bütün masraflar parti yönetim kurulları tarafından karşılanmıştır. 1976 sonrası yeni il başkanı Ahmet Çıtlakoğlu ile Piraziz'in köklü ve zengin bir ailesinden gelip genel merkezde ağırlığı devam eden önceki il başkanı Turgut Sera Tirali arasında kısmi bir rekabet başlamıştır. İktidar ortağı olan bir partinin eski il başkanı olarak seçkinciliğin verdiği avantajı iyi kullanarak bakanlıklarda halen bir siyasetçi sıfatıyla ağırlığı devam etmektedir. Bu durum Ankara'da bir yetki karmaşası yaşatmış, Ahmet Çıtlakoğlu'nun gençliğin verdiği heyecanla tavır koyması nedeniyle Giresun'da tek söz sahibi haline gelmiştir (K.78).

Ankara ve Giresun'daki bu tanınırlığı Ahmet Sera Tirali'yi 1983 seçimlerinde Milliyetçi Demokrasi Partisi'nden Giresun Milletvekili yapmıştır.

Genç il başkanı Ahmet Çıtlakoğlu'nun yol arkadaşları Giresun'da zengin aile çocukları değil, Mürsel Tatlı, Ali Deniz, Ömer Adıgüzel, Ahmet Tiryaki ve diğer MNP'nin kurucuları arasında olanların dışında yeni partiye katılan Kasım Erten gibi köyden kente yeni göç etmiş orta halli ve orta yaşlı kimselerdir. Orta yaşlı yöneticiler Erbakan'dan aldıkları terbiyeye istinaden aralarındaki yaş farkını göz önüne almayarak komutana biat şuuruyla birlikte çalışmaya devam etmişlerdir.

Tüm Türkiye'de olduğu gibi Giresun'da da Necmettin Erbakan'ın ilk rakibi Adalet Partisidir. O, 1976 yılında Giresun'da yaptığı bir konuşmada AP için "Renksizler" tabirini kullanmıştır. Bu söylem genel parti söylemine de uygundur. Zira Erbakan, Adalet Partisi için renksizler, CHP için solcu yakıştırmaları yapmıştır (Yalansız, 2006, 281). Erbakan'ın bu söylemleri Giresun'da da kendisini göstermiş, Giresun'daki bir konuşmasında Adalet Partisini hedefe oturtması üzerine kendisi il başkanı tarafından uyarılmıştır. Çünkü Giresun ölçeğinde hedef kitle olarak, her ne kadar kendini sağ veya sol cenahın dışında tanımlasa da genel olarak dini söylemleri yüksek bir partinin hedef kitlesi CHP'den daha fazla AP olmuştur. Gerçi partinin sloganları her iki cenahı da eleştirel bir yaklaşımla baksa bile MNP'de belirlenmiş, "Ne locada ne solda hak yoldayız hak yolda." sloganına uygun hareket edilmiştir. Böylelikle CHP solculukla, AP ise mason locaları tarafından idare edildiğinin mesajı verilmiştir.

DP, 1950 sonrası taşradaki zenginler yeni söylemlere ilgisiz kalmamışlar, bazıları kendilerini desteklemişlerdir. Giresun özelinde Bulancaklı Ahmet Fat ve Alaattin Kıroğlu gibi esnaf doğrudan MSP'den yana tavır alamamalarına rağmen ilişkileri sıcak tutmaya gayret göstermişlerdir. Necmettin Erbakan'ın Bulancak Mitinginden sonra Ahmet Fat kendisi MSP'li olmamasına rağmen kendi evinde misafir etmek istemiş, Erbakan, bu konuda yetkinin il başkanında olduğunu beyan etmiştir. İl başkanı Ahmet Çıtlakoğlu da bu davete icabet edilebileceği fakat gelenek hale gelmiş bir olguyu dile getirir. Ahmet Bey, ilçenin ileri gelenlerini de evine çağırıp bir sohbet ortamının sağlanmasını söyler. Ahmet Fat buna karşı çıkarak: "Erbakan Hoca'nın yarım saat konuşup ikna edemeyeceği kimse yoktur. Ben ilçenin ileri gelenlerini hoca ile buluşturursam Bulancak'ta bir daha gezemem." diye cevap verir (K.71). Bunun üzerine aynı program Ali Deniz'in evinde icra edilir. Milli Görüş Hareketi'ni diğer siyasi partilerden ayırt eden özelliklerden birisi de illerde mutlaka evlerde kalmalarıdır. Bunun sebebi ekonomik açıdan müsait olmama değil, üst düzey bürokrat, siyasetçilerin taşradaki insanlara verdiği değerlerin bir sonucu, İslam kardeşliğinin bir gereği olarak bu yolu seçmişlerdir. Bundan dolayı 1980 yılına kadar Milli Görüş adına Giresun'a gelen bütün parti yöneticileri, bürokratları hatta o dönemin bakanları mutlaka gittikleri il-ilçelerde yörenin ileri gelenlerinin evinde kalmışlardır.

Bütün taşra il yönetim kurulları ve diğer parti sempatanlarının eğitilmesi ve çelik çekirdek bir ekip oluşturmak hedefiyle genel merkezden mutlak iki kitap kendilerine tavsiye ediliyordu. Bu kitapların birisi Necmettin Erbakan'ın Milli Nizam Partisi kuruluş aşamasında kendisinin izni alınan Mehmet Zahit Kotku Hoca'nın beş ciltlik "Tasavvufî Ahlak", diğeri ise Lütfi Doğan'ın "Cihad" isimli kitapları idi. Zira 27 yıllık tek partili dönemde inancını ancak tasavvufî yapılar vasıtasıyla korunduğuna

inanıyorlardı. Buradan şöyle bir çıkarım yapılabilir: MNP partisinin Türk siyasi hayatına girişi siyasi İslam'ın yükselmesi olarak üst yönetici kadro tarafından algılansa bile Anadolu'daki yapılanma "Önce Ahlak ve Maneviyat" sloganının çıkarımı olarak Ahlak eğitiminin öncelendiği bir yapı karşımıza çıkmaktadır. Ahlaken belli bir seviyeye ulaşan hedef kitle, daha sonra İslam'ın Cihad emri ile sarmallanarak siyasi teşekküle ölümüne bağlılık sağlıyordu. 1970-80 arası bütün Türkiye'de olduğu gibi Giresun'da da ortaöğretim ve yüksekokullarda okuyan öğrencilerin kitap ihtiyaçları Selahattin Saraç'ın Deniz Kitapevinden temin ediliyordu. Daha sonraki yıllarda bu ihtiyaç Gülistan Kitapevinden giderilmeye çalışılmıştır (K.62). Sempatizan gençlerin okudukları eserler Necip Fazıl Kısakürek, Kadir Mısıroğlu, İsmail Müftüoğlu'nun eserleriyle, Minyeli Abdullah, Huzur Sokağı, İslam'a Giriş gibi yerli roman ve tarihi kitapların yanında, tercüme eserlerden Seyyit Kutup'un "Yoldaki İşaretler'i", Mevdudi'nin "Dört Terim'i" ile Hasan el-Benna'nın kitapları idi.

1977 seçimlerine Giresun Belediye Başkan adayı olarak giren İl Başkanı Ahmet Çıtlakoğlu, tabanı olmamasına rağmen seçim çalışmalarının kazanmaktan ziyade İslami tebliğ mantığı ile çalıştıklarını belirtmektedir. Hatta seçkinin idarecilerin pek yapmadığı şekilde seçim sürecinde Giresun'da kayıtlı seçmen listesinde bulunan herkese bayram tebriği göndermesi tabanda gündem oluşturmuştur. Seçim çalışmaları ile ilgili olarak anlattığı anılarda parti mensuplarının hiçbirinde özel otomobil bulunmadığından Giresun'da görev yapan üst düzey bir bürokratın Anadol marka arabasını seçim boyunca alıp kullandıklarından bahsetmektedir. Parti yöneticilerinin o kadar adanmışlığı vardır ki MSP parti binasının alt katında bulunan lokantanın Ramazan ayında dükkânını açmasını içlerine sindiremeyerek ilin o günkü valisinden bu işyerinin kapatılmasını istemişlerdir. Bürokrasiden çok uzak olan bu kadro, iktidar partisi olmanın avantajı ile her dediklerinin yapılacağı vehmine kapılmışlardır. Ancak bürokrasiyi iyi bilen ilin üst yöneticisi Türkiye'de işletme ruhsatı almış birinin keyfi olarak kapatılamayacağını uygulamasıyla göstermiştir. Şu kadar var ki o tarihler yeni yapılanma içerisinde olan Milli Görüş hareketi, Milli İstihbarat Teşkilatı'nın yakın takibindedir. Kapatılan partinin Giresun il binası olarak kullanılan binanın bitişiğinde kalıp çalışmalarda bulunan ve isminin Uğur olduğunu söyleyen Ziraat Teknikeri olan kişi Giresun'dan ayrılırken MİT kimliğini yakın arkadaşlarına göstermesi o insanları hem çok şaşırtmış, hem de daha dikkatli olmalarını sağlamıştır (K. 65).

Peki bu yeni oluşumda parti idarecileri başta olmak üzere diğer seçmen kitlesi nasıl eğitiliyordu? Bu konuda da başkanın anlatımıyla dönemin kendisini yetiştirmiş memurları vasıtasıyla daha çok bu ihtiyaç giderilmeye başlanmıştır. Devlet memuru olan bu kişiler çalışmalarını daha çok MTTB vasıtasıyla gençliğe yönelik olmakla birlikte sivil hayatta çay sohbetlerinde ve ev ziyaretlerinde sınırlı kişiler marifetiyle yapıyordu. Bu şahıslar, Giresun İmam Hatip Lisesi'nde Tarih Öğretmeni Cengiz Barutoğlu ve Saadettin Elibol, Giresun Müftülüğü Şefi Hüsnü Aktaş, Murakıp Ahmet Gülen ve Şaban Mat isimli gönüllülerdi. Ayrıca Yusuf Birol, Fahri Güleç, Erkan Kaya, Kasım Ertan, Atilla İslamoğlu, Selahattin Saraç, Mustafa Topçu, Hasan Karabiber gibi gönül erlerinin de unutmamak gerekmektedir. 1980 öncesi MSP açısından en başarılı ilçeler Alucra ve Bulancak ilçeleriydi. O tarihlerde bu davanın öncüleri; Alucra'da Osman Erilli (1977 seçimlerinde II. sıra Milletvekili adayı) ve Halil İbrahim Yağcı,

Bulancak'ta Mehmet Ali Altundağ ve Mehmet Sıradağ, Dereli'de Musa Vurgun, Espiye'de Hüseyin Kızak, Eynesil'de Osman Topal, Görele'de Temel Demirci, Tirebolu'da Ahmet ve Yusuf Karabıçak kardeşler, Keşap'ta Ahmet Aslan, Yağlıdere'de Talip Kahyaoğlu, Şebinkarahisar'da Durmuş Engin, Mehmet Özdebak, ve Yücel Aksu, Piraziz'de Mustafa Aydın'dır.

1980 askeri darbesinden sonra partileri kapatılınca Müslüman olarak cihadsız kalamayacaklarını ve mutlaka mevcut düzenin herhangi bir resmi kanalında bir araya gelip bu birlikteliğin bozulmaması gerektiğini düşünen başta kapatılan MSP yöneticileri olmak üzere diğer dava arkadaşları durum değerlendirmesi yapmışlardır: Arafat Pazarlama ismiyle legal bir şirket kurup, hem ticaret yapmanın hem de dava arkadaşlarının savrulmaması gerektiğinden hareketle haftalık parti toplantısı gibi bütün partisel çalışmalara devam etmişlerdir. Süreç ve sonuçları hakkında değişik yorumlar yapılsa bile kuruluşu ve sonrasında samimi duygularla başlatılmış, maalesef beklenildiği kadar Giresun kamuoyunda gerekli teveccühü görmemiş ve 1990'lı yıllarda şirket tasfiye edilmiştir (K.71).

Giresun Din Görevlileri Derneği

Giresunlu öğrencilerin dini alanda yetişmelerine katkı sağlayan kurumlardan bir tanesi de hiç şüphesiz Giresun Din Görevlileri Derneği'dir. 1973 yılında faaliyete başlayan dernek, Giresun'da memurluk yapan diyanet görevlilerinin bir araya gelmesiyle kurulmuştur. İlk başkanı cami cemaatinden Kazım Çakır isimli şahıstı. Kendi çaplarında çalışmalar yaparlarken yukarda isimlerinden ve çalışmalarından bahsettiğimiz Hüsnü Aktaş, Ahmet Gülen ve Şaban Mat gibi genç kuşak aktivistler Kazım Çakır'ın başkanlığında çalışmaya devam etmişlerdir. Tabi ki bu gençlerin çalışma stilleri diğerlerinden değişiktir. Daha çok öğrenci merkezli çalışmayı öncelemeye karar vermişlerdir. Hareket alışılmış çalışmaların dışına çıkmaya başlayınca Kazım Bey bundan rahatsızlık duyarak: "Davul benim sırtımda tokmak başkasının elinde, bu böyle gitmez." diyerek dernek başkanlığını bırakmıştır (K.73). Bu gelişme üzerine Giresun'da imamlık yapan Şaban Mat'ın başkanlığında çalışmaya devam edilmiştir. Derneğin bürosu Çınarlar Camisinin yanında bir kahvehanedir. Resmi hüviyeti din görevlileri derneğine bağlı olduğundan öğrenciler serbest bir şekilde derneğe girip çıkmaya başlamışlardır.

Orta öğretim okumak için köylerden gelen ve olumsuz şartlarda kalan öğrenciler için konforlu olan bu mekân, sıcak ortamıyla ders çalışma imkânları sunan, umulanın üstünde bir teveccüh görmüştür. Özellikle Çınarlar Cami'sinin müezzini Remzi Eminoğlu vaktinin çoğunu bu dernekte geçirerek buraya gelen öğrencilerle sıcak ilişkileri devam ettirmiştir. Maddi durumu iyi olmayan öğrenciler dernek yöneticileri tarafından desteklenerek aidiyetleri daha da kuvvetlendirilmeye başlanmıştır (K. 84). Geçmişte daha çok öğrenci merkezli çalışan Giresun Din Görevlileri Derneği 2002 yılında tasfiye edilmiştir (Giresun Valiliği, 2020). Bu çalışmaların yanında Giresun'da kimlik oluşturma çabalarına 1980 öncesi muhafazakâr öğretmenler de katkı sağlamaya matuf teşkilatlanmaya başlamışlardır. Mefkureci Öğretmenler Derneği ismiyle kurulan mekan Giresun'da kurulan diğer STK'lara göre üyeleri öğretmen olduğundan o günün şartlarında nezih bir ofis tutularak modern bir tefrişatla açılmıştır. 1980 darbesi nedeniyle derneğin ömrü çok uzun olamamış, demirbaşlar milli emlak tarafından hazineye kaydedilmiştir. 1980 askeri darbesi ile kapatılan Mefkureci Öğretmenler Derneği Giresun şubesinin

başkanlığını İHL öğretmenlerinden Şükrü Teoman yapmış ve kurucular Muzaffer Ayar, Mustafa Altunel, Abdullah Özcan, Cengiz Barutoğlu gibi derneğe yakın öğretmenlerden oluşmuştur (K. 72).

Giresun’da Filizlenen Aydınlanma Aracı: Ölçü Dergisi

Giresun Müftülüğüne şef olarak atanan Hüsnü Aktaş, sorumluluğunun farkında bir Müslüman olarak yapılabilecek bir şeyler olduğunu düşünmektedir. Bağımsızlar hareketi ile başlayıp, MNP ile devam eden Necmettin Erbakan’ın siyasi hareketi sempaticanları sadece Tasavvufi Ahlak ve Cihad kitaplarıyla yetinmeyip bunların dışında da öğrenciler başta olmak üzere yazma kültürlerinin gelişmesi için arayışlara girmek gerekiyordu. Bu sorumluluğun gereği olarak Hüsnü Aktaş ve arkadaşları Giresun’da “Ölçü” isimli bir dergi çıkarmaya karar verirler. Ne güzel tevafuk ki 1972 yılının Kasım ayında Giresun Müftülüğü murakıplığına atanan Adanalı Ahmet Gülen ve 1973 yılının başlarında Burdurlu Hüsnü Aktaş müftülüğe şef olarak atanırlar. Üniversite mezunu olan bu iki kişi birbirlerini tamamlayan özelliklere sahiptir. Hüsnü Aktaş lise yıllarından itibaren gazetelerde ve dergilerde yazıları yayınlanmaya başlamış, üniversite yıllarında Ankara’da bu alanda kendisini yetiştirmiştir. Ahmet Gülen ise daha teknik konulara yatkınlığı ile birbirini tamamlamışlardır. İki arkadaş Giresun’da yeni başlayan MNP ve MSP tabanı ile tanışıp kültürel alanda katkı sağlamayı düşünmüşlerdir.

Bu iki kişi memur olduklarından aktif siyasi çalışmalarda bulunamaları da sivil hayatta yönetimdeki kişilerle beraberlikleri devam etmektedir. 1967’de kurulan Merkez İmam Hatip Okulu başta olmak üzere liselerde okuyan öğrencilerle irtibata geçilmiştir. İki adanmış adam bir araya gelerek özellikle gençlerde İslami bir kimlik oluşturmaya matuf dergi çıkarmaya karar vermişlerdir. Küçük bir Anadolu şehrinde bu nasıl olacaktı? “İman varsa imkân da vardır”, düsturuyla müftülükteki mesai arkadaşları ve çevrelerinden topladıkları paralarla Almanya’dan bir teksir makinası getirterek dergiyi basmaya başlamışlardır. Bir süre kendi imkânlarıyla teksir makinasında devam eden neşriyat işleri daha sonra dünya görüşü olarak aynı kulvarda olmamasına rağmen Giresun’da böyle bir yayın faaliyetini desteklemek için Yeşil Giresun Gazetesi’nin sahibi Hasan Ögütçü’nün destekleriyle gazetenin matbaasında basılmıştır. Bu tarihten derginin Ankara’ya taşınma yılı olan 1977’e kadar Yeşil Giresun matbaasında basılmaya devam etmiştir. Ağırlıklı olarak yerel yazarların yazıları olmak üzere büyük bir aşkla çoğu büyük şehirlerde olmayan dini neşriyat işlerine başlanmıştır (K.81). Kendilerine o zamanlar Giresun’da ağırlıklı olarak İmam Hatip Liseli gençler olmak üzere diğer liseli gençlerden; Osman Usta, Mehmet Emin Göktaş, Mümtaz Sarıgül, Musa Çakı, Mehmet Bal, Halil İbrahim Sarıtaş, Mehmet Özdemir, Cüneyt Toraman ve Abdullah Tozlu gibi gençler yardımcı olmaktadır. 1970’li yıllarda Giresun’da ateşlenen meşale meyvelerini vermeye başlamıştır. İHL mezun vermeye başlamış, MTTB Giresun teşkilatlanmasına gidilmiştir. MNP kapatıldıktan sonra hemen MSP açılmış, Giresun Din Görevlileri Derneği marifetiyle çalışmalara devam edilmiş, Ölçü Dergisi öğrencilerde mevcut cevherin ortaya çıkması için bir vesile olmuş ve Giresun’da bu hareket filizlenmeye başlamıştır.

İşte tam da bu sırada Giresun’a Müftü olarak atanan Trabzonlu Seyfettin Yazıcı ile Hüsnü Aktaş ve Ahmet Gülen’in araları farklı fikirleri savunmaları dolayısıyla açılmıştır. Müftü ile anlaşamayacaklarına kanaat getiren bu iki dava adamından 1976 Mart ayında Hüsnü Aktaş, 1976

Haziran'ında da Ahmet Gülen Giresun'dan ayrılmaya karar verirler. Başka bir denize yelken açmak üzere ayrılan bu iki insanın çalışmalarıyla artık bir nüve tutmuş ve bu mektepten yetişen gençler, özellikle Milli Eğitim'de çalışan öğretmenler çalışmalara ara vermeden bir süre devam ettirmişlerdir. Giresun Din Görevlileri Derneği tarafından 1974 Haziran ayından 1977 yılı Temmuz ayına kadar kesintisiz 4 yıl devam eden dergi adeta Giresun'un kültürel dinamiklerinde merkezi olmuştur. Yazı İşleri Müdürlüğünü Mart 1976 yılına kadar Hüsnü Aktaş yapmıştır. Daha sonra Hüsnü Aktaş ve arkadaşları tarafından Yaşar Ali Şengün'ün sorumluluğunda Ankara'da teşkilatlanan dergi isim değiştirerek "Yeni Ölçü" ismiyle yayın hayatına devam etmiştir. Giresun'da çıkan Ölçü dergisi, Yeni Ölçü dergisiyle birleşerek 2. sayısından itibaren 49. sayı adıyla yayın hayatına devam etmiştir (Türkmen, 2000).

Giresun gençliğine faydalı olduğu gibi yeni oluşan bu akımın müntesiplerine de fikri destek sağlamaya devam eden dergi sosyal sorumluluk almaktan da çekinmemiştir. Tarihçi İsmail Müftüoğlu'nun konferansı için emniyete izin dilekçesi vermek için giden gençler, dönemin emniyet müdürü tarafından galiz sözlerle aşağılanmışlardır. İçişleri Bakanı MSP'li olmasına rağmen Giresun Emniyet Müdürü'nün yaptığı bu nahoş hareketten sonraki ilk sayısında maruz kalınan durumu gündeme getirerek olayı kınaması o günün şartlarında küçümsenmeyecek dik duruşlu bir tavır olarak tarihe geçmiştir (K. 66).

Hüsnü Aktaş, aynı tarihlerde dergi yazarlığının yanında iyi bir kültürel mesaj vesilesi olan tiyatro-piyes yazıp sahnelemeye de başlamıştır. Artık Giresunlu gençler de kültürel olaylara ilgi duymaya başlamıştır. Hüsnü Aktaş'ın yazıp yönettiği ve sahnelediği "Şeytanın Düzeni" adlı tiyatro Giresunlu öğrencilerin öncülüğünce sahnelenerek ses getirmiştir. Bu tiyatro oyunu, Giresun'da 1930'lu yıllardan sonra Halkevleri ve diğer dinamikler tarafından oluşturulan tiyatro kültürünü muhafazakâr kesimlerle tanıştırmayı ve bunun oluşturduğu heyecan özellikle liseli gençler ve MSP tabanı tarafından büyük bir teveccühle karşılanmıştır. Bu tiyatro, Giresun'un ilçeleri olmak üzere daha sonra Türkiye'nin bazı illeriyle Türk işçilerin yoğunlukta olduğu Almanya'nın birçok ilinde gösterime girmiştir.

Giresun Milli Türk Talebe Birliği

Milli Türk Talebe Birliği, 1916 yılında İttihat ve Terakki mensuplarınca kurulmuş bir sivil toplum örgütüdür. Yeni devletin kurulmasından sonra 1926-1936 yılları arasında resmi ideolojinin yerleştirilmesi sürecinde Turancılık konusundaki çalışmalarıyla yeni devlet ideolojisine katkı sağlamıştır. MTTB, kısa bir süre faaliyetlerine ara verdikten sonra 1946-1965 yılları arasında sol cereyanların yanında saf tutarak tek adamlıktan demokrasiye geçiş serüveninde sol zihniyetlere hizmet etmiştir. MTTB'de, 18 Mart 1965 yılında yapılan genel kurulda başkanlığa Rasim Cinisli'nin seçilmesiyle anti-komünist reaksiyonla değişim sürecine girmiştir. Bu başkanlık seçimi, MTTB için tam bir dönüm noktası olmuştur. 1967 yılında İsmail Kahraman'ın başkanlığına kadar sol ve sağcıları aralarında barındıran MTTB, bu tarihten sonra milli ruh ve şuura bağlı bir örgütlenmeye gitmiştir. Artık daha muhafazakâr bir çizgiye gelen MTTB, 1968 Solcu Öğrenci Olaylarına alternatif mitingler yapmaya başlamıştır. Bu tarihten sonra ise bu yapı, Anadolu'dan üniversite okumak için büyükşehirlere gelen dini hassasiyetlere sahip öğrenciler/gençler için önemli bir alternatif örgütlenme mekanı olmuştur (Akın,

2017, 138). Anadolu çocuklarının eğitimi hale gelmesine vesile olan MTTB, bu çalışmasıyla siyasi yapılmaya insan kaynağı oluşturması açısından büyük bir sorumluluk almıştır (Öztürk, 2016). 1969 yılında milliyetçilerle karşı karşıya geldiği genel kurulda muhafazakâr kanadın kazanmasıyla sonuçlanmıştır.

MTTB, Giresun'da 18.02.1975 yılında İmam Hatip Okulu son sınıf öğrencisi Musa Çakı, Mehmet Özdemir ve Bahtiyar Öztürk tarafından şimdiki millet bahçesinin karşısında Çınarlar Mahallesi Tepebaşı Sok. 1 nolu adresteki binada kurulmuştur. Öğrencilere haftalık sohbetlerle işe başlayan başkan Musa Çakı, 1975 yılında İHL'den mezun olmasına rağmen diyanette göreve başladığı 14.02.1976 tarihine kadar başkanlığa devam etmiştir. Kendisinden sonra başkanlığı Mehmet Bal'a bırakmıştır. Mehmet Bal'ın başkanlığında örgütlenme biraz daha derinleşip önce fiziki mekân Çınarlar Camisi'nin yanına taşınmış, Cuma akşamları sohbetleri biraz daha disipline edilerek yerel konuşmacılardan Cengiz Barutoğlu, Saadettin Elibol ve üniversite mezunları memurlar tarafından katılımcılar yetiştirilmeye çalışılmıştır (K.66). Bu tarihlerde talebe yapılması olan MTTB'nin maddi yükünü çekenler, Ali Deniz, Pekin İshakbeyoğlu, Ali Öden, Kasım Erten, Mehmet Ali Uzun ve bir kısım devlet memurlarıdır. 1977 yılından sonra bir müddet Giresun Tarım Kredi'de memur olarak görev yapan Bekir Şahin başkan olur (Giresun Valiliği, 2020). 1979 yılının sonbaharına kadar Mehmet Aydın'ın başkanlık yaptığı MTTB'nin son başkanı Murat Pir'dir. Geçmiş yıllara nazaran teşkilat güçlenerek devam etmiş ve Anadolu çocuklarının üniversiteye hazırlamak için üniversite hazırlık kursları açılmıştır. Cuma akşamı sohbetleri devam ettiği gibi MTTB'de konferans vermek için Kadir Mısıroğlu gibi diğer illerden de konuşmacılar getirilmeye başlanmıştır. Ölçü Dergisi'nin Ankara'ya taşınmasının ardından kendi çaplarında çıkarılan dergi lise gençlerinin yazı ve şiirleriyle katkı sundukları bir mektep haline gelmiştir (K.63).

Giresun'dan 1975'li yıllarda liseden mezun olup büyük şehirlerde yüksek tahsil gören öğrenciler yazları uğradıkları Giresun MTTB, yaşadıkları büyük şehirlerde yapılan çalışmalarda tecrübe paylaşımları yapılarak talebe birliği daha da gelişerek büyümeye devam etmiştir. 1972'li yıllara göre Giresun'da Milli Görüş Hareketi'ne gönül verenlerin sayılarında artmış, esnaf, öğretmen, din görevlileri ve diğer memurların maddi-manevi yardımlarıyla öğrencilere kültürel, sosyal ve üniversite hazırlık kursları bağlamında etkinlikler düzenleyerek daha iyi imkânlar sunmuştur.

Giresun Akıncılar Derneği

Akıncılar Derneği, Ankara Devlet Mimarlık Akademisinde eğitim gören bir grup öğrenci tarafından Tevfik Rıza Çavuşoğlu başkanlığında 12 Aralık 1975 yılında kurulmuştur. Bir okul derneği olarak kurulan Akıncılar Derneği, Türkiye'nin değişik illerinde kurulan aynı ad ve gaye ile kurulan dernekler birleştirilerek teşkilatlanmaya gitmişlerdir. 1977'de Mehmet Tellioglu'nun başkanlığa getirilmesiyle MSP gençlik kolları gibi çalışmaya başlayan ve aktivistliği ön plana çıkan bu teşkilat 1979 İran İslam Devriminden sonra şii bir yapılanmanın etkisine girerek MSP ile fikir ayrılığına düşmüş ve İçişleri Bakanlığı MSP'de olduğu yıllarda rağmen kontrolden çıktığı için 13 Aralık 1979 yılında Ankara Sıkıyönetim Komutanlığınca kapatılmıştır (Zengin, 2017).

MTTB'ye göre aktivistliği ön planda olup MSP gençlik kolları gibi işlev gören bu teşkilat ömrü kısa olmasına rağmen Türkiye'nin hemen her ilinde olduğu gibi Giresun'da da teşkilatlanmıştır. Giresun'da da 13.09.1977 tarihinde MSP binasının altında memuriyet görevi yapan Abdulkadir Kılıç başkanlığında geçici yönetim kurulu oluşturulmuştur. 04.03.1978 tarihinde ilk genel kurul yapılarak Abdülkadir Kılıç başkanlığa devam etmiştir. Dönemin şahitleri ortaöğretim öğrencilerinin MTTB'ye gittiklerini, üniversite öğrencileri, memurlar ve serbest çalışanların ise Akıncılar Derneği'ne üye olabildiklerini belirtmektedirler (K.72). Akıncılar Derneği'nin başkanlığına 28.01.1979 tarihinde yapılan genel kurul ile Antalya doğumlu Tefik Bulut getirilmiştir (Giresun Valiliği, 2020). Türkiye genelinde Akıncılar Derneği'nde meydana gelen bölünme Giresun Akıncılar Derneği'nde meydana gelmemiştir.

Sonuç

1946 yılından sonra Türkiye'de çok partili döneme geçişle kısmen yeni yapılanmaların izdüşümleri, Türkiye gerçeğine uygun olarak Giresun'da da görülmüştür. 1970 öncesi muhafazakâr camianın siyasi arenaya girmesi ve MNP denemelerine eşzamanlı olarak Giresun'da da Sıtkı Karabiber ve sınırlı sayıda insanla başlanmıştır. Bu partinin kapatılması neticesi yeni kurulan MSP dönemi MNP kadroları merkezde olmakla birlikte kısa dönemde edindikleri yaşamışlıklarla siyasete daha avantajlı bir durumda girmiştir. 1976 öncesi Ankara'da mukim Piraziz'in tanınmış ailelerinde Tiralizâde Turgut Tirali'nin MSP Giresun il başkanlığına getirilmesiyle hem madden hem de vizyon olarak yeni bir sürece girmiştir. Üniversite mezunu bir genç olan Ahmet Çıtlakoğlu, 1976 yılından sonra Giresun siyasetine damgasını vurmuştur. Giresun'da MSP'nin güçlenmesinde parti yöneticileri kadar memur olarak Giresun'a tayin olan Hüsnü Aktaş, Ahmet Gülen'in öncülüğünde Din Görevlileri Derneği çalışmaları etkili olmuştur. Hüsnü Aktaş'ın önderliğinde 1974'lü yılların sonlarında yayın hayatına başlayan Ölçü Dergisi, gençler başta olmak üzere diğer insanların teveccühünü kazanıp uyanışın itici gücü olmuştur. Giresun'un geçmişinde daha çok kurucu iradenin yandaşları tarafından başlatılan kültürel hayata muhafazakâr camianın sesi olarak Hüsnü Aktaş tarafından yazılıp sahnelenen "Şeytanın Düzeni" adlı tiyatro hem ulusal bazda hem de yurtdışında sergilenerek iz bırakmıştır. Bununla birlikte Türkiye genelinde 1916 yılında İttihat ve Terakki mensuplarınca kurulmuş ve 1965 yılından sonra çizgi değiştirmiş olan MTTB, 1975 yılında Giresun'daki öğrencilerin teşkilatlanıp yetiştirilmesi için önemli kilometre taşlarındandır. MSP, 1973 seçimlerine Giresun'da nadir üniversite mezunlarından Fiskobirlik Müfettişi Dursun Ali Aydoğdu'yla girmiş ve ilk sınavından kısmen başarıyla çıkmıştır. 1977 seçimlerine 1970 öncesi Giresun İmam Hatip Lisesi kurucu Müdürlüğü de yapan Artvinli Nedim Urhan'la giren MSP, Türkiye genelinde oransal olarak oy kaybı yaşamasına rağmen Giresun'da hatırı sayılır bir oy artışı yaşamış fakat milletvekili çıkarmaya muvaffak olamamıştır.

Kaynakça

Akın, M. H. (2017). Milli Türk Talebe Birliği Gençliği ve Necip Fazıl Kısakürek, 100. Yılında MTTB. (Der. Mahmut Hakkı Akın, Serkan Yorgancılık), Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.

- Aydınoğlu, C. (ty). 1950 Sonrası Giresun'da Bir Siyasal İslamcı: Çakraklı Sıtkı Hoca. Geçmişten Günümüze Giresun'da Dini Hayat I-II, İstanbul: Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi-2, ts, ss. 469-479.
- Ayhan, H. (1999). Türkiye'de Din Eğitimi. İstanbul: M.Ü İlahiyat Fakültesi Yayınları.
- Baykal, Ö., Çaha, Ö. (2017), Politik Aktör Olarak Necmettin Erbakan'ın Türk Siyasetindeki Yeri. Akademik Hassasiyetler, 4(8), ss. 1-18.
- Bozkurt, C. (2013). Türk Siyasetinde İslam Demokrat Partisi ve Kamuoyundaki Yankıları. History Studes, 5/2, ss, 79-106.
- Çaha, Ö., Baykal, Ö. (2017). Milli Görüş Hareketinin Kuruluşu: Türk Siyasetinde Milli Nizam Partisi Deneyimi. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt, 19, Sayı, 3, ss, 788-806.
- Çavdar, T. (1995). Türkiye'nin Demokrasi Tarihi. Ankara: İmge Yayınevi.
- Demirel, T. (2013). Adalet Partisi İdeolojisi ve Politika. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Erbakan, N. (1975). Milli Görüş. İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Eroğul, C. (1990). Demokrat Parti (Tarihi ve İdeolojisi). Ankara: İmge Kitabevi.
- Feroz, A. (2010). Bir Kimlik Peşinde Türkiye. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Giresun Valiliği. (2020). İl sivil Toplumla İlişkiler Müdürlüğü, 17.02.2020 tarih 50568325-622.E.2268 tarihli yazısı.
- İbn Manzûr, M. (ts). Lisanu'l-Arap. Beyrut: Dâru's-Sadr.
- Keyder, Ç. (1993). Türkiye'de Devlet ve Sınıflar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Sargın, S. (2007). Türkiye'de Üniversitelerin Gelişim Süreci ve Bölgesel Dağılımı. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi sayı, 5, ss. 133-150
- Sarıbay, A. Y. (2004). Milli Nizam Partisinin Kuruluşu ve Programının İçeriği. (ed. Yasin Aktay), Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce, İslamcılık. İstanbul: İletişim Yayınları, VI. cilt, ss. 576-590.
- TBMM. (tarih yok). [tbmm.gov.tr. 06 01, 2021 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi: https://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/e_kaynaklar_kutuphane_hukümetler.html](https://www.tbmm.gov.tr/kutuphane/e_kaynaklar_kutuphane_hukümetler.html) adresinden alındı.
- Tuğrul, T. (2017). Milli Görüş Hareketinin Temel Karakterleri. Mezhep Araştırmaları Dergisi, c. 10, s. 2, ss. 617- 657.
- Tunaya, Z. T. (1952). Türkiye'de Siyasi Partiler (1859-1952). İstanbul: Arba Yayınları.
- Türkmen, H. (2000). "Pratik Mücadelede Kimlik Oluşturucu Bir Araç: Yeni Ölçü Dergisi. Haksöz Dergisi, sayı:108.
- Öztürk, E. (2016). Milli Türk Talebe Birliğinde Değişen Milliyetçilik Anlayışı ve Anti-Komünizm. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, sayı:25, ss. 103-126.
- Yıldırım, A, Şimşek, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.
- Yalansız, N. (2006). Türkiye'de Koalisyon Hükümetleri 1961-2002. İstanbul: Büke Yayınları.
- Yılmaz, A. (2019). Muaviye ve Abbas Bağlamında Arap Milliyetçiliği. İstanbul: Fecr Yayınları.
- Yılmaz, S. (2016). Milli Görüş Hareketi: Toplumsal Hareketlerde Çerçeve Değişimi Etkisi. İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi, c. 5, s, 4, ss: 1164-1185.

Ali YILMAZ

1980 Öncesi Giresun'da Milli Görüş Hareketinin Panoraması

YSK. (tarih yok). *1950-1977 Yılları Arasında Yapılan Milletvekili Genel Seçimleri*. 06 01, 2021 tarihinde ysk.gov.tr: <https://www.ysk.gov.tr/tr/1950-1977-yillari-arasi-milletvekili-genel-secimleri/3007> adresinden alındı.

Zengin, E. (2017). Bir Toplumsal Hareket Olarak Akıncılar: Türkiye'de İslamcı Öznenin Kurulumu Ve Eylemi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Öğrenci Gözünden: Sosyal Bilgiler Dersini Ben Anlatsaydım

Aylin YAZICIOĞLU*

Vesile ALKAN†

Öz

Öğrencilerin etkili, duyarlı ve bilinçli bir vatandaş olarak yetişmesinde sosyal bilgiler dersi önemli bir role sahiptir. Toplumsallaşma sürecine katılım, değerlerin ve becerilerin aktarılması bu dersin nasıl işlenmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır. Bu bağlamda çalışma ilkökul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersini yürüten öğretmen olarak dersi nasıl anlatmak istediklerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Araştırma nitel yöntemde tasarlanmıştır. Üç farklı ilkökulden seçilen öğrenciler, çalışma grubunu oluşturmuştur. Veri toplama aracı olarak yarı-yapılandırılmış form kullanılmıştır. Veriler 2015- 2016 eğitim-öğretim yılı bahar döneminde toplanmıştır. Elde edilen veriler, içerik analiz tekniğine uygun olarak analiz edilmiştir. Sosyal bilgiler dersinin anlatımıyla ilgili dokuz tema (eğlence, tartışma, hayal,...) ortaya çıkmıştır. Sosyal bilgiler dersinin anlatım yolunun gerekçesi ise altı temada (kalıcı, eğlence, katılım, ...) toplanmıştır. Diğer çalışmalarda sosyo-ekonomik düzey, öğretmen görüşü de dikkate alınarak daha detaylı bilgiler elde edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Bilgiler Dersi, Öğrenci Bakışı, Sosyal Bilgiler Öğretimi.

From Pupils' Lenses: If I teach Social Studies

Abstract

Social studies lesson has an important role in raising students as effective, sensitive and conscious citizens. Participation in the socialization process, transferring values and skills also reveals how this course should be taught. In this context, the study aimed to reveal how primary school students want to teach the lesson as the teacher conducting the social studies lesson. The research is designed in a qualitative method. Students selected from three different primary schools formed the study group. Semi-structured form was used as data collection tool. The data were collected in the spring semester of the 2015-2016 academic year. The obtained data were analyzed in accordance with the content analysis technique. Nine themes (entertainment, discussion, fantasy,...) have emerged regarding the narration of the social studies lesson. The rationale for the way of teaching the social studies lesson is gathered under six themes (permanent, entertainment, participation, ...). In other studies, more detailed information can be obtained by taking into account the socio-economic level and teachers' opinion.

Key Words: Social Studies Lesson, Student View, Social Studies Education.

Geliş/Received: 17.10.2020

Kabul/Accepted: 22.06.2021

*Etik Kurul İzni: Araştırmayla ilgili veriler 2020 yılı öncesinde (2015-2016 eğitim-öğretim yılı bahar dönemi) toplanmıştır. Bu nedenle etik kurul izni alınmamıştır.

Giriş

Yirmi birinci yüzyılın eğitim alanındaki getirilerine bakıldığında yirminci yüzyılın çok ötesinde olduğu ortadadır. Bu kapsamda yeni yüzyıl ile birlikte sınıf ortamındaki ihtiyaçlar da ciddi anlamda değişmiştir. Dolayısıyla öğrencilerin beklentisi ve öğretmenlerin rolü de yeni yüzyıl ile uyum göstermeye başlamıştır. Öğretmenlerin, öğrencilerin öğrenmesinde tek başına sorumluluklarının olmadığı gerçeğinden, öğrenme nasıl kolaylaştırabilir gerçeğine doğru ilerlemenin yaşandığı bu dönemde; öğrencinin, kendi öğrenme sürecini kontrol edebilmesi hedeflenmiştir.

*Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, e-mail: aylinyazicioglu20@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3527-6982

†Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, e-mail: vesile@pau.edu.tr. ORCID: 0000-0002-8630-3357 (Makale türü: Araştırma makalesi)

Öğrenme sürecinde hem akranlarıyla hem öğretmeni ile etkileşim halinde olması gereken öğrenci, sınıf ortamında artık Hodgkin'in (1998) belirttiği gibi 'pasif nesne' olmaktan çok 'aktif oyuncu' rolüne bürünmüştür. Öğrenme sürecinin etkinliği ve sürekliliği için bu aktifliğin devam etmesi gerekmektedir. Bu durum ister istemez öğrenciye öğrenme süreci hakkında deneyimlerini ve beklentilerini ifade etme fırsatı yaratmalıdır. Dewey (1933); "*Fikirlerin ve bilginin; duyguya, ilgiye ve isteme çevrilmediği bir eğitim yoktur*" sözüyle de öğrencinin öğrenme-öğretme sürecinde önemsenmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Rudduck ve Flutter (2004), öğrencinin öğrenme-öğretme sürecinde söz sahibi olmasının öğretmen-öğrenci ve içerik-öğrenci etkileşimine ciddi katkısı olduğunu belirtmişlerdir. Aynı şekilde Flutter (2007) öğrencinin kendini ifade edebilmesinin ve deneyimlerini paylaşabilmesinin; öğretmenin, öğrencinin nasıl daha iyi öğrenebileceğini bilmesine katkı sağlayacağını vurgulamıştır. Diğer taraftan Cook-Sather (2006) da öğrenme ve öğretme konusunda öğrencinin özgün bakış açısına sahip olduğunu söylemiştir. Dolayısıyla bu bakışın değerlendirilmesi gerekmektedir; çünkü öğrenciler sınıf ortamındaki paydaşlardır ve kendi öğrenmesini değerlendirebilir.

Alan yazın incelendiğinde; sosyal bilgiler dersi ile ilgili hatırı sayılır çalışmanın olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların büyük çoğunluğu, sosyal bilgiler dersinin programının değerlendirmesini (Aykaç, 2007; Öztürk ve Kafadar, 2020) ve öğretmen görüşlerine göre sosyal bilgiler dersinin sorunlarını (Çelik ve Katılmış, 2010; Kuş ve Çelikkaya, 2010; Gömleksiz, Öner ve Özpolat, 2011; Memişoğlu ve Köylü, 2015; Gönenç ve Açıkalin, 2017) ve öğretimini (İskender, 2007; Şeker ve Yılmaz, 2011; Akpınar ve Kaymakçı 2012; Turan ve İbret, 2019) incelemiştir. Alandaki çalışmaların bir kısmının ise öğrenci görüşlerine dayalı olarak sosyal bilgiler dersinin öğretimine ve derse yönelik tutumlara (Akengin ve Demirsoy, 2011; Ocak ve Didin, 2018, Çakar ve Öner (2007) odaklandığı görülmektedir. Ulaşılan literatürde; ilkokul öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinin öğretiminin nasıl olmasını beklediklerine ya da nasıl öğretilmesini istediklerine yönelik araştırmanın olmadığı fark edilmiştir.

Bu çalışma öğrencilerin öğretmen olduklarını hayal etmelerini düşünmelerini, sosyal bilgiler dersini nasıl anlatacaklarını ve bu dersin öğretilmesine ilişkin beklentilerini ve düşüncelerini belirlemeyi amaçlamıştır. Bir diğer yandan sosyal bilgiler dersinin öğretiminin nasıl olması gerektiğine ilişkin gerekçelendirmeler ile öğrencilerin hâlihazırda öğrenme sürecinde sorun olarak gördükleri durumların keşfedilmesini, ortaya çıkarılmasını sağlamaya çalışmıştır. Öğrencilere söz hakkının verilmesi ile birlikte hem alana yeni bir bakış açısının kazandırılması hem de öğretmenlerin sosyal bilgiler dersini yürütürken dikkat etmeleri gereken durumlar veya süreçte yapılması gereken değişikliklerin belirlenmesi ele alınmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın temel problem cümlesi "Öğrenciler kendilerini sosyal bilgiler öğretmeni olarak düşündüklerinde derse nasıl bir işlerlik kazandırır?" şeklinde ifade edilmiştir. Buna çerçevede çalışmanın alt problemleri ise;

- Öğrenciler kendilerini sosyal bilgiler öğretmeni olarak hayal ettiklerinde bu dersi nasıl anlatırdı?
- Öğrenciler anlatmayı düşündükleri dersi neden bu şekilde yürütürdü? şeklindedir.

Yöntem

Çalışmanın desenlendirilmesinde nitel paradigma anlayışı kapsamında nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma; Bryman (2006) tarafından araştırılanın gözüyle bakılmasını sağlayarak en temel özelliğinin insanların olay, aksiyon, norm, değerlere yönelik bakış açılarının sunulması olarak tanımlanmıştır (s. 61). Çalışmada öğrencilerin öğretmen olduklarını hayal ettiklerinde sosyal bilgiler dersini nasıl anlatacakları ve neden bu yolu seçtiklerine ilişkin bir durumu ortaya çıkarma amaçlı olarak nitel araştırma desenlerinden durum çalışması benimsenmiştir. Durum çalışmaları, bir durumun yaşandığı ortam içinde betimlenip detaylandırıldığı ve ‘nasıl’ ve ‘ne için’ sorularının cevaplandırıldığı çalışmalardır (Cohen, Manion ve Morrison, 2007; Yin, 2003). Dolayısıyla bu çalışmada ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin kendilerini bir öğretmen olarak gördüklerinde sosyal bilgiler dersini nasıl anlatmak istediklerinin ve neden böyle bir yol tercih ettiklerine yönelik düşüncelerinin incelenmesi amaçlandığından çalışma nitel araştırma yöntem esaslarına uygun olarak tasarlanmış ve yürütülmüştür.

Çalışma Grubu

Araştırma grubunu, Denizli merkezde yer alan üç farklı ilkokulda öğrenim gören 126 dördüncü sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. Çalışma okulları ile ilgili gerekli bilgiler, Denizli İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nden alınmıştır. Alınan bilgiler doğrultusunda; üst, orta ve alt sosyo-ekonomik düzeyde okulların öğrencilerinin çalışmada yer aldığı bilgisi edinilmiştir. Öğrencilerin farklı sosyo-ekonomik düzeydeki okullardan olmalarının sundukları görüşlerin çeşitliliğine katkı sağladığı analizler sırasında fark edilmiştir. Ancak bu farklılık, görüşlerin düzeylere göre kıyaslanması amacıyla analizler sırasında değerlendirilmemiştir dolayısıyla çalışma grubuna ait özellikler ve bulguların sunumunda düzeylere göre sınıflama yapılmamıştır. Çalışma grubuna ait öğrencilerin özellikleri Tablo 1’de sunulmuştur:

Tablo 1: Çalışma Grubuna Ait Kişisel Özellikler

Öğrencilerin Özellikleri	F	%
Cinsiyet		
Kız	56	55.5
Erkek	70	45.5
Kardeş Sayısı		
Yok	22	17.5
1	72	57.1
2	27	21.4
3+	5	4.0
Anne Eğitim Durumu		
İlkokul	17	13.5
Ortaokul	7	5.6
Lise	42	33.3
Üniversite ve üzeri	60	47.6
Baba Eğitim Durumu		
İlkokul	10	8.0
Ortaokul	8	6.3
Lise	33	26.2
Üniversite ve üzeri	75	59.5
Annenin Mesleği		
Ev Hanımı	60	47.6
İşçi	15	12.0
Memur	36	28.6
Esnaf	7	5.4
Diğer	8	6.4

Babanın Mesleği		
Çalışmıyor	3	3.6
İşçi	27	21.4
Memur	42	33.3
Esnaf	24	19.1
Diğer	30	23.8
Toplam	126	100

Tablo 1’de yer aldığı gibi araştırma grubuna 126 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin 56’sı kız, 70’i ise erkektir. Öğrencilerden 22’sinin kardeşi yoktur, büyük çoğunluğu (72 kişi) tek kardeşe sahiptir. İki kardeşe sahip olan öğrenci sayısı 27, üç ve üçten fazla kardeş sayısı olanlar ise beştir). Anne eğitim durumuna bakıldığında; 60 anne üniversite ve üzeri, 42’si ise lise mezunudur. Liseden alt düzeyde yer alan anne eğitim durumu ise 24’tür (17 ilkökul, yedi ortaokul). Baba eğitim durumuna bakıldığında; babaların 75’i üniversite ve üzeri mezunu, 33’ü lise mezunudur. Liseden alt düzeyde yer alan baba eğitim durumu sayısı 18’dir (10 ilkökul, sekiz ortaokul). Meslek durumları açısından ele alındığında, annelerin büyük çoğunluğu ev hanımıdır (60 kişi). Memur anne sayısı 36 ve işçi olan anne sayısı 15’tir. Esnaf ve diğer grupta yer alanların sayısı ise 15’tir. Baba meslek durumuna bakıldığında 3 kişinin çalışmadığı, memur olanların sayısının 42, işçi olanların sayısının 27, esnaf olanların 24, diğer grupta yer alanların ise 30 olduğu görülmektedir.

Veri Toplama Araçları ve Verilerin Toplanması

Çalışmada veri toplama araçları olarak öğrencilerin kişisel bilgilerinin yer aldığı öğrenci kişisel bilgi formu ve görüşlerinin yer aldığı yarı yapılandırılmış form kullanılmıştır. Kişisel bilgi formunda cinsiyet, anne-baba eğitim durumu ve anne-baba meslek durumu bilgileri yer almıştır. Yarı yapılandırılmış formda ise öğrencilerin sosyal bilgiler öğretmeni olduğunu düşündüklerinde bu dersi nasıl anlatacaklarını ve nedenlerini belirtmelerini bulmaya dayalı sorular oluşturmuştur. Çalışma verileri 2015- 2016 eğitim öğretim yılı bahar döneminde toplanmıştır. Verilerin toplanmasında hazırlık, pilot uygulama ve asıl uygulama aşamaları takip edilmiştir. Hazırlık aşamasında ilgili literatür taraması yapılmış, eserler incelenmiş, veri toplama araçlarının taslak halleri oluşturulmuştur. Pilot uygulama aşamasında uzmanlık alanı sosyal bilgiler öğretmeni olan iki uzman hocanın görüşüne ve üç sınıf öğretmenine soruların anlaşılabilirliği ile ilgili başvurulmuş, bir ön çalışma gerçekleştirilmiştir. Asıl uygulama aşamasında ise geliştirilen veri toplama araçları öğrencilere uygulanmış, ardından verilerin analizi aşamasına geçilmiştir.

Verilerin Analizi

İlkokul 4. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler öğretmeni olduklarını düşündüklerinde dersi nasıl anlatacakları ve neden böyle bir anlatım yoluna gidecekleri ile ilgili görüşlerini ortaya koymak ve açıklamak için içerik analiz tekniği kullanılmıştır. Yıldırım ve Şimşek (2011)’in belirttiği gibi; veriler içerik analizinde daha derin bir işleme tabi tutulur ve betimsel bir yaklaşımla fark edilmeyebilen kavram ve temalar içerik analizi sonucunda keşfedilebilir. Bu çalışmada da içerik analizi sürecinde, sözcükler ve cümleler organize edilmiş, bunlar arasındaki ilişkiler ise yorumlanarak ve yapılandırılarak kategoriler

oluşturulmuştur. Bu yapılandırma süreciyle öğrencilerden alınan görüşler daha anlaşılır hale getirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla eş gözlemci yolu kullanılmıştır. Verilerin analizi sosyal bilgiler dersi çerçevesinde üç farklı ilkokulda öğrenim gören öğrencilerle ve görüşme sorularıyla sınırlı kalmıştır.

Bulgular

Sosyal Bilgiler Dersinin Anlatımı

İlkokul 4. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler öğretmeni olduklarını hayal ettiklerinde bu dersti nasıl anlatmayı istediklerine yönelik görüşlerinin ele alındığı temalar ve frekans düzeyleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1: Temalar ve Frekans Düzeyleri

Temalar	Frekans Düzeyleri (f)
Eğlenceli (Oyun, Tiyatro, Resimle) Anlatma	60
Tartışma-Fikir Almayla Anlatma	47
Etkinliklerle Anlatma	12
İyi Hazırlanarak Açık-Net Anlatma	8
Gerçekçi (Hayata Yönelik) Anlatma	2
Sunum Hazırlatarak Anlatma	2
Hayal Ettirerek Anlatma	2
Araştırma Yoluyla Anlatma	1
Beyin Yükleme Yoluyla Anlatma	1
Toplam	135

Tablo 1’de görüldüğü gibi, ilkokul 4. sınıf öğrencilerinin bir öğretmen olarak hayallerinde sosyal bilgiler dersini nasıl anlatmayı düşündüklerine yönelik görüşleri, dokuz tema altında ele alınmıştır. Bu temalar; “Eğlenceli (Oyun, Tiyatro, Resimle) Anlatma”, “Tartışma-Fikir Almayla Anlatma”, “Etkinliklerle Anlatma”, “İyi Hazırlanarak Açık- Net Anlatma”, “Gerçekçi (Hayata Hazırlanarak) Anlatma”, “Sunum Hazırlatarak Anlatma”, “Hayal Ettirerek Anlatma”, “Araştırma Yoluyla Anlatma” ve “Beyin Yükleme Yoluyla Anlatma” şeklindedir (Tabloda toplam frekans düzeyi, öğrenci sayısından daha fazla görünmektedir. Bu durum, bazı öğrencilerin belirttikleri görüşlerinin birden fazla temayla ilişkili olmasından kaynaklanmıştır)

“Eğlenceli (Oyun, Tiyatro, Resimle) Anlatma” temasıyla ilgili olarak bir öğrenci formda “Öncelikle Sosyal Bilgiler dersini çok sevdiğim için bu derste çok şeyler öğreneceğimizi çok eğleneceğimizi öğrencilere söyledim. Onların bu ders hakkında ki düşüncelerini alırdım. Öğrencilerimle Sosyal Bilgiler dersine yönelik resimler yaparak eğlenerek dersimi işlerdim” (Ö21) şeklinde görüş belirtirken bir diğer öğrenci görüşünü “Bu dersti bir oyunmuş gibi anlatırdım. Mesela meslekler olsa sınıftaki öğrencilerden onları taklit etmelerini isterdim. Böylece öğrenciler hem eğlenmiş hem de öğrenmiş olurlar” (Ö24) şeklinde ifade etmiştir. Başka bir öğrenci ise, “Bu derste öğretmen olsaydım çocukları eğlendirerek anlatırdım. Fıkralar anlatırdım, tiyatrolar yapardım, eğitici ve bilgilendirici filmler izletirdim. Daha eğlenceli bir hale getirirdim” (Ö37) olarak görüşünü sunmuştur.

Görüşünü belirten öğrenciler sosyal bilgiler dersinin eğitsel oyun, rol oynama, fıkra ve filmler gibi materyal ve teknikler ile eğlenceli hale getirilerek anlatılmasından yana olduklarını belirtmişlerdir.

“Tartışma-Fikir Almayla Anlatma” temasına yönelik olarak bir öğrenci “Tartışmaya yönelik ve çocukların anlayabileceği gibi anlatırdım. Bunları şunun için yapardım. Çünkü herkesin fikrini söylemesini istediğim için” (Ö6) derken başka bir öğrenci “Derse girdiğimizde önce işleyeceğimiz konu ile ilgili bilgilendiririm. Sonra çocuklara sorular sorarım anlamadıysa bir daha anlatırım. Onları tartıştırdım, fikirlerini alırdım” (Ö17) demiştir. Diğer bir öğrenci ise “Disiplinli kuralcı ve öğretici anlatıp, tartıştırap her öğrencinin derse katılmasını sağladım, öğrencileri tartıştırap sınıfın verimini arttırdım” (Ö31) olarak görüşünü sunmuştur. Öğrencilerin düşünceleri doğrultusunda sosyal bilgiler dersinde tartışma yöntemini kullanarak kendi öğrencilerinin hem fikirlerini rahatlıkla ifade etmelerini hem de etkin olmalarını sağlamayı amaçladıkları yönünde görüşlerinin olduğu görülmektedir.

“Etkinliklerle Anlatma” temasıyla ilgili görüşünü bir öğrenci “Öğrencilere etkinlikler verirdim. Bir sürü etkinliği birlikte yapardık. Sosyal Bilgiler dersiyile ilgili sorular sorarak, anketler hazırlatarak, sunumlar yaparak işlerdim” (Ö13) şeklinde açıklarken başka bir öğrenci “Etkinlikler yaparak anlatmaya çalışırdım. Mesela kesme yapıştırma gibi etkinlikler kullanırdım. Bu etkinlikleri öğrenciler daha iyi anlasınlar diye yapardım” (Ö90) şeklinde ifade etmiştir. Aynı şekilde diğer bir öğrenci ise “Etkinliklerle çocuklarımın anlayacağı şekilde anlatırdım” (Ö107) şeklinde düşüncesini açıklamıştır. Görüşlerde de belirtildiği gibi öğrenciler etkin katılımını sağlayacak sınıf içi etkinlikleri tercih edeceklerini belirtmişlerdir.

“İyi Hazırlanarak Açık-Net Anlatma” temasıyla ilgili bir öğrenci formda “Öğretmenimin anlattığı gibi bende öğrencilere açık net bir şekilde anlatırdım” (Ö81) olarak görüşünü dile getirmiş diğer bir öğrenci “Öğrencilerin anlaması için A’dan Z’ye kadar en ince noktalara değininceye kadar verirdim” (Ö110) demiştir. Başka bir öğrenci ise “Detaylı bir şekilde öğrencilerin anlaması için güzel güzel anlatırdım” (Ö126) olarak düşüncesini belirtmiştir. Görüşler doğrultusunda öğrenciler dersin açık, detaylı ve anlaşılır anlatılması yönünde görüşlerini belirtmişlerdir.

“Gerçekçi (Hayata Yönelik) Anlatma” temasına yönelik olarak bir öğrenci, “Bu aynı zamanda hayatımızda yapmamız gereken şeyleri anlattığı için gerçekçi bir şekilde anlatırdım.” (Ö1) başka bir öğrenci “Öğretmenimin anlattığı gibi gerçekçi net bir şekilde anlatırdım” (Ö81) olarak görüşlerini dile getirmişlerdir. “Sunum Hazırlatarak Anlatma” temasıyla ilgili olarak öğrenci “Öğrencilere sunumlar yaptırırdım. Dersi bu şekilde işlerdim” (Ö13), başka bir öğrenci “Öğrencilere slayt hazırlamalarını yapmalarını isteyerek, bilgisayar ya da elektronik aletlerden göstererek yardım alarak ” (Ö16) şeklinde düşüncelerini açıklamışlardır. Gerçekçi anlatma ve sunum hazırlatarak anlatma temalarına ilişkin görüşler incelendiğinde bu öğrencilerin, öğrencilere sunum görevi verilmesini ve dersin özüne uygun olarak hayata uygun örneklendirmeler yapılmasını tercih ettikleri yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir.

“Hayal Ettirerek Anlatma” temasıyla ilgili bir öğrenci formda “Öğrencilere hayal ettirerek, açıklayıcı cümlelerle anlatırdım” (Ö104) şeklinde, diğer bir öğrenci ise; “Öğrencilerin gözlerini

kapattırıp onları düşündürürdüm” (Ö119) şeklinde görüşlerini ifade etmişlerdir. “*Araştırma Yoluyla Anlatma*” temasına yönelik olarak ise bir öğrenci “*Öğrencilere araştırmalar yaptırarak, bu görevi vererek anlatırdım*” (Ö5) derken; “*Beyin Yükleme Yoluyla Anlatma*” temasına ilişkin bir öğrenci “*Beyin yüklemesi makinesi icat ederdim. O derste öğrencileri uyutur ve onların kafasına bu icadı takardım. Sırayla hepsinin beynine sosyal bilgilerin konularını yüklerdim*” (Ö50) şeklinde görüşünü dile getirmiştir. Elde edilen sonuçlara göre öğrenciler hayal kurma, beyin kodlama ve araştırma yaptırarak dersi öğretme yoluna gideceklerini belirtmiştir.

Sosyal Bilgiler Dersinin Anlatım Yolunun Gerekçesi

Öğrencilerin sosyal bilgiler dersi öğretmeni olduklarını düşündüklerinde hayal ettikleri ders işleyişini neden böyle yürüttüklerine yönelik düşüncelerinin incelendiği temalar ve frekans düzeyleri ise tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo 2’de toplam frekans düzeyinin öğrenci sayısından daha az sayıda olduğu görülmektedir. Bu durum, bazı öğrencilerin soruyu boş bırakması ya da soruya ilişkisiz cevapların verilmesi sonucu oluşmuştur; çünkü bu formlar, elenmiş ve analiz dışı tutulmuştur.

Tablo 2’de belirtildiği gibi 4. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersini anlattıklarında neden böyle bir anlatım yolu seçtiklerine yönelik görüşleri altı farklı tema altında incelenmiştir. Bu temalar; “*Öğrencinin Daha İyi Anlaması İçin (Kalıcılık)*”, “*Eğlenceli ve Kolay*”, “*Daha İyi Anlatmak İçin*”, “*Öğretmen Öyle Anlattığı İçin*”, “*İyi Bir Yöntem*” ve “*Katılımı Arttırmak*” olarak ele alınmıştır.

Tablo 2: Temalar ve Frekans Düzeyleri

<i>Temalar</i>	<i>Frekans Düzeyleri (f)</i>
Öğrencinin Daha İyi Anlaması İçin (Kalıcılık)	52
Eğlenceli ve Kolay	48
Daha İyi Anlatmak İçin	9
Öğretmen Öyle Anlattığı İçin	5
İyi Bir Yöntem	1
Katılımı Arttırmak	1
Toplam	116

Öğrencilerin sosyal bilgiler dersini anlattıklarını hayal ettiklerinde neden böyle bir anlatım yolu seçtiklerine yönelik görüşleri; “*Öğrencinin Daha İyi Anlaması İçin (Kalıcılık)*” temasına yönelik incelendiğinde bir öğrenci formda, “*Çünkü öğrencilerin bu şekilde daha rahat anlayacağını düşünüyorum ve onların düşüncelerini anlamayı çok ama çok merak ederim*” (Ö11) demiştir. Bir başka öğrenci ise “*Çünkü öğrencilerin kafasında daha kalıcı bir yer oluşturması için böyle bir yöntem uygulardım*” (Ö22) şeklinde görüşünü ifade etmiştir. Öğrencilerin bildirdiği görüşlere göre, sosyal bilgiler dersinde bilginin kalıcı olması amacıyla anlatımların şekillendirilmesini düşündükleri ortaya çıkmıştır.

“*Eğlenceli ve Kolay*” temasıyla ilgili bir öğrenci “*Çünkü çocukları eğlendirirsen onlar seni can kulağı ile dinlerler böylece öğrendikleri daha kalıcı olur*” (Ö23) bir başka öğrenci “*Çünkü eğlendirerek anlatırsam çocukların daha iyi aklında kalacağını düşünüyorum*” (Ö37) diğer bir öğrenci ise “*Çocuklar sıkıcı bir ders işlediğinde sıkılır ama eğlenceli bir ders işlediklerinde daha iyi anlarlar*” (Ö48) olarak

görüşlerini belirtmişlerdir. Bu tema altındaki görüşler incelendiğinde; öğrencilerin dersin eğlenceli hale getirilmesi gerektiğine ve dersin kalıcılığının öğrencilerin ilgilerini çekerek olacağına inandıkları görülmektedir.

“Daha İyi Anlatmak İçin” temasına yönelik olarak bir öğrenci formda “Dersi o şekilde daha iyi anlatabileceğimi düşünüyorum” (Ö8) derken “Çocukların daha iyi öğrenmesi için bu şekilde anlatırım” (Ö105) şeklinde düşünce de belirtilmiştir. “Öğretmen Öyle Anlattığı İçin” temasıyla ilgili olarak bir öğrenci, “Çünkü öğretmenimiz anlatma konusunda çok iyi ben de onun gibi ders anlatırdım” (Ö76) demiştir. Başka bir öğrenci ise “Zeki ve çevik olan öğretmenimiz daha bilgili olduğu için bende onun gibi ders anlatmayı seçerdim” (Ö118) şeklinde görüşünü açıklamıştır. Öğrencilerden elde edilen görüşlere göre öğrencilerin, dersin iyi anlaşılması ve kendilerine rol model seçtikleri öğretmenlerine benzemek amacıyla dersin anlatımını şekillendirecekleri görülmektedir.

“İyi Bir Yöntem” temasıyla ilgili olarak bir öğrenci “Bu yöntemi öğrencilerin anlaması için en uygun yöntem olarak görüyorum. Bu yöntem bana göre çok iyi bir yöntem” olarak görüşünü ifade etmiştir. “Katılımı Arttırmak” temasına yönelik olarak ise bir öğrenci “Öğrencilerin kafasında daha kalıcı bir yer oluşturması için bahsettiğim gibi anlatırdım” (Ö22) şeklinde düşüncesini açıklamıştır. Görüşlere göre, öğrencilerin, dersin daha iyi anlaşılması gerektiğine inandıkları görülmektedir. Bu yüzden seçecekleri anlatım şeklinde bu duruma dikkat edecekleri yönünde görüş bildirmişlerdir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışma, ilkökul 4. sınıf öğrencilerinin deneyimlerine dayalı olarak sosyal bilgiler dersini nasıl anlatmak istediklerini ortaya çıkarmıştır. Çalışmanın birinci alt problem sonucu olarak dokuz tema ortaya çıkmıştır. 4. sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersi öğretmeni olduklarını düşündüklerinde dersi nasıl anlatacaklarına yönelik görüşlerine ilişkin temalar; eğlenceli (oyun, tiyatro, resimle) anlatma, tartışma-fikir almayla anlatma, etkinliklerle anlatma, iyi hazırlanarak açık-net anlatma, gerçekçi (hayata yönelik) anlatma, sunum hazırlatarak anlatma, hayal ettirerek anlatma, araştırma yoluyla anlatma, beyin yüklemesi yoluyla anlatma şeklinde oluşmuştur. Öğrenciler, öğretmen olmayı düşündüklerinde sosyal bilgiler dersini; eğlenceli bir şekilde, tartışarak, etkinlikler yoluyla, açık ve net, hayata- hayal ettirmeye dayalı, araştırma yoluyla anlatacaklarını, bu yollar dersi daha etkili ve verimli işleyeceklerini ifade etmişlerdir. Araştırmanın bu sonucu Özcan, Mirzeoğlu ve Çoknaz (2016), Zhu (2013), Yılmaz (2012), Çakar ve Öner (2007), Güven (2004) ve Aicinena'nın (1991) çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. İlgili araştırmalarda da öğrenciler derslerle ilgili beklentilerinde eğlenceli, heyecan verici, ilgi duyulması faktörlerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin görüşlerinden yola çıkarak, sosyal bilgiler dersini farklı teknik ve materyal ile eğlenceli hale getirmek istedikleri, tartışma yöntemi ile öğrencilerin fikirlerini almayı hedefledikleri ve çeşitli sınıf içi etkinlikler ile öğrencilerin katılımını sağlamayı düşündükleri yönünde yorumlanabilir.

Çalışmanın ikinci alt problem olan öğrencilerin dersi işlediklerini hayal ettiklerinde neden böyle bir anlatım yolunu seçtikleri, sosyal bilgiler dersinin anlatım yolunun gerekçesi başlığı altında toplanmıştır. Bu başlık altında elde edilen veriler altı temada toplanmıştır. Bu temalar, öğrencinin daha

iyi anlaması için (kalıcılık), eğlenceli ve kolay, daha iyi anlatmak için, öğretmen öyle anlattığı için, iyi bir yöntem ve katılımı arttırmak şeklindedir. Öğrencilerin öğretmen olduklarını hayal ettiklerinde sosyal bilgiler dersini anlatım yolu olarak tercih etme nedenlerine bakıldığında; kalıcılık sağlamaya çalıştıkları, dersi daha eğlenceli ve kolay olmasını amaçladıkları, daha verimli ve etkili bir anlatım sağlamaya çalıştıkları, katılımı arttırmak ve iyi bir yöntem sunmak amacını taşıdıkları sonucu elde edilmiştir. Bu sonuçların yanında öğretmenin tarzını benimseyen ve devam ettirmek isteyen öğrenci görüşleri de dikkati çekmiştir. Öğrenciler belirttikleri nedenlerle sosyal bilgiler dersini daha etkili, yararlı ve verimli işleyeceklerini ifade etmişlerdir. Çalışmadan edinilen bulgular Özcan, Mirzeoğlu ve Çoknaz (2016), Zhu (2013), Yılmaz (2012), Çakar ve Öner (2007), Güven (2004) ve Aicinena'nın (1991) araştırmalarıyla da örtüşmektedir. İlgili araştırmalarda da öğrenciler derslerin yürütülme sürecinde eğlence, dikkat çekici ve heyecan etkenlerini vurgulamışlardır. İlgili sonuçlarla birlikte öğrencilerin sosyal bilgiler dersinde öğrenilenlerin kalıcılığının sağlanması gerektiğine inandıkları, dersin eğlenceli bir şekilde ve kolaylaştırılarak anlatılmasının da öğrenmede kalıcılığını sağlayacağını düşündükleri şeklinde yorumlanabilir.

Elde edilen sonuçlara göre sosyal bilgiler dersinde öğretmenler tarafından uygulanan etkinliklerin çalışma grubundaki öğrencilerin görüşlerini etkilediği söylenebilir. Sonuçlara göre aynı etkinliğin öğrencilerin bazılarında olumlu etki bıraktığı; bazılarında ise bunun biraz daha gelişmesi gerekir şeklinde algı yaratabildiği görülmektedir. Örneğin, bazı öğrenciler, kendilerini öğretmen gibi düşündüklerinde tartışma etkinliklerinde öğrencilerin fikirlerini daha rahat ve daha fazla söylemesi gerekir vurgusunu yapmışlardır. Ancak bir grup öğrenci de tartışma yöntemini öğretmenleri gibi kurallarına göre yapmaları gerektiğini, böylece sınıf kontrolünün sağlanabileceğini ya da daha iyi öğrenilebileceğini belirtmişlerdir. Bu durum öğrencilerin dersin öğretimi ile ilgili beklentileri ile alakalı olabilir.

Yine çalışma sonuçlarına göre öğrencilerin sosyal bilgiler dersini öğretirken tercih etmeyi düşündükleri öğretim yöntem veya tekniğin eğlenceli ve kolay uygulanabilir olmasına vurgu yaptıkları görülmektedir. Aynı şekilde bu yöntem ve tekniklerin kendi öğrencilerinin daha iyi anlamalarını sağlaması gerektiğine inandıkları da görülmektedir. Sosyal bilgiler dersinde kendi öğrencilerinin sıkılmaması gerektiği vurgusunu yapan öğrencilerin görüşlerinin deneyimlerinden etkilendiği söylenebilir. Bazı öğrencilerin ders eğlenceli olursa öğrenci sıkılmaz ve daha iyi anlar gibi görüşleri, kendi yaşadıkları durumlardan dolayı beklentilerini dile getiren örnek olabilir. Diğer taraftan öğretmenlerinin de kullandığı şekilde anlatım olarak belirttikleri görüşleri de olumlu deneyimlerine örnek olabilir.

Cook-Sather (2006), öğrencilerin kendi eğitimlerini şekillendirebilmeleri için onlara fırsat verilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Bu çalışmada alandaki çalışmalardan farklı olarak ilkökul öğrencilerine söz hakkı verilerek onların sosyal bilgiler dersini nasıl anlatmak istediklerini ve neden böyle anlatmak istediklerini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Elde edilen sonuçlar ile öğrencilerin sosyal bilgiler dersinin öğretimi ile ilgili deneyimleri ve beklentileri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Böylece

öğrencilerin gözünden bir yandan sosyal bilgiler dersinin öğretimi nasıl olmalı sorusuna cevap bulunmuş bir yandan öğretmenler için öneriler oluşturulmaya çalışılmıştır.

Araştırma öğrencilerin sosyal bilgiler dersi öğretmeni olduklarını düşündüklerinde bu dersi nasıl anlatmak istedikleri ve neden bu yolu tercih ettikleri ile sınırlı kalmıştır. Bundan sonra yapılacak çalışmalarla ilgili olarak benzer çalışmanın farklı derslerle birlikte yürütülmesi önerilebilir. Örneğin; fen bilgisi, matematik, hayat bilgisi vs. gibi derslerde öğrencilerin öğretmen olduklarında dersi nasıl anlatmayı istedikleri ve neden böyle bir yol izledikleri ile ilgili görüşleri alınabilir. Böylelikle bu derslerin öğrenci gözüyle değerlendirilmesi öğrencilerin öğretmen olduklarını hayal ettiklerinde beklenti ve görüşleri ele alınabilir. Benzer nitelikte gerçekleştirilecek çalışmalar daha geniş öğrenci gruplarıyla birlikte ele alınarak değerlendirilebilir. Araştırma nitel araştırma çerçevesinde ele alınmıştır yapılacak çalışmalarda farklı yöntemler kullanılabilir. Nicel ya da karma yöntemlerde nasıl sonuçlar elde edilecek incelenebilir. Örneğin; ölçek geliştirilerek geniş çaplı öğrenci gruplarıyla çeşitli değişkenler de göz önünde bulundurularak ele alınabilir ya da veri toplama araçları farklılaştırılarak değerlendirilebilir. Öğrenci ya da öğretmenle birlikte çalışılarak sınıfın öğrencileri ve öğretmeniyle dersin işlenişiyle ilgili, dersin öğrenci gözüyle nasıl hayal edildiği öğretmen gözüyle nasıl karşılık bulunduğu incelenebilir.

Yazar Katkıları: Yazarların her ikisi de makaleye eşit oranda katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı: “Öğrenci Gözünden: Sosyal Bilgiler Dersini Ben Anlatsaydım” isimli makalemiz ile ilgili herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile mali çıkar çatışması yoktur ve yazarlar arasında çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Teşekkür: Çalışma verilerinin toplanmasında belirtilen üç ilkokulun dördüncü sınıf öğrencilerine ve sınıf öğretmenlerine araştırmamıza gösterdikleri katkı ve özveriden dolayı teşekkürlerimizi sunmayı borç biliriz.

Kaynakça

Aicinena, S. (1991). The teacher and student attitudes to wards physical education. *The Physical Educator*, 48 (1), 28-32.

Akpınar, M. ve Kaymakçı, S. (2012). Ülkemizde sosyal bilgiler öğretiminin genel amaçlarına karşılaştırmalı bir bakış. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20 (2), 605-626.

Akengin, H. ve Demirsoy, M. (2011). Dördüncü ve beşinci sınıf öğrencilerinin sosyal bilgiler dersine ilişkin görüşleri. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 33, 5-23.

Aykaç, N. (2007). İlköğretim sosyal bilgiler dersi eğitim-öğretim programına yönelik öğretmen görüşleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(22), 46-73.

Bryman, A. (2006). *Quantity and quality in social research*. London and New York: Routledge.

- Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2007). *Research methods in education*. (6. Baskı). Oxon: Routledge.
- Cook-Sather, A. (2006). Sound, presence, and power: "Student voice" in educational research and reform. *Curriculum Inquiry*, 36(4), 359-390.
- Çakar, Ö. ve Öner, Ü. (2007, Eylül 5-7). *Etkili bir sosyal bilgiler öğretimi için öğrenci gözüyle öğretmenlerden beklentiler* (Sözlü Sunum). XI. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi, Tokat, Türkiye.
- Çelik, H. ve Katılmış, A. (2010). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin derslerindeki öğrenci başarısını etkileyen unsurlara ilişkin görüşleri. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 22, 128-153.
- Dewey, J. (1933). *How we think: A restatement of the relation of reflective thinking to the educative process*. Boston, MA: Heath.
- Flutter, J. (2007). Teacher development and pupil voice. *Curriculum Journal*, 18 (3), 343-354.
- Gömlüksiz, M. , N. , Öner, Ü. ve Bozpolat, E. (2011). Sınıf öğretmenlerinin sosyal bilgiler derslerini yürütmelerine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. *İlköğretim Online*, 10(3), 872-893.
- Gönenç, S. ve Açıklık, M. (2017). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin sosyal bilgiler öğretiminde karşılaştıkları sorunlar ve bunlara getirdikleri çözüm önerileri. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 26-41.
- Güven, İ. (2004). Etkili bir öğretim için öğretmenlerden beklenenler. *Milli Eğitim Dergisi*, S: 164. Güz.
- Hodgkin, R. (1998) *Partnership with Pupils*, Children UK, Summer.
- İskender, P. (2007). İlköğretim okullarında sosyal bilgiler öğretiminin öncelikleri ve sosyal bilgiler öğretmeni yetiştirmeye yönelik çıkarımlar. *Ahi Evran Üniversitesi Kurşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 8(1), 21-29.
- Kuş, Z. ve Çelikkaya, T. (2010). Sosyal bilgiler öğretimi için sosyal bilgiler öğretmenlerinin beklentileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7 (2), 69-71
- Memişoğlu, H. ve Köylü, G. (2015). Sosyal bilgiler dersindeki sorunlar ve çözüm yollarına ilişkin sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri. *Turkish Studies*, 10 (11), 1099-1120.
- Ocak, G. ve Didin, M. (2018). Öğrencilerin yapılandırmacı sosyal bilgiler öğrenme öğretme sürecine yönelik görüşleri ile sosyal bilgiler dersine yönelik tutumları arasındaki ilişki. *Karaelmas Journal of Educational Sciences*, 6, 1-14.
- Özcan, G., Mirzeoğlu A.D. ve Çoknaz, D. (2016). Öğrenci gözüyle beden eğitimi ve spor dersi ve öğretmeni. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 270-291.
- Öztürk, C. ve Kafadar, T. (2020). Sosyal bilgiler dersi programının değerlendirilmesi. *Trakya Eğitim Dergisi*, 10(1), 134-148.
- Rudduck, J., ve Flutter, J. (2004). *How to improv eyour school: Giving pupils a voice*. London: Continuum.
- Şeker, M. ve Yılmaz, K. (2011). Sosyal bilgiler öğretiminde öğrenme stillerinin kullanılmasının öğrencilerin öğrenme düzeyleri üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 19 (1), 251-266.
- Turan, S. ve İbret, B. Ü. (2019). Teachers' opinions on the teaching of spatial citizenship in social studies (Sosyal bilgiler dersinde mekânsal vatandaşlığın öğretimine ilişkin öğretmen görüşleri). *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 40, 59-78.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (8. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Yılmaz, A. (2012). Ortaöğretim kurumlarındaki yönetici, beden eğitimi öğretmeni ve öğrencilerin beden eğitimi dersine ilişkin görüşlerinin tespit edilmesi: Nitel bir çalışma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Karadeniz Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Yin, R. K. (1993). Applications of Case Study Research. Beverly Hills. CA, Sage Publications.
- Zhu, X. (2013). Exploring students' conception and expectations of achievement in physical education. Measurement in Physical Education and Exercise Science, 17, 62–73.

Maddi Duran Varlıklarda ve Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerde Muhasebeleştirme ve Değerleme-BIST 100 Endeksindeki Firmaların Yeniden Değerlemeye İlişkin Uygulamaları

Aynur AKPINAR*

Öz

Şirketlerin bağımsız denetimden geçmiş finansal tabloları vergi mevzuatına göre düzenlenmiş kesin mizan bilgilerinin Türkiye Muhasebe Standartları uygulamalarına göre düzeltilmesiyle oluşturulmaktadır. Bu araştırmada, öncelikle bu şirketlerin sahip oldukları maddi duran varlıkları ve yatırım amaçlı gayrimenkullerin ilk kaydedilmedeki maliyet unsurları ve dönem sonlarında hangi esaslarla değerlendirdikleri açıklanmıştır. Daha sonra BİST 100 endeksi kapsamındaki şirketlerin 2007-2019 yıllarındaki bağımsız denetim raporlarının dipnot açıklamaları incelenmiş ve maddi duran varlıklarında ve yatırım amaçlı gayrimenkullerinde yeniden değerlendirme yapan şirket sayılarına ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda, maddi duran varlıklarında ve yatırım amaçlı gayrimenkullerinde yeniden değerlendirme yöntemini benimseyen şirket sayısının artış gösterdiği bulunmuştur. Ayrıca örnek seçilen işletmelerde yeniden değerlendirme fonu tutarlarının oransal önemi araştırılmıştır.

Anahtar kelimeler: Maddi Duran Varlık, Yatırım Amaçlı Gayrimenkul, Muhasebe Standartları, Yeniden Değerleme Yöntemi

Recognition and Valuation in Tangible Fixed Assets and Investment Properties-Revaluation Practices of BIST 100 Indexed Firms

Abstract

Independently audited financial statements of businesses are constituted after the adjusted trial balance information prepared according to the tax legislation is corrected according to Turkish Accounting Standards. In this research, first of all, the cost elements of the tangible assets owned by these companies and the cost elements of the investment properties in the first recognition and the principles they evaluate at the end of the period are explained. Then, the footnote explanations of the independent audit reports of the companies within the scope of the BIST 100 index for the years 2007-2019 were analyzed and the number of companies revaluating their tangible fixed assets and investment properties were reached. As a result of the research, it was found that the number of companies adopting the revaluation method in their tangible fixed assets and investment properties increased. In addition, the proportional importance of revaluation fund amounts in the enterprises selected as a sample was investigated.

Key words: *Tangible Fixed Assets, Investment Property, Accounting Standards, Revaluation Method.*

Geliş/Received: 12.10.2020

Kabul/Accepted: 23.06.2021

*Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar 'kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

* Dr. Öğr. Üyesi, KTO Karatay Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü. aynur.akpinar@karatay.edu.tr ORCID ID: 0000-0003-2108-8454.

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Maddi duran varlıklar, işletmelerde faaliyetlerin sürdürülmesi, kiraya verilmesi, güvenliğin sağlanması ve çevrenin korunması amaçlarıyla satın alınan, inşa edilen ya da üretilen ve yararlanma süresi bir yıldan fazla olan fiziki varlıklardır.

Araziler, binalar, yeraltı ve yer üstü düzenleri, uçaklar, gemiler, makinalar, motorlu taşıtlar, taşıyıcı bitkiler, canlı varlıklar, mobilya ve demirbaşlar ve benzerleri maddi duran varlık olarak sayılabilen örneklerdir.

Mali karının hesaplanmasını esas alan Tek Düzen Muhasebe Sisteminde, bilanço esasına göre kazancı tespit edilen şirketler, yıl içinde edindikleri iktisadi kıymetlerin dönem sonu değerlerini vergi kanunlarında yer alan değerlendirme ölçülerini kullanarak takdir ve tespit ederler. Bu işlemler şirketlerin bilançolarını ve gelir tablolarını dolayısıyla da vergi matrahlarını etkilemektedir. Bağımsız denetime tabi şirketlerde ise değerlendirme işlemi Türkiye Muhasebe Standartlarındaki değerlendirme ölçülerine göre yapılmakta ve muhasebe karı/ticari kar hesaplanmaktadır.

Varlıkların işletmeye girdiği tarihteki değeri genellikle cari değerini yansıtmaktadır. İşletmelerde bir faaliyet döneminden uzun sürelerde kullanılan varlıkların tarihi maliyeti ile güncel değeri izleyen dönemlerde, teknolojik gelişmeler, varlığın kullanımı ve fiyatlar genel seviyesindeki değişimler gibi nedenlerle farklılaşabilmektedir.

Bu durum firmanın değerinin yanlış belirlenmesine ve bilgi kullanıcılarının yanıltılmasına neden olmaktadır. Bilgi kullanıcılarına finansal tabloların en güncel değerleriyle sunabilmek amacıyla gerçekleştirilen dönem sonu yeniden değerlendirme uygulamasının amacı, muhasebe üzerindeki enflasyonist etkilerin giderilmesi, defter değerlerinin, reel değere gerçeğe uygun değere dönüştürülmesidir.

İşletmelerin yeniden değerlendirme uygulaması ile hazırlanan mali tablolarında; varlıklar ve yükümlülükler gerçek değerleriyle gösterilir. Böylece reel karların belirlenmesi ve fazla/az vergi ödenmesi önlenerek özsermayenin korunması sağlanır.

İşletme faaliyetlerinin yürütülmesinde fayda sağlayan duran varlıklara dönem sonunda uygulanan değerlendirme yönteminin finansal tablolardaki etkisi uzun vadeyi içermesi nedeniyle cari varlıklara göre daha önemli olmaktadır.

Bu çalışmada 2007-2019 yıllarında BIST 100 endeksindeki firmaların Kamuoyu Aydınlatma Platformunda yayınlanan (KAP) bağımsız denetim raporu dipnot açıklamaları incelenmiş ve maddi duran varlıklarında ve yatırım amaçlı gayrimenkullerinde uyguladıkları dönem sonu değerlendirme yöntemleri tespit edilmiştir. Yapılan bu inceleme sırasında dikkate değer bulunan değer artış tutarları firmaların diğer mali bilgileri ile karşılaştırılarak yeniden değerlendirme yönteminin firmaların mali bilgilerine olan etkisi analiz edilmiştir.

Maddi Duran Varlıklarda Maliyet Bedelinin Unsurları

Maddi Duran Varlıklar Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği Sıra No: 1 de, “işletme faaliyetlerinde kullanılmak üzere edinilen ve tahmini yararlanma süresi bir yıldan fazla olan fiziki varlık kalemleri” şeklinde tanımlanmıştır.

Vergi Usul Kanun (VUK)’a Göre Maliyet Bedelinin Unsurları

VUK’un 269 ve 273 maddelerinde, “gayrimenkullerin mütemmim cüzüleri ve teferruatı, tesisat ve makinalar, gemiler ve diğer taşıtlar, gayrimaddi haklar, alat edavat, mefruşat ve demirbaş eşyanın” maliyet bedeli ile değerlendirileceği hüküm altına alınmıştır.

Maliyet bedeli VUK’nun 262. maddesine göre; “İktisadi bir kıymetin iktisap edilmesi veyahut değerinin artırılması münasebetiyle yapılan ödemelerle, bunlara müteferri bilumum giderlerinin toplamından oluşmaktadır” şeklinde açıklanmıştır.

Bu maddeye göre, “İktisadi varlığın alış fatura (İndirilecek KDV dışında) tutarı, gümrük vergisi bu varlığın işyerine getirilmesi için yapılan yükleme, boşaltma, taşıma ile sigortaya ait giderler, eğer vadeli alış yapıldıysa dönem sonuna kadar ortaya çıkacak finansman giderleri ve kur farkları, maliyet bedeli kapsamında değerlendirilecektir” (Akdoğan, 2016: 8).

VUK’nun 270. maddesine göre; “Gayrimenkullerde, maliyet bedeline, satın alma bedelinden başka; makine ve tesisatta gümrük vergileri ve bunların nakliye ve montaj giderleri, mevcut bir binanın satın alınarak yıkılması ve arsanın tesviyesine ilişkin olarak yapılan tüm giderler dahil edilir”.

Bununla birlikte, “noter, mahkeme, kıymet takdiri, komisyon ve tellâliye giderleri ile Emlak Alım ve Özel Tüketim Vergilerini maliyet bedeline dahil etmekte veya genel giderler arasında göstermekte işletmeler serbesttir” (Akpınar, 2012: 239).

İktisadi kıymetlerle ilgili olarak edinim sonrasında; VUK 272. maddesindeki açıklamaya göre, “varlığın değerini artırıcı maliyetler dışında yapılan giderlerin maliyete dahil edilemeyerek doğrudan gelir tablosu ile ilişkilendirilmesi gerekmektedir” (Demir, 2019: 100).

TMS 16 Maddi Duran Varlıklar Standardına Göre Maliyet Bedelinin Unsurları

Standarda göre, varlık olarak muhasebeleştirilme koşullarını sağlayan her maddi duran varlık kalemi, maliyet bedeli ile ölçülmelidir (TMS 16, md.15).

Standardın 37. maddesinde işletmelerin faaliyetlerinde kullandığı benzer özellik ve kullanıma sahip gemileri, uçakları, motorlu taşıtları, arazi ve binaları, makinaları, ofis gereçlerini, mobilya ve demirbaşları maddi duran varlık gruplarına ait örnekler olarak sınıflandırılmıştır (TMS 16, md.37).

Maddi duran varlıklarla ilgili olan inşa edilmesi veya satın alınması aşamasında oluşan ve sonradan; kısmi yenileme, ekleme yapma ve bakım için katlanılan bütün maliyetler olduğu tarihteki değerleriyle muhasebeleştirilir (Şen, 2011: 137).

Bu maddi duran varlığın maliyeti, “bu kaleme ait gelecekteki ekonomik yararların işletmeye aktarılmasının muhtemel olduğu ve bu kalemin maliyetinin güvenilir bir şekilde ölçülebildiği durumlarda varlık olarak finansal tablolara gösterilir” (Sarıay, 2012: 113, TMS 16, md.7).

Maddi duran varlık maliyetinin hesaplanmasında hangi unsurların ilave edileceği standardın 16. maddesinde aşağıdaki maddelerle sıralanmıştır. Bunlar;

- Satın alma fiyatından, ticari iskontolar ve yapılan indirimler ve düşülür, ithalat ile ilgili olan ve iade edilmeyecek olan satın alma vergileri dahil edilir.
- Varlığın yönetim tarafından amaçlanan koşullarda çalışabilmesini sağlayacak yere duruma getirilmesi için katlanılan her çeşit maliyet ilave edilir.
- Maddi duran varlığın sökülmesi ve taşınması ile yerleştirildiği alanın restorasyonuna ilişkin tahmin edilen maliyetler ile işletmenin ilgili kalemin elde edilmesi ya da stok üretimi için katlanılanların haricinde bir amaçla belirli bir süre kullanımı sonucunda oluşan maliyetlerdir.

Standardın 17. maddesinde de, yukarıda sayılan maliyet unsurlarına ilave olarak doğrudan aşağıdakilerin de ilave edileceği açıklanmıştır:

- “a. Doğrudan maddi duran varlık kaleminin elde edilmesiyle veya inşaatıyla ilgili olarak bu varlık için çalışanlara sağlanan faydalardan kaynaklanan maliyetler,
- b. Yerin hazırlanmasına ilişkin katlanılan maliyetler,
- c. İlk teslim alınmadaki maliyetler,
- d. Kurulum ve montaj için oluşan maliyetle,
- e. Varlığın uygun şekilde çalışıp çalışmadığına dair yapılan test maliyetlerinden, varlığı gerekli yer ve duruma getirirken üretilen kalemlerin satışından elde edilen net hasılat düşüldükten sonra kalan tutar (teçhizatın denenmesi sırasında üretilen örnekler gibi); ve
- f. Mesleki ücretler”.

660 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'nin 9'uncu maddesi ile; Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarıyla tam uyumu sağlamak amacıyla; Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu tarafından “Property, Plant and Equipment - Proceeds before Intended Use Amendments to IAS 16” başlığıyla yayımlanan “Maddi Duran Varlıklar - Amaçlanan Kullanım Öncesi Kazançlar - TMS 16'ya İlişkin Değişiklikler” Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumunca 27 Temmuz 2020 tarihinde yayımlanmıştır.

29 Temmuz 2020 tarihli 31200 sayılı Resmi Gazetede yayınlanarak 1 Ocak 2022 de yürürlüğe girecek olan TMS 16 Maddi Duran Varlıklar Standardında; 17. ve 74'üncü paragraflar değiştirilmiş, 20A, 74A, 80D ve 81N paragrafları eklenmiştir. Bu değişikliğin erken uygulanmasına dipnotlarda açıklanmak koşuluyla müsaade edilmiştir.

Bu düzenlemeyle Standardın yukarıda açıklanan 17. maddesindeki doğrudan varlığa ait olan maliyet unsurlarının (e) bendi aşağıdaki şekilde kısılmıştır.

“e) Varlığın uygun şekilde çalışıp çalışmadığına dair yapılan test maliyetleri.”

Bu değişiklikle, varlığın gerekli yer ve duruma getirilmesi sürecinde üretilen kalemlerin satışından elde edilen net hasılatın maliyetten düşülmesi mümkün olmayacaktır.

Yukarıda açıklanan Standardın 17. maddesinin (e) bendinden doğrudan varlığın maliyeti olmaktan çıkartılan ifade Standarda aşağıdaki gibi 20. maddeye 20A olarak ilave edilmiştir.

“Bir maddi duran varlık kalemi, yönetim tarafından amaçlanan koşullarda çalışabilmesi için gereken yer ve duruma getirilirken çeşitli kalemler üretilmiş olabilir (varlığın uygun şekilde çalışıp çalışmadığı test edilirken üretilen örnekler gibi). İşletme, bu tür kalemlerin satışından elde edilen kazançları ve söz konusu kalemlerin maliyetini ilgili Standartlar uyarınca kâr veya zarara yansıtır. İşletme, söz konusu kalemlerin maliyetini, TMS 2’de yer alan ölçüm hükümlerini uygulayarak ölçer.”

Duran varlık kalemlerinin muhasebeleştirilmesinde maliyetine dahil edilmemesi gereken maliyet unsurları standardın 19. Maddesinde;

“a) Yeni bir tesis açılması maliyetleri,

b) Yeni bir ürün veya hizmetin tanıtılmasında oluşan reklam ve tanıtım harcamaları dahil maliyetler,

c) Yeni bir yerde veya yeni bir müşteri kitlesiyle iş yapmak amacıyla yapılan personel eğitim masrafları gibi katlanılan maliyetler ve

d) Yönetim giderleri ile diğer genel giderler.”

olarak açıklanmıştır (Büyükipekçi ve Yiğit, 2016: 225).

Bir maddi duran varlık kaleminin, yönetimin amaçları doğrultusunda faaliyet gösterebilmesi amacıyla gerekli duruma ve yere getirildikten sonra oluşan maliyetlerinin defter değerinde muhasebeleştirilmesine son verildiği için bu varlığın kullanımı veya daha verimli şekilde düzenlenmesi kapsamında katlanılan maliyetler defter değerine dahil edilmemelidir. (TMS 16, md. 20);

İşletmelerin maddi duran varlıkları için yaptıkları ‘tamir ve bakımı’ harcamaları aktifleştirilemez, bu maliyetler oluştukları tarihte gider olarak muhasebeleştirilir (TMS 16, md 12).

Bununla birlikte bazı maddi duran varlıkların bazı parçalarının düzenli olarak değişmesi gerektiği durumlarda, standarttaki “Varlık” tanımına uyan yenileme kapsamındaki bir parçanın maliyetini olduğu anda ilgili maddi duran varlık kaleminin defter değerine dahil ederek muhasebeleştirir (Yıldıztekin, 2010: 261, TMS 16, md.13).

Bir maddi duran varlık kaleminin maliyeti, muhasebeleştirme tarihindeki peşin olarak satın alma fiyatıdır (TMS16.md.23). Eğer vadeli ödeme nedeniyle fiyatta artış sözkonusu oluyorsa, peşin satın alma fiyatı ile yapılan toplam ödeme arasındaki kur farkları-faiz giderleri nedeniyle oluşan fark, TMS 23'te izin verilen özellikli varlık tanımını karşılamadığı durumlarda, kredi dönemi boyunca gider olarak muhasebeleştirilmeli maliyete dahil edilmemelidir (Tekşen ve Dağlı, 2017: 432).

Maddi Duran Varlıklarda Dönem Sonu Değerlemeleri

Maddi duran varlıkların genellikle üretim işletmelerinin toplam varlıklarının büyük bir bölümünü oluşturması nedeniyle nasıl kaydedileceği, ne şekilde değerlendirileceği, finansal tablolarda nasıl gösterileceği, mali tablo kullanıcıları için büyük önem arz etmektedir.

VUK göre Maddi Duran Varlıklarda Dönem Sonu Değerlemeleri

Muhasebe işlemlerinde değerlendirme; “değerin hesaplanıp, belirlenmesi ve açıklanması için gereken işlemler bütünü” şeklinde tanımlanabilir. VUK’ un 258 ve 259. maddelerinde değerlendirme, “vergi matrahlarının hesaplanmasıyla ilgili iktisadi kıymetlerin vergi kanunlarında gösterilen gün ve zamanlardaki değerlerinin takdir ve tespitidir” şeklinde tanımlanmıştır.

Değerleme ile ilgili hükümler Vergi mevzuatında ayrıntılı olarak yer almaktadır. VUK’ da değerlemenin tanımı yapılmış, değerlendirme ölçüleri sıralanmış ve hangi iktisadi kıymetlerin hangi değerlendirme ölçüsüne göre değerlendirileceği tek tek açıklanmıştır (Özerhan Akbulut, 2008: 3).

VUK’un 261 maddesinde “iktisadi kıymetlerin değerlemesinde kullanılan değerlendirme ölçüleri; maliyet bedeli, borsa rayıcı, tasarruf değeri, vergi değeri; mukayyet değer, rayiç bedel, itibari değer ve emsal bedeli ve ücreti” olarak sayılmıştır. VUK’ nun 260. maddesinde ise; değerlemede iktisadi kıymetlerden her birinin tek başına dikkate alınacağı ifade edilmiştir.

Ülkemizde işletmeler duran varlıklarını 31.12.2003 tarihine kadar, 213 sayılı VUK’un mükerrer 298. maddesi gereğince yeniden değerlemeye tabi tutmuşlardır. 01.01.2004 tarihinde yürürlüğe giren ve halen uygulanmakta olan 5024 sayılı Kanunun ikinci maddesiyle bu uygulama yerini enflasyon düzeltmesi sistemine bırakmıştır. Enflasyon Düzeltmesinin yapılabilmesi için fiyat endeksindeki cari yıl artışının %10’dan fazla olması ve cari yıl dahil son üç hesap dönemindeki artışın da %100 den fazla olması gerekmektedir. Enflasyon Düzeltmesi uygulamasının yapılabilmesi için, her iki şartın birlikte gerçekleşmesi gereklidir. İşletmelerde parasal olmayan varlıkların en son Enflasyon Düzeltmesi hesaplaması 2004 yılı için kapsama giren işletmelerde uygulanmış olup; bu tarihten sonra belirlenen kriterler gerçekleşmediği için uygulanmamıştır.

Ancak, 7144 Sayılı “Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” un 5. maddesi ile 213 sayılı VUK’a eklenen geçici 31. madde ile işletmelerin 25.05.2018 tarihinde aktiflerinde kayıtlı olan taşınmazlarına 30.09.2018 tarihine kadar yeniden değerlendirme imkanı getirilmiştir.

Bu kanun hükmünden yararlanan işletmeler 31.12.2004 tarihi ve sonrasında sahip oldukları taşınmazlarını, yeniden değerlendirme yapacağı tarihteki (Yİ-ÜFE) değerini varlığın aktife giriş tarihindeki (ÜFE)/(Yİ-ÜFE) değerine bölerek bulduğu (en yüksek 2,97727) katsayısı ile çarparak güncel değerlerine getirmişti. Bu haktan yararlanabilmek için hesaplama ile oluşan yeniden değerlendirme fonu üzerinden %5 oranındaki verginin en geç 25.Ekim.2018 tarihine (yeniden değerlendirme işlemini yapıldığı tarihi izleyen ayın 25’ine) kadar ödemesi gerekmektedir (Akpınar, 2018: 144).

TMS 16 Maddi Duran Varlık (MDV) Standardına Göre Dönem Sonu Değerlemeleri

Maddi duran varlıklarının ilk muhasebeleştirilmesinden sonraki ölçümleri için işletmeler, standardın 29. maddesinde açıklanan muhasebe politikalarından biri olan 30. maddede açıklanan maliyet modelini veya 31. maddede açıklanan yeniden değerlendirme modelini seçer ve seçtiği bu politikayı ilgili maddi duran varlık sınıfının tamamına uygular (Kıymetli Şen, 2013: 24).

Maliyet Modeli Uygulaması

Maliyet modelinde, “maddi dura varlık ilk kayda alındığı değerden (maliyet bedelinden) sonraki dönemlerde ayrılan amortismanların ve varsa değer azalışlarının çıkarılmasıyla hesaplanmış olan değerle (net defter değeri) bilançoda yer alır” (TMS16, md.30).

Değer düşüklüğü zararı, “bir varlığın defter değerinin geri kazanılabilir tutarından yüksek olması” durumudur. “Geri kazanılabilir tutar ise, bir varlığın net satış fiyatı ve kullanım değerinden büyük olamıdır” (TMS 16, md.6).

Yeniden Değerleme Modeli Uygulaması

TMS 16 gerçeğe uygun değerinin güvenilir olarak ölçülebildiği maddi duran varlıkların, varlık olarak muhasebeleştirildikten sonraki dönemlerde, yeniden değerlendirilmiş tutarı üzerinden gösterilmesini önerir (Öztürk, 2015:202). Yeniden değerlendirilmiş tutar: maddi duran varlığın yeniden değerlendirme tarihindeki gerçeğe uygun değerinden, birikmiş amortisman ve birikmiş değer düşüklüğü zararlarının indirilmesi ile bulunan değeridir (Örten, Kaval ve Karapınar, 2007: 37).

Yeniden değerlendirme işlemleri, yeniden değerlendirme konusu olan maddi duran varlık kalemlerinin gerçeğe uygun değerlerindeki değişimlere bağlı olarak raporlama dönemi itibariyle gerçeğe uygun değer kullanılarak bulunacak tutarın defter değerinden önemli ölçüde farklı olmasını önleyecek şekilde düzenli aralıklarla yapılmalıdır (Tunçez, 2020: 99).

Bir maddi duran varlık kalemi yeniden değerlendirildiğinde, o varlığın ait olduğu tüm maddi duran varlık sınıfının da yeniden değerlendirilmesi gerekir. Bu değerlendirme güncelliğini korumayan varlıklar için eş zamanlı olarak yapılmalıdır. (TMS 16, md.36-38).

Arazi veya binaların gerçeğe uygun değeri genellikle bu varlıkların piyasadaki değeridir ve mesleki yeterliliğe sahip değerlendirme uzmanları tarafından piyasadaki kanıtların değerlendirilmesi yoluyla hesaplanır (Fırat ve Palak, 2008: 88).

Bir maddi duran varlık kalemi yeniden değerlendirildiğinde, yeniden değerlendirme tarihindeki varlığın defter değeri yeniden değerlendirilmiş tutara göre aşağıdaki iki yöntemden birisi kullanılarak düzeltilir (Kaya ve Dinç, 2007: 347):

(a) Varlığın brüt defter değeri, varlığın net defter değerinde meydana gelen değişiklikle orantılı olarak düzeltilir.

(b) Birikmiş amortisman varlığın brüt defter değerinde meydana gelen değişikliğe göre düzeltilir.

Yeniden değerlendirme sonucunda, bir varlığın defter değerinde değer artışı meydana geldiğinde, bu tutar diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilmeli ve doğrudan öz kaynak hesap grubunda olan yeniden değerlendirme değer artışı hesabında kaydedilmelidir. Ancak, meydana gelen yeniden değerlendirme değer artışı, aynı varlığın daha önce gider olarak kaydedilmiş olan yeniden değerlendirme değer azalışı varsa bu tutar kadarlık kısmı gelir olarak muhasebeleştirilir ((Örten, Kaval ve Karapınar, 2008: 209).

Yeniden değerlendirme artış hesabında bakiyesi olmayan bir varlığın defter değeri yeniden değerlendirme sonucunda azalmışsa, bu azalma standardın 40.maddesine göre gider olarak

muhasebeleştirilir. Eğer, bu varlık için daha önceden kaydedilmiş olan yeniden değerlendirme artışı sözkonusu ise bu tutarın aşılmadığı durumlarda gider kaydedilmesi mümkün olmaz. Diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilen söz konusu azalış, o varlıkla ilgili olan yeniden değerlendirme fazlasını azaltır, kalanı gider yazılır (Özerhan-Yanık, 2012: 244).

Bir maddi duran varlık kalemine ait olan özkaynak hesap grubunda takip edilen yeniden değerlendirme değer artış tutarı, ilgili varlık finansal durum tablosu (bilanço) dışı bırakıldığında kullanımdan çekildiğinde veya elden çıkarıldığında doğrudan geçmiş yıl kârlarına aktarılabilir. Bununla birlikte değer artışının bir kısmı, geçmiş yıl karlarına varlık işletme tarafından kullanıldığı dönemler itibarıyla da aktarılabilir. Aktarılan değer artışı tutarı, ilgili dönemlerde varlığın yeniden değerlendirilmiş defter değeri üzerinden hesaplanan amortisman ile orijinal maliyeti üzerinden hesaplanan amortisman arasındaki fark tutarı kadar olur. Yeniden değerlendirme değer artışından geçmiş yıl kârlarına aktarım dönem kar veya zararı üzerinden yapılamaz (TMS 16, md.41).

TMS 40 Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller Standardına Göre Dönem Sonu Değerleme

Gayrimenkul, kavramı TDK'na göre "taşınmaz" olarak ifade edilmektedir. Taşınmaz kavramı; arsa, arazi ve binaları kapsamaktadırlar. Ancak, taşınmazlar, TMS/TFRS kapsamında;

-stok (TMS 2),

-sahibi tarafından kullanılan gayrimenkul (TMS 16),

-satış amacıyla elde tutulan duran varlık (TFRS 5),

-üçüncü kişiler adına inşa edilmekte veya geliştirilmekte olan gayrimenkul (TFRS 15),

-gelecekte yatırım amaçlı gayrimenkul olarak kullanılmak üzere inşa edilmekte ya da geliştirilmekte olan gayrimenkul (TMS) ve

- yatırım amaçlı gayrimenkul (TMS 40),

olarak sınıflandırılmakta ve böylece hem dönen hem de duran varlık özelliğini gösterebilmektedir (Öztürk, 2009: 99).

Yatırım amaçlı gayrimenkuller, TMS 40'ın 5. maddesinde "bir işletmenin olağan faaliyetleri sırasında mal ve hizmetlerin üretiminde ya da satışında veya idari amaçlarla kullanmadığı, daha ziyade kira elde etmek veya değer artış kazancı sağlamak (veya her ikisi birden) amacıyla elinde bulundurduğu araziler ve binalar" olarak tanımlanmaktadır. TMS 40 Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller standardında yapılan bu tanım ile mali tabloların raporlanmasında arazi ve binaların yeni bir bakış açısı ile sınıflandırılmasına başlanmıştır (Çetinkaya, 2017: 74).

İşletmeler tarafından gelecekteki değer artışından faydalanmak için satın alınan arsalar, kira geliri elde etmek için inşa edilen veya satın alınan alışveriş merkezleri ve işletme faaliyetlerinde kullanılmaktan vazgeçilerek kira geliri elde etmek amacıyla kiraya verilen gayrimenkullerin TMS-40 kapsamında yatırım amaçlı gayrimenkuller olarak sınıflandırılması gerekmektedir (Yılmaz, 2013: 275).

Yatırım amaçlı gayrimenkullerin diğer duran varlıklardan bağımsız olarak nakit akışı yaratma özellikleri de vardır (Akpınar, 2017: 225).

İşletmeler sahip oldukları yatırım amaçlı gayrimenkullerini dönem sonunda maliyet ya da yeniden değerlendirme yöntemlerinden biriyle değerlemeye tabi tutarlar (Gökgöz, 2015: 468). Maliyet Yöntemini seçen bir işletme yatırım amaçlı gayrimenkullerini TMS 16'nın 30. maddesi hükümlerine göre ölçer (Erer ve Hazır, 2014: 23).

Maliyet yöntemiyle değerlemiş oldukları yatırım amaçlı gayrimenkullerinin gerçeğe uygun değerlerini dipnotlarda açıklarlar (Yükçü ve Karakelleoğlu, 2013: 7).

Yatırım amaçlı gayrimenkullerini değerlemede gerçeğe uygun değer yöntemi seçen bir işletme, standartta belirtilen gerçeğe uygun değer güvenilir bir şekilde ölçülmesinin mümkün olmadığı durumlar haricinde, tüm yatırım amaçlı gayrimenkullerini gerçeğe uygun değer yöntemi ile ölçmelidir (Ayyıldız, 2016: 77).

Yatırım amaçlı gayrimenkulün gerçeğe uygun değerinde meydana gelen artış yada azalış, olduğu dönemde gelir ve gider olarak muhasebeleştirilir (TMS 40, md. 35).

Gerçeğe uygun değer yöntemiyle değerlendirilen yatırım amaçlı gayrimenkullerin dönem sonlarında varlığın tespit edilen değer artış ve azalışları kâr veya zarar olarak gelir tablosunda raporlandığı için bu varlıklar için ayrıca amortisman ayrılması mümkün değildir (Gönen ve Güryel, 2016: 247).

İşletme tarafından inşa edilen ve geliştirilen yatırım amaçlı gayrimenkulün inşa veya geliştirilmesi işlemi tamamladığında, gayrimenkulün tamamlanma tarihindeki gerçeğe uygun değeri ile o güne kadar oluşan defter değeri arasındaki fark gelir/gider olarak muhasebeleştirilir (Sağlam, Yolcu ve Eflatun, 2012: 294).

TMS 40'nın 10. Maddesine göre "işletmeler bazı gayrimenkullerin bir bölümü kira geliri veya sermaye kazancı sağlamak amacıyla elinde bulundururken, diğer bölümleri ise mal veya hizmet üretim ve tedariki veya idari amaçlar için kullanabilmektedir. Bu bölümlerin birbirinden bağımsız olarak satılmalarının mümkün olması durumunda (veya finansal kiralama yoluyla bağımsız olarak kiralanmalarının mümkün olması durumunda), işletme anılan bu bölümlerin her birini ilgili olan (TMS 16 ve TMS 40) standartlar kapsamında ayrı olarak muhasebeleştirir".

Örnek: ANKA A.Ş. 01.01.2016 tarihi itibarıyla inşaatını tamamlayıp arsa dahil 2.400.000,- TL olarak aktifleştirdiği Karatay iş merkezinin eşit büyüklük ve değerdeki 24 adet ofisten 4 tanesini kullanmaya diğerlerini de kiralamaya karar vermiştir.

İşletme binanın ekonomik ömrünü 40 yıl olarak tahmin etmiş ve inşaatın üzerine yapıldığı arsanın bedelini de 240.000 TL olarak tespit etmiştir. Ekonomik ömrün sonunda hurda değer 48.000,- TL olacağı ve doğrusal amortisman yönteminin uygulanacağı belirlenmiştir. Kiraya verilen ofisler gerçeğe uygun değerleri ölçülebildiği için dönem sonu değerlemelerinde gerçeğe uygun değer yöntemi ile değerlendirilecektir.

İşletme ofislerin her birinin gerçeğe uygun değerlerinin 01.01.2016 tarihinde 110.000 TL ve 31.12.2016 tarihinde ise 120.000 TL olduğunu emlakçılar odası aracılığı ile öğrenmiştir (Akbulut, 2015: 669-673).

Aynur AKPINAR

Maddi Duran Varlıklarda ve Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerde Muhasebeleştirme ve Değerleme-BIST 100 Endeksindeki Firmaların Yeniden Değerlemeye İlişkin Uygulamaları

01.01.2016			
252 Binalar		400.000	
245 Gerçeğe Uygun Değerle Ölçülen			
Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller		2.200.000	
259 Yapılmakta Olan Maddi Duran Varlık			
Yatırımları ve Verilen Avanslar			2.400.000
647 Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerden			
Elde Edilen Gelir ve Kazançlar			200.000

Maddi duran varlık olan 4 adet ofisin amortisman tutarı (TMS 16'nın 58.maddesine göre arsa ve bina ayrılarak hesaplanmıştır):

Standarda göre Amortisman oranı $1/40$ yıl =0,025

Kullanılan ofislerin değeri $4*100.000$ = 400.000 TL

Kullanılan ofislerin arsa payı $((240.000/24) *4)$ = -40.000 TL

Kullanılan ofislere isabet eden kalıntı değer $48.000/24*4$ = - 8.000 TL

Kullanılan ofislerin amortismanına tabi tutarı = 352.000 TL

Kullanılan ofislerin amortismanı $352.000*0,025$ = 8.800 TL

31.12.2016			
770 Genel Yönetim Gideri Hesabı		8.800	
257 Birikmiş Amortisman Hesabı			8.800

TMS 40 madde 62'ye göre bir gayrimenkul, gerçeğe uygun değer esasından gösterilen yatırım amaçlı bir gayrimenkule dönüştüğü tarihe kadar amortismanına tabi tutulur.

Yatırım amaçlı gayrimenkul değer artışı= $120.000-110.000*20=200.000$ TL

31.12.2016	
245 Gerçeğe Uygun Değerle Ölçülen Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller	200.000
647 Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerden Elde Edilen Gelir ve Kazançlar	200.000

İşletme kendi kullandığı 4 daireyi takip ettiği Binalar hesabında TMS 16'ya göre yeniden değerlendirme yaptığında, TMS 16 madde 35'e göre brüt değerindeki artış oranına göre birikmiş amortismanlarını ve yeniden değerlendirme artışlarını aşağıdaki muhasebe kaydı ile düzeltir;

$$120.000-100.000=20.000*4=80.000$$

$$80.000/400.000=0,20$$

$$\text{Amortisman yeniden değerlendirme farkı: } 8.800*0,2=1.760$$

$$\text{Net defter değeri } 400.000-8.800=391.200*0,2=78.240$$

31.12.2016	
252 Binalar	80.000,-
258 Birikmiş Amortismanlar	1.760,-
551 Maddi Duran Varlık Yeniden Değerleme Artışları	78.240,-

*Muhasebe işlemlerinde KGK'nın yayınladığı hesap planı taslağındaki hesap kodları kullanılmıştır.

Örnekteki işletmenin sahip olduğu Yatırım amaçlı gayrimenkullerinde dönem sonunda gerçeğe uygun değerle değerlemesinden meydana gelen değer artışları TMS 40'ın 35. maddesi gereğince Kar

Zarar hesabına gelir olarak kaydedilmiştir.

İşletmenin kendi faaliyetlerinde kullandığı ofislerinin gerçeğe uygun değerle değerlendirilmesinden meydana gelen değer artışları ise TMS 16'nın 35. maddesinin a fıkrasına göre muhasebeleştirilmiştir. Brüt defter değeri, piyasa fiyatı ile kayıtlı değer arasındaki fark kadar artırılmış, varlığın brüt değer artış oranı ile bu tarihteki birikmiş amortisman ve net defter değeri de artırılmıştır. Varlığın net defter değerinde meydana gelen artış tutarı Öz kaynaklar grubunda yeniden değerlendirme artışları olarak yer almıştır.

Literatür Taraması

Kaya ve Dinç (2007) maddi duran varlıkların yeniden değerlendirilmesinde “gerçeğe uygun değer”, “geri kazanılabilir tutar” gibi kısmen de olsa sübjektif yargı gerektiren ölçeklerin doğru biçimde hesaplanmasının önemli olduğunu vurgulamıştır. Bu durumun beraberinde ihmal, hile vb. gibi istenmeyen durumlara zemin hazırlanmaması için sözkonusu ölçeklerin güvenilir şekilde tahmininin, Türkiye’de Sermaye Piyasası Kurulu bünyesinde faaliyete gösteren gayrimenkul değerlendirme şirketleri tarafından gerçekleştirilmesinin gerekliliğini ifade etmiştir.

Kaya (2012) TMS 16’da gerçeğe uygun değer kavramından bahsedildiğini ancak gerçeğe uygun değer objektif bir biçimde belirlenmesi konusunun şüpheli olduğuna dikkat çekmiştir.

Öztürk (2015) gerçeğe uygun değer hiyerarşisine göre bir varlığın veya yükümlülüğün değerini, güvenilir olarak ölçülebilen piyasa fiyatı, emsal olarak ölçülebilen piyasa fiyatı veya bunların bulunmaması durumunda seçilebilecek uygun değerlendirme tekniğiyle belirlenecek bir tutarı ifade ettiğini ve yeniden değerlendirme yapılan maddi duran varlığın gerçeğe uygun değerinde meydana gelen değeri, geçmişe yönelik yeniden düzenleme gerektiren bir hesaplama ile finansal raporlara yansıtıldığını bu hesaplamalar ile, aktife kayıtlı bir maddi duran varlığın finansal raporlarda izlenmesi gereken gerçek değerinin belirlenmiş olacağını örneklerle açıklamıştır.

Çil Koçyiğit (2013) SPK’ya tabi 259 adet şirketin finansal tablo ve dipnotları üzerinde yaptığı araştırmasında işletmelerde yatırım amaçlı gayrimenkullerin ilk muhasebeleştirmeden sonraki dönemlerde değerlendirilmesinde gerçeğe uygun değer yönteminin maliyet yöntemine göre daha çok tercih edildiğini tespit etmiştir.

Akbaba (2015) 2015 yılı itibari ile BİST’e kayıtlı olarak, tarım, orman ve balıkçılık alanında faaliyet gösteren 4 şirketin uzun vadeli canlı varlıklarını değerlemede gerçeğe uygun değer esasını uyguladıklarını ve bu varlıkların değerinde artışın olduğunu bulmuştur.

Yazarkan (2015) yaptığı çalışmada incelediği işletmenin fındık ocaklarını dönem sonunda ölçme ve değerlendirme işlemine tabi tutmadığını, fındıklıkların ayrı bir varlık olarak aktifleştirilmeyip arazi ve arsalar hesabının içinde ele aldığını tespit etmiştir. Yöre insanının büyük çoğunluğunun geçimini fındık tarımından sağlaması nedeniyle fındık bahçelerine olan talebin artması fındık bahçelerinin gerçeğe uygun değerini de her dönem artırdığı için şirketin muhasebe politikası olarak yeniden

değerleme modelini benimsemesinin uygun bir yaklaşım olacağını değerlendirmiştir. Böylece taşıyıcı bitki olarak fındık ocaklarının gerçeğe uygun değeri şirketin mali tablolarına yansıtılmış olacağını önermiştir.

Erhan (2019) çalışmasında Özkaynaklarda muhasebeleştirilen diğer kapsamlı gelir unsurlarını ele almış ve BİST 100’de yer alan işletmelerin raporladıkları diğer kapsamlı gelir unsurlarını incelemiştir. Bu çalışmada 10 adet mali kuruluş inceleme dışında bırakılmış ve TMS 16’ya göre Maddi Duran Varlıklar Yeniden Değerleme Artışları 2016 yılında %17, 2017 yılında %21 olarak bu grupta en fazla raporlanan ikinci unsur olduğu bulunmuştur.

BİST 100 Endeksindeki Firmaların Maddi Duran Varlıklarında ve/veya Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerinde Meydana Gelen Yeniden Değerleme Sonuçlarının İncelenmesi

Borsa İstanbul 100 endeksinde yer alan firmaların Kamuoyu Aydınlatma Platformu (KAP)’ta yayınlanan Bağımsız Denetim Raporları ve Dipnotları 2007-2019 yılları itibarıyla incelenmiştir.

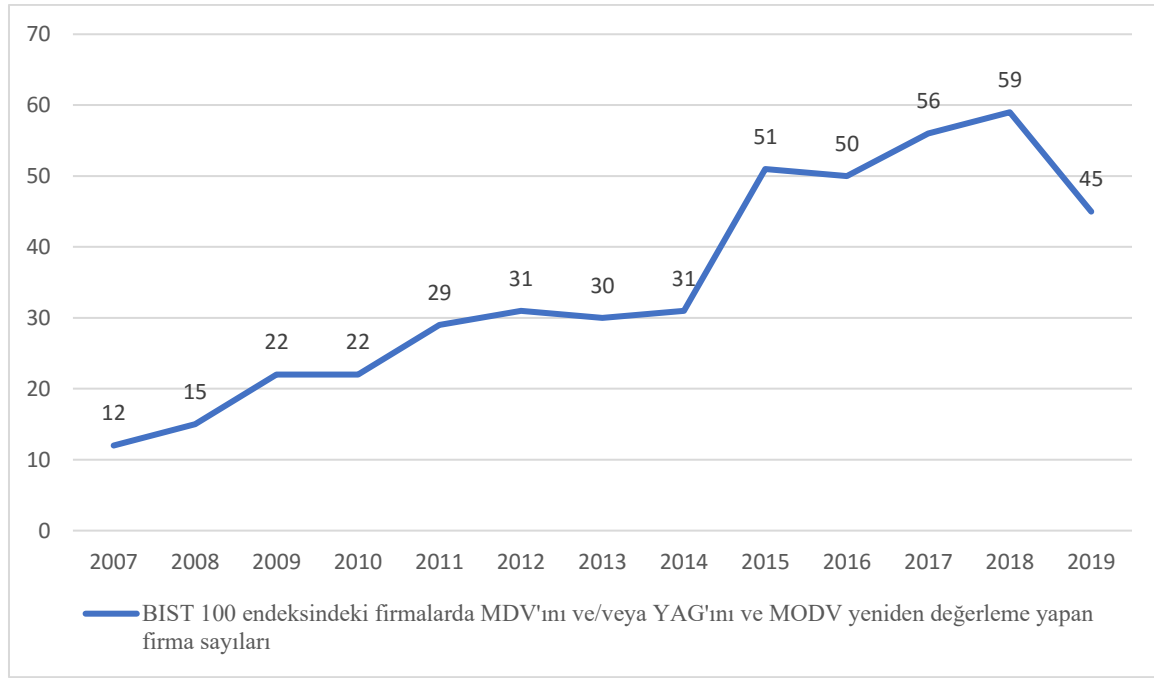
Finansal Raporların sunumuna ilişkin esasların açıklandığı bölümdeki bilgiler incelenerek, her şirketin/grubun maddi duran varlıklarını ve yatırım amaçlı gayrimenkullerini yıl sonlarında hangi değerlendirme yöntemini seçerek değerledikleri tespit edilmiştir.

Tablo 1. 2007-2019 yılları arasında BİST 100 endeksinde Maddi Duran Varlıklarında ve/veya Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerinde Yeniden değerlendirme Yöntemini Uygulayan Firma Sayıları

Yıllar	Maddi Duran Varlıklarını ve/veya Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerini Yeniden Değerlemeye Tabi Tutan Firma Sayısı	Maddi Olmayan Duran Varlıklarını Yeniden Değerlemeye Tabi Tutan Firma Sayısı	Toplam
2007	11	1	12
2008	14	1	15
2009	21	1	22
2010	21	1	22
2011	28	1	29
2012	30	1	31
2013	29	1	30
2014	30	1	31
2015	50	1	51
2016	49	1	50
2017	55	1	56
2018	58	1	59
2019	44	1	45

2007 yılında BİST 100 endeksindeki 11 şirketin Maddi Duran Varlıklarını ve/veya Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerini, bir şirketin de Maddi Olmayan Duran Varlığını (müşteri ilişkileri) Yeniden değerlendirme yöntemine göre değerlediği bulunmuştur.

Son inceleme yılı olan 2019 yılı Bağımsız Denetim Raporlarından ise BİST 100 endeksindeki şirketlerden 44 şirketin Maddi Duran Varlıklarını ve/veya Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerini, bir şirketin de Maddi Olmayan Duran Varlığını (müşteri ilişkileri) Yeniden değerlendirme yöntemiyle değerlediği tespit edilmiştir.



Şekil 1. BIST 100 Endeksindeki Firmalarda Yeniden değerlendirme Yönteminin Maddi Duran Varlıklarda, Maddi Olmayan Duran Varlıklarda ve Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerde Uygulanması

2019 yılında maddi duran varlık ve yatırım amaçlı gayrimenkullerini yeniden değerlemeye tabi tutan bu şirketlerin incelenmesinde, bulunan değer artış tutarlarının firmanın diğer mali verilerine kıyasla önemli olduğu tespit edilmiş ve karşılaştırılması amacıyla aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

Tablo 2: 2019 yılı Yeniden Değerleme Yöntemini Kullanan Firmalarda Hesaplanan Değer Artışlarının Özkaynak ve MDV İçindeki Oranı

NO	Firma adı ve Yeniden değerlendirilmede kullanılan yöntem	Özkaynak toplamı (TL)	Yeniden değerlendirilmiş Maddi duran varlık toplamı (TL)	Ertelenmiş vergi sonrası Yeniden Değerleme Fonu (YDF) (TL) veya Kar zarara kaydedilen değer artışı/azalışı
1	Kardemir Karabük Demir Çelik Sanayi Ve Ticaret A.Ş.ve Bağlı Ortaklıkları Emsal karşılaştırma ve amortisman düşülmüş maliyet yöntemi	3.880.882.922 YDF/Özkaynak =yüzde 41	2.410.222.968 YDF/MDV= yüzde 66	Yeniden değerlendirme Fonu 1.602.303.214
2	Zorlu Enerji Elektrik Üretim A.Ş. Emsal karşılaştırma yöntemi ve maliyet yaklaşımı ve gelirlerin kapitilazasyonu yöntemi (İNA)	1.751.824.000 YDF/Özkaynak = yüzde ikiyüzbir	7.728.034.000 YDF/MDV= yüzde 46	Yeniden değerlendirme Fonu 3.528.754.000
3	Odaş Elektrik Üretim Sanayi Ticaret A.Ş. Emsal karşılaştırma yöntemi ve maliyet yaklaşımı ve gelirlerin	792.250.602 YDF/Özkaynak = yüzde 91,5	2.437.824.034 YDF/MDV= Yüzde 30	Yeniden değerlendirme Fonu 728.846.503

	kapitalizasyonu yaklaşımı yöntemi			
4	Net Holding A.Ş. Pazar yaklaşımı, Maliyet yaklaşımı ve Gelir yaklaşımı	4.559.073.321 YDF/Özkaynak =yüzde 58	MDV 4.194.009.291 Yatırım amaçlı gayrimenkul 1.638.379.459	Yeniden değerleme Fonu 2.629.600.552 kar zarara yansıtılan değer artışı/azalışı 210.316.216
5	Aksa Enerji Üretim A.Ş. Emsal karşılaştırma yöntemi ve maliyet yaklaşımı yöntemi	3.818.960.965 YDF/Özkaynak =yüzde 59	5.285.593.587 YDF/MDV= yüzde 43	Yeniden değerleme Fonu 2.262.917.793
6	Göлтаş Göller Bölgesi Çimento Sanayi Ve Ticaret A.Ş.	333.401.996	Yatırım amaçlı gayrimenkul 5.653.478	kar zarara yansıtılan değer artışı/azalışı 9.947.465
7	Gübre Fabrikaları T.A.Ş. Emsal karşılaştırma yöntemi ve maliyet yaklaşımı ve gelirlerin kapitalizasyonu yaklaşımı yöntemi	840.908.821 YDF/Özkaynak =yüzde 39	MDV 757.630.245 Yatırım amaçlı gayrimenkul 84.478.876	Yeniden değerleme Fonu 328.930.319 kar zarara yansıtılan değer artışı/azalışı 4.333.373

Tablo 3. Kardemir Karabük Demir Çelik Sanayi ve Ticaret A.Ş.ve Bağlı Ortaklıkları'nın 2019 yılı yeniden değerlendirilmiş maddi duran varlıkları ve değer artış bilgileri

Maddi Duran Varlık	Gerçeğe uygun Değeri	Değerlemeden önceki net değeri	Değer artış tutarı
Arsa	960.484.451,-TL	158.456.790,- TL	802.027.661,- TL
Bina	1.385.901.717,-TL	631.882.761,-TL	754.018.956,- TL
Toplam	2.346.386.168,-TL	790.339.551,-TL	1.556.046.617,-TL

Binalar için yeniden değerlendirme yapılmış olması nedeniyle binaların birikmiş amortismanı 63.646.064 TL fazla olmuştur.

Tablo 4. Zorlu Enerji Elektrik Üretim A.Ş.'nin 2019 yılı yeniden değerlendirilmiş maddi duran varlıkları ve değer artış bilgileri

Maddi Duran Varlık	Gerçeğe uygun Değeri	Değerlemeden önceki net değeri	Ertelenmiş vergi dahil Değer artış tutarı
Arsa	137.731.000,-TL	82.255.000,- TL	55.476.000,- TL
Yeraltı yer üstü düzenleri	209.000.000,- TL	116.380.000,- TL	92.620.000,- TL
Binalar	37.717.000,-TL	22.314.000,-TL	15.403.000,- TL
Tesis makine ve cihazlar	7.481.317.000,-TL	3.260.242.000,-TL	4.221.075.000 TL
Toplam	7.865.765.000,-TL	3.481.191.000,-TL	4.384.574.000,-TL

Tablo 5. Odaş Elektrik Üretim Sanayi Ticaret A.Ş. 'nin 2019 yılı yeniden değerlendirilmiş maddi duran varlıkları ve değer artış bilgileri

Maddi Duran Varlık	Gerçeğe uygun Değeri	Değerlemeden önceki değeri	Ertelenmiş vergi dahil Değer artış tutarı
Arsalar	53.581.677,- TL	8.913.218,-	44.668.459,- TL
Binalar	920.811,-TL	417.319,-	503.493,- TL
Tesis makine ve cihazlar	2.192.582.710,-TL	1.286.619.800,-	905.962.910,-TL
Toplam	2.247.085.198,-TL	1.295.950.337	951.134.861,-TL

Net Holding A.Ş.'nin 2019 yılı bağımsız denetim raporunda açıklanan yeniden değerlendirilmiş maddi duran varlıklarının detayı ve toplamı aşağıdaki gibidir;

Aynur AKPINAR

Maddi Duran Varlıklarda ve Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerde Muhasebeleştirme ve Değerleme-BIST 100 Endeksindeki Firmaların Yeniden Değerlemeye İlişkin Uygulamaları

-Arazi ve arsalar	: 166.771.070,-TL
-Yeraltı ve yerüstü düzenleri	: 5.962.942,-TL
-Binalar	: 3.621.218.620,-TL
-Yapılmakta olan yatırımlar	: <u>400.056.659,-TL</u>
Toplam	: 4.194.009.291,-TL

Bu maddi duran varlıkların 2019 yılında mali tablolarda görünen yeniden değerlendirme tutarı ise 2.629.600,552 TL'dir.

Net Holding'in maddi duran varlıklarından yeniden değerlemeye tabi olanlarında: $2.629.600,552 / 4.194.009.291 = \text{yüzde } 63$ oranında değer artışı olmuştur.

-Holdingin 2019 yılı **Yatırım amaçlı gayrimenkulleri toplamı** 1.638.379.459,- TL iken bu gruptaki arsa ve araziler ile binalara ait yeniden değerlendirme artışı toplamı 210.316.216,- TL bu yılın finansal durum tablosunda yatırım amaçlı gayrimenkullerin değerini artırırken gelir tablosunda da gelir toplamını artıracaktır.

-Holdingin 2018 yılı **Yatırım amaçlı gayrimenkulleri toplamı** 1.409.943.458,- TL iken bu gruptaki arsa ve araziler ile binalara ait yeniden değerlendirme artışı toplamı 427.083.374,- TL bu yılın finansal durum tablosunda yatırım amaçlı gayrimenkullerin değerini artırırken gelir tablosunda da gelir toplamını artıracaktır.

Aksa Enerji Üretim A.Ş.'nin 2019 yılı bağımsız denetim raporunda açıklanan 5.285.593.587,- TL tutarındaki maddi duran varlıklarının yeniden değerlendirme değer artışı/azalış detayı ve toplamı aşağıdaki gibidir;

-Arazi ve arsalar	: 44.695.964,-TL
-Yeraltı ve yerüstü düzenleri	: (1.873.205),-TL
-Binalar	: 16.467.714,-TL
-Tesis makine ve cihazlar	: 1.792.844.315,-TL
-Taşıtlar	: 2.056.616,-TL
-Demirbaşlar	: <u>980.798,-TL</u>
Toplam	: 1.855.172.202,- TL

2019 yılı yeniden değerlendirme fonu toplamı 2.262.917.793,-TL

Aksa Enerji Üretim A.Ş.'nin maddi duran varlıklarından yeniden değerlemeye tabi tutulanlarda: $2.262.917.793 / 5.285.593.587 = \text{yüzde } 43$ oranında değer artışı olmuştur.

Göлтаş Göller Bölgesi Çimento Sanayi Ve Ticaret A.Ş. 'nin 2019 yılı bağımsız denetim raporunda açıklanan 5.653.478,-TL tutarındaki yatırım amaçlı gayrimenkulünün yeniden değerlendirme değer artışı 9.947.465,-TL olarak gerçekleştiğinden değer artışı $9.947.465 / 5.653.478 = \text{yüzde } 176$ olarak bulunmuştur.

2018 yılı bağımsız denetim raporunda açıklanan 3.675.000,-TL tutarındaki yatırım amaçlı gayrimenkulünün yeniden değerlendirme değer artışı 1.911.693,-TL olarak gerçekleşmiş ve 2018 yılında; $1.911.693/3.675.000=$ yüzde değer artışı olduğu hesaplanmıştır.

Gübre Fabrikaları T. A. Ş'nin 2019 yılı bağımsız denetim raporunda açıklanan 757.630.245,-TL tutarındaki yeniden değerlemeye tabi tutulan maddi duran varlıklarının yeniden değerlendirme değer artışı 328.930.319,- TL'dir. Bu maddi duran varlıkların yeniden değerlendirme oranı $328.930.319/757.630.245=$ yüzde 43 olmuştur.

2019 yılı itibarıyla; BIST 100 endeksinde yer alan;

- dünya markası olan 146.871 milyon TL aktif büyüklüğe sahip Türk Hava Yolları A.O.,
- 55.511.558 bin TL aktif büyüklüğüne sahip Türkiye Petrol Rafinerileri A. Ş.,
- 21.059.321.198 TL aktif büyüklüğe sahip Pegasus Hava Taşımacılığı A. Ş. ve Bağlı Ortaklıkları,
- 45.714.975 bin TL aktif büyüklüğüne sahip Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
- 34.729.500.000,-TL aktif büyüklüğüne sahip Arçelik A.Ş.

maddi duran varlıklarını ve yatırım amaçlı gayrimenkullerini dönem sonunda maliyet yöntemiyle değerlemektedir. Bunun nedeni olarak yeniden değerlendirme yönteminde aktif piyasada işlem fiyatı olmayan ilgili varlıklar için gerçeğe uygun değer objektif bir şekilde tespit edilmesinin tahmine dayalı olması, karmaşık hesaplamalar gerektirmesi ve maliyetli olduğu düşünülebilir.

Sonuç

VUK gereğince işletmelerin maddi duran varlıklarını vadeli ödeme şartıyla satın almaları sırasında ödedikleri vade farkı tutarları maliyet unsuru sayılarak aktifleştirilmesi uygun görülürken TMS 16'ya göre bu tutarlar TMS 23'te izin verilen durumlar haricinde aktifleştirilmemeli faiz gideri olarak kar zararda muhasebeleştirilmelidir.

Bağımsız Denetim Standardı 200'e göre bağımsız denetimin amacı, hedef kullanıcıların finansal tablolara duyduğu güveni artırmaktır. Bu amaç, finansal tabloların finansal raporlama çerçevesine uygun olarak hazırlanmış olduğuna ilişkin denetçi tarafından verilen görüşle gerçekleşir. Söz konusu görüş, geçerli finansal raporlama çerçevesine uygun olarak finansal tabloların tüm önemli yönleriyle gerçeğe uygun bir biçimde sunulup/sunulmadığı veya doğru ve gerçeğe uygun bir görünüm sağlanıp/sağlanmadığı hakkındadır.

Maddi duran varlıkların gerçeğe uygun değerinin defter değerinden yüksek olması durumunda oluşan yeniden değerlendirme değer artışı hem aktifte maddi duran varlıkların brüt değerini artırmakta hem de yeniden değerlendirme fonu olarak şirketlerin özkaynaklarını güçlendirmektedir.

Çalışmadaki 7 şirkette maddi duran varlık yeniden değerlendirme tutarlarının özkaynak toplamına oranının; Kardemir A.Ş. %41, Zorlu A.Ş. %201, Odaş A.Ş. %91,5, Net holding A.Ş. %58, Aksa enerji A.Ş. %43 ve Gübre fabrikaları A.Ş. %39 olarak gerçekleştiği bulunmuştur.

Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin yeniden değerlendirilmesinde meydana gelen değer artışı ise cari aktif artırmasının yanı sıra gelir kaydedilmesi nedeniyle dönem karını da artırmaktadır.

Göлтаş A.Ş.’nin 5.653.478 TL’lik yatırım amaçlı gayrimenkulünün yeniden değerlendirilmesinden kaynaklanan 9.947.465 TL’si kar zarar tablosuna yansıtıldığı tespit edilmiştir.

Çalışmada 2007 yılında BIST 100 endeksindeki şirketlerin yüzde 12’sinin maddi duran varlıklarında, yatırım amaçlı gayrimenkullerinde ve maddi olmayan duran varlıklarında; yeniden değerlendirme yöntemi uygulamasını benimsemiş olduğu bu oranın yükselme eğilimli ama dalgalı seyir izleyen bir trendle 2019 yılında yüzde 45 oranında gerçekleştiği bulunmuştur.

Bu şirketlerin bağımsız denetim raporu dipnot açıklamalarında yapılan detay incelemede; yeniden değerlemeye konu (maddi duran varlık/yatırım amaçlı gayrimenkul) varlıkların; arazi ve arsalar, binalar, tesis makine ve teçhizat, yeraltı ve yer üstü düzenleri, taşıtlar ve demirbaşlar oldukları saptanmıştır. TAV Hava Limanları Holding A.Ş.’nin de maddi olmayan duran varlıklarından müşteri ilişkiler değerini yeniden değerlemeye tabi tuttuğu bulunmuştur.

Akbaba (2015) çalışmasında tarım orman ve balıkçılık alanında faaliyet gösteren 4 BIST şirketinin maddi duran varlıklarını (uzun vadeli canlı varlıklarını) gerçeğe uygun değerle değerlediklerini tespit etmiştir.

Erhan (2019) çalışmasında Özkaynaklarda muhasebeleştirilen diğer kapsamlı gelir unsurlarını araştırmış ve BIST 100’de yer alan işletmelerin raporladıkları diğer kapsamlı gelir unsurlarının 2016 yılında %17, 2017 yılında ise %21’nin TMS 16’ya göre Maddi Duran Varlıklar Yeniden Değerleme Artışlarından meydana geldiğini ve bu grupta en fazla raporlanan ikinci unsur olduğunu bulmuştur.

Yazarkan (2015) yaptığı çalışmada incelediği işletmenin taşıyıcı bitkileri olan fındık ocaklarının değerlerinin her yıl artması nedeniyle yeniden değerlendirme yöntemi ile değerlemesinin uygun olacağını önermiştir.

Çil Koçyiğit (2013) SPK’ya tabi 259 adet şirketin finansal tablo ve dipnotları üzerinde yaptığı araştırmada işletmelerde yatırım amaçlı gayrimenkullerin dönem sonu değerlemelerinde gerçeğe uygun değer yönteminin daha çok tercih edildiğini tespit etmiştir.

Kaya ve Dinç (2007) maddi duran varlıkların yeniden değerlendirilmesinde “gerçeğe uygun değer”, “geri kazanılabilir tutar” gibi kısmen de olsa sübjektif yargı gerektiren ölçeklerin doğru biçimde hesaplanmasının önemli olduğunu vurgulamış ve sözkonusu ölçeklerin güvenilir şekilde tahmininin, Türkiye’de Sermaye Piyasası Kurulu bünyesinde faaliyete gösteren gayrimenkul değerlendirme şirketleri tarafından gerçekleştirilmesinin gerekliliğini ifade etmiştir.

Bu görüşten hareketle yapılan araştırmada 2018 yılında BIST’te işlem gören 28 şirketin bağımsız denetim raporlarında Maddi duran varlık ve/veya Yatırım amaçlı gayrimenkulün yeniden değerlendirme metodu ile değerlendirme konusunu kilit denetim konusu olarak gösterildiği bulunmuştur. Sorumlu bağımsız denetçiler söz konusu işlemlerin karmaşıklığının ve önemli muhakeme ve varsayımlar içermesinin bu belirlemeye neden teşkil ettiğini ifade etmişlerdir.

BIST 100 endeksinde yer alan Türk Hava Yolları, Türkiye Petrol Rafinerileri, Pegasus, Turkcell ve Arçelik gibi büyük bazı şirketlerin maddi duran varlıklarını/yatırım amaçlı gayrimenkullerini maliyet yöntemine göre değerlendirmekte olduğu tespit edilmiştir. Bu yöntemin uygulanmasının; tahmin ve varsayımlar içermemesi, karmaşık hesaplamalar gerektirmemesi ve ekspertiz işlemleri için ek maliyetler oluşturulmaması nedeniyle tercih edildiği düşünülebilir.

Ülkemizde 5024 sayılı Kanun ile şirketlerin maddi duran varlıklarının değerlendirilmesinde yeniden değerlendirme işlemi yapılabilmesi enflasyon düzeltilmesi uygulamasına bağlanmıştır. İşletmelerde parasal olmayan varlıkların en son Enflasyon Düzeltmesi işlemleri 2004 yılı için kapsama giren işletmelerde uygulanmış olup; bu tarihten sonra Kanunda belirlenen kriterler gerçekleşmemesi nedeniyle uygulanamamıştır. Bu durum, işletme bilançolarındaki maddi duran varlıkların gerçeğe uygun değerinden gösterilmesini engellemektedir. Bu ihtiyacın giderilmesi amacıyla, bir defaya mahsus olarak 2018 yılında 7144 Sayılı Kanun'un 5. maddesi ile işletmelerin 25.05.2018 tarihinde aktiflerinde kayıtlı olan taşınmazlarına 30.09.2018 tarihine kadar yeniden değerlendirme imkanı getirilmiştir.

Ancak, enflasyonun etkisiyle, girdi maliyetlerindeki yükselişler nedeniyle, coğrafi koşullardaki değişikliklerin bir sonucu olarak ya da yerleşim yerlerindeki cazibe merkezlerine yakın olmaktan kaynaklanan maddi duran varlıkların piyasa değerindeki yükselişlerin defter değerine yansıtılamaması durumu muhasebenin üretmiş olduğu verileri anlamsız hale getirmektedir.

Bu nedenle 5024 sayılı VUK da belirtilen enflasyon düzeltilmesi uygulamasının şartlarının yeniden gözden geçirilip işletmelerin parasal olmayan kalemlerinde meydana gelen değer artışlarının muhasebeleştirilebilmesini sağlayacak yöntemlerin uygulamaya konulması önem arz etmektedir. Böylece işletmenin finansal raporlarında varlıklar ve öz kaynaklar güncel değerinden gösterilecek, dolayısı ile amortisman giderilerindeki değişiklikler nedeniyle hesaplanan dönem karı da gerçek tutarı göstermiş olacaktır.

Kaynakça

- Akbaba, A. N. B. (2015). Canlı Varlıkların Değerlemesi, Muhasebeleştirilmesi ve Raporlanması: Borsa İstanbul'da (BIST) Kayıtlı Tarım, Orman ve Balıkçılık Alanında Faaliyet Gösteren İşletmelerde Analiz, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 82-106
- Akbulut, A. (2015). Karşılaştırmalı TMS/TFRS-Vergi Uygulamaları ve Sonuçları, *Maliye Hesap Uzmanları Derneği Yayını*.
- Akdoğan, N. (2016). VUK Yasası'nın Muhasebe Standartları İle Uyumlu Hale Gelmesi İçin Yapılması Gereken Değişikliğe İlişkin Öneriler, Ankara, *Gazi Kitabevi*.
- Akpınar, A. (2018, September). Comparison Of Revaluation Procedure Of Properties" 12th NCM Conferences New Challenges in Industrial Engineering And Operations Management, Ankara, AYBÜ, 11-12.
- Akpınar, A. (2017). TMS 40 Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin BİST 100 Ve BİST 30 Endeksindeki Firmalarda 2007-2016 Yılları Arasında Kullanımlarının İncelenmesi, *International Journal of Academic Value Studies*, Vol:3, Issue:15; 224-240.

- Akpınar, A. (2012). Uluslararası Finansal Raporlama Standartlarına Göre Amortisman Tabi Duran Varlıklar Ve Türkiye Uygulaması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara. *T.C. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*
- Ayyıldız, N. (2016). Gayrimenkullerin TMS 40 Kapsamında Muhasebeleştirilmesi, *Muhasebe ve Denetim Dünyası*, 2, 87-101.
- Büyükipekçi, S. ve Yiğit, E. (2016). TMS-16'ya Göre Maddi Duran Varlıkların Muhasebeleştirilmesi ve Değerleme Sürecine Teorik Bir Bakış, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, (19)2, 219-231.
- Çetinkaya N., (2017). Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin Değerlemesinde Gerçeğe Uygun Değer Tespiti Ve Türkiye'deki Uygulamaların Değerlendirilmesi, *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, (2)4, 69-83.
- Demir Ş., (2019). Türkiye Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları TMS TFRS VUK Değerleme Yaklaşımı, *Seçkin Yayınevi*.
- Erer, M. Aksoy Hazır Ç. (2014). TFRS'ye Göre Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin Muhasebeleştirilmesi ve Ölçülmesi, *Mali Çözüm Dergisi*, 24(126), 15-28.
- Erhan, D. Umut, (2019). Diğer Kapsamlı Gelir Unsurları ve Bist 100'de Yer Alan Firmalarda Raporlanan Diğer Kapsamlı Gelir Unsurlarının Değerlendirilmesi, *Muhasebe ve Denetim Bakış*, (19)57, 37-60
- Fırat, H. ve Palak V. K. (2008). TMS VE VUK Açısından Maddi Duran Varlıklarda Değerleme-Maliyet ve Yeniden Değerleme Modeli, *Mali Çözüm Dergisi*, (87), 79-102.
- Gökgöz, A. (2015). Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin Muhasebeleştirilmesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, (29)3, 459-477.
- Gönen, S. ve Güryel, A. (2016). Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin TMS 40 Kapsamında Muhasebeleştirilmesi, *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, (2)3, 133-157.
- Kaya, G. A. (2012). Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Maddi Duran Varlıkların Muhasebeleştirilmesi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, (11)39, 218-230
- Kaya, U. ve Dinç, E. (2007). Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Maddi Duran Varlıkların Değerlenmesi ve Muhasebeleştirilmesi, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16)2, 343-364.
- Kılınç, Y. (2016). Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin Türkiye Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları (TMS/TFRS) ile Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi Taslağı Açısından Karşılaştırmalı İncelenmesi ve Muhasebeleştirilmesi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (43)9, 1935-1946.
- Kıymetli, Şen İ. (2013). Maddi Duran Varlıklar (TMS16) Standardının Üretim İşletmelerinde Satışların Maliyetine Etkileri, *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (3)1, 21-36.
- Koçyiğit, Ç. S., (2013). İMKB'de İşlem Gören Şirketlerde Finansal Tablo Dipnotlarında Açıklanan Muhasebe Politikalarının TMS 40 (Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller Standardı) Açısından Değerlendirilmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 254-272.
- Örten, R., Kaval, H. ve Karapınar A., (2008), Türkiye Muhasebe-Finansal Raporlama Standartları Uygulama ve Yorumları TMS-TFRS Standartların İşletmelerde İlk Uygulanması KOBİ Muhasebe Standardı Tekdüzen Hesap Planı ile Uyumlu Örnekler, Ankara, *Gazi Kitabevi*.
- Örten, R. Kaval H. ve Karapınar A. (2007). TMS 16'ya göre, Maddi Duran Varlıkların Dönem Sonunda Değerlemesi Ve Muhasebe Uygulamaları, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (36), 34-50.

- Özerhan, Akbulut, Y. ve Yanık S. (2012). IFRS/IAS İle Uyumlu TMS/TFRS Açıklamalı ve Örnek Uygulamalı Türkiye Muhasebe Standartları Türkiye Finansal Raporlama Standartları, *TÜRMOB Yayınları*, No: 427.
- Özerhan, Akbulut, Y. (2008). Vergi Usul Kanunundaki Değerleme Hükümlerinin Türkiye Finansal Raporlama Standartları Kapsamında Değerlendirilmesi, *World of Accounting Science*, 10(1), 1-41.
- Öztürk, E. (2015). Maddi Duran Varlıkların Raporlanmasında Gerçeğe Uygun Değer Hiyerarşisinin Kullanılması, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 199-214 - Doi: <http://dx.doi.org/10.11611/JMER657>
- Öztürk, C. (2009). Yerel ve Uluslararası Muhasebede Yatırım Amaçlı Gayrimenkul Kavramı ve UMS 40'ın Türkiye Muhasebe Sistemine Yansımaları, *Mali Çözüm Dergisi*, (96), 97-126.
- Sağlam, N., Yolcu, M. ve Eflatun, A.O. (2012). Örneklerle UFRS Kayıtları, *Muhasebe TR*
- Sarıay, İ. (2012). Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Maddi Duran Varlıkların Değerlemesine İlişkin Uygulamalar, *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 2(1), 110-124.
- Şen, Ç. (2011). Türkiye Muhasebe Standardı – 16 Açısından Maddi Duran Varlıklarda Amortisman Uygulaması, *Mali Çözüm Dergisi*, 106, 133-160.
- Tekşen Ö. ve Dağlı, Şahin S. (2017). Maddi Duran Varlıkların Tekdüzen Muhasebe Sistemi ile Vergi Usul Kanunu ve TMS-16 Açısından İncelenmesi: Bir Uygulama, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 424-447.
- Tunçez, H. A. (2020). TMS 16 Ve BOBİ FRS Kapsamında Maddi Duran Varlıkların Karşılaştırılması, *İda Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi*, 3(2), 92-109
- Yazarkan, H. (2016). Üretim İşletmelerine Ait Fındık Bahçelerine İlişkin Mali İşlemlerin Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) Çerçevesinde Muhasebeleştirilmesi: Durak Fındık A.Ş. Örneği, *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 409-434
- Yıldıztekin İ., (2010). Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Duran Varlıkların Muhasebeleştirilmesiyle İlgili Örnekler, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 259-288.
- Yılmaz, E. (2013). Gayrimenkullerin Türkiye Muhasebe Standartlarına Göre Sınıflandırılması ve Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin TMS-40 Standardı Kapsamında Muhasebeleştirilmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 273-289.
- Yükçü, S. ve Karakelleoğlu, İ. (2013). Yatırım Amaçlı Gayrimenkuller: IAS 40/TMS 40 Açısından Değerlendirilmesi ve Uygulamalar, *Vergi Dünyası Dergisi*, 377, 4–13.
- <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.4.213.pdf> (213 Sayılı Vergi Usul Kanunu)
- <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/05/20180525-18.htm> (7144 Sayılı Kanun Kapsamında Taşınmazlarda Yeniden Değerleme Uygulaması md.5 VUK 213'e geçici madde eklenmesi)
- <https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2014Seti/TMS16.pdf>
- <https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2015Seti/TMS40.pdf>
- <https://www.kap.org.tr/> Kap gov tr 2007-2019 yılları şirketlerin bağımsız denetim raporları ve dipnot açıklam

BİST100 Endeksi Üzerine Bir Ampirik Analiz: 2001 Türkiye Finansal Krizi Örneği

Gamzenur COŞKUN*
Okuy UÇAN†

Öz

Maliyet, fiyat, üretim ve satış gibi verilerin bir araya gelerek, borsada işleme konu olan yatırım araçlarının belirli bir dönem içerisindeki oransal değişimini ölçen göstergeye endeks denir. Borsa İstanbul 100 (BİST100) Endeksi ise, Borsa İstanbul'da işleme konu olan hem piyasa değeri hem de işlem hacmi en fazla olan yüz hisseden oluşan pay piyasasının temel endeksidir. Bu endeksin fiyat oluşumu etkileyen birtakım makroekonomik değişkenler söz konusudur. Hangi değişkenin BİST100 Endeksi'ne ne tür etkilerde bulunduğu bilinmesi bu noktada önem kazanmaktadır. Bu çalışmada; Türkiye 2001 finansal kriz dönemi ve sonrasında TL/GR altın, vadeli mevduat faizi ve USD/TL döviz kuru ile BİST100 Endeksi arasındaki ilişkilerin yönü ve derecesinin ne olduğunun ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu amaç doğrultusunda; 2001:Q1-2020:Q4 çeyrek dönemlerini kapsayan bu çalışmada değişkenler arasındaki bağlantı birim kök, eşbütünlük ve nedensellik analizleri uygulanarak sınanmıştır. Ampirik araştırma sonuçlarına göre; değişkenler arasında eşbütünlük yani uzun dönemli bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır. Farkları alınarak seviyede durağan duruma getirilen değişkenlere VAR analizi uygulanmıştır. Nedensellik analizinin bulguları doğrultusunda; seçilmiş makroekonomik değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: BİST100 Endeksi, Altın, Mevduat Faizi, Döviz Kuru, Eşbütünlük

An Empirical Analysis on the BIST100 Index: The Case of the 2001 Turkish Financial Crisis

Abstract

An indicator that measures the proportional change of investment instruments that are traded in the stock market over a certain period, combining data such as cost, price, production and sales, is called an index. The Borsa İstanbul 100 (BIST100) Index is the main index of the share market, consisting of one hundred shares with the highest market value and trading volume, which are traded in Borsa İstanbul. There are a number of macroeconomic variables that affect the price formation of this index. At this point, it becomes important to know which variable causes what effects on the BIST100 index. In this study; Turkey 2001 financial crisis period and after TL/GR gold, term deposit interest and USD/TL exchange rate and the BIST100 index are aimed to reveal what the direction and degree of relations are. For this purpose, the relationship between variables was tested by applying unit Root Test, cointegration and causality analyses in this study covering 2001:Q1-2020:Q4 quarters. According to empirical research results, it has been determined that there is no peer integration, that is, no long-term relationship between variables. VAR analysis was applied to variables that were brought to a stationary state at the level by taking the differences. According to the findings of the causality analysis, it was concluded that there is a causality relationship between the selected macroeconomic variables.

Key Words: BIST100 Index, Gold, Deposit Interest, Exchange Rate, Cointegration

Geliş/Received: 28.02.2020

Kabul/Accepted: 23.06.2021

*Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

* Yüksek lisans öğrencisi, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD, coskung09@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3027-1007.

† Prof.Dr., Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü, okuy@hotmail.com, ORCID: 000-0001-5221-4682. (Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Sermaye piyasası ekonomide finansal sistemin temelini oluşturan unsurlardan biri olmakla beraber, elinde fon bulunduran yatırımcılar ile fon ihtiyacı olan kişilerin karşı karşıya geldiği piyasadır. Söz konusu olan arz-talep ilişkisinde yatırımcılar hisse (pay) senetleri, borsa yatırım fonları, devlet tahvilleri ve özel sektör bonoları gibi araçlarla finansman sağlamaktadırlar. Türkiye’de sermaye piyasasında faaliyet gösteren kurumların başında Borsa İstanbul (BİST) gelmektedir. 1985 yılında kurulan BİST, sermaye piyasasında var olan Türk ve yabancı kaynaklı banka ve aracı kurumlara mübadele olanağı sağlamaktadır. BİST içerisinde yer alan pay fiyatlarının volatilitelerini takip etmek ve öngörmek yatırımcıların kazançları açısından son derece önem arz etmektedir. Elbette fiyat öngörülleri hiçbir zaman kesin olmamakla birlikte yatırım yapılan hisse senetleri ve benzeri varlıklar yüksek risk taşımaktadır. Özellikle ekonomik kriz durumlarında yaşanan belirsizlikler borsa endekslerindeki riskleri de arttırmaktadır.

Türkiye’de uzun seneler yaşanan ekonomik krizlerin yıkıcı etkileri en çok finans cephesine yansımıştır. Türkiye ekonomisinde yaşanan 1994 ve 2001 krizleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB)’yi olumsuz etkilemiştir. 1994 krizinde, Türkiye’ye giren sıcak paranın likiditedeki daralmayı bastırması sebebiyle yatırıma dönüşmemesi ve enflasyonun tırmanması gibi nedenlerle İMKB Endeksi Nisan 1994’te yaklaşık olarak 288’lerden 150’lere gerilemiştir. Yapısal reformların gerçekleştirilememesi neticesinde TL yabancı paralar karşısında değer kaybı yaşamıştır. Pay senet fiyatları için olumsuz etki doğuran bir diğer kriz ise 2001 krizidir. 1998 yılında Türkiye’nin dış ticaret iş birlikçilerinden en önemlisi olan Rusya’nın ekonomik kriz yaşaması ve 1999 Marmara depreminin Türkiye bütçesi üzerindeki aksi yönde etkileri 2001 krizinin zeminini oluşturmuştur. Literatür yazınında “Şubat 2001 Krizi” şeklinde yer alan bu gelişme, Türkiye ekonomisinde derin ve telafisi zaman gerektiren problemlere neden olmuş, Türk Lirası yaklaşık olarak %44 değer kaybına uğramıştır.

Çalışmanın amacı; 2001 krizinin BİST100 endeksi, GR/TL altın fiyatları, 1 yıla kadar vadeli mevduat faiz oranı ve USD/TL döviz kuru değişkenleri arasındaki ilişkiyi etkileyip etkilemediğini, şayet bir tesiri varsa bunun ne yönde olduğunu saptamaktır. Halihazırda bulunan bu çalışmayı literatürde yer alan diğer araştırmalardan ayıran en önemli faktör, seçilen değişkenlerde ele alınan veri setinin periyot farkıdır. Literatür yazınında, çalışmada yer alan değişkenlerin ilişkisi birçok araştırmacı tarafından analiz edilmiş olsa da 2001 ve 2020 arasındaki üçer aylık veri setlerinin kullanılması bu makalenin diğer çalışmalardan farkını oluşturmaktadır. Bu çalışmada ilk olarak konuyla ilgili yapılmış literatür araştırmasına yer verilmesinin ardından ekonomik krizin farklı tanımlarına ve Şubat 2001 krizinin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkilerine değinilecektir. Daha sonra veri seti ve araştırma yöntemleri açıklanarak ampirik analiz sonuçları değerlendirilecektir.

Literatür Araştırması

Borsa İstanbul 100 Endeksi, USD/TL döviz kuru, vadeli mevduat faiz oranı ve gram altın değişkenleri arasındaki ilişki literatürde çokça incelenmiştir. Bazı değişkenlerin farklılık göstermesi ve hatta aynı değişkenlerin farklı zamanı içeren verilerin kullanılması neticesinde, kurulan modellerde uygulanan testler ve sonuçları birbirlerinden ayrılmaktadır. Yapılan bu çalışmanın literatür yazınına katkı sağlaması hedefi doğrultusunda, Türkiye 2001 Finansal Krizi çerçevesinde 2001-2020 yılları arasındaki çeyrek veriler baz alınarak çalışmada yer verilen değişkenler arasındaki ilişki sınanmıştır. Bu çerçevede literatürde, BİST100 Endeksi, USD/TL döviz kuru, vadeli mevduat faiz oranı ve gram altın fiyatı ilişkisine yönelik yapılan çalışmalar aşağıda verilmektedir.

Ayvaz (2006) çalışmasında, 1997(1)-2004(12) tarihleri arasındaki aylık verileri kullanmıştır. Değişkenler olarak; İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) Ulusal 100 Endeksi, seçilmiş sektörlerin hisse senetleri ve döviz kuru fiyatlarını baz almış, verilere eşbütünleşme ve Granger nedensellik testlerini uygulamıştır. Araştırmada, dolar kuru ile hisse senedi piyasaları arasındaki nedensellik ilişkilerini araştıran Ayvaz, hizmet sektör endeksi ve dolar kuru arasında eşbütünleşme bulamazken İMKB100 Endeksi ile dolar kuru, sanayi sektör fiyatları, mali sektör fiyatları arasında koentegrasyonun bulunduğunu saptamıştır. Bunlara ek olarak, hisse senedi fiyat endeksleri ve dolar kuru arasında karşılıklı olarak nedenselliğin varlığına ulaşmıştır.

Erbaykal ve Okuyan (2007) araştırmalarında, 13 adet gelişmekte olan ülkenin karşılaştırmalı olarak hisse senedi endeks fiyatları ve döviz kuru arasındaki bağlantıyı inceleyerek uygun yaklaşımın portföy dengesi mi yoksa geleneksel mi olduğunu saptamak istemişlerdir. Bu amaç doğrultusunda çalışma içerisinde kullanılan verilerin tarih aralığı ülke bazında şu şekildedir; Brezilya için 1996(M6) – 2007(M4), Çek Cumhuriyeti için 1997(M12) – 2006(M7), Çin için 1992(M10) – 2007(M3), Endonezya için 1997(M7) – 2007(M4), Güney Kore için 1990(M1) – 2005(M1), Hindistan için 1997(M7) – 2007(M4), Macaristan için 2004(M1) – 2007(M4), Meksika için 1993(M11) – 2007(M4), Şili için 2003(M9) – 2007(M3), Tayland için 1997(M7) – 2005(M1) ve Türkiye için 1990(M1) – 2007(M5) dönemleridir. Bahsi geçen verileri Toda Yamamoto nedensellik ve eşbütünleşme analizleri ile sınamışlardır. Testler sonucunda Brezilya, Güney Kore ve Malezya’da hisse senedi fiyatları ile döviz kuru arasında çift yönlü nedensellik bağlantısı bulunurken Endonezya, Filipinler, Meksika, Tayland ve Macaristan’da hisse senedi fiyatlarından döviz kuruna doğru tek yönlü nedensellik bağlantısının olduğu sonucuna varmışlardır. Erbaykal ve Okuyan’ın çalışmaları sonucunda elde ettikleri bulgulara göre, gelişmekte olan ülkelerde hisse senedi fiyatları ile döviz kuru arasındaki bağlantıyı ifade etmede portföy dengesi yaklaşımının daha yerinde olacağını tespit etmişlerdir.

Aslanoğlu (2008) çalışmasında, 1999 ve 2003 yılları arasındaki İMKB100 Endeksi ile emisyon hacmi ile döviz kuru, emisyon hacmi ve faiz oranları gibi değişkenlerin verilerini kullanırken, İMKB100 Endeksi’ni bağımlı ve diğer değişkenleri ise bağımsız olarak modele dahil etmiştir. Aslanoğlu, yaptığı

çalışmada korelasyon ve regresyon analizleri neticesinde emisyon hacmi, faiz oranları ve döviz kurları ile İMKB100 Endeksi arasında güçlü bir pozitif bağlantının bulunduğu sonucuna ulaşmıştır. Değişkenlerin İMKB100 Endeksi üzerindeki etkisinin en çoktan en aza doğru sıralaması; emisyon hacmi, faiz oranları ve döviz kurları şeklindedir.

Dizdarlar ve Derindere (2008) makalelerinde, 2005(12)-2007(12) tarihleri arasındaki verileri kullanırken, 14 temel makro ekonomik göstergeleri baz almışlardır. Bağımlı değişken çerçevesinde İMKB 100 Endeksi, endojen değişkenler çerçevesinde ise; cari işlemler hesabı, portföy yatırımları, dış ticaret dengesi, yurtiçi doğrudan yatırımlar, para arzı, sanayi üretim endeksi, emisyon hacmi, dış borç, tüketici fiyat endeksi, altın fiyatları, repo ve ters repo işlemleri, açık piyasa işlemleri ortalama faizi ile bankalar arası para piyasasını seçmişlerdir. Araştırmalarında veri setlerine Augmented Dickey Fuller (ADF) ve en küçük kareler (OLS) testlerini uygulamalarının ardından elde ettikleri bulgu; seçilen bağımsız değişkenler arasından yalnızca döviz kurunun istatistiksel olarak İMKB 100 Endeksi üzerinde negatif yönlü bir etkisinin bulunduğu tespitini yapmışlardır.

Rahman ve Uddin (2008) araştırmalarında, Bangladeş'in döviz kuru ile hisse senedi endeksleri arasındaki bağlantıyı incelemişlerdir. Bu amaç doğrultusunda 2003(6)-2008(3) tarihleri arasındaki verileri aylık bazda kullanırken, borsa endeksi hisse senedi fiyatlarını, nominal döviz kuru (euro, dolar, Japon yeni) değişkeni üzerine regress etmişlerdir. Kullanılan veri setlerini eşbütünleşme ve nedensellik testlerine tabi tutmuşlardır. Bu testlerin neticesinde elde edilen bulgu; hisse senedi endeksleri ile döviz kurları arasında herhangi bir uzun dönemli ilişkinin bulunmadığı şeklindedir. Granger analiz sonuçları doğrultusunda ise, Bangladeş'in hisse endekslerinden ABD doları ve Japon yeni kurlarına doğru nedenselliğin var olduğunu gözlemlemişlerdir.

Umutlu, Ertürk ve Sezer (2010) yaptıkları çalışmada, 2003-2010 yılları arasındaki aylık bazda verileri ele almışlardır. 2008 krizi bağlamında İMKB100 endeksini etkileyen makroekonomik değişkenlerin değişkenlik gösterip göstermediği incelemişlerdir. Değişkenler olarak; İMKB100 Endeksi, tüketici fiyat endeksi (TÜFE), TL/USD döviz kuru, üretici fiyat endeksi (ÜFE), S&P 500 Endeksi ve mevduat faiz oranı verilerini seçmişlerdir. Seçilen bu veri setlerine en küçük kareler (OLS) ve Granger nedensellik testlerini uygulamışlardır. Ampirik analizler neticesinde elde edilen bulgu; İMKB100 Endeksi'nin ele aldıkları değişkenlerden döviz kuru, S&P 500 Endeksi ve faiz oranıyla açıklanabildiği sonucuna varmışlardır. Döviz kuru ve faiz oranındaki artışın, İMKB100 Endeksi'ni olumsuz etkilerken, S&P Endeksi'ni olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Buna ek olarak, yaptıkları Granger testi doğrultusunda, endeks ve faiz oranı ile döviz kuru arasında ayrı ayrı çift yönlü bir nedenselliğin olduğuna ulaşılırken, S&P 500 Endeksi'nin kuru etkilemediğini saptamışlardır.

Elmas ve Esen (2011) makalelerinde, 1999(1)-2010(3) tarihleri arasındaki aylık verileri kullanmışlardır. Değişkenler olarak Fransa, Rusya, Hindistan, Almanya, Türkiye ve Hollanda hisse senedi piyasaları seçilmiş ve bu değişkenlerin dolar kuru ile ilişkilerini incelemişlerdir. Ampirik analiz sonuçlarına göre, en az bir eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Ayrıca nedensellik testine göre ise,

dört farklı ülkede döviz kurundan hisse senedi endeksine bir nedensellik görülürken, hisse senedi endeksinden döviz kuruna doğru nedensellik ilişkisinin sadece iki ülkede var olduğu sonucuna varmışlardır.

Özer, Kaya ve Özer (2011) araştırmalarında, hisse senedi endeksi ile seçtikleri makro ekonomik değişkenler arasındaki bağlantıyı incelemişlerdir. Bu çerçevede, 1996(1)- 2009 (12) tarihleri arasındaki aylık verilere OLS, Johansen-Juselius(JJ) eş bütünleşme ve nedensellik testlerini uygulamışlardır. İMKB100 Endeksi'ni bağımlı değişken bazında ele alan Özer ve diğerleri, faiz oranı, para arzı, altın fiyatları, dış ticaret dengesi, sanayi üretim endeksi, TÜFE ve döviz kurunu açıklayıcı değişken bazında modele eklemişlerdir. Araştırma neticesinde bulunan veriler doğrultusunda; ele alınan değişkenler arasında uzun süreli ve anlamlı ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Akbaş (2013) çalışmasında, 1986(1)-2012(7) tarihleri arasındaki aylık veri setlerini kullanarak BİST100 Endeksi'nin kapanış fiyatlarına göre kazanç oranı ve 1 aya kadar mevduat faiz oranı değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu doğrultuda verilere Caner-Hansen'in geliştirdiği birim kök testini ve Hansen-Seo eşbütünleşme testini uygulamıştır. Bağımlı değişken olarak BİST100 Endeks kazanç oranı, bağımsız değişken bazında ise faiz oranının yer aldığı makalede, uygulanan testlerde seçilen değişkenler arasında uzun süreli ilişkinin bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Aktaş ve Akdağ (2013) yaptıkları çalışmada, ay bazında kullandıkları 2008-2012 yıllarını kapsayan verileri kullanarak regresyon analizi yapmışlardır. BİST100 Endeksi ile seçilen değişkenlerin bağlantısını araştırmak hedefiyle nedensellik analizi uygulamışlardır. BİST 100 Endeksi'ni bağımlı değişken şeklinde dahil ettikleri makalede tüketici fiyat endeksi, mevduat faiz oranı, işsizlik oranı, euro kuru, dolar kuru, sanayi üretim endeksi, ihracat tutarı, kapasite kullanım oranı, ham petrol fiyatlarını ve TÜFE'yi ise bağımsız değişkenler olarak kullanmışlardır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler, tüketici fiyat endeksinin, mevduat faiz oranının, dolar kurunun, tüketici güven endeksinin ve kapasite kullanım oranının BİST100 Endeksi bağlamında anlamlı bir etkisinin var olduğu ispatlanmıştır. Granger nedensellik testi sonucunda, BİST100 Endeksi ve kapasite kullanım oranı arasında çift yönlü bir ilişkinin varlığını saptamışlardır.

Aydın ve Çavdar (2015) birlikte yazdıkları makalede, değişkenler olarak USD/TRY döviz kuru, altın fiyatları ve BİST100 Endeksi verilerini seçmelerinin yanı sıra 2000(1)-2014(9) tarihleri arasındaki aylık verilere, Artificial Neural Network (ANN) ve Vector Autoregressive (VAR) testleri uygulamışlardır. Analizler sonucunda ulaşılan sonuçlar çerçevesinde; döviz kuru ve BİST100 Endeksi arasında dalgalanmaların yaşanabileceği ihtimalini ve 2017 yılından başlayarak günümüze kadar finansal kriz ihtimalinin olduğunu ortaya koymuşlardır.

Kendirli ve Çankaya (2016) yürüttükleri çalışmada, değişkenler olarak Türkiye döviz volatiliteyi, TÜFE ve Borsa İstanbul bankacılık endeksini seçmişlerdir. Bu değişkenlerin 2009(1)-2015(3) tarihleri arasındaki veri setlerine, Johansen eş bütünleşme ve Granger nedensellik testlerini uygulamışlardır. Çalışma sonrasında ulaşılan bulgular çerçevesinde; Borsa İstanbul Bankacılık Endeksi

bağlamında enflasyon ve döviz kurlarının %5 anlamlılık seviyesinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığı sonucuna varmışlardır. Fakat bulgular %10 anlamlılık seviyesinde yorumlandığında Bankacılık Endeksinden döviz kuruna doğru tek yönlü ilişkinin var olduğu saptanmıştır.

Bahloul, Mroua ve Naifar (2017) araştırmalarında, 19 ülkenin hisse senedi piyasaları ile seçilmiş değişkenler arasındaki bağlantıyı analiz etmişlerdir. Makalede gelişmiş ülkeler bazında; Kanada, İspanya, İngiltere, Fransa, İsviçre, ABD, Avusturya ve Hollanda ülkeleri seçilirken gelişmekte olan ülkeler olarak; Şili, Tayland, Çin, Rusya, Çek Cumhuriyeti, Kore, Meksika ve Malezya ülkeleri seçilmiştir. Bu ülkelerin piyasa içerisinde fiyatlanan değişkenlerin 2002(6)-2014(6) tarihleri arasındaki verilerine Markov-Switching regresyon analizi ve OLS testi analizlerini yapmışlardır. Analizlerin sonucunda elde ettikleri bulgular doğrultusunda; gelişmiş ve gelişmekte olan hisse senedi endeks fiyatları, piyasaya enjekte edilen para arzından etkilenirken seçilen diğer değişkenlerin hisse senedi fiyatlarındaki değişiklikleri açıklamakta yetersiz olduğunu tespit etmişlerdir.

Koyuncu (2018) makalesinde, BİST100 Endeksi ile beraber sanayi faiz oranları, üretim endeksi, enflasyon ve reel ekonomik büyüme gibi seçilmiş değişkenlerin 1988-2016 yılları arasındaki aylık verileri çalışmasına dahil etmiştir. Baz aldığı tarihler arasındaki verilere geleneksel Modified Dickey-Fuller birim kök, Tamamen Değiştirilmiş En Küçük Kareler ve Dinamik En Küçük Kareler testlerini uygulamıştır. Çalışma sonucunda Koyuncu'nun elde ettiği bulgulara göre; enflasyon ve faiz oranları serileri arasında herhangi bir eş bütünleşme ilişkisinin bulunmadığını, enflasyon ile sanayi üretim endeksinin BİST100 Endeksi'ni pozitif yönde etkilediğini, reel ekonomik büyüme ve faiz oranlarının ise BİST100 Endeksi'ni olumsuz yönde etkilediğini bulmuştur.

Alacahan ve Akarsu (2019) makalelerinde, 2004(1)-2018(6) dönemleri arasındaki veriler kullanılarak döviz kurunun BİST100 Endeksi ile bağlantısının varlığını incelemişlerdir. Baz alınan veri setlerine ADF birim kök testi ve ARIMA modelini uygulamışlardır. Çalışmanın sonucunda Alacahan ve Akarsu döviz kuru ve BIST100 Endeksi arasındaki ilişkiyi ele alırken, zaman serisi uygulamalarında dolar kurunun ikinci seviyeden verilerinin ve hata paylarının BİST100 Endeks fiyat oynaklıkları üzerinde gecikmeli bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Analiz bulgularına göre; dolar kurunun gecikmeli verileri ile BİST100 Endeks ikilisi arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varmışlardır.

Güney ve Ilgın (2019) birlikte gerçekleştirdikleri araştırmada, bağımlı değişkeni BİST100 fiyat endeksi, bağımsız değişkenleri ise altın fiyatları, dolar kuru ve 1 yıla kadar vadeli mevduat faiz oranı şeklinde seçmelerinin ardından, 2007(12)-2018(5) tarihleri arasındaki aylık verileri modellemelerine dahil etmişlerdir. Seçilen veri setlerine ADF birim kök, Johansen eşbütünleşme, Granger nedensellik ve Etki-Tepki testlerini uygulamışlardır. Araştırmanın sonucunda ulaştıkları bulgular; BİST100 Endeksi'nin faiz oranları ve altın fiyatları ile aralarında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunurken, dolar kurundan BIST100 Endeksi'ne ve altın fiyatlarından faiz oranlarına tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğunu saptamışlardır.

Uçan, Şekeroğlu ve Acar (2019) beraber hazırladıkları çalışmada, BİST100 Endeks getirileri, enflasyon ve dış ticaret açığı değişkenlerini seçmişlerdir. Araştırma kapsamında baz aldıkları veriler 2004-2017 yılları arasındaki aylık rakamları barındırmaktadır. Veri setlerine ADF ve Lee-Strazicich (LS), eşbütünleşme ve VAR testlerini uygulamışlardır. Hata düzeltme katsayısı (HDK) hesaplaması sonucunda; BİST100 Endeksi'nde kısa vadede meydana gelen sapmalar 14 aylık sürenin ardından uzun dönem dengesini yakınsayacağı neticesine ulaşmışlardır.

Literatür araştırmasına göre, seçilen değişkenlerin ayrı ayrı veya grup şeklinde ele alındığı analizleri içeren çalışmalara değinilmiştir. İncelemelere göre, bazı makalelerde seçilen makroekonomik değişkenler benzerlik gösterse de analiz aşamasında uygulanan testler farklılaşmıştır. Bunun en önemli nedeni, araştırmacıların çalışmalarında baz aldıkları veri setlerinin zaman aralığı açısından değişkenlik göstermesidir.

Teorik Altyapı

Çalışmanın ikinci aşamasını oluşturan bu bölümde, ekonomik kriz olgusuna yönelik teorik alt yapı ele alınacaktır. İlk olarak ekonomik kriz kavramının farklı tanımlarına değinildikten sonra 2001 Türkiye Finansal Krizi ve etkileri incelenecektir.

Ekonomik Krizin Tanımı ve Kapsamı

Ekonomik kriz; mal, üretim faktörü, hizmet veya döviz piyasasında fiyat veya miktarlarda, makul oranda bir farklılaşma derecesinin üzerinde meydana gelen sert değişimler olarak ifade edilmektedir (Kıbrıçcıoğlu,2001:174). Farklı bir tanımda ise, ekonomide birdenbire ve beklenmedik biçimde gerçekleşen durumların küresel yönden ülke ekonomisini, dar açıdan ise kurum ve kuruluşları ciddi manada etkileyen sonuçların ortaya çıkarmasıdır (Aktan ve Şen, 2001: 4). Meydana gelen olayın ekonomik kriz olarak değerlendirilebilmesi için ilk olarak ekonomik etkinliklerin hepsine tesir etmesi ve çok boyutlu olması gerekmektedir. Kriz durumunda ekonomik göstergelerdeki seyrin meçhul olması, gelişmelerin yönü açısından belirsizlikler yaratmaktadır. Bu belirsizlikler sebebiyle ekonomik aktörler görevlerini icra edemedikleri için ekonomide daralma meydana gelirken, krizin geniş zamana yayılması ekonomide çöküşü tetiklemektedir (Eroğlu ve Albeni, 2002: 94).

Ekonomik krizlerin kaynağı, firmaların yatırımlarında ve tüketici talebinde oluşan büyük ölçüde azalmadan, yüksek oranlı işsizlikten ve haliyle yaşam standartlarının düşmesinden oluşmaktadır. Kimi zaman krizler reel bölgeden harekete geçip finans bölgesini etkileyebileceği gibi bunun aksi de olabilmektedir. Yıkıcı etkide bir ekonomik bunalım varsa, bunun neticesinde ekonomide durgunluk ve borçları ödeyememe durumu da yaşanabilmektedir (Eğilmez,2009:48). Ekonomik krizler kendi bünyesinde finansal ve reel sektör buhranlar şeklinde ikiye ayrılmaktadır. Finansal bunalımlar, döviz ve hisse senedi pazarlarındaki sert maliyet hareketlilikleri veya bankalara geri ödemesi yapılmayan borçların muazzam derecede artması sonucunda oraya çıkan ekonomik problemlerdir. Reel bunalımlar

ise, mal-hizmet ve işgücü pazarlarındaki üretim faaliyetlerinde veya istihdamda meydana gelen küçülmeler şeklinde kendini göstermektedir (Kibritçioğlu, 2001: 175).

Ekonomik krizlerin nedeni bazı hallerde ekonomiden bağımsız olabilmektedir. Siyasal cephede meydana gelen devlet bunalımları, doğal afetler ve askeri darbeler bu çerçeveye örnek oluşturmaktadır. İlave olarak, dünya genelinde yaşanan hızlı ekonomik değişimler krizlere zemin hazırlamaktadır. Bunlara örnek olarak; globalleşme, dış ticaretin serbestleştirilmesi, oluşturulan büyük pazarlar ve piyasa ekonomisine dahil olan ülkelerdeki pazar potansiyelleri verilebilir (Aktan ve Şen: 2001, 6).

Tanımlardan da anlaşılacağı gibi finansal krizler beklenmedik zamanda meydana gelen ve etkileri hem ekonomik hem sosyal yaşam hem de politika alanında zorlu süreçler yaratan bir durumdur. Finansal krizlerin bazı analizlerle öngörülmesi, finansal yatırımcıların, araştırmacıların ve politik karar alıcıların ilgisini çekmektedir. Finansal yatırımcılar daha fazla kazanç sağlamak, politik karar alıcılar ise finansal krizlerin etkilerinin önüne geçmek ve bu etkilerden korunmak amacı ile krizlerle yakından ilgilenmiş ve sorumlu mercilerin birtakım tedbirler almalarına olanak sağlamışlardır. Finansal krizlerin ne zaman gerçekleşeceğini tam anlamıyla öngörmek ilgili makamlar için başarılması zor bir amaç olarak görülmektedir. Buna karşılık olarak, bir ülkenin veya kuruluşun finansal krize olan duyarlılığını artıran faktörlerin saptanması gerçekleşecek olan krizlerin öngörülmesine yardımcı olacaktır.

Şubat 2001 Türkiye Finansal Krizi ve Etkileri

Kasım 2000 Türkiye'sinde yaşanan dövize karşı spekülasyon saldırı sebebiyle gerçekleşen finansal kriz, yüksek faiz ve IMF'den sağlanan 7,5 milyar dolar ek kredi ile aşılabılmıştır. Ancak Türkiye bunun ardından gerçekleşecek bir krizi daha atlatabilecek gücünü büyük oranda kaybetmiştir. Kasım krizinden 3 ay sonra 19 Şubat 2001'de zamanın Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer ve Başbakan Bülent Ecevit arasındaki sert tartışma kamuoyuna devlet krizi olarak açıklanmış ve döviz krizinin fitili ateşlenmiştir. Bunun üzerine 21 Şubat 2001'de bankalar arası para piyasasında gecelik faiz oranları %6,000'lerin üzerine çıkmış, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) döviz rezervleri 27,94 milyar dolardan 22,58 milyar dolara gerileyerek 5,36 milyar dolarlık rezerv kaybı yaşanmıştır. Şubat krizini Kasım krizinden ayıran en belirgin faktör, Kasım krizinde dövize olan saldırı yalnızca yabancılar tarafından gerçekleştirirken Şubat krizinde hem yabancılar hem de yerli vatandaşlar dövize akın etmişlerdir. Bir gün içerisinde TCMB'den 7 milyar dolar döviz talep edilmiştir. Dövize karşı gerçekleştirilen bu atağa karşı çıkma hali kalmayınca, TCMB 21 Şubat gecesi kurun dalgalanmaya bırakıldığı açıklanmıştır ("Uygur", 2001: 23).

2001 döviz krizinin meydana gelmesine sebep olan temel etmenler çerçevesinde, sermaye akışlarının devamlılığını sağlayamama ve beklentilerin yönelttilmesinde devletin yanlış politikaları gibi nedenler, Uluslararası Para Fonu (IMF) programındaki kur tehlikesine karşın yerinde desteğin elde edilmesinde zaafa sebep olmuştur. Diğer taraftan petrol fiyatlarındaki artışlar, Merkez Bankaları Sistemi (FED) faizlerindeki yükselmeler ve dolar/euro kurundaki negatif gelişme gibi aksi harici koşulların yanı

sıra ülkemizdeki bankacılık sisteminin duyarlı yapısı sebebiyle Şubat 2001 krizi meydana gelmiştir (Alper, 2001: 67).

Kasım 2000 ve Şubat 2001’de meydana gelen krizler bankacılık sektöründeki problemleri artırarak birçok yeni sorunları beraberinde getirmiştir. Bankacılık kesimi Kasım 2000 krizindeki faiz oranlarının yükselmesinden son derece olumsuz etkilenirken Şubat 2001 krizinde de bir yandan faizlerden diğer yandan da TL’nin devalüasyonundan dolayı yıkıcı zararlar yaşamışlardır. Bütün bu gelişmeler hızlı tedbirler alınarak bankacılık kesiminin tekrar yapılandırılmasını ve bilhassa bankaların sermaye sistemlerinin parasal açıdan desteklenmesini zaruri hale getirmiştir. Ekonomide oluşan bunalımlar, meydana gelen faiz oranlarındaki artışlar, enflasyon, devalüasyon ve kur oynaklıkları ekonominin reel kısımlarında istenmeyen durumlar meydana getirmiştir. Yüksek faiz oranlarından reel kesime sermaye aktarımı durma noktasına gelmiş ve ekonomi bilinmezlik durumuna girerek bireylerin yatırım isteği yok olmuştur. Ülke içerisindeki talepte meydana gelen küçülmeler ve döviz bazında yükümlülük altına giren şirketlerin TL bazında ödemelerindeki artışlar yurtiçinde faaliyet gösteren çok sayıda şirketi batma tehlikesi ile karşı karşıya getirmiştir. Şubat 2001 krizinin ardından enflasyonu düşürmek ve istikrarı yeniden sağlamak için Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı çerçevesinde daha önce kullanılmamış bir tasarı kurulmuş ve IMF ile tekrar sözleşme imzalanmıştır. IMF 15 Mayıs 2001 tarihinde Türkiye’nin üç yıllık stand-by anlaşmasını[‡] 8 milyar dolar tutarında yeni bir kredi ile destekleme kararına varmış, bunun neticesinde kredi tutarı totalde 19 milyar dolara yükseltilmiştir (Seyidoğlu,2003:149-150). Güçlü ekonomiye geçiş programının başlıca amaçları; kur rejiminden vazgeçilmesi sebebiyle oluşan istikrarsızlığı kontrol altına almak ve güven probleminin yok edilmesi için gereken kamu yönetiminin inşa edilmesi ve ekonominin yeniden oluşturulmasına yönelik altyapının kurulması şeklinde açıklanmıştır (“TCMB”, 2001: 12).

2001 yılının mayıs ayında kamuoyu ile paylaşılan Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı mayıs ayında anlaşılan yeni IMF stand-by düzenlemesi ve Dünya Bankası’ndan sağlanan kredilerle güçlendirilmiş olmakla birlikte üretimde meydana gelen azalmanın önüne geçilememesine karşın krizin kontrol altına alınmasında aktif bir rol oynamıştır. Söz konusu programda öncelik verilen bankacılık kesiminin parasal açıdan tekrar desteklenmesi sürecinde enflasyonun yükselmemesi için kamu borç yükünün artışı seçilerek, mali büyüklükler kontrol altında tutulmuştur (Celasun, 2002: 17).

Metodoloji

Çalışmanın üçüncü bölümünü oluşturan bu kısımda ilk olarak araştırma yöntemi ve verilere yer verildikten sonra, değişkenlerle yapılan testler sonucunda ulaşılan ampirik analizlere değinilecektir.

Araştırma Yöntemi ve Veriler

[‡] Stand-by anlaşması: Özellikle dış ödemeler dengesinde açığı meydana geldiği devletlere IMF tarafından gerçekleştirilecek olan mali desteğin şartlarını içeren istikrar politikalarıdır (Inan, 2019: 602).

BİST100 Endeksi'nin bazı makroekonomik değişkenlerle bağlantısının Türkiye ekonomisi çerçevesinde analiz edilen bu çalışmada yer verilen değişkenler; BİST100 Endeks kapanış fiyatlarına göre, TL/GR altın satış fiyatı, 1 yıla kadar vadeli TRY üzerinden açılan mevduat faiz oranları ve USD/TL döviz kuru satış fiyatı şeklindedir. BİST100 Endeks seans kapanış fiyatı, günün seansında borsa kaydına alınan en son fiyatı ifade ederken, TL/GR altın satış fiyatı ise bir gram altının alıcılara satıldığı birim fiyattır. Bir başka değişken olan 1 yıla kadar vadeli mevduat faiz oranı, 1 yıl sonunda geri çekilmek kaydıyla bankalar tarafından açılmış vadeli mevduat hesaplarına uygulanan faiz oranlarını temsil ederken USD/TL satış fiyatı ise 1 ABD Dolarının Türk Lirası cinsinden alıcılara satıldığı birim fiyattır. Bağımlı değişken olarak BİST100 Endeksi seçilirken, diğer değişkenler bağımsız olarak ele alınmıştır. Araştırma 2001:Q1 - 2020:Q4 dönemini kapsayan 80 adet çeyrek verilerden oluşmaktadır. Veriler TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden alınmakla birlikte analizlerde Eviews programından yararlanılmıştır. Değişkenlerin doğal logaritmaları alınarak \ln BİST100, \ln Altın, \ln Faiz ve \ln USD/TL şeklinde isimlendirilerek kullanılmıştır.

Değişen varyans problemini saptamada birçok test kullanılmakla birlikte en yaygın olanı ve bu çalışmada da kullanılan White nR^2 testi, iki bağımsız değişkeni olan ekonometrik bir model için; (Webster, 1995)

- Hataları görmek amacıyla regresyon modeli çözümlendikten sonra e_i değerlerine ulaşılır:

$$y_j = b_0 + b_1x_{1j} + b_2x_{2j} + e_j \quad (1)$$

- Hata birim değerinin karesi alınarak değişkenler ile bu değişkenlerin kareleri ve bu iki bağımsız değişkenin çarpımları bağlamında regresyon modeli kurularak modelin R^2 değeri elde edilir:

$$e_j^2 = b_0 + b_1x_{1j} + b_2x_{2j} + b_3x_{1j}^2 + b_4x_{2j}^2 + b_5x_{1j}x_{2j} + v_j \quad (2)$$

- Ardından White R^2 ile örneklem hacmi (n) çarpılır ve nR^2 değeri hesaplanır.

White nR^2 istatistiği ki-kare dağılımı ile uygunluk göstermekle birlikte ki-kare dağılımının serbestlik derecesi $k-1$ 'e eşittir. Hipotez varsayımları ise şöyledir:

$$H_0: \sigma_i^2 = \sigma^2 \quad \rightarrow \quad nR^2 \leq x_{k-1, \alpha}^2 \quad \rightarrow \quad H_0 \text{ Reddedilemez.}$$

$$H_0: \sigma_i^2 \neq \sigma^2 \quad \rightarrow \quad nR^2 > x_{k-1, \alpha}^2 \quad \rightarrow \quad H_0 \text{ Reddedilir.}$$

Kurulan modelde hata teriminin otokorelasyona sahip olup olmadığını saptamak için Durbin-Watson Testi kullanılmıştır. Bu teste göre;

$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2} \quad (3)$$

Denklemini kullanılmaktadır. (3) numaralı denklemdeki e_t , $t=1,2,\dots,n$ için en küçük kareler regresyonundan meydana gelen t'nci kalıntı verilerini ifade etmektedir. Eşitlikte hesaplanan d değeri d_L

ve d_U değerleri ile karşılaştırılır. (Dufour ve Dagenais, 1985:373) Bu mukayese sonucunda yorumlama yapılırken şu kıstaslar kullanılır;

- $0 < d < d_L$ ise pozitif otokorelasyon bölgesi,
- $d_L \leq d \leq d_U$ ise kararsızlık bölgesi,
- $d_U < d < 4 - d_U$ ise otokorelasyonun bulunmadığı bölge,
- $4 - d_U \leq d \leq 4 - d_L$ ise kararsızlık bölgesi,
- $4 - d_L < d < 4$ ise negatif otokorelasyon bölgesidir.

Çalışmada logaritmik serilerin durağanlığı, Genişletilmiş ADF Birim Kök Testi yöntemiyle araştırılmıştır. Dickey ve Fuller'a göre hata terimi ortalamasının sıfır değerini aldığı, sabit varyansı, normal dağılımı ve otokorelasyon probleminin bulunmadığı bir yapıyı içerdiği kabul edilmektedir. Farklı bir ifadeyle bu varsayımlara bir başka ifadeyle beyaz gürültü adı verilmektedir. Dickey ve Fuller beyaz gürültü şartlarının bulunmadığı durumlarda, otokorelasyon problemini yok etmek için bağımlı değişkene ait gecikme değerlerinin modele dahil edilmesiyle ADF testinin uygulanabileceğini belirtmişlerdir. ADF testinin denklemleri aşağıdaki gibidir; (Asteriou ve Hall, 2007:297)

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \beta_i \Delta Y_{t=i} + u_t \quad (4)$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \beta_i \Delta Y_{t=i} + u_t \quad (5)$$

$$\Delta Y_t = \alpha_0 + \alpha_2 t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^k \beta_i \Delta Y_{t=i} + u_t \quad (6)$$

Bu denklemlerdeki α_0 ve $\alpha_2 t$, analiz edilen modelde tahmin edilebilir bir trendin bulunup bulunmadığını saptayan katsayılarıdır. ADF testi, denklemde bulunan δ katsayısının istatistiksel olarak sıfıra eşit olup olmadığını sınıamaktadır.

İktisadi zaman serilerinin dinamik süreçler olduğunu öne süren Johansen ve Juselius, eşbütünleşme analizinin uygulanması için VAR modelinin birinci farklarının alınması gerektiğini ifade etmişlerdir. Birinci farkları alınan VAR modeli aşağıdaki gibidir; (Johansen ve Juselius, 1990:174)

$$\Delta X_t = \Gamma_1 \Delta X_{t-1} + \dots + \Gamma_{k-1} \Delta X_{t-k+1} + \Pi X_{t-1} + \mu + \phi D_t \varepsilon_t \quad (7)$$

$$\Gamma_i = -(I - \Pi_i - \dots - \Pi_i), \quad i = 1, \dots, k - 1 \quad (8)$$

$$\Pi = -(I - \Pi_1 - \dots - \Pi_k) \quad (9)$$

Yukarıdaki denklemde;

$$\Delta = (1 - L) \rightarrow L \text{ Gecikme katsayısını,}$$

$$\Pi = \alpha \beta' \rightarrow \alpha \text{ Uyarılma hızını,}$$

β Uzun dönem katsayılar matrisini ifade etmektedir.

Buna göre ΔX_{t-i} içeren yukarıdaki bütün denklemler birinci farkında durağan hale geldiklerinde, ε_t 'nin seviyede durağan olması için ΠX_{t-k} 'nin da durağan olması gerekmektedir. Bu noktada aşağıdaki durumlar önem kazanmaktadır:

- $\Pi = p$ ise, Π matrisi tam ranka sahip olup X_t vektörünün durağan olduğu anlamını taşımaktadır.
- $\Pi = 0$ ise, Π matrisi birçok sıfırdan oluşmakla birlikte farkı alınmış vektör zaman serisi modeliyle analiz edilmelidir.
- $0 < \Pi = r < p$ ise $p \times r$ bazında bir eşbütünleşme vektörü olduğunu ifade etmektedir.

Ampirik analizi yapılan seriler, aynı seviyede durağan olduklarında aralarındaki eşbütünleşme bağlantısı test edilmektedir. Şayet seriler arasında eşbütünleşme bulunmuyor ise, nedensellik analizi yapılabilmektedir.

Çalışmada değişkenler arasındaki nedensellik bağlantısının yönünün saptanması için Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Granger nedensellik analizi yapılırken şu denklemlerden faydalanılmaktadır: (Granger, 1969:431)

$$Y_t = \alpha_0 + \sum_{i=1}^m \alpha_i Y_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_i X_{t-i} + u_t \quad (10)$$

$$X_t = \lambda_0 + \sum_{i=1}^m \lambda_i X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \gamma_i Y_{t-i} + v_t \quad (11)$$

Granger nedensellik analizi, bağımsız değişkenin gecikmeli verilerin katsayılarının, bütün halinde sıfıra eşit olup olmadığı sınanarak yapılmaktadır. (10) numaralı denklemdeki β_i katsayıları belirli bir anlamlılık seviyesinde sıfırdan farklı bir değer alırsa, X'in Y'nin olduğunu, benzer biçimde (11) numaralı denklemde ise γ_i katsayılarının bütün halde sıfırdan farklı bir değer alması durumunda Y'nin X'in nedeni olduğunu göstermektedir. Bu hipotezlerin gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$H_0: \sum_{i=1}^m \beta_i = 0 \text{ veya } X_t, Y_t \text{nin nedeni değildir.}$$

$$H_A: \sum_{i=1}^m \beta_i \neq 0 \text{ veya } X_t, Y_t \text{nin nedenidir.}$$

Analizlerde ilk olarak model ve değişkenlere ilişkin temel testler yapılmış ve ardından makalenin 3.3. bölümünde birim kök testleri ADF tekniğiyle sınanmıştır. Değişkenler arasındaki uzun dönemli bir bağlantının olup olmadığını saptamak için Johansen eşbütünleşme test yöntemi kullanılmıştır. Değişkenlerin I(1), yani birinci farkında durağan oldukları anlaşıldıktan sonra Johansen eşbütünleşme testinin sonucunda, veriler arasında eşbütünleşme bulunmadığı için VAR analizi yapılırken farkları alınmış ve \ln BİST100, \ln Altın, \ln Faiz ve \ln USD/TL şeklinde isimlendirilmiştir. Çalışmada yer alan bütün testler %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

Model Sorunlarının Sınanması

İncelenen modellerin değişen varyans, çoklu doğrusal bağlantı, normallik ve otokorelasyon testleri bağlamında sorun teşkil etmemesi araştırmanın doğruluğu açısından önemlidir. Bu çerçevede bu bölümde belirli testler ile bu problemler sınanmıştır.

Değişen Varyans Testi

Regresyonun hata terimi çerçevesinde ana hipotezlerinden biri de sabit varyans varsayımdır. Sabit varyans varsayımının geçerli olmadığı durumlar değişen varyans şeklinde ifade edilmektedir. (Güriş, Akay ve Güriş, 2017: 238) Değişen varyans testinde boş hipotez sabit varyans varsayımının geçerliliğini ifade ederken, alternatif hipotez sabit varyans varsayımının geçerli olmadığını ifade etmektedir.

Tablo 1. Değişen Varyans Testi Sonuçları

<i>F-İstatistik</i>	1,7166
<i>F-Olasılık Değeri</i>	0,1017
<i>Olasılık (Ki-Kare)</i>	0,1071

Test istatistiğini ifade eden F olasılık değeri 0,1071 ile %5 anlamlılık seviyesindeki kritik değer olan 0,05'ten büyük olmasından dolayı "sabit varyans varsayımı geçerlidir," koşulunu ifade eden boş hipotez reddedilmemektedir. Bu bağlamda sabit varyansın geçerli olmasıyla birlikte modelde değişen varyans sorununun olmadığı anlaşılmaktadır.

Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi

Birden fazla bağımsız değişkeni bulunan modellerde yer alan endojen değişkenler arasında doğrusal ilişkinin bulunması çoklu doğrusal bağlantı olarak tanımlanmaktadır. Çoklu doğrusal bağlantı iki veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki çok güçlü ilişkidir ki örnekten kaynaklanırken ana kütlede bağımsızdır. Çoklu doğrusal bağlantının sonuçlarının etkili olup olmadığının saptanması için t ve F testlerinin farklı sonuç vermesi gibi göstergelerin yanında bazı kriterlere bakılmaktadır. Bu kriterlerden biri ve en yaygın olarak kullanılan varyans büyütme faktörü olan VIF'tir. (Güriş ve diğerleri, 2017: 273)

Tablo 2: Çoklu Doğrusal Bağlantı VIF Sonuçları

Değişkenler	Varyans Katsayısı	Merkez Dışı VIF	Merkez VIF
DLNALTIN	0,101900	3,213980	2,316970
DLNFAİZ	0,037231	1,120867	1,074978
DLNUSD/TL	0,120889	2,699764	2,390910
C	0,000480	1,439763	NA

Çalışmada kullanılan değişkenlerden DLNFAİZ bağımsız değişkeni hariç diğer tüm değişkenlerin merkez dışı VIF karşılıklarının 1,33'ten büyük değerler aldığı görülmektedir. Bu durumda kurulan bu modelde çoklu doğrusal bağlantı probleminin olduğu sonucuna varılmıştır.

Çoklu doğrusal bağlantı probleminin hangi değişkenden kaynaklandığını daha net bir biçimde saptamak için ikinci bir yol olan kovaryans analizi sonuçları Tablo 3'te verilmektedir.

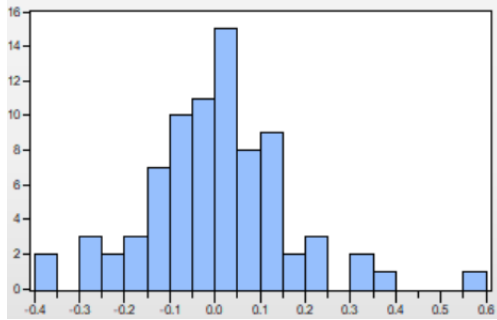
Tablo 3: Kovaryans Analiz Sonuçları

<i>Katsayılar</i>				
	DLNBİST100	DLNALTIN	DLNFAİZ	DLNUSD/TL
DLNBİST100	1,000000	-0,090320	-0,029303	-0,129228
DLNALTIN	-0,090320	1,000000	-0,001643	0,741883
DLNFAİZ	-0,029303	-0,001643	1,000000	0,175864
DLNUSD/TL	-0,129228	0,741883	0,175864	1,000000

Kovaryans analizinde %5 anlamlılık seviyesinde 0,5 üzerindeki her değer çoklu doğrusal bağlantı problemine neden olmaktadır. Tablo 3 incelendiğinde, yalnızca TL/GR altın ve USD/TL paritesi arasındaki ilişki 0,741883 oranla çoklu doğrusal bağlantı problemine neden olmaktadır.

Normallik Testi

Normallik varsayımı, parametrelerin istatistiksel bağlamda anlamlı olup olmadığının analizi ve aralık tahminleri için son derece önemlidir. Normallik varsayımının geçerliliğinin test edilmesi açısından Jarque-Bera testi kullanılmaktadır. Normal dağılım için Jarque-Bera testinde, boş hipotez hata terimleri dağılımının normal olduğunu, alternatif hipotez ise hata terimlerinin dağılımının normal olmadığını ifade etmektedir. (Güriş ve diğerleri, 2017: 277)



Ortalama	0,000000
Medyan	0,005513
Maksimum	0,571401
Minimum	-0,397062
Standart Sapma	0,159112
Eğiklik	0,419890
Basıklık	4,772643
Jarque-Bera	12,66467
Olasılık	0,0778

Şekil 1: Hata Terimlerinin Dağılımı ve İstatistiksel Sonuçları

Yapılan normallik testi sonucuna göre, Jarque- Bera olasılık değeri 0,07'dir. $0,07 > 0,05$ durumundan dolayı boş hipotez kabul edilmektedir. Jarque-Bera test istatistik değeri 12,664 ile 5 değerinden büyüktür. Eğiklik değeri 0,419 ile 0'dan büyük, basıklık değeri ise 4,772 ile 3'ten büyük olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlara göre, hata terimleri normal dağılmaktadır. Normal dağılım regresyonların yapılabilmesi için gerekli ve istenen bir sonuçtur.

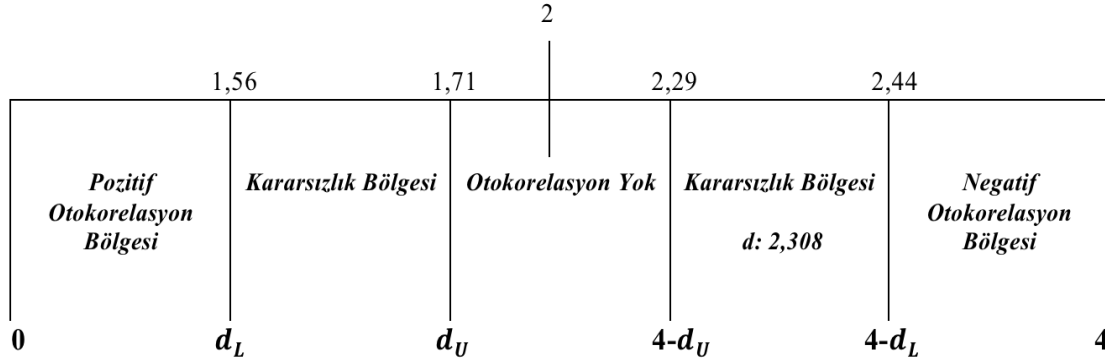
Otokorelasyon Testi

Regresyon modellerinin hata terimlerinde karşılıklı herhangi bir ilişkinin bulunması durumuna Otokorelasyon ismi verilmektedir. Ele alınan modellerin birbirini izleyen hata terimlerinde karşılıklı bağlantının bulunmadığı kabul edilmektedir ki otokorelasyon, bu varsayımdan sapma biçiminde de ifade edilmektedir. (Dikmen, 2012: 167).

Tablo 4: Otokorelasyon Testi Sonuçları

Değişken	Katsayı	Standart Hata	T İstatistiği	Olasılık Değeri
DLNALTIN	0,019756	0,319217	0,061890	0,9508
DLNFAİZ	-0,008641	0,192954	-0,044782	0,9644
DLNUSD/TL	-0,267672	0,347691	-0,769854	0,4438
C	0,043435	0,021905	1,982860	0,0510
R-Kare	0,016795	Var Ortalama Bağımlılığı		0,036870
Düzeltilmiş R-Kare	-0,022533	Var S.D. Bağımlılığı		0,160465
Regresyon S.E.	0,162263	Akaike Bilgi Kriteri		-0,749892
Toplam Hataların Karesi	1,974692	Schwarz Bilgi Kriteri		-0,629920
Log Benzerliği	33,62075	Hannan-Quinn Kriteri		-0,701828
F-İstatistik	0,427042	Durbin-Watson İstatistiği		2,308711
Olasılık (F İstatistik)	0,734193			

Birbirini izleyen hata terimleri arasındaki otokorelasyonu ölçmek için Durbin-Watson d testi, Durbin-Watson h testi, Wallis testi ve Breusch-Godfrey testi gibi birçok yöntem kullanılmaktadır. Bu çalışmada otokorelasyon sorununun varlığını ölçmek için Durbin-Watson d testi uygulanmıştır.



Şekil 2: Durbin-Watson Test İstatistiği Sonuçları

Durbin-Watson test sonucuna göre $n=80$ ve $k=3$ olduğundan %5 anlamlılık düzeyinde $d_L=1,56$ $d_U=1,71$ değer düzeyleri “Durbin-Watson alpha.0,5” tablosundan tespit edilmiştir. Şekil 2’de Durbin-Watson test istatistiği 2,30 değerini almış ve kararsızlık bölgesine geçerek otokorelasyon sorununun olmadığı sonucuna varılmıştır.

Ampirik Analiz Sonuçları

Birim kök, değişkenin bir önceki yıldan etkilenip etkilenmediğinin test edilmesini ifade etmektedir. Boş hipotez: “seri durağan değildir, birim kök içermektedir” anlamını ifade ederken, alternatif hipotez ise: “seri durağandır, birim kök içermemektedir” anlamına gelmektedir. Eğer olasılık değeri 0,05’den küçük veya t istatistik değeri, tablo değerinden büyük ise boş hipotez reddedilir ki bu

da katsayıların anlamlı olduğunu ifade etmektedir. Diğer durumda ise, olasılık değeri 0,05'den büyük veya t istatistik değeri, tablo değerinden küçük olduğunda boş hipotez reddedilmemektedir. Bu da demek oluyor ki, seri durağan halde değildir ve birim köke sahiptir. İlk olarak değişkenlerin birim kök testleri yapılmış ve bunun için genişletilmiş ADF testi kullanılmıştır.

Tablo 5: ADF Birim Kök Testi Sonuçları

	Düzy (Sabit Ve Trend)		Birinci Fark (Sabit Ve Trend)	
	ADF Değerleri	Olasılık Değerleri	ADF Değerleri	Olasılık Değerleri
LNBIST100	-2,849275	0,1847	-9,923199	0,0000
LNALTN	-2,468774	0,3425	-6,596176	0,0000
LNFAİZ	-1,720945	0,7325	-4,595521	0,0000
LNUSD/TL	-0,667345	0,9717	-8,094098	0,0000

%5 anlamlılık düzeyinde bütün değişkenlerin I(1) olduğu belirlenmiştir. Yani tüm değişkenler birinci farkında durağan hale gelmişlerdir. Değişkenlerin hepsi aynı seviyede durağan olduğu için Johansen eşbütünleşme testi uygulanacaktır. Bu testin uygulanabilmesi için ilk olarak oluşturulacak VAR modelinin gecikme uzunluğu bulunmalıdır. Gecikme uzunluklarının tespiti Tablo 6'da yapılmıştır.

Tablo 6: VAR Analizi Gecikme Uzunluğu Kriterleri

Gecikmeler	1	2	3	4	5	6	7
Bilgi Kriterleri							
LR	774,4916	70,63399*	14,38065	18,29037	15,22861	13,34434	17,00059
FPE	1,87e-09	9,68e-10*	1,19e-09	1,36e-09	1,62e-09	2,00e-09	2,26e-09
AIC	-8,744437	-9,409737*	-9,211059	-9,099316	-8,953818	-8,793469	-8,741490
SC	-8,116914	-8,280196*	-7,579499	-6,965738	-6,318221	-5,655853	-5,101856
HQ	-8,494359	-8,959595*	-8,560854	-8,249048	-7,903487	-7,543075	-7,291033

*optimal gecikme uzunluğunu ifade etmektedir.

Literatürde en fazla Akaike ve Schwarz kriterleri kullanılmaktadır. Gecikme uzunluğu LR, FPE, AIC, SC ve HQ kriterleri çerçevesinde hepsi 2 değerinde gösterildiği için gecikme uzunluğunun 2 olması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı derecede entegre oldukları saptanan serilere Johansen-Juselius (1990) eşbütünleşme analizi yapılmış ve elde edilen sonuçlar Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Johansen Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Öz Değer	İz İstatistiği	%5 Kritik Değer	Olasılık Değeri	Eş Bütünleşme Sayısı
0,209348	43,35399	47,85613	0,1242	Hiç Yok
0,178645	25,26687	29,79707	0,1521	En Çok 1
0,088248	10,11325	15,49471	0,2721	En Çok2
0,038205	2,999418	3,841466	0,0833	En Çok 3
Öz Değer	Maksimum Öz Değer İst.	%5 Kritik Değer	Olasılık Değeri	Eş Bütünleşme Sayısı
0,209348	18,08712	27,58434	0,4879	Hiç Yok
0,178645	15,15362	21,13162	0,2783	En Çok 1
0,088248	7,113834	14,26460	0,4758	En Çok 2
0,038205	2,999418	3,841466	0,0833	En Çok 3

Johansen eşbütünleşme testinin bulguları doğrultusunda %5 anlamlılık düzeyinde hem iz testinde hem de maksimum özdeğer testinde olasılık değerleri 0,05'ten büyük olduğu için boş hipotez reddedilmemektedir. Buna göre hiçbir değişken arasında eşbütünleşme bulunamamıştır. Seriler arasında uzun süreli bir bağlantının varlığından söz edebilmek için minimum 1 eşbütünleşme bulunmalıdır. Bu durumda verilerin farkları alınıp hepsi seviyede durağan hale getirilmelidir. Bunu nedeni, değişkenler arasında uzun süreli bir bağlantının çıkmamasının ardından kısa süreli bağlantının varlığını test etmek için VAR analizi uygulayabilmektir.

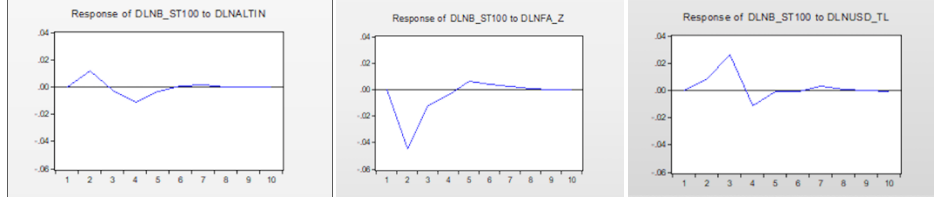
Çalışmada kullanılan bütün değişkenlerin farkları alınarak seviyede durağan hale getirildikten sonra, sırasıyla varyans ayrıştırması, etki-tepki analizi, Granger nedensellik testi, CUSUM ve CUSUM SQ testleri uygulanmıştır.

Tablo 8: Varyans Ayrıştırması Analizi Sonuçları

Periyod	S.E.	DLNBİST100	DLNALTIN	DLNFAİZ	DLNUSD/TL
1	0,145451	100,0000	0,000000	0,000000	0,000000
2	0,153409	90,59669	0,578929	8,530727	0,293649
3	0,156076	87,53661	0,579403	8,819793	3,064196
4	0,156935	86,59922	1,067303	8,803211	3,530271
5	0,157230	86,44507	1,100818	8,935955	3,518158
6	0,157289	86,39746	1,103956	8,980629	3,517959
7	0,157367	86,33619	1,109096	9,000317	3,554394
8	0,157383	86,33752	1,108921	8,999260	3,554298
9	0,157383	86,33753	1,108928	8,999242	3,554297
10	0,15385	86,33607	1,108908	8,999728	3,555293

Varyans ayrıştırmasında değişkenler üzerine şoklar verilmekte ve bu şoklar altında hangi bağımsız değişkenin, bağımlı değişken olan BİST100 Endeksi'ni ne ölçüde etkilediği saptanmaktadır. Tablo 8 incelendiğinde; BİST100 Endeksi'ndeki değişimin 3. Dönemde %87,53 oranla kendisinden kaynaklanırken, %0,57 ile altın fiyatlarından, %8,81 ile mevduat faiz oranlarından, %3,06 oranla ise USD/TL döviz kurundan oluşmaktadır. 10 dönem sonrasında BİST100 Endeksi'ndeki değişimin %86,33 ile kendisinden kaynaklanırken, %1,10 altın fiyatlarından, %8,99 mevduat faiz oranlarından,

%3,55 oranda ise USD/TL döviz kurundan oluşmaktadır. Finansal piyasalarda BİST100 Endeks fiyatlarının oluşumunda büyük ölçüde kendi şoklarınınca belirlenirken, en az etkiyi altın fiyatlarından kaynaklanan şoklardan görmektedir.



Şekil 3: Etki-Tepki Analizi Sonuçları

Etki-tepki fonksiyonları, rassal hata terimlerinden birinde meydana gelen standart sapmalı şokun, içsel değişkenlerin şu anki ve ilerleyen zamandaki değerlerinde meydana gelen değişimleri gösteren ve VAR analizi ile elde edilen fonksiyonlardır. (Özgen ve Güloğlu, 2004: 97)

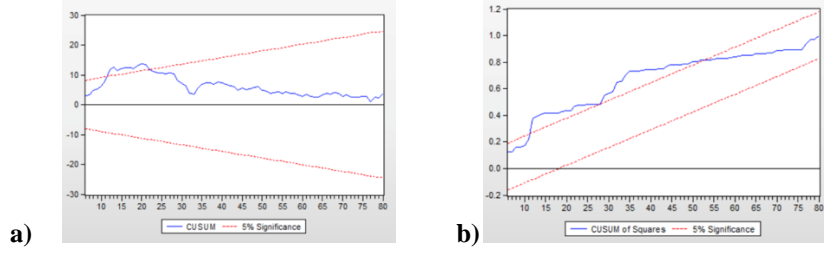
Bu çerçevede Şekil 3'e göre, altın bağımsız değişkenine bir birimlik şok uygulandığı zaman BİST100 Endeksi bağımlı değişkeni 2. dönemde zirve noktasına ulaşırken ardından 4. dönemde bir düşüş sonrası yaklaşık 6. dönemde ortalamayı yakınsamaktadır. Mevduat faizi değişkenine uygulanan bir birim şok sonucunda, BİST100 Endeksi 2. döneme kadar sert düşüş yaşadıkten sonra 5. döneme kadar yükselme yaşamıştır. 5. dönem ile 7. dönemler arasında sürekli olarak düşüş sonucunda BİST100 Endeksi 8. Dönemde ortalamayı yakınsamaktadır. USD/TL döviz kuruna verilen bir birim şok sonucunda ise, BİST100 Endeksi 2. döneme kadar sert yükselişin ardından hızlı bir düşüş ile 4. dönemde taban noktasına ulaşmaktadır. 4. dönemin ardından atağa geçerek ara ara düşüş ve yükseliş yaşayan BİST100 Endeksi, yaklaşık 8. dönemde ortalamayı yakınsamaktadır.

Tablo 9: Granger Nedensellik Testi Sonuçları

İlişkinin Yönü	Gecikme Uzunluğu	F İstatistiği	Olasılık Değerleri
DLNALTIN----->DLNBİST100**	2	3,34764	0,0407
DLNFAİZ----->DLNBİST100*	2	5,77248	0,0047
DLNUSD/TL----->DLNBİST100*	2	8,95051	0,0003
DLNFAİZ----->DLNALTIN***	2	2,83761	0,0651
DLNFAİZ----->DLNUSD/TL*	2	8,27648	0,0006

Not: *%1, **%5, ***%10 anlamlılık seviyesini ifade etmektedir.

Tablo 9'da yer verilen Granger nedensellik testi bulguları doğrultusunda, %5 anlamlılık düzeyinde olasılık değerinin olasılık değeri 0,05'den küçük olması boş hipotezin reddedildiğini göstermektedir. Bunun anlamı bahsi geçen değişkenler arasında nedensellik ilişkisi vardır. Bu çerçevede; altın fiyatları ile BİST100 Endeks fiyatı arasında, mevduat faiz oranları ile BİST100 Endeks fiyatları arasında, USD/TL döviz kuru ile BİST100 Endeks fiyatları arasında, mevduat faiz oranları ile altın fiyatları arasında ve mevduat faiz oranları ile dolar kuru arasında tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunurken, altın fiyatları ile dolar kuru arasında herhangi bir nedensellik ilişkisinin bulunmadığı sonucuna varılmıştır.



Şekil 4: CUSUM ve CUSUM SQ Testi Sonuçları

CUSUM ve CUSUM SQ testi sonuçlarına göre, %5 olasılık seviyesinde grafikler %10 ve -%10 değerleri arasında salınımlar göstermektedir. Her iki testte de sınırları ifade eden %10 ve -%10 arasındaki güvenli bant aralığından dışarı yönlü salınımlar gerçekleştiği için grafikte yapısal kırılma söz konusudur. Bunun nedeni, 2001 finansal krizinin ekonomik yönden verileri etkilemesidir. Her ikisinde de başlangıç seviyesindeki yapısal kırılmalar Türkiye 2001 finansal krizini gözler önüne sererken, ikinci bir gösterge olan grafik b’de 2008 Türkiye krizinin de etkileri orta noktalarındaki sapmalardan anlaşılmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada BİST100 Endeksi ile bazı önemli makroekonomik değişkenler arasındaki ilişkiler 2001 ve 2020 yılları arasındaki çeyrek veriler kullanılarak %5 anlamlılık düzeyinde VAR analizi ile araştırılmıştır. Çalışmanın birinci adımında verilerin logaritmaları alınarak ADF birim kök testi uygulanmış ve test sonucunda bütün değişkenlerin birinci farkında durağan oldukları anlaşılmıştır. Değişkenler arasındaki uzun zamanlı ilişkinin olup olmadığını sınamak için Johansen eşbütünlük analizi yapılmış ve değişkenler arasında uzun zamanlı bir bağlantının bulunmadığına ulaşılmıştır. Uygun gecikme uzunluğu 2 değerinde belirlendikten sonra VAR analizine geçilmiş ve bu çerçevede sırasıyla varyans ayrıştırması analizi, etki-tepki analizi, Granger nedensellik analizi ve CUSUM-CUSUM SQ testleri uygulanmıştır. VAR analizi sonrasında edinilen bulgular; BİST100 Endeksi’nin yoğunlukla kendi şoklarından etkilendiği, ardından sırasıyla faiz oranlarından, USD/TL döviz kurundan ve TL/GR altın fiyatlarındaki şoklardan etkilendiği sonucuna varılmıştır.

Değişkenler arasındaki nedensellik bağlantısının ve şayet bu ilişki söz konusuysa yönünün saptanması amacıyla VAR analizi bağlamında gerçekleştirilen Granger nedensellik testi sonuçlarına göre %5 anlamlılık düzeyinde bazı değişkenler arasında nedensellik bağlantısının bulunduğu görülmüştür. Bu sonuçlar; altın fiyatları- BİST100 Endeksi, faiz oranları- BİST100 ve USD/TL döviz kuru- BİST100 Endeksi arasında tek yönlü nedensellik bağlantısı olduğu yönündedir. Etki-tepki analizi sonuçlarına göre; ilgili değişkenlerden faiz oranının BİST100 Endeksi’ni negatif yönde etkilerken, altın fiyatlarının ve USD/TL döviz kurunun ise pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

Sonuç olarak, seçilen makroekonomik değişkenler farklı yön ve seviyede BİST100 Endeksi’ne etkide bulunmaktadır. Analizler neticesinde varılan sonuçlar literatür yazını ile karşılaştırıldığında Ayvaz (2006) ve Umutlu, Ertürk ve Sezer (2010) tarafından bulunan veriler ile ters yönde sonuçlar elde

edilmiştir. Diğer yandan, BİST100 Endeksi ile USD/TL döviz kuru arasındaki tek yönlü bağlantı Kendirli ve Çankaya'nın (2016) bulgularını destekler niteliktedir. Aynı şekilde, Koyuncu'nun (2018) analizleri sonucunda faiz oranlarının BİST100 Endeksi üzerinde olumsuz etkisinin bulunması, yapılan bu araştırma sonucu ile doğru yöndedir. Değişkenler arasındaki etkileşimin doğru bir biçimde saptanması, piyasa yatırımcılarının üstlenmiş oldukları riski minimize etmek için son derece önem taşımaktadır. Yalnızca üç makroekonomik değişkenin analize dahil edilmesi ve kullanılan verilerin zaman aralığı bu makale için bir kısıt oluşturmaktadır. Bu nedenle ilerleyen zamanlarda gerçekleştirilecek araştırmalarda, gelişmekte olan ülkeler ve Türkiye çerçevesinde yapılacak olan ampirik çalışmalarda söz konusu değişkenler ve veri setleri baz alınarak panel veri analizi yapılabilir.

Yazar Katkıları: Gerçekleştirilen bu araştırmada, her iki yazar da taslağın oluşturulmasında, kullanılan değişkenlerin belirlenmesinde, literatür taramasında, elde edilen verilerin analiz edilmesinde ve yorumlanmasında %50 oranında katkı sağlamışlardır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında hiçbir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Akbaş, Y. E. (2013). Borsa getiri oranı ve faiz oranı arasındaki ilişkisinin doğrusal olmayan yöntemlerle analizi: Türkiye örneği. *Business And Economics Research Journal*, 4 (3), 21-40.
- Aktan, C. ve Şen, H. (2001). Ekonomik kriz: Nedenler ve çözüm önerileri. *Yeni Türkiye Dergisi Ekonomik Kriz Özel Sayısı*, 2 (42), 1225-1230.
- Aktaş, M. ve Akdağ, S. (2013). Türkiye'de ekonomik faktörlerin hisse senedi fiyatları ile ilişkilerinin araştırılması. *International Journal Social Science Research*, 1 (2), 50-67.
- Alacahan, N. ve Akarsu, Y. (2019). Döviz kuru riskinin Borsa İstanbul 100 endeksi üzerindeki etkisi zaman serisi analizi: Türkiye örneği. *Journal Of Life Economics*, 6 (2), 133-150
- Alper, C.E. (2001). The Turkish liquidity crisis of 2000: What went wrong?. *Russian And East European Finance And Trade*. 37 (6), 54-75
- Aslanoğlu, S. (2008). İMKB-100 endeksi ile emisyon hacmi, döviz kuru ve faiz oranları arasındaki ilişki: ampirik bir analiz, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. (37), 192-205
- Asteriou D. ve Hall S.G. (2007). *Applied econometrics: A modern approach using eviews and microfit*. Palgrave Macmillan Publisher.
- Aydın, A.D. ve Çavdar, Ş.Ç. (2015). Comparison of prediction performances of, artificial neural network (ANN) and vector autoregressive (VAR) models by using the macroeconomic variables of gold prices, Borsa İstanbul (BİST)100 index and Us Dolar- Turkish Lira (USD/TRY) exchange rates. *Procedia Economics and Finance*, (30), 3-14.
- Ayvaz, Ö. (2006). Döviz kuru ve hisse senetleri fiyatları arasındaki nedensellik ilişkisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 1-14.
- Bahloul, S., Mroua, M. ve Naifar, N. (2017). The impact of macroeconomic and conventional stock market variables on Islamic index returns under regime switching. *Borsa Istanbul Review*, 17 (1), 62-74.
- Celasun, M. (2002). 2001 krizi, öncesi ve sonrası: Makroekonomik ve mali bir değerlendirme. *Economic Research Center VI. International Conference In Economics*, 1-56, 11-14 Eylül, Ankara.

- Dikmen, N. (2012). Ekonometri temel kavramlar ve uygulamalar, Bursa: Dora Yayıncılık.
- Dizdarlar, H.I. ve Derindere, S. (2008). Hisse senedi endeksini etkileyen faktörler: İMKB 100 endeksini etkileyen makro ekonomik göstergeler üzerine bir araştırma. *Yönetim Dergisi*, 19 (61), 113-124.
- Dufour, J.M. ve Dagenais, M.G. (1985). Durbin-Watson test for serial correlation in regressions with missing observations. *Journal of Econometrics*, 27 (1), 371-381.
- Eğilmez, M. (2009). Küresel finans krizi piyasa sisteminin eleştirisi, İstanbul: Remzi Kitabevi, 4.Baskı.
- Elmas, B. ve Esen, Ö. (2011). Hisse senedi fiyatları ile döviz kuru arasındaki dinamik ilişkinin belirlenmesi; farklı ülke piyasaları için bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (52), 153-170.
- Erbaykal, E. ve Okuyan, H.A. (2007). Hisse senedi fiyatları ile döviz kuru ilişkisi: Gelişmekte olan ülkeler üzerine ampirik bir uygulama. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar Dergisi*, 1 (1), 77- 89.
- Eroğlu, Ö. ve Albeni, M. (2002). Küreselleşme ekonomik krizler ve Türkiye, Isparta: Bilim Kitabevi Yayınları.
- Granger, C.W.J. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica*, 37 (3), 424-438.
- Güney, S. ve Ilgın, K. (2019). Yatırım araçlarının BİST-100 endeksi üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (53), 226-245.
- Güriş, S., Akay, E. ve Güriş, B. (2017). Eviews ile temel ekonometri, İstanbul: Der Yayınları, Üçüncü Baskı, Yayın No: 411.
- İnan, M. (2019). IMF istikrar politikaları ve stand-by anlaşmalarını gerekli kılan nedenler açısından Türkiye IMF ilişkileri. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (32), 591-640
- Johansen, S. ve Juselius, K. (1990). Maximum likelihood estimation and inference on cointegration-with applications to the demand for money, *Oxford Bulletin Of Economics and Statistics*, 52 (2), 169-210.
- Kendirli, S. ve Çankaya, M. (2016). Döviz kuru ve enflasyonun BİST banka endeksi üzerindeki etkisi. *Manas Sosyal Araştırma Dergisi*, 5 (3), 215-227.
- Kibritçioğlu A. (2001). Türkiye’de ekonomik krizler ve hükümetler, 1969-2001. *Yeni Türkiye Dergisi Ekonomik Kriz Özel Sayısı*, 1 (41), 174-182.
- Koyuncu, T. (2018). BİST-100 endeksinin makroekonomik değişkenler ile ilişkisi: Ampirik bir çalışma. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (3), 615-624.
- Özer, A., Kaya, A. ve Özer, N. (2011). Hisse senedi fiyatları ile makro ekonomik değişkenlerin etkileşimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26 (1), 163-182.
- Özgen, F.B. ve Güloğlu, B. (2004). Türkiye’de iç borçların iktisadi etkilerinin var tekniğiyle analizi. *ODTÜ Gelişme Dergisi*, 31 (1), 93-114
- Rahman, M. L. ve Uddin, J. (2008). Relationship between stock prices and exchange rates: Evidence from Bangladesh. *International Journal Of Business and Management*, 3 (9), 52-57.
- Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası mali krizler, IMF politikaları, az gelişmiş ülkeler, Türkiye ve dönüşüm ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4 (2), 141-156.

TCMB (2001, Mayıs). Türkiye'nin Güçlü Ekonomiye Geçiş Programı. Erişim adresi: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/26640b7b-9641-4c35-99ec-cd10a9d4e51b/program.pdf?mod=ajperes&cacheid=rootworkspace-26640b7b-9641-4c35-99ec-cd10a9d4e51b-m3fb7of>.

Uçan, O., Şekeroğlu, G. ve Acar, M. (2019). Enflasyon ve dış ticaret açığının borsa endeks getirileri üzerindeki etkisi: Borsa İstanbul 100 endeksinde bir uygulama. Muhasebe ve Finansman Dergisi, (82), 221-234.

Umutlu, G., Ertürk, M. ve Sezer, Y. (2010). İMKB 100 endeksini etkileyen faktörler. Mali Ufuklar Dergisi, Ocak, 7-17.

Uygur, E. (2001, Nisan). Krizden Krize Türkiye: 2000 Kasım Ve 2001 Şubat Krizleri. Erişim adresi: <http://www.tek.org.tr/dosyalar/kriz-2000-20013.pdf>.

Webster, A. (1995). Applied statistics for business and economics, 3. Ed.

Türkiye’de Gerçekleşen Askeri Müdahalelerin İngiliz ve Amerikan Basınına Yansımaları

Murat ÖZATA *
Oğuz KAAN**

Öz

Türkiye’de çok partili hayatın başlamasından itibaren gerçekleşen askeri müdahaleler Türk demokrasi tarihi üzerinde silinmez birer leke olmuştur. Müdahalelerin her biri birbirinden farklı yöntemler izlemesine rağmen benzer sonuçlar doğurmuştur. Türkiye’nin uluslararası saygınlığının azalması, Türk halkının iradesinin yerini askerlerin diktalarının alması ve halkın eşitliğe, adalete olan inancının zedelenmesi bu sonuçlardan en göze çarpanlardır. Bu makale Türkiye’de gerçekleşen askeri müdahalelere İngiliz ve Amerikan basınının yaklaşımını incelemektedir. Cumhuriyet döneminde gerçekleşen 27 Mayıs 1960, 12 Mart 1971, 12 Eylül 1980 ve 28 Şubat 1997 askeri müdahalelerine dönemin gazeteleri irdelenerek bir “dış bakış” sağlanmaya çalışılmıştır. Bu amaçla öncelikle darbelerin gerçekleşme süreçleri temel hatlarıyla ortaya konmuş, ardından müdahalelerin öncesinde ve sonrasında İngiliz-Amerikan gazetelerinde yer alan haberler incelenerek darbelerin dış basında yansımaları ortaya konmuştur. Türkiye’de gerçekleşen askeri müdahalelerin hepsinde İngiliz ve Amerikan basınının darbecilerin yanında yer aldığı, mevcut yönetimi, işlemez, despot, gerici olarak nitelediği görülmüştür. Ayrıca, basında yer alan haberlerde darbeler olumlu bir gelişme olarak gösterilip, eleştiri yapılmazken, devrilen yönetimleri itibarsızlaştıracak makaleler de yazılmıştır. İkinci Dünya Savaşı öncesinde İngiltere, sonrasında ise ABD ile sıkı müttefik olan Türkiye’de, seçilmiş hükümetlerin askeri müdahaleler ile devrilmesi karşısında, liberal demokrasinin dünyadaki en önemli savunucusu olan İngiliz ve Amerikan basının olumlu tutumu dikkat çekicidir.

Anahtar Kelimeler: Darbe, Muhtıra, Post-Modern Darbe, Basın

Military Interventions In Turkey And Its Reflections In The British and American Press

Abstract

Military interventions that have occurred since the beginning of multi-party period in Turkey has been a dark stain on the history of Turkish democracy. Although each of the interventions followed different methods, they produced similar results. The reduction of Turkey's international prestige, replacement of the will of the Turkish people with military dictatorship, damage to people's trust in equality, and justice are the most obvious results. This article examines the perspective of the British- American press to the military interventions in Turkey. Military interventions on May 27, 1960, on March 12, 1971, on September 12, 1980 and on February 28, 1997 were examined through the newspapers to provide an “external view” to the military interventions occurred in the republican period. For this purpose, first of all, the courses of the coups were explained with their key features, and then the news that took place in newspapers regarding interventions were examined. It is seen that all of the military interventions in Turkey were supported by Anglo-American press and the overthrown governments were described as ineffective, despot and reactionary. In addition, while the coups were shown as a positive development in the press, overthrown administrations were discredited. Turkey was a close ally of Britain before World War II, and became ally of USA after the war; however, the press of two distinguished defenders of liberal democracy took a positive attitude towards the military interventions in Turkey.

Keywords: Coup, Ultimatum, Post-Modern Coup, Press

Geliş/Received: 01.03.2021

Kabul/Accepted: 25.06.2021

*Bu çalışmanın planlanması, gerçekleştirilmesi ve sonuçlanması süreçlerinde “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi”nde belirtilen etik kurallara uyulmuştur. Bu çalışma doküman inceleme araştırması olduğundan etik kurul raporuna ihtiyaç duyulmamıştır.

* Dr. Öğretim Üyesi, Giresun Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Tarih Bölümü, murat.ozata@giresun.edu.tr, ORCID Numarası : 0000-0003-0099-0297

** Dr. Öğretim Üyesi, Kırklareli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, oguzkaan71@yahoo.com, ORCID Numarası: 0000-0001-6764-4562

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

“Askeri müdahale” kavramı akla ilk olarak “darbe” kavramını getirirse de “müdahale” birçok farklı şekilde gerçekleşebilmektedir. Türkiye, bu açıdan, farklı türde askeri müdahalelerin birbiri ardına ve birbirinden bağımsız olarak gerçekleştiği bir demokrasi laboratuvarı görünümündedir. 27 Mayıs 1960’ta askerler içindeki bir cunta seçilmiş başbakanı darbe ile devirip parlamentoyu dağıtırken, 12 Mart’ta ordu bir muhtıra ile mevcut hükümeti istifaya zorlayıp, kendi desteklediği siyasetçilerle ülkeyi yönetmiştir. 12 Eylül’de ise tekrar bir darbe yapılmış, fakat bu sefer ordu emir komuta zinciri içerisinde yönetime tamamen el koymuş ve tüm sivil siyaset yollarını kapatmıştır. Post-modern darbe olarak adlandırılan 28 Şubat sürecinde ise ordu iktidardaki hükümeti sıkı bir baskı altına almış ve güç kullanma tehdidiyle istifaya zorlamıştır.

Sivil siyasete son veren ya da en iyi ihtimalle sivil siyaseti denetim altına alan askeri müdahalelerin altında birçok farklı sebep bulunmaktadır. Sivil yönetimin politik sorunlara çözüm getirememesi, iç savaş tehlikesinin ortaya çıkması, askerlerin siyasete bulaşması, ordunun sahip olduğu ayrıcalıklara son verilmesi dünyada gerçekleşen darbelerde öne çıkan sebeplerdir. Türkiye’de gerçekleşen müdahalelere bakıldığında ise bu gerekçelere askerlerin modernleşme ve yönetim üzerindeki tarihsel rolü, kanunlarda net olarak ayrılmış asker-siyaset ilişkisinin uygulamada dolaylı yollarla varlığını sürdürmesi ve Türkiye’nin Batılı müttefikleriyle özellikle de ABD ile ilişkileri eklenebilir.

Sebebi ya da yöntemi ne olursa olsun askeri müdahaleler Türk demokrasisi üzerinde kapanmayan yaralar açmıştır. Her “başarılı” müdahale bir sonrakinin önünü açmış, oluşan gelenek askeri vesayeti sivil siyasete üstün kılmıştır. Her biri bir öncekinden farklı metotlarla gerçekleşen bu askeri müdahalelere, dünyada liberal demokrasinin kılıcı olmuş İngiltere ve ABD gibi ülkelerin yaklaşımları dikkate değerdir.

ABD ve İngiltere yazılı basın Türkiye’de seçilmiş hükümetleri düşüren askeri müdahalelere yaklaşımı bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Basının yaklaşımın bütüncül olarak ele alınabilmesi için gazetelerin darbe öncesi ve sonrasında yayınlanan sayıları incelenmiştir. Guardian, Observer, New York Times, Washington Post, Christian Science Monitor gibi İngiliz ve Amerikan basının önde gelen gazetelerinin yanında birçok yerel gazete de çalışmaya dâhil edilmiştir. Gazetelerde müdahalelere ilişkin yer alan haberlerin yanında, hükümet kaynakları tarafından yapılan açıklamalar da basında yer aldığı şekliyle çalışmada yansıtılmıştır. Bu yönüyle makale İngiliz ve Amerikan hükümetlerinin askeri müdahalelere bakışımı da ortaya koyacaktır. Dış basında yer alan haberlerin objektif olarak değerlendirilmesini sağlamak amacıyla öncelikli olarak müdahalelerin gerçekleşme süreci temel hatlarıyla ele alınmıştır. Sonrasında ise bu sürecin İngiliz-Amerikan basını tarafından nasıl yorumlandığı ortaya konmuştur.

27 Mayıs 1960 Darbesi

Cumhuriyet döneminde gerçekleşen ilk darbe 27 Mayıs 1960'ta Demokrat Parti (DP) Hükümeti'ne karşı yapılmıştır. Demokrat Parti, 1950-1960 arasında sürdürdüğü iktidarının son yıllarında muhalefet üzerindeki baskısını hissedilir derecede arttırmıştır. Özellikle, 1957 seçimlerinde Demokrat Partinin oy oranının önemli ölçüde azalması muhalefetin sesinin parlamentoda daha gür çıkmasını sağlamıştır. ("Reasons for the Turkish", 1960:7) CHP'nin Meclisi çalıştırarak hükümeti denetlemek istemesinden rahatsız olan DP, İktidarın kendisine sağladığı olanakları kullanarak muhalefetin etkinliğini azaltmayı amaçlamıştır.(Godsell, 1960:1)

Siyaseten güç kaybeden Demokrat Parti'ye ikinci darbe ekonomiden gelmiştir. 1958 yazında ağırlaşan ekonomik şartlar altında Türkiye dış borçlarını ödemekte zorlanmıştır. Hükümet dış yardım almak için IMF'nin acı reçetesini kabul etmiş ve Cumhuriyet tarihinin en yüksek orandaki devalüasyonunu yaparak doların değerini 2.8 liradan 9 liraya çıkarmıştır. (Walz, 1958: 8) Devalüasyon ile ithal malların fiyatları hızla yükselmiş ve halkın refah düzeyi iyiden iyiye düşmüştür.

Ekonomik kriz DP'ye olan halk desteğini azaltırken, DP'nin otoriter politikaları aydınların partiden kopmasına sebep olmuştur. Bu şartlar altında muhalefet lideri İsmet İnönü hükümeti erken seçime zorlamak amacıyla "Bahar Taarruzu" adını verdiği bir yurt gezisine çıkmıştır. İnönü'nün ziyaret ettiği Uşak, Kayseri, Çanakkale, Konya ve İzmir'de olaylar çıkmıştır. İnönü Uşak'ta taşlanmış, ("Mob Attacks", 1959: 12) Kayseri'de şehre girmesine izin verilmemiş, ("Reasons for the Turkish", 1960:7) Topkapı'da ise linç edilmekten son anda kurtulmuştur. (Çakmak, 2014:1255) Bu olaylar DP'nin muhalefet üzerindeki baskısını gösterdiği gibi iktidar-muhalefet çatışmasının sokaklara da yansıdığını göstermektedir.

DP'nin muhalefetin dışında ordu ile ilişkileri de sorunludur. Cumhuriyet'in kuruluşundan itibaren ordu milli mücadelenin ve bağımsızlığın mimarı olarak yüksek bir prestije sahip olmuştur. Atatürk, İsmet İnönü, Kazım Karabekir, Fevzi Çakmak gibi liderlerin hepsinin asker olması bu prestiji daha da arttırmıştır. Askerlerin toplum içinde sahip oldukları bu ayrıcalık DP döneminde sürekli bir aşınmaya maruz kalmıştır. Milli Birlik Komitesi (MBK) Genel Sekreter Yardımcısı Binbaşı Orhan Erkanlı gazeteye verdiği röportajda "...tarihimizin en asil mirası olan üniforma, taşıyanları utandıracak hale geldi." demiştir. ("Binbaşı Orhan", 1960: 5) DP'nin ordu üst yönetimini ve Milli Savunma Bakanını sık sık değiştirerek orduyu kontrol altında tutma politikası düşük rütbeli subayların DP'ye karşı pozisyon almalarına sebep olmuştur.

Sivil asker ilişkilerinin bozulmasında sebep olan diğer bir etken ise İkinci Dünya Savaşı sonrasında Türkiye'nin kurmuş olduğu ittifaklardır. Savaşı takip eden 15 yıllık süreçte Türkiye'de asker-siyaset ilişkisini etkileyen çok önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bunların başında Türk ordusunun ABD'nin gözetiminde yeniden yapılanması, modernleşmesi gelmektedir. Türkiye savaş sonrası

dönemde NATO’nun Güneydoğu kanadının en önemli ülkesi olarak önemli ölçüde askeri yardım almıştır. Türk ordusundan birçok subay ABD’de eğitim almış, NATO tatbikatlarına ve Kore Savaşına doğrudan katılarak Batının sahip olduğu askeri teknolojileri, ekonomik gücü görmüştür. Subayların bu deneyimlerinde gördükleri bir diğer şey ise Türkiye’nin “sahip olmadıkları”dır. Bu farkındalık, ülke ekonomisindeki belirgin kötüleşmeyle birleşince mevcut durumdan rahatsızlık duyan bir subay kitlesinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. (Keskin, 2012:117)

Subayların DP’ye karşı pozisyonu sertleştiren diğer bir olay ise Tahkikat komisyonun kurulmasıdır. DP’nin oylarıyla 18 Nisan 1960’da kurulan “Tahkikat Komisyonu” iktidar ile muhalefet gerilimi iyiden iyiye tırmandırmıştır. Tahkikat Komisyonu CHP’nin siyasi faaliyetlerini, basını, partileri araştırarak ülkedeki “siyasal gerginliğin sebeplerini tespit etmek ve gereğini yapmak” (T.B.M.M. Zabıt Ceridesi, 1960: 191). amacıyla DP milletvekillerinden oluşturulan bir komisyondur. Komisyonun yetkileri 27 Nisan’da genişletilerek, Komisyon mahkeme kararı olmaksızın basını ve siyasi faaliyetleri yasaklama gücüne sahip olmuştur. CHP ise Tahkikat Komisyonu’nun muhalefete karşı kurulduğunu ve anayasaya aykırı olduğunu belirterek tanımadığını ifade etmiştir. (T.B.M.M. Zabıt Ceridesi, 1960: 195) Tahkikat Komisyonu, iktidarla muhalefetin zaten gergin olan ilişkilerini kopararak bir krize dönüştürmüştür. Ülkedeki siyasi kriz sadece iktidar muhalefet çatışması ile sınırlı kalmamış sokak eylemleri, üniversite hoca ve öğrencilerinin protestosuyla da gösterilmiştir. Ekonomik kriz ve enflasyondan en çok etkilenen aydınlar, bürokrasi ve ordunun muhalefete olan desteği artmıştır.

Türkiye’nin içinden geçtiği ağır ekonomik ve siyasi kriz askerlere müdahale için uygun ortamı hazırlamıştır. Siyasiler de artık darbeden söz etmeye başlamışlardır. İnönü, Tahkikat Komisyonuna dair görüşmelerin yapıldığı 18 Nisan’da TBMM’de “...şimdi arkadaşlar, şartlar tamam olduğu zaman milletler için ihtilâl meşru bir haktır...” diyerek olası bir darbeye yeşil ışık yakmıştır. (T.B.M.M. Zabıt Ceridesi, 1960: 207). 1960 Nisan’ında Güney Kore lideri Syngman Rhee’nin ihtilal sonrası devrilmesi de orduyu ve muhalefeti cesaretlendirmiştir. (“Martial Law Halts”, 1960:1) İnönü, 27 Nisan’da TBMM’de yaptığı konuşmada “Kore Başkanı Syngman Rhee kurtuldu mu? Üstelik onun ordusu, polisi, memuru elinde idi. Halbuki sizin elinizde ne ordu var, ne memur, ne üniversite ve hatta ne de polis var...Baskı tertipçileri bilsinler ki, Türk Milleti Kore Milletinden daha az haysiyetli değildir...” diyerek yine darbeyi işaret etmiştir. (T.B.M.M. Zabıt Ceridesi, 1960: 300)

Bu gergin siyasi atmosfer içinde Tahkikat Komisyonu çalışmalarını kendisine tanınan üç aylık süre dolmadan tamamlamış ve Menderes 25 Mayıs’ta Tahkikat Komisyonu’nun çalışmalarını bitirdiğini yakın bir zamanda raporların açıklanacağını ifade etmiştir. (“Menderes to Begin”, 1960: 2) Bunun ardından 27 Mayıs sabahı ordu içindeki cunta harekete geçerek Ankara ve İstanbul’daki tüm hükümet binalarını ele geçirmiştir. Adnan Menderes Eskişehir’den Konya’ya geçerken konakladığı Kütahya’da tutuklanmıştır. DP’nin yönetici kadrosu Marmara Denizi’nde bulunan Yassıada’ya götürülmüş ve yargılamaları da burada yapılmıştır. On bir ay süren bir yargılama sürecinin ardından DP’nin önde gelen

15 ismi hakkında idam kararı verilmiş, bu kararda yer alan isimlerden 12 kişinin idam kararı ömür boyu hapse çevrilmiş, sabık hükümetin Başbakanı Adnan Menderes, Dışişleri Bakanı Fatin Rüştü Zorlu ve Maliye Bakanı Hasan Polatkan ise idam edilmiştir. (“Menderes Hanged”, 1961: 14)

27 Mayıs’a ilişkin hem darbe öncesinde hem de sonrasında hükümetin icraatlarını ve askeri müdahaleyi konu alan birçok haber ve makale dış basında yer almıştır. İktidar-muhalefet ilişkilerin kopmasına sebep olan Tahkikat Komisyonu hakkında New York Times gazetesinde yer alan bir haber Komisyonun ilk icraatının siyasal faaliyetleri yasaklamak olduğunu, komisyonun yetkisinin çok fazla olduğunu, istediği takdirde partileri kapatacağını, gazeteleri yasaklayacağını, insanları mahkeme kararı olmadan tutuklayabileceğini yazmaktadır. (“Lull Over Turkey”, 1960: 4)

Komisyonun kurulmasının ardından sokaklara yansıyan eylemler de dış basında yer almıştır. The Christian Science Monitor gazetesi 30 Nisan’da “Kore’den Sonra Türkiye” başlığını attığı haberinde öğrenci olaylarında görülen şiddetin, Kore Cumhurbaşkanı Rhee’ye deviren öğrenci isyanlarından ilham aldığını yazmaktadır. (“And After Korea”, 1960: 20) Haber son paragrafında ifade ve düşünce özgürlüğünün bastırıldığı ortamlarda şiddetin siyasal muhalefetin tek aracı olduğunu ifade ederek yaşanan şiddet olaylarını meşru görmüştür. Benzer bir şekilde New York Times gazetesinin ortaklarından olan C. Leo Sulzberger 4 Mayıs tarihli makalesinde (1960: 44) Türklerin tarihleri boyunca demokrasi olarak adlandırılan düzene sahip olmadığını belirtmiştir. Sulzberger, demokrasinin nadir bir çiçek olduğunu ve stabil sınırları olan, yüksek hayat standardına sahip, okuma yazma oranı yüksek, huzurlu bir siyaseti olan ülkelerde açtığını fakat Türkiye’nin bu şartlardan hiçbirini sağlayamadığını sütununda ifade etmiştir.

Amerikan basınının 27 Mayıs sonrası yaklaşımına baktığımızda yine darbeyi meşru gören, açıklamaya çalışan, hatta öven yazıların kaleme alındığı görülmektedir. Truman Doktrininden itibaren Türkiye’ye yaklaşık üç milyar dolar yardım yapan, Türkiye’nin çok partili sisteme geçmesinde en önemli dış faktör olan ABD, askerlerin yönetime el koymasını sükûnetle karşılamıştır. Darbeden bir gün sonra New York Times’de yer alan haber darbenin geçen iki yıl boyunca arttan bir krizin sonucunda gerçekleştiğini, fakat yeni yöneticilerin yaptıkları ilk açıklamaların iç ve dış politika açısından güven verici olduğunu yazmaktadır. (“Military Rule”, 1960:20) Christian Science Montitor gazetesi ise “Atatürk’ün Askerleri” başlığını verdiği haberinde, son derece disiplinli olan Türk ordusunun, kendisini demokrasinin koruyucu olarak görmesinin özel nedenleri olduğunu, genç Türkiye’nin bu darbe ile yeniden tam anlamıyla demokrasiye geçmeye çalıştığını ifade etmiştir. (“Soldiers of Atatürk”, 1960: 18) Washington Post ise “Kurtarıcı Ordu” başlığı attığı haberinde Menderes Hükümetinin baskı politikasının hak ettiği karşılığı bulduğunu ve ordunun yönetime el koyduğunu yazmıştır. (“The Army As Liberator”, 1960: 12) Yine Washington Post’da yer alan bir makale Türk ordusunun normalde siyaset dışı olduğunu fakat son dört haftada hükümet tarafından verilen emirlerin sonucu olarak siyasal bir rol üstlendiğini belirtmiştir. Don Cook’un kaleme aldığı makale askerlerin meşru demokratik özgürlükler

için gösteri yapan öğrencileri kontrol altında tutmaktan bıktığını bunun yerine Menderes’i indirmeyi tercih ettiğini yazmıştır. (1960: A6)

Gazetelerde yer alan haberler İngiliz ve Amerikan hükümetlerinin de darbeye yaklaşımına ışık tutmaktadır. New York Times 31 Mayıs tarihli gazetesinde ABD’nin yeni Türk rejimini tanıdığını, Türkiye ile yakın ilişkilerin geçmişte olduğu gibi devam edeceğini yazmıştır. Dana Adams Schmidt imzalı makale General Cemal Gürsel’in darbesinin 1952 Mısır, 1958 Irak darbelerinden farklı olduğunu, amacının sadece demokratik düzeni yeniden tesis etmek olduğunu bu sebeple ABD yetkililerinin gelişmelerden memnun olduğunu ifade etmiştir. (1960:3) Amerikan Başkanı Eisenhower, 16 Haziran tarihli demecinde ise geçici Türk hükümetinin yapıcı politikalarını memnuniyetle karşıladığını, ABD’nin Türkiye ile yakın ilişkiler sürdürmeye devam edeceğini ilk ağızdan açıklamıştır. (Hunt, 1960: 3)

İngiliz basınının önde gelen gazetelerinden Guardian 28 Mayıs 1960 tarihli gazetesinde ordunun yönetime el koyduğu, yapılacak özgür seçimleri kazanan partiye yönetimin devredileceğini yazmıştır. Askerlerin demokrasiye geçiş konusunda sözünü tutacağını belirten gazete, bugün askerlerin yönetimindeki Türkiye’nin iki gün önce sivil hükümetin yönetimindeki Türkiye’ye göre daha aydınlık olduğunu belirtmiştir. (“Back to the Army”, 1960: 6) Aynı gazete yer alan bir başka makale ise darbenin herhangi bir partiyi hedef almadığını, bunun hükümetin var olan sorunu ele alma şekline bir sessiz bir eleştiri olduğunu dile getirmiştir. (“Reasons for the Turkish”, 1960: 7)

İngiliz basınının önde gelen gazetesi Guardian’ın ilk sayfada verdiği darbe haberi, darbeye ilişkin son derece iyimser bir yaklaşım sergilemektedir. Gazete darbeye ilişkin verdiği haberde Gürsel’in erken bir seçim konusunda söz verdiğini, basının yeniden özgürlüğüne kavuşacağını, caddelerin darbeyi kutlayan neşeli insanlarla dolduğunu yazmıştır. (“Turkish Army to Hold”, 1960: 1) Aynı gazete 30 Mayıs tarihinde ise Anayasa Komisyonu’nun Türk demokrasisinin gelecekte yeniden diktatörlüğe dönüşmesini önlemek amacıyla yoğun bir çalışma içinde olduğunu belirtmiştir. (“Avoiding One-Party”, 1960: 1)

Observer gazetesi ise haberinde Adnan Menderes’in resmini merkeze koyarak “devrik diktatör” başlığını atmıştır. (“The Fallen Dictator”, 1960: 27) 31 Mayıs tarihli Guardian gazetesi ise bunun bir devrimden ziyade bir yenilenme, onarım olduğunu, hükümet sistemine sadık askerlerin yozlaşmış, kendi çıkarlarının peşine düşmüş iktidarı alaşağı ederek sistemi yeniden rayına oturtacağını yazmıştır. (“Restoration Rather Than”, 1960: 9) Askerlerin yönetime geçmesinin ardından Ankara’da tutuklu bulunan üç gazetecinin yeniden özgürlüğüne kavuştuğunu yazan İngiliz basını bunun iyi niyetle, yüksek disiplinle gerçekleştirilen bir müdahalenin doğal sonucu olduğunu belirtmiştir. (“Avoiding One-Party”, 1960: 1)

27 Mayıs'a ilişkin İngiliz ve Amerikan basının önde gelen gazetelerine bakıldığında bu darbenin her iki ülkenin yazılı basını tarafından memnuniyetle karşılandığı görülmektedir. Darbe öncesi Türkiye ile ilgili haberlerde Kore benzetmesi sıkça yapılmış ve askerlerin müdahale edebileceği ihtimali dile getirilmiştir. Darbe sonrası ise ABD, İngiltere yönetimlerinde resmen tanınan askeri rejim hakkında basının 'güzellemeleri' sürmüştür.

12 Mart 1971 Muhtırası

Cumhuriyet döneminin ikinci askeri müdahalesi 12 Mart 1971'de gerçekleşmiştir. Generallerin Süleyman Demirel Başbakanlığındaki Adalet Partisi (AP) hükümetine verdikleri muhtıra sonrasında Demirel istifa etmiştir. 1969 Ekim'inde yapılan seçimlerden AP'nin birinci parti çıkması, sokaklarda hâkim olan şiddeti önleyememiştir. Şiddet sağ-sol arasında devam ettiği gibi yükselen Amerikan karşıtlığı sebebiyle Türkiye'de bulunan Amerikan askerlerine ve kurumlarına da yönelmiştir. Adalet Partisi'nde ise ortaya çıkan parti içi muhalefet, ayrılmaları beraberinde getirmiş ve hükümeti zayıflatmıştır. Hükümetinin prestijini sarsan bir diğer olay ise basında ve parlamentoda Başbakan Demirel'in şiddetli eleştirilere maruz kalmasına sebep olan yolsuzluk iddialarıdır. 1969 Ağustos'unda Demirel'in uluslararası finansal kuruluşların baskısı altında aldığı devalüasyon kararı enflasyon ve hayat pahalılığını beraberinde getirmiş, işçi ve öğrenci ayaklanmaları bu ortam içinde artarak devam etmiştir.

Bu şartlar altında Demirel'in başbakanlığındaki iktidar olayları önlemekte yetersiz kalmış ve ordu bu fırsatı değerlendirerek emir komuta zinciri içerisinde mevcut hükümetin çekilmesini ve partiler üstü yeni bir kabine kurulması istemiştir. Generaller eğer istedikleri yapılmazsa idareyi doğrudan doğruya üzerine alacaklarını da muhtıradan açıkça belirtmişlerdir. Bu şartlar altında toplanan olağanüstü Bakanlar Kurulu sonrasında 47 yaşındaki Başbakan Süleyman Demirel Cumhurbaşkanı'na istifası sunmuştur.

Muhtıra sonrası istifa eden Demirel, kendisini ve partisini askeri müdahalenin masum kurbanları olarak değerlendirmiş ve parti liderliğini elinde tutarak sükûnetle gelişmeleri izleme yoluna gitmiştir. Muhalefet lideri İnönü'de muhtırayı karşı durmuştur. İnönü müdahalenin parlamenter sisteme zarar verdiğini ve bunun ancak yeni bir seçimle giderilebileceğini belirtmektedir.(Kohen, 1971: 2)

1960 darbesinin aksine askerler bu sefer idareyi doğrudan doğruya üzerine almaktan çekinmişlerdir. Parlamento dağıtılmamış, siyasi faaliyetler sürdürülmüştür. Zürcher ve Ahmad bunun sebebini Yunanistan'da 1967 yılından itibaren yönetimde olan Albaylar Cuntası'nın karşılaştığı zorluklara bağlamaktadır. (Zürcher, 2000: 379) Bu yüzden generaller, anarşiyi sona erdirecek, sosyal ve ekonomik reformları gerçekleştirecek kadar güçlü partiler üstü bir hükümet kurulmasını istemişlerdir. Askerlerin muhtıradan bahsettiği partiler üstü hükümet, 18 Mart 1971 tarihinde partisinden istifa eden CHP Kocaeli milletvekili Nihat Erim tarafından kurulmuştur. (Friendly, 1971: 3) Erim Hükümeti büyük ölçüde askerlerin istedikleri sosyal ve ekonomik reformları gerçekleştirmeyi

Murat Özata, Oğuz Kaan

Türkiye’de Gerçekleşen Askeri Müdahalelerin İngiliz ve Amerikan Basınına Yansımaları

amaçlamıştır. Amaca uygun olarak kabinde yer alan 25 bakandan 15’ini meclis dışından seçilen teknokratlar oluşturmuştur. (“Turkey Gets New”, 1971: 19)

Muhtıranın İngiliz basınında yansımalarında baktığımızda ilk olarak the Guardian gazetesinde yer alan “NATO’nun Hasta Adamı” başlığı göze çarpmaktadır. Osmanlı Devleti için kullanılan “Avrupa’nın hasta adamı” tabirini akla getiren bu başlık altında, gazeteye göre askerlerin müdahalesi için gerekli siyasi, sosyal, ekonomik şartlar oluşmuştu ve darbe beklenen bir gelişmeydi. Askerlerin yönetimde olmasının silah satışı açısından müspet olduğunu fakat NATO’nun ileri sürdüğü demokrasi değerlerini korumak açısından kötü bir örnek olacağı belirtmiştir. Bu sebeple Guardian gazetesi, askerlerin kendilerinden önceki darbecilerin yaptığı gibi sivil yönetime geçmesinin gerekli olduğunu ifade etmiştir. (“Sick Men of NATO”, 1971: 10)

Amerikan basınında 12 Mart’a ilişkin yer alan haberlere bakıldığında muhtıraya karşı iyimser bir yaklaşım sergilendiği görülmektedir. 13 Mart günü New York Times’da yer alan haber anayasal hükümetlere yapılan askeri müdahalelerin normalde üzücü bir olay olduğunu fakat Türkiye’de bildiri ile yapılan darbenin buna istisna oluşturduğunu belirtmiştir. (Self Deception in Turkey”, 1971: 8) Demirel’in siyasi bir lider olarak etkisiz kaldığını ve öğrencilerin başını çektiği şiddetin kontrol altına alınmadığı yazan gazete, dört Amerikan askerinin kaçırılması olayından sonra askerlerin sabrının taşıdığını ve harekete geçtiğini sütunlarına taşımıştır. (“Military Chiefs”, 1971: 8)

Erim Hükümeti’nin kurulmasının ardından Amerikan basınında yer alan diğer bir haber ise Türkiye’nin iç güvenlik sorunu olduğunu, Amerikan kişi ve kurumlarının ülkedeki şiddette maruz kaldığını ve kurulan yeni hükümetin ilk görevinin hukuk ve düzeni yeniden sağlamak olduğunu belirtmiştir. (“Turkey Imposes”, 1971: 12) Aynı şekilde 2 Mayıs tarihli New York Times gazetesi, Demirel’in kaosu önlemede yetersiz olduğunu bu sebeple güçlü askeri liderler tarafından devrildiğini yazmıştır.(“Turkey to Combat”, 1971: E4)

12 Eylül 1980 Darbesi

27 Mayıs 1960 darbesi ve 12 Mart muhtırasının ardından Türkiye’de emir komuta zinciri içerisinde gerçekleşen son darbe 12 Eylül 1980 darbesidir. Dönemin Genel Kurmay Başkanı Kenan Evren liderliğinde yapılan bu darbe Türkiye’de en uzun süre ayakta kalan askeri rejimi olmuştur. Kurduğu düzen ve yaptığı anayasa ile 12 Eylül rejiminin etkisi günümüzde hala hissedilmektedir.

12 Eylül’e giden yolda 1961 Anayasası önemli bir rol oynamıştır. Darbeden sonra kabul edilen Anayasa’nın güvence altına aldığı temel hak ve özgürlükler Türkiye’de birçok farklı ideoloji gelişmesine zemin hazırlamıştır. Zenginleşen düşünce dünyası Soğuk Savaş dinamikleri içinde farklı ülkelerden kolaylıkla destek bulabilmiştir. Toplumsal dinamiklerin de etkisiyle bu farklı ideolojiler kısa sürede bir çatışma ortamı doğurmuştur. 1960 yıllarda anti-emperyalizm vurgusu yapan ideolojiler, özellikle 1970 sonrasında ülke içinde sağ-sol çatışmasının aktörleri olmuştur. Sağ-sol bölünmesinin yanı

sıra siyasi suikastlar, bombalama olayları, sivil silahlanma kamu düzenini bozmuştur. Özellikle 1975 ABD'nin silah ambargosu sonrasında ekonomik göstergelerin hızla bozulması, halkın refah düzeyini iyiden iyiye düşürdüğü gibi siyasetin de istikrarsız bir görüntü çizmesine sebebiyet vermiştir. Kıbrıs Barış Harekâtının gerçekleştiği 1974 Temmuz'undan 12 Eylül 1980'e kadar 7 farklı hükümet görev yapmıştır. Demirel ile Ecevit arasında gidip gelen iktidarlara eklenen kısır siyasi çekişmeler toplumsal barış ortamını yok etmiştir. Can ve mal güvenliğinin kaybolması, halkın sivil siyasetten umudunu kesmesi 12 Eylül'ü gerçekleştirecek askerlere uygun ortamı sağlamıştır. (Barchard, 1980:7)

12 Eylül sabahı radyo ve televizyonlardan okunan bildiri, hükümetin görevine son verildiğini, parlamentonun feshedildiğini, siyasi faaliyetlerin yasaklandığını, sendikaların kapatıldığını belirtmiştir. (Barchard, 1980:1) Genel Kurmay Başkanı Kenan Evren, Kara Kuvvetleri Komutanı Nurettin Ersin, Hava Kuvvetleri Komutanı Tahsin Şahinkaya, Deniz Kuvvetleri Komutanı Nejat Tümer ve Jandarma Genel Komutanı Sedat Celasun'dan oluşan Milli Güvenlik Konseyi (MGK) ülke yönetimine bütünüyle el koymuştur. ("MGK Tutanak Dergis, 1980:5) Başkanlığını Genel Kurmay Başkanı Evren'in yaptığı MGK yayınladığı 1 numaralı bildiri de amacını ülke bütünlüğünü korumak, milli birlik ve beraberliği sağlamak, muhtemel bir iç savaşı ve kardeş kavgasını önlemek, devlet otoritesini yeniden tesis etmek olarak kamuoyuna duyurmuştur. (MGK Tutanak Dergisi, 1980:4)

İçerde mevcut düzeni tümüyle değiştiren MGK, dışarıda başta NATO olmak üzere Türkiye'nin dâhil olduğu ittifak ve antlaşmalara sadık kalacağını, dış ilişkilerde herhangi bir değişiklik yapılmayacağı ilan etmiştir. ("Military Motives in Turkey", 1980:4) Türkiye'nin bu açıklaması ABD ve NATO ülkelerin yanında birçok AET ülkesinin darbeyi açıkça eleştirmelerinin önüne geçmiştir.

12 Eylül darbesinin İngiliz basınındaki yansımalarına baktığımızda, Londra bankerlerinin kısa süreli paniği dışında darbeye ilişkin olumsuz bir haber yoktur. Türkiye'deki bankalardan 3 Milyar Dolar alacağı olan bankerler darbe ile endişeye düşse de Özal'ın ekonomik danışman olarak askeri yönetimde yer alması bankerleri rahatlatmıştır. ("Bankers are Dismayed", 1980: 18) Özal'ın 24 Şubat 1980'de uygulamaya koyduğu serbest pazar ve sıkı para politikalarının askeri yönetim tarafından uygulamasının beklendiği, aksi takdirde Türkiye'nin uluslararası finans kurumları ile ciddi sorunlar yaşayacağı Guardian gazetesinde belirtilmiştir. ("Barchard", 1980: 1)

Ekonomi dışında Türkiye'nin siyasi görünüşüne ilişkin haberler de basında yer almıştır. Guardian Gazetesi 13 Eylül günü yaptığı haberde Türk ordusunun, siyaseti ve toplumu bir kez daha Atatürk'ün yarım yüzyıl önce belirlediği yola çekmeye çalıştığını yazmaktadır. ("Barchard", 1980: 2) Gazete Demirel'in başarısız olmasının sebebini Türkiye'nin sosyal, ekonomik ve hatta anayasal olarak yönetilemez durumda olmasına bağlamıştır. ("Turkey is As", 1980: 17)

Türkiye'nin içinde bulunduğu bu siyasal krizin askerlerin yönetimi altında düzeleceği de İngiliz basınında yer almaktadır. 17 Eylül tarihli Guardian gazetesinde askerlerin güçlerini dikkatli kullandığını,

bir terör ortamı oluşturmamaya özen gösterdiklerini yazmaktadır. Ordunun radikal hareketleri bastırmaya çalışırken merkez sağ ve sol ile birlikte çalışmanın yollarını aradığı belirtilmiştir. İngiliz basını, AET’nin de Türkiye’de gerçekleşen darbeye ilişkin görüşlerine yer vermiştir. Gazete, Brüksel toplanacak liderlerin darbeye ilişkin açıklamaları ve kişisel görüşleri arasındaki fark dikkat çekmiştir. Habere göre liderler, kamuoyu açıklamalarında demokratik olarak seçilmiş hükümetin düşmesini eleştirirken, özel görüşmelerde askeri yönetimin Türkiye’de istikrarlı hükümetlerin kurulması için gerekli anayasal zemini sağlayacaklarını ifade etmişlerdir. (“Cautious Hopes”, 1980: 5)

Gazetelerde yer alan bu haberlere bakıldığında İngiliz basınının Türkiye’de gerçekleşen darbeye bir eleştiri getirmediği, aksine gelişmeleri anlayışla karşıladığı göze çarpmaktadır. Türkiye’nin yönetilemez bir ülke olduğu, darbenin daha istikrarlı bir Türkiye kuracağı, askerlerin sivil liderlerle görüştüğü, dış politikada ve ekonomi politikasında değişiklik beklenmediği basında yer alan haberlerdendir.

ABD basınına bakıldığında da 12 Eylül’e karşı ılımlı bir yaklaşım göze çarpmaktadır. 13 Eylül tarihli Los Angeles Times ABD Dışişleri Bakanlığı sözcüsü John Trattner’in sözlerine yer vermiştir. Trattner yaptığı açıklamada “darbe” kelimesini kullanmaktan kaçınmış, Türkiye’nin yaşadığı ekonomik ve politik zorluklar sonrasında askerlerin harekete geçtiğini, amaçlarının demokratik düzenin sürekliliğini sağlamak olduğunu ifade etmiştir. (Oswald, 1980: A9) New York Times’da yer alan bir haber, darbeyi gerçekleştirenlerin Batı tarafından iyi tanınan, güvenilir generaller olduğu, Carter yönetiminin darbeye şaşırmadığını ifade etmiştir. (“Turks Gave Assurances”, 1980: 5)

Aslında Türkiye, İran Devrimi sonrasında ABD’nin Ortadoğu bölgesindeki en büyük müttefiki olarak görülmekteydi. Bu sebeple Carter yönetiminin siyasi sistemin görevini yerine getirememesini ve Türkiye’deki terör olaylarını endişe ile izlediği darbe günü yayınlanan New York Times’da yer almıştır. (“Military in Turkey”, 1980: A1)

Darbeden bir gün sonra, 13 Eylül 1980’de, New York Times’da yer alan makaleler ise basının Türkiye’deki darbeye karşı tutumunu açıkça göstermiştir. “*Batiya Dost, Türk Teröristlere Düşman: Kenan Evren*” başlıklı makalede, Evren’in detaylı bir hayat hikayesi verilmiş, ardından görevinin terörü bitirmek ve Türkiye’nin NATO’daki pozisyonunu güçlendirmek şeklinde belirlenmiştir. (Middleton, 1980: 4) Aynı gün New York Times yazarı Nicholas Gage’in kaleme aldığı makale ise darbenin Türk-Yunan ilişkilerini iyileştirmesinin beklendiğini, Yunanistan’ın NATO’ya dönüşü, Kıbrıs sorununu gibi konularda yeni yönetim ile işbirliği yapılabileceğini yazmıştır. (1980: 4)

New York Times’in 13 Eylül tarihli gazetesinde yer alan üçüncü makale de darbeyi müspet bir gelişme olarak ele almıştır. Marvine Howe’un kaleme aldığı makalede (1980: 1), generallerin müdahale etmeden önce 5 kez uyarıda bulunmasına rağmen siyasilere kısır çekişmelerinin devam ettiğini, terör olaylarının artmasıyla askeri liderin müdahale etmek zorunda kaldığını yazmıştır. Gazetenin ilk

sayfasında yer alan habere göre, askerlerin demokrasiden yana olduğu görüşündeki yabancı temsilcilerin asıl merak ettikleri konunun bu ne zaman gerçekleşeceği. Aynı gazetenin yine birinci sayfasında yer alan bir diğer haber ise askeri liderlerin kansız bir darbe ile yönetime geçtiklerini, amaçlarının şiddeti önledikten, siyasi istikrarı sağladıktan sonra yeniden sivil yönetime geçmek olduğunu yazmıştır. (Kifner, 1980: 1)

12 Eylül darbesi Amerikan basınında geniş yankı bulmuştur. Darbeye ilişkin gazetelerde yer alan haberlerin hepsi, darbeyi olumlu bir gelişme olarak yansıtmış ve eleştiri geçirmekten kaçınmıştır. Birçok gazete “darbe” kelimesi yerine “askeri müdahale” kavramını kullanmayı tercih etmiş, seçilmiş bir hükümetin darbe ile düşürülmesinden ziyade askerlerin demokrasiyi istikrarlı hale getirene, terörü bitirene kadar iktidarda kalacaklarını yazmıştır.

28 Şubat 1997 Müdahalesi

28 Şubat 1997 müdahalesi ya da diğer adıyla 28 Şubat Post Modern darbesi Türkiye'nin Cumhuriyet tarihi içinde gerçekleşen dördüncü askeri müdahale olmuştur. “Post Modern Darbe” nitelemesi darbe içinde yer alan komutanlar tarafından yapılmış ve demokrasi tarihimizde bu şekilde isimlendirilmiştir. İsmet Berkan “Post-Modern Darbe” nitelemesini ilk olarak Genel Kurmay Genel Sekreteri Erol Özkasnak'tan duyduğunu belirtmiştir. (“20 Yıl Sonra”, 2017) Cengiz Çandar da 28 Haziran 1997 tarihinde yazmış olduğu köşe yazısında “Post-Modern Darbe” ismini Genelkurmay Başkanlığında yapılan bir toplantıda üst rütbeli bir komutandan duyduğunu söylemiş ve bu komutanın daha sonraki aylarda Çevik Bir olduğu iddia edilmiştir.(Çandar, 1997'dan aktaran Aydıntaşbaşı, 2012)

Darbeye giden süreç, 1995 yılında yapılan seçimlerde Refah Partisi seçimlerden birinci parti olarak çıkmasıyla başlatılabilir. Sandıklardan Refah Partisi'nin birinci parti çıkması, Türk siyasi hayatında gerilimli günlerin, haftaların ve yılların başlamasına neden olmuştur. Gerilim Doğruyol Partisi ile Refah Partisi arasında kurulan koalisyon hükümeti (Refah-Yol) ile doruk noktasına çıkmıştır. Koalisyon hükümetinde Refah Partisi Genel Başkanı Necmettin Erbakan'ın Başbakan olması darbeyi yapanlar tarafından şiddetli bir şekilde eleştirilmiştir. Ülkede kısa bir süre içinde gündem ‘Laiklik ve Şeriat’ tartışmaları temeline oturmuştur.

Refah-Yol hükümetinin kurulmasından kısa bir süre sonra iktidar ile muhalefet partileri başta olmak üzere ülkenin gündemi sert tartışmaların ve ithamların yaşandığı bir zaman dilimi içine girmiştir. Refah-Yol hükümeti döneminde adli yıl açılış konuşmalarında özellikle laiklik ve şeriat üzerinden hükümete karşı sert ifadeler kullanılmıştır. Bu dönemde Başbakan Erbakan'ın İran gezisi sonrası yaptığı Mısır, Libya ve Nijerya gezileri şiddetli bir şekilde eleştirilmiştir. Müslüm Gündüz-Fadime Şahin ve Ali Kalkancı olayları, 3 Kasım 1996 tarihinde Susurluk'ta meydana gelen trafik kazası, Erbakan tarafından dini önderlere Başbakanlık Konutunda verilen iftar yemeği, İran Büyükelçisi Ali Rıza Bugheri'nin de katıldığı Sincan Belediyesi tarafından düzenlenen Kudüs Gecesi programı askerler

tarafından darbenin gerekçesi olarak ileri sürülmüştür. Hükümet tarafından yapılan her eylem ve siyasi karar sonrasında da ulusal gazetelerde “irtica” manşetleri atılmıştır. (Karpat, 2015:237)

Bu gerginlik içinde dönemin Deniz kuvvetleri Komutanı Güven Erkaya’ nın Milli Güvenlik Kurulu (MGK) toplantısından birkaç gün önce söylediği “irtica PKK’dan daha tehlikelidir.” İfadesi, aslında kurulun gündemini belirlemiştir. Türkiye’nin siyasi hayatında gerilimin çok fazla olduğu bu ortamda MGK 28 Şubat 1997’de toplanmıştır. Bu toplantı sonrasında açıklanan kararlar çok sert ifadeler içermektedir. Alınan kararlar sonrası yaşanmaya başlanan irticaya karşı ordu merkezli süreç tarihe “Post-Modern Darbe” olarak geçmiştir. Ülke genelinde etkisi büyük olan ve darbeyi destekleyen medyada art arda irticaya dair atılan başlıklar toplumda korku ve gerilimin artmasına neden olmuştur. (Işık, 2019: 124)

28 Şubat 1997’de yapılan MGK dokuz saat sürmüştür. MGK toplantısı sonrasında 18 maddelik bir bildiri yayınlanmıştır. MGK’nın askeri kanadının zorlamasıyla yayınlanan bildiri hükümet sert bir şekilde uyarılmıştır. Hükümet özellikle laiklik konusunda sert bir şekilde uyarılırken laikliğin korunması için sıralanan tedbirlerin alınması özellikle talep edilmiştir. Tarikatların kapatılması, tarikatlara bağlı olan okulların Milli Eğitim Bakanlığına devredilmesi, Kur’an kurslarının denetlenmesi, kesintisiz sekiz yıllık eğitimin kabul edilmesi, Tevhid-i Tedrisat Kanununun uygulanması, özellikle ordudan irtica nedeniyle atılanları savunarak orduyu din düşmanı gibi gösteren medyanın denetlenmesi ve kontrol edilmesi, kıyafet kanununa uyulması ve Atatürk’ün aleyhine gerçekleşen eylemlerin cezalandırılması bu bildiriye yer alan taleplerdir. (Akın, 2016: 42).

MGK’nın askeri kanadında yer alan komutanlar toplantıda laiklik aleyhtarı eylemlerin ve uygulamaların çok arttığını savunmuşlar ve bu konuda hükümetten tedbir alınmasını istemişlerdir. Bildiri, Refah-Yol Hükümetine komutanların dayatması ile kabul edilmiş ve yayınlanmıştır. Bildiriye alınan kararlar hükümete “irtica ile mücadele eylem planı” şeklinde zorla kabul ettirilmiştir. 28 Şubat’tan sonraki günlerde siyasi hayatta hem kamu kurum ve kuruluşları hem de sivil toplum örgütleri baskı altına alınmıştır.

Haziran ayı içinde de Başbakan istifa etmek zorunda kalmıştır. Necmettin Erbakan’ın 18 Haziran’da istifa etmesinden sonra Cumhurbaşkanı Süleyman Demirel, hükümet kurma görevini mecliste üçüncü sıradaki partinin genel başkanı Mesut Yılmaz’a vermiştir. Mesut Yılmaz diğer parti yönetimleri ile görüşmeleri sonucunda 30 Haziran’da yeni hükümeti kurmuştur. Mesut Yılmaz’ın Başbakanlığında Anavatan Partisi, Demokratik Sol Parti ve Demokrat Türkiye Partisi ile birlikte ANASOL-D Koalisyon Hükümeti kurulmuştur.(Karpat, 2015: 239)

28 Şubat sürecinde dış basında da Türkiye’de din ve siyaset konularını vurgulayan başlıklar atılmıştır. New York Times’dan Stephen Kinzer, (1997: A1) 1960’dan itibaren üç kez darbe gerçekleştiren silahlı kuvvetlerin hükümetin tüm adımlarını yakından izlediğini ve uzun sürecek bir

çatışma için hazırladığını belirtmektedir. Kinzer, laik Türkler ile dindar Türkler arasındaki gerginliğin son aylarda arttığını, Sincan'da yaşanan olayların laik ideolojinin savunucusu olan kıdemli subayları harekete geçirdiğini yazmıştır. İktidara gelirken Amerikan askerlerini ülkenin dışına çıkarmayı, İsrail ile ilişkileri kesmeyi vaat eden Refah Partisi'nin hükümeti kurmasının ardından Taksim'e ve Çankaya'ya cami yapmayı, başörtülü kadınların üniversitelere ve memuriyete atamayı, dini okul mezunlarını askeri okullara almayı gündeme getirdiği aynı haberde yer almıştır. (Kinzer, 1997: A1)

28 Şubat'tan sonra New York Times gazetesinde "Türk Ordusu Laikliği Korumak için Yöneticileri Uyardı" başlığı altında ordu ve hükümet arasında yaşanan gelişmelere dikkat çekilmiştir. Normalde üç saat süren MGK toplantısının bu sefer gece yarısında kadar sürdüğü, askerlerin toplantıya "hükümetin de destek olduğu" irticai faaliyetlere ilişkin klasörler dolusu istihbarat raporlarıyla geldiği haberde yer almaktadır. Toplantıda ordunun komuta kademesinin "İslamcı" hükümete sert bir ihtar verdiği, teamüle uygun olmamasına rağmen MGK kararlarını kamuoyu ile paylaştıklarını yazmıştır. (Kinzer, 1997: 9)

İngiliz basınından Guardian gazetesi ise 28 Şubat'ı "Türkiye'nin ilk İslamcı hükümetinin laik devleti savunan güçlü orduyla hesaplaşması başladı." ifadeleriyle satırlarına taşımıştır. Türk Ordusunun askeri bir müdahale yerine siyasi bir müdahale yolunu seçtiğini, bunu Milli Güvenlik Kurulunda kendi isteklerini dayatarak gerçekleştirdikleri İngiliz basınında yer almıştır. ("Erbakan Facing", 1997: 16)

28 Şubat, Cumhuriyet tarihinde yaşanan diğer darbelerden farklı olarak uzun bir sürecek yayılmıştır. Bu müdahalenin etkilerinin yıllarca sürse de, en yoğun olarak hissedildiği dönem Erbakan'ın istifasına kadar olan zaman dilimi idi. Bu süreçte Türkiye'de yaşanan gelişmeler dış basında yankı bulmuştur. 28 Şubat sonrası dönemde Necmettin Erbakan'ın olası bir darbeye karşı ihtiyatlı bir biçimde ülkeyi yönettiğini yazan New York Times yazarı Robert Lincoln, (1997: 14) Türk ordusunun 1960, 1971 ve 1980'de Başbakan'ı devirdiğini, bunun demokratik geleneği ve istikrarı korumak için yapıldığını, Amerikalıların askeri darbeden değil Erbakan'dan korkması gerektiğini ifade etmiştir.

Erbakan'ın başbakanlığını yaptığı koalisyon hükümetinde yaşanan istifalar da dış basında yer almıştır. Buna göre iki bakanın istifasıyla güç kaybeden Erbakan hükümetinin destekçileri dahi koalisyondan çekilmeyi tavsiye etmişti. Aksi halde askeri darbe olabileceği, hükümetin günlerinin sayılı olduğu 27 Nisan tarihli New York Times gazetesi sütunlarına yansımıştır. (Kinzer, 1997: 4) İstifalar sebebiyle hükümetin Meclis'te çoğunluğu kaybettiği, fakat Büyük Birlik Partisi'nin desteğiyle hükümetin ayakta durmayı başardığı haberleri de basında yer almıştır. ("Turkish Coalition Loses", 1997: 3)

28 Şubat sonrası Ordunun Erbakan hükümeti üzerindeki gözetimi de dış basına yansıyan haberler arasındadır. Stephen Kinzer 19 Mayıs'ta kaleme aldığı makalesinde (1997: A6) Türkiye'nin dini okulları tartıştığını, Türkiye'de çok sayıda yasal olmayan Kuran kursu bulunduğunu komutanların

Murat Özata, Oğuz Kaan

Türkiye’de Gerçekleşen Askeri Müdahalelerin İngiliz ve Amerikan Basınına Yansımaları

bu kurumlara tahammülü kalmadığı, bu sebeple Erbakan’ı uyararak, ondan hızlı bir şekilde sıkı tedbirler almasını istediği basında yer almıştır. Erbakan’ın verilen direktiflerine karşı koymasının hükümetini tehlikeye düşürdüğü, askerlerin Erbakan’ı toplantıya çağırarak ordudan ihraç edilecek personeli bildirdiği ve Erbakan’ın bunu onaya zorladığı New York Times’da yazmaktadır. (“Turkish General”, 1997: A4) Bu haberden dört gün sonra New York Times’da yer alan başka bir haber, generallerin hükümetin irtica ile mücadelede ne yaptığını değerlendirmek için Başbakan’ı toplantıya çağırdıklarını ifade etmiştir. (“Turkish Military”, 1997: 8) Erbakan’ın istifasından beş gün önce çıkan gazete ise, generallerin hükümet üzerindeki baskısının gittikçe arttığını, görevi koalisyon ortağına devretmemesi durumunda kuvvet kullanacaklarını yazmıştır. (“Military Meddling”, 1997: 20)

Siyasi havanın iyiden iyiye gerginleştiği bu süreç sonrasında gelen hükümet istifası dış basında geniş yankı bulmuştur. Türkiye’nin ilk “İslamcı partisinin lideri” Erbakan’ın askerlerden gelen baskıya dayanamayarak istifa ettiği 19 Haziran 1997 tarihli New York Times gazetesinde yer almaktadır. Gazete generallerin Erbakan’a karşı yürüttükleri kampanyanın birçok ülkede antidemokratik sayılmasına rağmen Türkiye’de demokrasiyi savunmak adına yapıldığını yazmaktadır. (Kinzer, 1997: A1)

Erbakan başbakanlıktan istifa ederken bunu bir görev devri olarak tasarlamıştır. Başbakanlığın koalisyon ortağı Doğruyol Partisi lideri Tansu Çiller’e geçmesi Refah Partisi’ne de birçok önemli bakanlığı elinde tutma şansı verecektir. Fakat istifanın ardından yeni hükümeti kurma görevi Çiller’e değil Anavatan Partisi lideri Mesut Yılmaz’a verilmiştir. Erbakan’ın istifasının ardından, hükümeti kurma görevinin Mesut Yılmaz’a verilmesini New York Times gazetesi “Türkiye’nin yeniden tamamen laik” bir yönetime geçmesi olarak değerlendirmiştir. Demirel’in başbakan olarak Mesut Yılmaz’ı seçmesi “Erbakan’ın mağlubiyeti ve laik askerlerin zaferi” olarak gazete sütunlarında yer almıştır.(Kinzer, 1997: 6)

Refah-Yol Hükümeti’nin dış politikada İran ve Libya ile ilişkilerini geliştirmesi Washington açısından hayal kırıklığı olmuştur. Özellikle İran ile savunma işbirliği ve askeri teknoloji paylaşımı teklifi Batılı müttefikleri dikkatini çekmiştir. (“Iran Offers”, 1997: 5) ABD’nin Ortadoğu’daki en önemli müttefiki olan Türkiye’ye ilişkin ortaya çıkan bu hayal kırıklığı 28 Şubat süreciyle son bulmuştur. Türk yönetiminde gerçekleşen değişimin ABD ve Batılı müttefikler tarafından memnuniyetle karşılandığı Hartford Courant gazetesinde yer almıştır. (“Iran Wants”, 1997: A2)

Sonuç

Dünyada liberal demokrasinin öncüsü olan İngiltere ve ABD’de yayınlanan gazetelerin Türkiye’de gerçekleşen askeri müdahalelere yaklaşımına bütün olarak bakıldığında ilk göze çarpan nokta bu müdahalelerin olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmesidir. Sivil siyaseti hiçe saydığı, demokrasiyi rafa kaldırdığı, insan hakları ihlallerine sebep olduğu gerçeği göz ardı edilerek, müdahalenin hangi sebeplerle gerçekleştiği üzerinde durulmuştur. Müdahale sebeplerin açıklanmasının

ardından, askerlerin kitlesel desteğe sahip olduğu, demokrasiyi daha sağlam temeller üzerine oturtmayı amaçladığı, müdahalenin kansız ve başarılı olduğu gazetelerde sıklıkla karşılaşılan haberlerdir.

İngiliz-Amerikan basınının Türkiye’de gerçekleşen müdahalelere karşı olumlu yaklaşımı her bir darbe için geçerli olmakla birlikte dayanakları farklılık göstermektedir. Türkiye’de çok partili hayata geçişin ardından yaşanan 27 Mayıs Darbesinde İngiliz ve Amerikan basını orduyu adeta bir kurtarıcı olarak göstermiştir. Gerçekleşen darbenin amacının yozlaşmış bir diktatörlüğü devirerek demokratik düzeni yeniden kurmak olduğu vurgulanan temel noktadır. 12 Mart Muhtırası sonrasında gazetelerde çıkan haberler ise Türkiye’nin yönetilemez bir ülke haline gelmesinin ardından askerlerin sabrının taşıdığını, hukuk ve düzeni yeniden sağlamak için müdahale ettiğini söylemektedir. Benzer şekilde 12 Eylül darbesinde askerlerin Türkiye’yi Atatürk’ün belirlemiş olduğu yola çekmek için müdahale ettiğini, Türkiye’nin içinden geçtiği krizin ancak askeri yönetimle aşılabileceği belirtilmiştir. 28 Şubat sürecinde ise Türk hükümetini İslamcı, radikal rejim karşıtı olarak yansıtan gazeteler, generalleri laik düzenin ve demokrasinin koruyucusu olarak resmetmişlerdir.

Tüm darbeler, muhtıralar için kullanılan bu olumlu üslubun bir diğer göstergesi de “müdahale” kelimesidir. 27 Mayıs ve 12 Eylül gibi açık darbelerde dahi İngiliz ve Amerikan basını “darbe” kelimesini kullanmaktan kaçınmıştır. “Darbe”ye göre daha ılımlı bir çağrışım yapan “müdahale” kelimesi kullanılarak Türkiye’de gerçekleşen darbelere gerekçeler aranmıştır. Bu gerekçelerden en çok işlenen ve açıklanmaya çalışılan ise askerlerin demokrasiye olan bağlılığı, demokrasiyi yeniden kurmak, işler hale getirmek ve korumak için müdahale ettikleri olmuştur. Bu konuda ikna edici olabilmek adına Osmanlı’dan başlayarak askerlerin Türk siyasetindeki rolü, Türkiye’nin son yüzyılda geçirmiş olduğu değişim ve dönüşüm göz ardı edilerek, vurgulanmıştır.

Askeri müdahaleler sonrasında üzerinde durulan bir diğer konu ise dış politika olmuştur. İngiltere ve ABD basınında yer alan haberler askerlerin batıya dönük dış politikalarından övgüyle bahsetmiştir. Askeri yönetimin dış politikasının güven verdiği, Türkiye’nin Batı bloğundaki konumunu koruduğu vurgulanan noktalar olmuştur.

İkinci Dünya Savaşı öncesinde Türkiye’yi şeklen demokrasi gerçekte ise diktatörlük olmakla eleştiren İngiliz-Amerikan basınının, Türkiye’nin çok partili sisteme geçtiği, demokrasinin temel ilkelerini hayata geçirdiği süreçte Türkiye’de sivil siyaseti desteklemediği görülmektedir. Aksine demokrasiyi kesintiye uğratan veya baskı altına alan askeri rejimleri destekleyen haberlere sütunlarında yer vermişlerdir.

Yazar Katkıları: Bu çalışmada kullanılan birincil kaynakların değerlendirmesinde giriş, sonuç bölümlerinin yazılmasında her iki yazar eşit oranda katkı sağlamıştır. Çalışmaya ilişkin birincil kaynaklara erişimde birinci yazar aktif rol üstlenirken, literatür taramasının gerçekleştirilmesinde ikinci yazar aktif rol oynamıştır.

Kaynakça

- And After Korea-Turkey. (1960, 30 Nisan). *The Christian Science Monitor*, s.20.
- Ahmad, F. (1993). *The Making of Modern Turkey*. London. Routledge.
- Akın, Ş. (2016). Darbeler ve Batı Medyası: 28 Şubat Darbesi Üzerinden Bir Analiz. *Liberal Düşünce Dergisi*, 17 (9), 35-56.
- Avoiding One-Party Rule in Turkey. (1960, 30 Mayıs). *The Guardian*, s.1.
- Back to the Army. (1960, 28 Mayıs). *The Guardian*, s.6.
- Bankers are Disayed by Turkish Coup. (1980, 13 Eylül). *The Guardian*, s.18.
- Barchard, D. (1980, 12 Eylül). Turkey’s Terrorists are Growing Bolder. *The Guardian*, s. 7.
- Barchard, D. (1980, 15 Eylül). Turkish Rulers Order 70 pc Pay Rises and Prohibit Strikes. *The Guardian*, s. 1.
- Barchard, D. (1980, 13 Eylül). Politicians Goaled in Turkey Coup. *The Guardian*, s. 1.
- Binbaşı Orhan Erkanlı ile Görüşme. (1960, 20 Temmuz). *Cumhuriyet*, s. 5.
- Cautious Hopes for Turkish Coup. (1980, 15 Eylül). *The Guardian*, s.5.
- Cengiz Çandar ve Postmodern Darbe. (2012, 26 Nisan). Erişim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/asli-aydintasbas/cengiz-candar-ve-postmodern-darbe-1532707>
- Çakmak, F. (2014). Cumhuriyet Halk Partisi’nin “Ege Vazife Gezisi” Ve 1959 Yılı Uşak-İzmir Olayları. *Turkish Studies*, 9, 1239-1258.
- Erbakan Facing Military Clash. (1997, 28 Şubat). *The Guardian*, s.16.
- Friendly, A. (1971, 20 Mart). Moderate Chosen to Form New Turkish Government. *The New York Times*, s. 3.
- Gage, N. (1980, 13 Eylül). Greeks Hopeful That Coup Will Improve Turkish Ties. *The New York Times*, s. 4.
- Godseel, G. (1960, 27 Mayıs). Younger Turks In Army Stages Coup Quietly, *The Christian Science Monitor*, s.1.
- Howe, M. (1980, 13 Eylül). Military Motives in Turkey. *The New York Times*, s. 1-4.
- Hunt, R. P. (1960, 17 Haziran). Eisenhower Lauds New Turk Regime. *The New York Times*, s.3.
- Iran Offers to Share Military Data With Turkey. (1997, 6 Ocak). *The Charlotte Observer*, s.5.
- Iran Wants Pact With Turkey. (1997, 6 Ocak). *The Hartford Courant*, s.A2.
- Işık, M. (2019). 28 Şubat Süreci Hakkındaki İddialar ve Ak Parti’nin Sürecin Hukuki Düzenlemelerini Dönüştürme Çabası. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (9), 122-135.
- Karpat, K. (2015). *Kısa Türkiye Tarihi(1800-2012)*. İstanbul. Timaş Yayınları.
- Keskin, Y. Z. (2012). Demokrat Parti İktidarı Ve Günümüze Yansımaları. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (1), 107-130.
- Kifner, J. (1980, 13 Eylül). Turkish Coup Chiefs Make Vow to Bring Stability to Nation. *The New York Times*, s.1.
- Kinzer, S. (1997, 13 Şubat). Secular Turks Alarmed By Resurgence of Religion. *The New York Times*, s. A1.

- Kinzer, S. (1997, 2 Mart). In Defense of Secularism, Turkish Army Warns Ruler. *The New York Times*, s. 9.
- Kinzer, S. (1997, 27 Nisan). Resignations In Turkey Imperiling Islamic Chief. *The New York Times*, s. 4.
- Kinzer, S. (1997, 19 Mayıs). Turkey Debates Islamic Schools. *The New York Times*, s.A6.
- Kinzer, S. (1997, 19 Haziran). Pro-Islamic Premier Steps Down In Turkey Under Army Pressure. *The New York Times*, s. A1.
- Kinzer, S. (1997, 21 Haziran). In Rebuff to Turkish Islamists, Secularist Gets a call to Lead. *The New York Times*, s. 6.
- Kohen, S. (1971, 16 Mart). Turkish Election Plea By İnönü. *The Guardian*, s. 2.
- Lincoln, R.A. (1997, 16 Mart). The Islamist Runs Turkey Delicately. *The New York Times*, s.14.
- Lull Over Turkey Is An Uneasy One. (1960, 23 Nisan). *The New York Times*, s.4.
- Martial Law Halts Rioting In Turkey. (1960, 28 Nisan). *The Christian Science Monitor*, s.1.
- Menderes Hanged in Turkish Prison. (1960, 18 Eylül). *The New York Times*, s.14.
- Menderes To Begin Tour. (1960, 26 Mayıs). *The New York Times*, s.2.
- Middleton, D. (1980, 13 Eylül). Friend to the West, Foe of Turkish Terrorists: Kenan Evren. *The New York Times*, s.4.
- Military Chiefs in Turkey Oust Regime. (1971, 13 Mart). *The New York Times*, s. 8.
- Military in Turkey Outs Government of Premier Demirel. (1980, 12 Eylül). *The New York Times*, s. A1.
- Military Meddling in Turkey. (1997, 14 Haziran). *The New York Times*, s.20.
- Military Rule in Turkey. (1960, 28 Mayıs). *The New York Times*, s.20.
- MGK Tutanak Dergisi* (1980), C.1, 19 Eylül 1980. Erişim adresi: <https://www.tbmm.gov.tr>
- Mob Attacks Paper of Turkish Opposition. (1959, 3 Mayıs). *The New York Times*, s.12.
- Oswald, J. (1980, 13 Eylül). U.S. Planning to Continue Turkish Aid. *Los Angeles Times*, s. A9.
- Reasons for the Turkish Coup. (1960, 28 Mayıs). *The Guardian*, s.7.
- Restoration Rather Than Revolution. (1960, 30 Mayıs). *The Guardian*, s.9.
- Schmidt, D.A. (1960, 31 Mayıs). U.S. Recognizes Turkish Regime. *The New York Times*, s.3.
- Self Deception in Turkey. (197, 3 Mart). *The New York Times*, s. 28.
- Sick Men of NATO. (1971, 13 Mart). *The Guardian*, s.10.
- Soldiers of Atatürk. (1960, 28 Mayıs). *The Christian Science Monitor*, s.18.
- Sulzberger, C.L. (1960, 4 Mayıs). A Lesson the Turks Have Learned Well. *The New York Times*, s.44.
- T.B.M.M. Zabıt Ceridesi* (1960), Devre 11, İçtima 3, C.13, 18 Nisan 1960. Erişim adresi: <https://www.tbmm.gov.tr>
- T.B.M.M. Zabıt Ceridesi* (1960), Devre 11, İçtima 3, C.13, 27 Nisan 1960. Erişim adresi: <https://www.tbmm.gov.tr>
- The Army As Liberator. (1960, 28 Mayıs). *The Washington Post*, s.12.
- The Fallen Dictator. (1960, 29 Mayıs). *The Observer*, s.27.
- Turkey Imposes Martial Law in 11 Areas. (1971, 27 Nisan). *The New York Times*, s. 12.
- Turkey is As Unready for People's Power as Russia Was in 1917. (1980, 13 Eylül). *The Guardian*, s. 17.

Murat Özata, Oğuz Kaan

Türkiye’de Gerçekleşen Askeri Müdahalelerin İngiliz ve Amerikan Basınına Yansımaları

Turkey to Combat A Multiple Threat. (1971, 5 Mayıs). *The New York Times*, s. E4.

Turkey Gets New Cabinet:Emphasis on Specialists. (1971, 27 Mart). *The New York Times*, s. 19.

Turkey’s Government Survives a Challenge. (1997, 26 Şubat). *The New York Times*, A6.

Turkish Army to Hold the Ring. (1960, 28 Mayıs). *The Guardian*, s.1.

Turkish Coalition Loses Majority in Parliament. (1997, 31 Mayıs). *The New York Times*, s.3.

Turkish General Purge Pro-Islamic Officers. (1997, 27 Mayıs). *The New York Times*, s.A 4.

Turkish Military on Islam. (1997, 1 Haziran). *The New York Times*, s.8.

Turks Gave Assurances Before the Coup. (1980, 13 Eylül). *The New York Times*, s.5.

Walz, Jay. (1958, 5 Ağustos). Turkey Pushes Reforms. *The New York Times*, s.8.

Why Turks Threw Menderes Off His Tiger. (1960, 28 Mayıs). *The Washington Post*, s.A6.

Zürcher, E. J. (2000). Modernleşen Türkiye’nin Tarihi. İstanbul. İletişim Yayınları.

20 Yıl Sonra Yeniden Zor Destekli Siyaset Dizaynı. (2017, 28 Şubat). Erişim adresi:
<https://www.evrensel.net/haber/310096/20-yil-sonra-yeniden-zor-destekli-siyaset-dizayni->

Ulrich Beck ve Anthony Giddens'in Risk Toplumu Kavramsallaştırması Işığında Sosyal Medya ve Bilginin Güvenliği ve Gizliliği İlkesi

Aykut SİĞİN*

Öz

Modernite kavramı her zaman için sosyolojik tartışmaların merkezinde yer almıştır. Bunun başlıca sebebi, sosyoloji disiplininin modern çağ içerisinde ortaya çıkmış olması ve modern toplumu incelemesidir. En basit ifadesiyle geleneksel olandan bir kopuşa işaret eden modern sözcüğünden türetilen modernite, kimi düşünürlere göre son bulmuş ve yerini post-modern döneme bırakmıştır. Buna katılmayan geç modernite kuramcıları ise moderniteden bir kopuştan çok, bir değişim ve dönüşüm sürecine odaklanılması gerektiğini savunmuşlardır. Bir geç modernist olan Ulrich Beck, ikinci modernite kavramını ortaya atmış ve bu dönemin risk kavramıyla tanımlanması gerektiğini iddia etmiştir. Diğer bir geç modernist olan Anthony Giddens ise risk olgusunu modernitenin tek sonucu olarak değil, birden fazla sonuçtan bir tanesi olarak değerlendirmiş ve risk toplumu kavramı bu iki düşünürün argümanları doğrultusunda şekillenmiştir. Mevcut çalışmada, dijital çağın Beck ve Giddens'in risk toplumuyla ilgili iddialarına uygun bir görünüm sergilediği düşüncesinden hareket edilmiştir. Bu doğrultuda, dijital çağın önemli dönüştürücülerinden biri olan sosyal medya platformları, bilginin güvenliği ve gizliliği ilkesi bağlamında bir risk olarak kuramsal bir tartışma ekseninde ele alınmıştır. Çalışmanın sonucunda, risk toplumu kavramsallaştırmasına uygun olarak teknolojik gelişmelerin risk olgusuyla bağlantısının artan bir şekilde devam ettiği ve bunlarla baş edebilmek adına bireysel önlemlerin alınması gerektiği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: (Post-)modernite, Risk Toplumu, Dijital Çağ, Sosyal Medya, Bilginin Güvenliği Ve Gizliliği

Social Media and Information Security and Privacy in Light of Ulrich Beck and Anthony Giddens' Conceptualization of Risk Society

Abstract

Modernity has always been at the center of sociological debates. The main reason for this is that sociology emerged in the modern age, studying modern society. Modernity, which points to a break from the traditional, has come to an end according to some thinkers, giving way to post-modernity. However, late modernity theorists opposing this idea argued that the focus should be on a change and transformation process rather than a break from modernity. Ulrich Beck, a late modernist, introduced the concept of second modernity and claimed that this period should be defined with the concept of risk. Another late modernist, Anthony Giddens, evaluated risk as one of the multiple consequences of modernity and the concept of risk society was shaped with their arguments. This study maintains that the digital age presents an outlook suitable with Beck and Giddens' claims about risk society. Accordingly, social media platforms were taken as a risk within the context of the principle of information security and privacy in a theoretical discussion. At the end of the study, it was understood that, the connection of technological developments with the notion of risk continues increasingly and individual measures should be taken to cope with them.

Keywords: (Post-) Modernity, Risk Society, Digital Age, Social Media, Information Security and Privacy

Geliş/Received: 01.03.2021

Kabul/Accepted: 25.06.2021

- Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü, aykutsign@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-1197-552X

(Makale Türü: Araştırma Makalesi)

Giriş

Toplumsal yaşantıyı, ekonomiyi, zamanın ve mekânın kullanımını ve deneyimini daha önceki dönemlere kıyasla daha radikal bir biçimde etkileyen modern çağ üzerine hem dönemin düşünürleri hem de onları takip eden düşünürler tarafından birçok analiz yapılmıştır. Modern çağın veya modernitenin tam olarak ne zaman başladığını söylemek mümkün görünmese de sürecin Rönesans hareketini takiben 15. yüzyıl itibariyle Avrupa'daki toplumsal yaşantıyı şekillendirmeye başladığı söylenebilir (Linehan, 2009: 157)[†]. Modern çağı bireycilik, kapitalizm, kentleşme, teknolojik ve yenilikçi siyasi gelişmelere olan inanç, ilerleme, rasyonalite, pozitivizm ve hümanizm gibi olguların karakterize ettiği öne sürülebilir. Hızlı ve kökten değişimlerin yaşandığı ve dinin, geleneklerin, göreneklerin ve eski normların etkisini yitirmeye başladığı modern çağ, aslında bir “eski olandan kopuş”, “geleneksel olanın yerine modern olanı tercih etme” süreci olmuştur.

Modernite üzerine yapılan tartışmaların sosyoloji disiplininde büyük bir yer edindiği bilinmektedir. Aslına bakılacak olursa, “modern” kategorisinin kendisi büyük ölçüde sosyolojinin bir ürünüdür ve bilim insanları 19. yüzyılda insan örgütlenmesinin yeni bir biçimi olan “toplum”u anlamaya çalışmak için bu disiplini yaratmışlardır. (Gelenekselden/eskiden) bir kopuş tezi olarak modernite, Fransız demokratik ve İngiliz sanayi devrimlerinin kutsal değerlerin itibarını düşürmek ve bunlarla bağlantılı sosyopolitik hiyerarşileri bozmak suretiyle daha önceden var olan yerel toplulukları ve bunların geleneklerini sarstığına vurgu yapmaktadır. Geleneksel/modern dikotomisinin modern tarafında bulunan sosyologlar, insan var oluşunun ölümsüz geleneklerin ve ruhsal inançların teselli edici kesinlikleri olmaksızın düşünülmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bunun bir sonucu olarak modern öznenin gelişimi, kıyametbilimsel bir anlatının bir parçası olmaktan ziyade, açık uçlu ve sürekli olarak değişen bir süreç olarak ele alınmalıdır (Lash ve Friedman, 1992; Shilliam, 2017, 5216).

Klasik dönem sosyologlardan Durkheim için geleneksel toplumlar mekanik dayanışma sergilemektedir, çünkü birey kolektif bilince kurumsal yollar aracılığıyla değil, doğrudan bağlıdır. Kendi eylemliliklerinin öznesi olamayan bireyler Durkheim'in mekanik metaforunda görüldüğü gibi nihayetinde inorganik varlıklardır. Diğer yandan, sanayileşme daha karmaşık bir iş bölümünü doğurmuştur ve bunun sonucunda ortaya çıkan yeni dayanışma türü, gücünü bireyin kişilik gelişimini desteklemesinden almaktadır. Hem parça hem de bütün “canlı” olduğu için modern toplumun ortaya koyduğu dayanışma türü organikidir (Durkheim, 1964: 124, 131). Marx ise kapitalist moderniteyi kapitalizm öncesi üretim tarzları üzerinden ayırt etmiştir. Kapitalizm öncesi üretim tarzında iş bölümü, üreticinin umumi olarak düzenlenen toprağa doğrudan erişimi üzerinden tertip edilmekte ve sömürü, toprak ağası ile serf arasındaki hiyerarşik ilişkilerde gözlemlenen bireysel bağımlılık üzerinden

[†] Sosyoloji disiplininden gelenler ise genel olarak modernitenin başlangıcı olarak 18. yüzyılın sonlarına işaret etmektedir (Shilliam, 2017, 5215), çünkü o dönemde yaşanan sanayi devrimi, insanlığın moderniteye doğru attığı en somut adım olarak kabul edilmektedir.

ilerlemektedir. Kapitalist üretim tarzında ise toprak ve emek meta hâline gelmiş, bireysel ve umumi bağılıklarını yitirmiştir (Marx, 1973: 156-166). Klasik dönem sosyologlardan bir diğeri olan Weber ise modern toplumsal eylem biçimlerinin neden ve nasıl araçsal rasyonalite içerdiğini anlamak üzere din kurumuna bakmıştır. Weber için Protestan ahlâki dünyevi zevklere kendini kaptırmamayı ancak bunun yanında da dünyadan uzaklaşmayı değil de çileci emeği buyurduğu için tarihsel açıdan önemli bir yerde durmaktadır. Kapitalizmin doğuş felsefesi ve Protestanlık arasında bağlantı kuran Weber, moderniteyi dünyanın büyüünün bozulmasında, rasyonalitenin ve buna bağlı olarak da kural yönelimli bürokrasinin ön plana çıkmasında temellendirmiştir.

Sosyoloji, modern toplumun bilimi olduğu için hem modernitenin nesnesi hem de ona dair tartışmaları ürettiği için öznesidir. Herhangi bir dönemin düşünürlerinin o dönemin koşullarından bağımsız fikirler ortaya koymasının ne kadar zor olduğu düşünüldüğünde klasik dönem sosyologların modern topluma ilişkin kuramlar geliştirmiş olmaları anlaşılır bir hâl almaktadır. Durum, modernitenin miadını doldurduğunu düşünen ve “moderniteden sonrasını” inceleyen post-modernistler söz konusu olduğunda biraz daha düşündürücü olmaktadır, çünkü post-modernistler yeni bir dönemin anlatısını yaparken bu yeni dönemin nasıl olduğundan çok, nasıl olmadığından bahsetmektedirler. Bu bağlamda, post-modern felsefe en temelde, moderniteyle ilişkilendirilen meta anlatılara ve ideolojilere şüpheyile yaklaşan veya bunları doğrudan reddeden bir anlayış olarak okunabilir (Lyotard, 1984). Aydınlanma rasyonalitesi post-modernistler tarafından eleştirilmiş, bunun bir uzantısı olarak da modernitenin “nasıl bilebiliriz?” temelli epistemolojik sorularından uzaklaşıp kimliği neyin inşa ettiğine yönelik ontolojik sorulara odaklanılmıştır.

Ancak nasıl ki modernite kavramsallaştırması içerisinde (gelenekselden/eskiden) bir kopuş anlatısı taşıyorsa, post-modernite kavramı da aynı şekilde bir kopuşa işaret etmektedir. “Post-modern” ifadesini, 1979 yılında yayımlanan “La Condition Postmoderne: Rapport Sur Le Savoir”[‡] başlıklı eserinde ilk kez felsefi bir bağlamda kullanan Lyotard (1984: xxiii), kavramı 19. yüzyılın sonlarından itibaren gözlemlenen kültürel dönüşümleri ve bunlara bağlı olarak bilimde, edebiyatta ve sanatta değişen “oyunun kuralları”ndan bahsetmek üzere ele almaktadır. İnsanlık tarihine periyodik olarak yaklaşmak bir dönemin ne zaman bitip bir diğerrinin ne zaman başladığını saptamak zor olduğu için sorunludur. Kimi düşünürlere göre, insanlık post-modern çağı yaşamaktayken kimilerine göre modern çağ hâlâ devam etmektedir. Öte yandan, post-modernizmin İkinci Dünya Savaşı’nın modernizmin algılanan başarısızlıklarını ortaya koyması sonucunda ana akım kültürü açıklamak üzere kullanılan bir kavram olduğu genel olarak kabul görmektedir.

Bir tarihsel dönemin başlangıcını ve bitişini belirleyen faktörlerin belirlenmesindeki sorunların yanı sıra, o döneme verilen ad(lar) da tartışmaları beraberinde getirebilmektedir. Öte yandan, içinde

[‡] Türkçeye “Postmodern Durum” başlığıyla çevrilmiştir.

bulduğumuz dönemi karakterize eden faktörlerin belirginliğinden ötürü söz konusu sorun, kendisini geçmiş dönemlere kıyasla daha az göstermiştir. Bu doğrultuda bilgi ve verinin öneminin sınai üretimin önüne geçmesiyle birlikte içinde bulunduğumuz dönem bilgi çağı, elektronik çağ, bilgisayar çağı, internet çağı, siber çağ ve dijital çağ gibi adlarla anılır olmuştur⁵. Özellikle internet altyapısını kullanarak (kurum ve kuruluşların aksine) bireylerin kendi içeriklerini üretmelerini ve anlık olarak dünyayla paylaşımlarını sağlayan yeni medya, geleneksel medyanın çoğu zaman tek yönlü iletişim modeline bir alternatif sunmuş, önyak olduğu iletişim devrimiyle mevcut dönemin en önemli sembollerinden birisi hâline gelmiştir.

Daha önce de değinildiği gibi, modernite ile ilgili tartışmalara sosyologlar tarafından sıklıkla yer verilmiştir. Modernitenin sosyolojisinin temellerini atan Durkheim, Marx, Weber, Tönnies, Simmel, Mead gibi sosyologların dışında; Giddens, Bauman, Beck, Ritzer, Habermas gibi sosyologlar da modern toplumun analizine önemli katkılar sunmuşlardır. Bu çalışmada modernitenin çağdaş kuramcılarında Ulrich Beck ve Anthony Giddens'in risk ve risk toplumu kavramları ele alınıp günümüz toplumsal yaşantısını değerlendirmek üzere kullanılacaktır. Bu doğrultuda, yeni medya başlığı altında ele alınan sosyal medyanın yarattığı riskler, özel hayatın gizliliği ve kişisel verilerin korunması özelinde tartışılacaktır.

Ulrich Beck ve Anthony Giddens'ta Risk ve Risk Toplumu

Risk, modern toplumdaki, dolayısıyla da Beck ve Giddens'tan çok daha önce var olmuş bir kavramdır. Bundan dolayı etimolojik bir araştırma yapmanın yerinde olacağı düşünülmektedir. Uludağ (2020: 5), risk kavramının kökeni olarak Antik Çağ'a işaret etmektedir. Antik Yunanlılar "rhizikon" sözcüğünü "sakınılması gereken bir kaya veya başka bir tehlike" anlamına gelen bir gemicilik terimi olarak kullanmışlardır. Latince'de de aynı anlamı taşıyan "riscus" sözcüğü bulunmaktadır. Arapça'ya "yaratıcı tarafından geçim için verilen her şey" veya "işin veya zahmetin kesin olmayan sonucu" anlamına gelen "rizq" şeklinde geçen bu sözcük, 1500'lü yıllarda Avrupa'da yeniden tehlikeyi çağrıştıracak şekilde "rysigo" (Almanca), "risco" (İtalyanca) ve "risquer" (Fransızca) biçimlerine bürünmüştür (Brown, 2015). Bu bağlamda bir risk tanımlaması yapılırken istenmeyen bir durum, aksilik veya tehlikenin gerçekleşme ihtimalinden bahsedilebilir. Aslına bakılacak olursa, Arapça'dan Türkçe'ye geçen rızık (rizq) kavramı da bir bilinmeyene işaret etmektedir. Tüm bu bilgiler ışığında risk söz konusu olduğunda akla gelmesi muhtemel kavramların ihtimal, bilinmezlik ve tehlike olduğu söylenebilir.

Modern öncesi dönemde ve günümüzde tehlikeden bahsedildiğinde akla gelen şey aynı değildir. Öyle ki, modern öncesi dönemde tehlikelerin kendiliğindenliği ve rastlantısallığı daha ön plandayken günümüz söz konusu olduğunda bireyin kendi oluşturduğu ve bütün canlıları tehdit ettiği boyutu önem

⁵ Mevcut araştırmacı bu çalışmanın içeriğine en çok dijital çağ kavramının uygun olduğunu düşünmekte, bu yüzden de içinde bulunulan döneme atıfta bulunmak için bu kavramı kullanmayı tercih etmektedir.

kazanmaktadır (Uludağ, 2020: 6). Bu durum, aydınlanma hareketiyle birlikte görülmeye başlanan pozitivist, antroposantrik ve rasyonel sosyo-kültürel ortamın doğal bir sonucudur: Akli dolayısıyla kendisinin diğer canlılardan üstün olduğunu düşünmeye başlayan aydınlanma insanı, bu retorikten hareketle, daha önce doğanın sunduğu tehlikeler karşısında edilgen durumda olma ve onlardan korkma hâlini bir kenara bırakmıştır. Aydınlanma insanı, doğaya hükmetmeye başlamış ve kendisini büyük ölçüde doğanın üstünde konumlandırmıştır. Daha önce doğanın yönlendirmelerine bağlı bir şekilde ve onun içerisinde hareket eden insan, artık onu incelenmesi gereken bir olgu olarak görmeye başlamıştır. Örneğin, daha önceleri bir doğa olayı sonucunda bulunduğu yeri değiştirmek zorunda hisseden insan, artık söz konusu doğa olayına karşı önlemler alabilmeyi öğrenmiştir. Daha sağlam yapılar inşa etmeyi öğrenen insan, bir deprem veya yangın durumunda doğanın kanunlarını olduğu gibi kabul etmek yerine onlarla savaşıma yolunu seçmiştir. Ancak doğa üzerine kurulan bu hakimiyet modern insanın hayatından tehlike ve risk kavramlarını çıkarmamış, bunları dönüştürmüştür.

Modern dönemin farklılık arz eden risk anlayışı, bu kavramın sosyal bilimlerde detaylı olarak incelenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Risk üzerine yapılan sosyolojik analizlerden en kapsamlısının Beck'in "risk toplumu" kavramsallaştırması olduğunu söylemek mümkündür. Öte yandan, Beck'in risk tezine değinmeden önce "modernin bir kopuş olarak post-modern" tartışmalarında nerede durduğunu bilmenin onun risk yaklaşımının daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağı ileri sürülebilir. Alman sosyolog, post-modernizmi reddetmektedir. Ona göre, "modernin ötesinde" bir dünyada yaşamaktan ziyade, "ikinci modernite"ye doğru yol alan bir aşamada yer almaktayız. İkinci modernite ise modern kurumların küresel bir hâl alırken günlük yaşamın gelenek ve göreneklerin etkisinden koptuğu iddiasına dayanmaktadır. Eski sanayi toplumu yok olmakta ve yerini risk toplumuna bırakmaktadır. Beck, post-modernistlerin kaos veya bir örüntü yokluğu olarak gördüğü şeyi, risk veya belirsizlik olarak görmüştür. Risk yönetimi, küresel düzenin birincil özelliğidir. Bilimin ve teknolojinin gelişmesi, daha önceki çağlarda görülmemiş risk durumlarının ortaya çıkmasına zemin oluşturmuştur. Beck, kavramsallaştırmasını ortaya koyarken sürece bütünüyle kötümser bir pencereden bakmaz; bilimin ve teknolojinin insanlara birçok fayda sağladığını kabul eder ancak ölçülmesi güç riskler de yine bilim ve teknoloji tarafından yaratılmaktadır ("Sociology Guide", 2021).

Beck'in "Risikogesellschaft" başlıklı çalışması Sovyetler Birliği'nde yaşanan Çernobil faciasının hemen ardından yayımlanmıştır ve ekolojik kriz, bu sosyal analizin temelini oluşturmuştur. Ekolojik riskler Beck için sanayi toplumlarının baş edilebilir bir yan etkisi olmaktan öte, başlıca ürünü olmuştur. Doğaya hükmetmeye başlayan sanayi toplumu insanı, daha önce maruz kaldığı doğal afetler gibi risklere karşı önlem alabilmenin yolunu öğrenmiştir. Bu dönem insanı, kurduğu fabrikalar sayesinde sanayi öncesi dönem insanını öldüren ölümcül hastalıklara karşı ilaçlar geliştirmiş ve kendisini bu hastalıklardan korumayı başarmıştır. Ancak bu fabrikalar çevre kirliliğine yol açmış, daha farklı hastalıkların boy göstermesine sebebiyet vermiştir. Bu bağlamda, sanayi toplumlarında

karşılaşılan riskler çoğunlukla insan ürünüdür. Sanayi öncesi toplumun doğal riskleri yerini üretilmiş risklere bırakmıştır. Günümüz toplumlarında ise risk, küresel bir boyut kazanarak yalnızca bulunulan bölgeyi etkisi altına almanın ötesine geçmiştir. Dolayısıyla da bir fabrikanın, bir tek bulunduğu çevrenin havasını kirletmesinde görülen yerellik durumu artık dönüşmüştür. Slattery'e (2010: 455) göre,

Atomun parçalanması insana nükleer enerji yaratma gücü verdi. O insanoğluna ayrıca kitlesel imha silâhları yaratma araçları sağladı; DNA'nın şifresinin çözülmesi ona sadece genetik hayatın sırrını değil Tanrı'yı oynama ve klonlanmış insan yaratma gücünü de kazandırdı; fosil yakıtlar insanoğluna 200 yıllık küresel enerji sağlamıştır, ancak insanın bu tür yakıtları kendi çıkarı için ve tutumsuzca kullanması küresel ısınmaya yol açarak günümüzde gezegeni yok etme tehdidi yaratmaktadır. İnsan kendi evreninin kontrolünü daha fazla ele geçirdikçe, paradoksal olarak, hayata ve dünyaya yönelik risklerin, Doğu veya Batı, Kuzey veya Güneydeki tek tek ulusları ve toplulukları değil, aynı zamanda bütün insanlığı etkilediği ve çok daha büyük olduğu görülmektedir.

Beck'in daha çok makro bir çerçeveye sahip olan risk toplumu kavramsallaştırmasının mikro bir yanı da bulunmaktadır. Bir yanıla neo-Marksizm'i aşmaya çalışan bir model sunan (Slattery, 2010: 454) eserinde Beck (1992: 91-92), sanayi toplumunun toplumsal sınıflara vurgu yaparken risk toplumunun bireyselliği ön plana çıkardığından söz etmektedir. Bu bağlamda, sanayi toplumunda ulaşılmak istenen nihai hedef, refahtır. Öte yandan, risk toplumunda ise belirsiz bir geleceğe karşı bireyin kendisini güven altına alması başlıca amaçtır. Diğer bir ifadeyle, sanayi toplumundaki kâr edebilme güdüsü yerini basitçe hayatta kalabilme güdüsüne bırakmıştır. Esgin'in (2013: 688) ifadesiyle, "sınıflı toplumun ihtiyaç hâlindeki vatandaşlarının yerini, risk toplumunda kaygı hâlindeki vatandaşlar almıştır". Buradan hareketle, "günü kurtarmak" söyleminin bu çerçevede geliştiğini söylemek mümkündür. Özellikle kaderci toplumlarda sık sık işitilen "Bugün de sağ salim evimize girebildik.", "Bugünü de kazasız, belasız atlattık." tarzındaki ifadeler ("rızk" kavramıyla birlikte düşünüldüğünde) risk toplumunu karakterize etmektedir. Bunun da ötesinde; iş sözleşmeleri, emeklilik maaşları, sağlık sigortaları, senetler, taahhütnameler gibi yasal dayanağı olan uygulamalar öngörülemeyen geleceğe, risk dolu yarınlarla karşı bir güvence oluşturmak adına ortaya çıkmıştır.

Risk toplumundaki üretilmiş riskler toplulukları, toplumsal sınıfları ve toplumları aşmaktadır. Aslında bu durumdan kaynaklı olarak risk büyümüş ama riskin deneyimlenişi "küçülmüş", bireyselleşmiştir. Sözelimi, alt sınıfa mensup birisi ne kadar biyolojik bir savaşın getireceği riskleri taşıyorsa, üst sınıftan birisi de bu risklere aynı şekilde maruz kalabilmektedir. Diğer bir ifadeyle, risk toplumunun risklerinden tam anlamıyla kaçmak imkânsızdır ve toplumsal cinsiyet ve sınıf gibi değişkenler bu risklere karşı bir kalkan görevi görememektedir. Küreselleşen dünyada risk, hem tüm dünyayı kapsayacak bir noktaya erişmiş hem de bireyin iç dünyasına nüfuz eder hâle gelmiştir. İnsanlar risklere karşı bireysel sorumluluklar almayı öğrenmek zorunda kalmışlardır. Liberal bir atmosfer içerisinde her türlü özgürlüğe sahipmiş gibi görünen risk toplumu insanı, aslında dört bir yandan

tehlikelerle kuşatılmış, bu anlamda karşılaşılabileceği riskler karşısında çaresiz, donanımsızdır. Risklere karşı donanımsız olma durumu, sanayi devrimiyle birlikte doğaya hükmetmeye başlayan insanlar için tezat oluşturmaktadır. Doğayla kurulan tahakküm ilişkisi ruhsal ve psikolojik sorunları da beraberinde getirmiştir.

Risk toplumunda kolektivizmin yerini bireyselleşmeye bırakması durumunu Üvez (2014: 14) şu şekilde açıklamaktadır:

Toplumsal cinsiyet ve aile rolleri değişmektedir. Bu değişim düşünümsellik anlayışının ortaya çıkardığı bir sorundur. Düşünümsellik, bu sorunu sanayi toplumundaki toplumsal ve siyasal kurumlara ve örgütlere dayanan sınıf kültürü ve aile gibi “kolektif vicdan biçimlerine” son vererek gerçekleştirmektedir. Bununla birlikte, toplumsal sınıflara bağlılık gün geçtikçe zayıflamakta, insanlar aile ya da komşuluğun sağladığı geleneksel destek ağlarından kopmaktadır. Bu geleneksizleşme hali bireyselleşme halini daha da artırmaktadır. Bireyselleşmiş bir toplumda da yeni bir eşitsizlik ve bu eşitsizliğin getirdiği sosyal ve siyasi sorunlar ortaya çıkmıştır.

Söz konusu bireyselleşme, bireyin aldığı şahsi kararlarla yaşam tarzını ve alışkanlıklarını değiştirmesini zorunlu kılmaktadır. Sigara içen bir kimse bunun sağlığı üzerinde oluşturacağı olumsuz etkileri bilir ve dolayısıyla sigarayı bırakma kararını verecek olan yine kendisidir. Beck’in kavramsallaştırmasındaki gibi kaotik bir toplumda hayatta kalmak isteyen birey, bilinç seviyesini yükseltmelidir. Risk, her an her yerdedir ve bu da bireyin yaşadığı her anı daha farkındalık sahibi olarak sürdürmesini gerektirmektedir. Aksi takdirde, risk toplumunun tehlikelerine karşı koyabilmek mümkün görünmemektedir. Burada dikkat çeken bir nokta Beck’in refleksif/düşünümsel modernite kavramsallaştırmasıdır. Slattery’e (2010: 456-457) göre, küresel iletişim araçları ve internet aracılığıyla daha çok iletişim kurup daha çok bilgi edinebilmekteyiz. Ancak Beck’in kavramsallaştırmasında bu durum mutlak iyi sonuçlar doğurmak durumunda değildir. Aksine, daha fazla iletişim ve bilgi, daha az kontrolü doğurmaktadır. Bir gıdanın besin değerliyle veya bir ilacın yan etkileriyle ilgili daha fazla bilgiye sahip olmak, beraberinde daha fazla korkuyu da getirmektedir. Öte yandan, bu kontrolsüzlük daha kadercı, daha vurdumduymaz bireyler hâline gelmemizi de sağlayabilir.

Refleksif modernite olgusu çerçevesinde değerlendirildiğinde, yaşanan bireyselleşme aile ve din gibi toplumsal kurumlarda rahatlıkla gözlemlenebilmektedir. Refleksif modernite kavramı, moderniteyi onun bir önceki hâline karşı çıkması bağlamında düşündürmektedir. Birinci modernite nasıl feodal gelenekselliğe karşı çıkmışsa, ikinci modernite de birinci modernitenin kurumlarını ekonomik ve kültürel küreselleşme aracılığıyla çökertmiştir. Esnek çalışma şartları ve kadın özgürlüğünü takiben artan boşanma oranları sonucunda aile artık dağılmakta ve bu süreçte aile üyelerine destek sağlama işlevini yitirmektedir. Din kültürel bir ürün hâline gelmiş, şirketlerin ve sivil toplum kuruluşlarının yükselişiyle birlikte, ulus devlet eski önemini yitirmeye başlamıştır (Ray, 2007: 57). Buradan çıkarılacak sonuç, dayanışma ve otorite kaynağı olarak işlev gösteren eski kurumların bireyselleşmeyle olan

refleksif ilişkilerinin sonucunda bu işlevlerini giderek yitirdiğidir. Bu kurumsal otorite yoksunluğunda birey kendi başının çaresine bakmayı öğrenmelidir.

Ulusal sınırların daha geçirgen bir hâl alıp ulus devletin eski gücünü muhafaza edemediği küreselleşme çağında toplumsal gerçeklik tamamıyla kozmopolit bir yöne doğru evrilmektedir. Kozmopolitliğin, idareli bir şekilde gelişmesine izin verilmediği takdirde, fırsat görünümünde birçok tehdit barındırdığı söylenebilir ("Sociology Guide", 2021). Sonuç olarak, Beck'in "küreselleşirken bireyselleşen" bu dünya tasviri risk üzerine inşa edilmiştir ve söz konusu risk olgusu bireysel anlamda toplumun üyelerini risk bilincine sahip olacak şekilde değiştirip dönüştürürken toplumsal kurumların mutlak otoritelerini yitirmelerine yol açmıştır.

Risk toplumu kavramını ortaya atan kuramcı Beck'tir ancak onu daha yaygın hâle getiren ismin Giddens olduğunu söylemek mümkündür. Giddens (1996: 7) moderniteyi karakterize ederken tartışmasını güvenliğe karşı tehlike ve güvene karşı risk etrafında şekillendirir. Ona göre, toplumsal kurumların gelişip dünya geneline yayılmasıyla beraber insanlar için modern öncesi sistemlere kıyasla daha güvenli ve ödüllendirici fırsatlar ortaya çıkmıştır ancak buna karşılık daha tehlikeli ve risk dolu bir toplumda yaşadığımız da bir gerçektir. Risk ve risk toplumu olguları Giddens için modernitenin başlıca sonuçlarından bir tanesi olmakla birlikte, tek sonucu değildir. Dolayısıyla, Giddens bu noktada Beck'ten ayrılmaktadır.

Giddens'in risk kavramsallaştırması bir kopuş anlatısına dayanmaktadır ancak söz konusu kopuş, modernle post-modern arasına çekilen bir çizgi değildir. Ona göre, geleneksel toplumların bir risk nosyonu bulunmamaktaydı. Bunun nedeni ise, riskin gelecekteki ihtimaller ekseninde aktif olarak değerlendirilen tehlikelere işaret etmesidir. Dolayısıyla da risk olgusu geleceğe odaklanmış ve geleceği fethedilecek veya kolonileştirilecek bir bölge olarak gören toplumlarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Risk, geçmişten aktif bir şekilde kopmaya çalışan toplumları akla getirir ve bu da modern sanayi toplumunun temel özelliğidir (Giddens, 2000: 40).

Giddens riski tanımlarken "aktif" sözcüğünü ısrarla kullanmasına karşın, eylemsizliğin veya aktif olmamanın da riski uzaklaştırmadığına değinir ve Luhmann'ın risk kavramsallaştırmasına karşı bir duruş sergiler. Giddens (1996: 32), Luhmann'ın (2000: 97) "Bir eylemde bulunmazsanız, herhangi bir şeyi riske atmıyorsunuz demektir." önermesine katılmadığını açıkça belirtir ve eylemsizliğin genellikle riskli olduğunu dile getirir. Ekolojik facialar veya nükleer savaşlar bizler istesek de, istemesek de birer risk olarak günümüz dünyasında karşımızda durmaktadır.

Yukarıda değinildiği üzere, Giddens moderniteyi bitmiş bir proje olarak gösteren ve onun arkasından post-modernitenin geldiğini öne süren iddiaları kabul etmemektedir. Giddens bir post-modernist değil, bir geç modernisttir. Geç modern kavramı kapsamında içinde bulunduğumuz dönem, modernitenin radikalleşmesi bağlamında ele alınmaktadır ve aslında risk toplumu, ikinci modernite,

refleksif modernite, akışkan modernite ve üst modernite gibi kavramlar bu şemsiye kavram altında değerlendirilmektedir (Evre, 2011: 66). Geç modernistlere göre, modernliğin ötesindeki bir evreye geçilmesi söz konusu değildir; modernleşme günümüzde de devam etmektedir. Artık modernite, klasik tanımlamada olduğu gibi gelenekselliğe karşı bir süreç olarak değil, kendine içkin dinamiklere atıfta bulunarak açıklanmaktadır**.

Küreselleşme ve radikalleşmenin önemli yer edindiği modernite tanımlamasında Giddens, aydınlanma hareketinin temel niteliklerinden olan aklın, bilginin ve düşünmenin önemini koruduğuna vurgu yapmaktadır. Refleksif/düşünümsel modernite bireylerin toplumsal yaşantılarını nasıl sürdürecekleri bilgisini verir. Böylece, toplumsal pratikleri (yeniden) üreten birey, bir aktör olarak düşünümsel bir şekilde toplumsal yaşantıyı da var etmektedir. Modernite denilen şey, bizzat aktörlerin aktlarının (eylemlerinin) sonucudur. Bu anlamda, günümüzde karşılaşılan risklerle başa çıkabilmek için yine bireysel eylemlere gerek duyulmaktadır. Fail veya ne yaptığını bilen birey, Giddens'in risk toplumunda başat aktördür (Esgin, 2013: 690). Modernite tarafından üretilmiş riskler, sonuçları ve getirdikleri belirsizlikler bağlamında bireyleri dönüştürmektedir. İçinde yaşadığımız çağ, öncekilerden daha tehlikeli veya riskli değildir ancak tehlike ve risk dengesi değişmiştir. Kendi yarattığımız tehlikeler dışarıdan gelen tehlikeler kadar, hatta onlardan daha korkutucudur. Gıda, ilaçlar, evlilik gibi konularda görüldüğü gibi, yaratılan bu tehlikeler insanları bireysel olarak doğrudan etkilemekte ve ilgilendirmektedir (Giddens, 2000: 52). Giddens'in yapı ve fail arasındaki etkileşimi dinamik ve refleksif bir açıdan ele alan yapılaşma teorisi, modernite ve birey olarak da okunabilir.

Giddens'in risk toplumunda da Beck'ininde olduğu gibi insanın doğayla etkileşimi önemli bir referans noktasıdır. Giddens'a (2000: 44, 46, 48) göre, bütün geleneksel toplumlarda ve sanayi toplumunda insanlar doğadan gelecek sel, salgın, kıtlık gibi dış risklerden endişe duymaktayken günümüzde, doğanın insanlara ne yapabileceğinden ziyade, insanların doğaya ne yapmış olduğundan endişe duymaktadırlar. Bu durum, doğadan gelen dış risklerden insanların kendilerinin meydana getirdiği üretilmiş risklere geçişi gözler önüne sermektedir. Üretilmiş risk söz konusu olduğunda risk seviyesinin ne noktada olduğunu bilemeyiz ve çoğunlukla da çok geç oluncaya kadar bu bilgiye sahip olmamız mümkün değildir. Gelecekte olabileceklere yönelik birtakım kestirimlerde bulunabiliriz ancak risk kavramının yanıltmacı da burada kendisini göstermektedir: Sonuç, beklenildiği gibi olabileceği gibi, olmayabilir de.

Risk toplumunun kavramsal temellerini atan Beck ve Giddens, klasik modernitenin sosyolojik kavram ve teorik araçlarının bilimsel riskler ve teknolojik tehlikelerle dolu bir toplumsal görünümü açıklamak için yeterli olmadığını düşünerek çağdaş toplumun dinamiklerini incelemek üzere alternatif

** Refleksif veya düşünümsel ifadesi bu noktada anlam kazanmaktadır. Giddens gibi geç modernistler post-modernistlerin yaptığı gibi bir kopuş tezi üretmek yerine, içinde bulunduğumuz dönemi kendi şartları içinde değerlendirmemiz gerektiğini ifade etmektedirler.

bir sosyolojik imgelem sunmuşlardır. Sanayi çerçevesinde şekillenen birinci modernitenin kavramlarını ikinci, bilimsel modernitenin temelden farklı sorunlarına uygulamanın verimsiz olması tek mesele değildir. Mesele, aynı zamanda yeni sorunlara yeni çözümler üretmek, yeni gelişen teknolojilerin toplumsal etkilerini incelemek için yeni toplumsal kurum tasarıları yapmak ve yeni teknolojilerle bağlantılı olarak ortaya çıkan riskleri idare etmek için yeni düzenleyici sistemler ortaya koymaktır. Modernitenin ikinci, refleksif çağında ortaya çıkan teknolojik riskleri uygun bir şekilde idare edebilmek için “modernitenin senaryosunun yeniden yazılmaya, tanımlanmaya ve icat edilmeye ihtiyacı vardır” (Beck, 1998b: 9; Ekberg, 2007: 343-344). Bu bağlamda, (yeni gelişen) teknoloji(ler) risk toplumunda risk üretimi anlamında temel etkenlerden birisidir.

Bir Risk Olarak Sosyal Medya ve Bilginin Güvenliği ve Gizliliği İlkesi

Beck'in risk toplumu tezini ortaya attığı 1986 yılında dijital devrim olarak da bilinen üçüncü sanayi devrimi yaşanıyordu. İki dünya savaşının ardından sanayileşme ve teknolojik gelişme öncesine kıyasla yavaşlama göstermiştir ancak iletişim teknolojilerinin gelişmesi dijitalleşmenin etkisiyle hız kazanmıştır. Hem Beck hem de Giddens tezlerini teknolojiyle bağlantılandırmışlardır ancak doğrudan dijitalleşmeye odaklanmamışlardır. Bunun sebebi olarak 20. yüzyılın sonlarında dijitalleşmenin toplumsal etkilerine henüz gözle görülür bir şekilde rastlanmıyor oluşu gösterilebilir. 21. yüzyıl veya dijital çağ, dijitalleşmenin toplumsal etkilerinin daha görünür kılındığı ve tecrübe edildiği tarihsel dönem olmuştur. Bu anlamda, dijital çağı risk toplumu tezi üzerinden okumak sosyolojik açıdan önemli bir konudur.

Dijital çağın toplumsal ve bireysel yaşantıya etkisi en belirgin hâliyle sosyal medya üzerinden değerlendirilebilir. Öyle ki, işlerlik gösterebilmek için bilgisayar teknolojisine ihtiyaç duyan yeni medyanın bir parçası olarak düşünülen sosyal medya, dijital çağı hem makro hem de mikro boyutlarda şekillendirmeye devam etmektedir. Van Dijk'a (2006: 2) göre, günümüzde medya ağları, sosyal ağlar ve ekonomik ağlar dünyanın bir ucundan diğer ucuna kadar yayılmaktadır ve dünya tam anlamıyla küresel bir bağlantıya kavuşmuştur. Uydu teknolojisinin, cep telefonlarının ve internetin hızla yaygınlaşmasıyla, gelişmekte olan ülkeler sanayi öncesi toplum görünümünden çıkarak sanayi toplumlarına ve hatta sanayi sonrası ağ toplumlarına dönüşmüştür. 21. yüzyıl ağlar çağı olarak da anılabilir. Ağlar, toplumun sinir sistemi hâline gelmektedir ve insan bedeninde hücreler arasında iletimi sağlayan bu sistem, toplumsal hayatta da yapılar ve aktörler arasında aynı işlevi göstermektedir. İspanyol sosyolog Manuel Castells, ağ tabanlı dijital bilgilerin ve iletişim teknolojilerinin neden olduğu büyük sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel değişimlere dikkat çekmiş ve söz konusu dönüşümleri “ağ toplumu” kavramını kullanarak açıklamıştır.

Günümüzde şirketler çalışanlarıyla iletişimde kalabilmek adına WhatsApp grupları kuruyor; devlet mekanizmaları Facebook ve Twitter üzerinde sayfalar oluşturup halkla ilişkilerini bu platformlar

üzerinden yürütüyor; sanatçılar Instagram aracılığıyla evlerinden konser verip binlerce insan tarafından dinlenebiliyor; bir yönetmen çıkacak olan filminin fragmanını YouTube’da yayınlıyor ve geleneksel medyada olanın aksine, tüm bu örneklerde hedef kitle de anlık olarak iletişim sürecine dâhil olup üretilen içeriği şekillendirebiliyor. Geleneksel medyada olduğu gibi söz sahibi olmak için “medya sektörünün içinde olma” gerekliliği sosyal medya söz konusu olduğunda geçerliliğini yitirmektedir, çünkü medya artık her yerdedir ve insanlar bu platformlarda kendi içeriklerini üretebilmektedir. Hemen her şeyde olduğu gibi sosyal medya söz konusu olduğunda da avantajların yanında dezavantajlardan da bahsetmek mümkündür.

Drahošová ve Balcob (2017: 1008-1009) sosyal medya kullanımının avantajlarını Avrupa Birliği özelinde inceleyerek şu şekilde bir listeleme yapmışlardır: 1-Bilgi paylaşımı ve iletişim, 2-eğitim, 3-veri paylaşımı, 4-takım hâlinde ve evden çalışma, 5-hizmetler, 6-teçhizat ve ekipman paylaşımı. Aynı araştırmacılar, sosyal medya kullanımının dezavantajlarını ise şu şekilde listelemişlerdir: 1-İnternet bağımlılığı, 2-güvenlik açığı, 3-bilgi kirliliği, 4-temas hâlinde olunanlarla iletişimin kesilmesi, 5-diğer. Ahmad (2021) ise sosyal medyanın toplumsal yaşam için on avantajını 1-bağlantı sağlama, 2-eğitim alma, 3-yardım alma, 4-bilgi ve güncellemelerden haberdar olma, 5-reklam yapma, 6-asıl bir amacı gerçekleştirme, 7-farkındalık oluşturma, 8-hükümet ve devlet dairelerinin suçla mücadelesine yardım etme, 9-iş yerlerinin itibarını artırma ve 10-topluluk oluşturmaya yardım etme şeklinde sıralarken sosyal medyanın toplumsal yaşam için on dezavantajını 1-siberzorbalık, 2-kullanılan hesabın başkalarının eline geçmesi, 3-bağımlılık, 4-dolandırıcılık ve sahtekârlık, 5-güvenlik sorunları, 6-itibar kaybı, 7-aldatma ve ilişki sorunları, 8-sağlık sorunları, 9-ölüme sebebiyet verme ve 10-uyuşturucu madde ve alkol kullanımına özendirme şeklinde sıralamıştır.

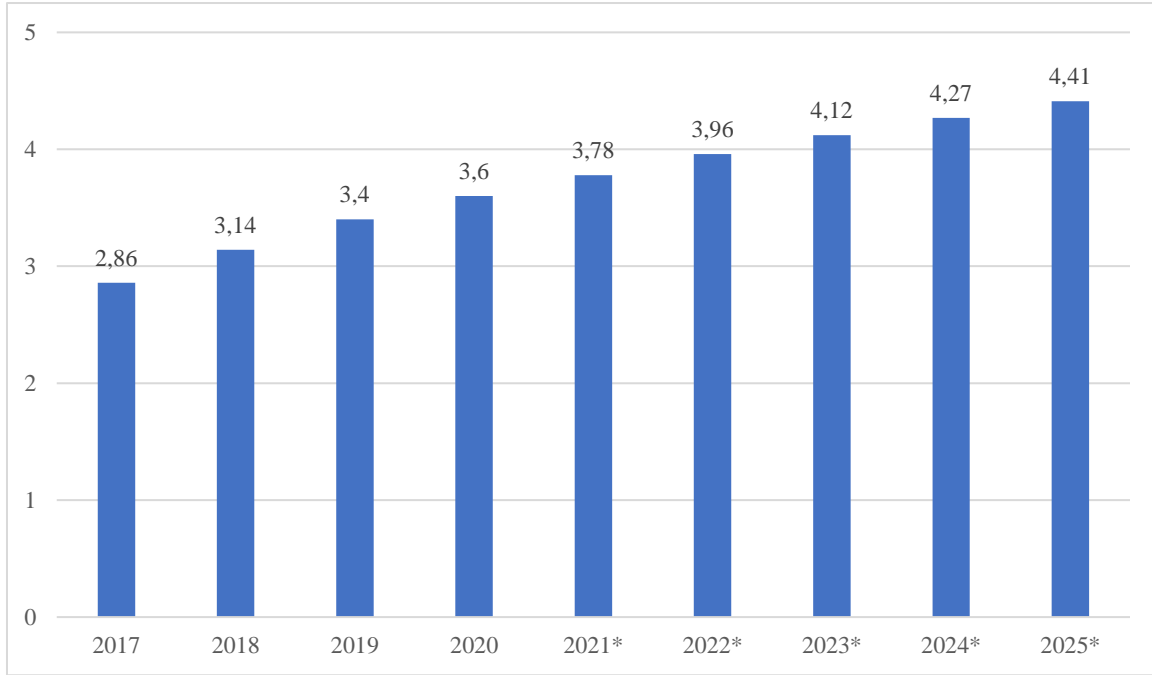
Yukarıdaki maddelerden her birisi ayrı bir çalışmayı gerektirecek kapsamda olsa da risk toplumu açısından özellikle önem arz eden nokta, sosyal medyanın güvenlik ve gizlilik açısından birtakım sorunları beraberinde getirmesidir. Kamusal alan-özel alan ayrımını bulanıklaştıran sosyal medya, özel hayatın güvenliği ve gizliliği söz konusu olduğunda birtakım şaibelere ortam hazırlaması bakımından başarılı bir test verememiştir. Özel yaşam kavramı ilk defa 10 Aralık 1948 tarihinde yayınlanan İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi’nde kullanılmıştır. Bildirge’nin 12. maddesi şu şekildedir: “Hiç kimsenin özel yaşamına, ailesine, evine ya da yazışmasına keyfi olarak karışılmaz, onuruna ve adına saldırılamaz. Herkesin, bu gibi müdahale ya da saldırılara karşı yasa tarafından korunma hakkı vardır”. Sosyal medyanın kamusal alan-özel alan ayrımını bulanıklaştırması, daha önce çoğunlukla özel alana ait bilgilerin mahrem statüsünde değerlendirilmesi durumunun da ortadan kalkmasına zemin hazırlamıştır. Öyle ki, artık kamusal alana fiziksel olarak çıkmaya gerek duymadan hane dışındakilere hane içinin kapıları aralanmaktadır. Hane içini gösteren fotoğraf ve videolar veya bir alışveriş merkezinde çekilen bir ürünün fotoğrafının evinden çıkmamış birisiyle anlık olarak paylaşılması

kamusal alan ve özel alan arasında kesin ayrımların ortadan kalktığını ve her iki alanda üretilen bilginin de özel sayılabileceğine işaretir.

Günümüzde, tarih boyunca karşılaşılan herhangi bir insan grubundan daha çok kendimizle ilgili bilgi veriyor ve veri toplanmasının önüne geçemiyoruz. Çevrimdışı olan yaşantılarımız artık çevrimiçi ve e-ticaret, anlık mesajlaşma, tanıdıklarla iletişimde kalma gibi çevrimiçi yararlar sebebiyle kişisel bilgilerimizi bir nevi takas ediyoruz. Günümüzde verilerin yaşa, cinsiyete, gelire, yaşanılan şehre, beğenilere, girilen sitelere vb. göre kümelenildiği ve insanların veri setleri olarak davranışları üzerinden gruplandırıldığı bilinmektedir. Bu gruplar ise daha sonra satış yapmak isteyen reklamcılara kiralanmakta veya satılmaktadır (Craig ve Ludloff, 2011: 1-2). “Büyük veri” (“big data”) şeklinde kavramsallaştırılan bu durum, dijital çağda doğru ürün veya hizmetin doğru alıcıya ulaşmasını sağlamak gibi avantajların yanı sıra, birtakım risklere de işaret etmektedir. “Elde edilen veri setleri güvenli bir şekilde muhafaza edilmekte midir?”, “Bu veriler iddia edildiği gibi yalnızca reklam şirketlerine mi ulaşmaktadır?”, “Veriler fişleme aracı olarak kullanılabilir mi?” gibi sorular dijital çağın belirsizliklerinin başında gelmektedir ve dolayısıyla da içinde bulunduğumuz dönemin başlıca risk faktörlerindedir.

Her geçen gün biraz daha büyüyen dijital dünyada üretilen veriler; riskler ve belirsizliklerle şekillenen risk toplumunda hem küresel hem de bireysel çapta bir sorun hâlini almaktadır. Öte yandan, Craig ve Ludloff'a (2011: 4) göre, büyük veri yalnızca verinin boyutu kapsamında değil, aynı zamanda mevcut farklı veri kaynakları ve türleriyle birlikte bu verilerin büyük çoğunluğunun kullanıcılar tarafından üretiliyor olması çerçevesinde de değerlendirilmelidir. Bu araştırmacılara göre, dijital dünyanın %70'i e-postalar, Facebook, Twitter, LinkedIn, Flickr, YouTube vs. aracılığıyla kullanıcılar tarafından inşa edilmektedir. YouTube üzerinde 70 milyon civarında video bulunmakta ve bunlar günlük olarak yaklaşık 100 milyon kez izlenmekte; 29 milyardan fazla tweet bulunmakta ve her geçen gün bunlara üç milyon kadar daha eklenmekte; 500 milyondan fazla aktif Facebook kullanıcısı bulunmakta ve bunlar ayda 700 milyar dakikadan fazla süreyi Facebook'ta geçirmektedir. Tablo 1'de dünyadaki sosyal ağ kullanıcılarının 2017'den 2025'e kadarki sayısı gösterilmektedir:

Tablo 1: 2017'den 2025'e Dnyada Sosyal Ağ Kullananların Sayısı (Milyar), *Öngörü



Kaynak: statista, 2020.

2025 yılı itibariyle 4,41 milyar insanın kullanacağı öngörülen sosyal medya platformları, teknolojinin doğurduğu modern bir risk olarak bilginin güvenliği ve gizliliğini hemen herkes için gündeme getirmektedir. Risk toplumunda kişisel verileri hükümet organlarından veya reklam şirketlerinden (ve başka bireylerden) saklamak sosyal ağ kullanarak geçirilen zamanın artmasından dolayı giderek daha zor bir hâl almaktadır. Peki kişisel verilerin sızdırılması yalnızca bir söylenti midir, yoksa bunun bir gerçeklik payı var mıdır?

Genel anlamda bütün sosyal medya platformlarında verilerin düzenli olarak sızdırıldığına dair somut deliller olmamasına rağmen, “Facebook veri skandalı” olarak bilinen olaylar silsilesine bakmak, böyle bir riskin süregelen varlığını ortaya koyacaktır. Facebook’un veri güvenliğini sağlamadaki yetersiz önlemleri nedeniyle 2005 yılından başlayarak özellikle 2018 yılında yoğunlaşan veri skandalıyla ilgili tartışmalar günümüze kadar devam etmektedir. Söz konusu skandal özellikle yaklaşık 87 milyon insanın bilgisinin bir politik danışma ve stratejik iletişim şirketi olan Cambridge Analytica tarafından toplanması etrafında şekillenmiştir. Cambridge Analytica ve SCL Group, Emerdata, Cubeyou ve Onavo gibi bazı diğer şirketler veri kaçakçılığına karşı yetersiz önlemler, Facebook geliştiricilerinin gözetim azlığı ve kullanıcıların oldukça geniş hüküm ve koşulları kabul etmeleri gibi nedenlerden dolayı, kullanıcıların kişisel verilerine erişme imkânı sağlamışlardır. Skandala Cambridge Analytica özelinde bakıldığında, şirketin thisisyourdigitallife adlı bir uygulama ile verileri ele geçirdiği anlaşılmıştır. Masum bir uygulama gibi görünen thisisyourdigitallife, Facebook hesabına eklenip kullanılmaya başlanınca hem kullanıcıların hem de bunların arkadaşlarının profil bilgilerine ve kullanıcı geçmişine erişim sağlamaktadır. Veri, uygulamayı kullanmaya başlayan hesabın ve hesaptaki

arkadaşların Facebook'ta beğeni bıraktığı paylaşımları da kapsamaktadır (Patterson, 2020). Kosinski, Stillwell ve Graepel (2013) bu uygulamanın otomatik olarak ve isabetli bir şekilde cinsel eğilim, etnisite, dini ve siyasi görüş, kişilik özellikleri, zekâ ve mutluluk seviyesi, uyuşturucu madde bağımlılığı, ebeveynlerin ayrı olup olmadığı, yaş ve cinsiyet gibi son derece hassas kişisel bilgileri saptadığını iddia etmişlerdir.

Sosyal medyanın yalnızca Facebook'tan ibaret olmadığı bir gerçektir ancak sosyal medyada bir tekelleşmeye doğru gidildiği de gözden kaçırılmamalıdır. Öyle ki, son on yılın en çok indirilen dört uygulamasının (Facebook, Facebook Messenger, WhatsApp ve Instagram) her biri Facebook'a aittir. 2010-2019 yılları arasında en çok indirilen uygulama Facebook'un ana uygulamasıyken ikinci en çok indirilen uygulama Facebook Messenger olmuştur. Bu dönemde üçüncü en çok indirilen uygulama WhatsApp, dördüncü en çok indirilen uygulama ise Instagram olmuştur. Facebook'tan bağımsız olarak çıkış yapan WhatsApp ve Instagram sırasıyla 2012 ve 2014 yıllarında Facebook tarafından satın alınmıştır (Shead, 2019). Sosyal medyada hâlihazırda büyük bir pazara sahip olan Facebook, tekelleşme yolunda attığı adımlarla dijital dünyayı yönetme konusunda biraz daha güç kazanmıştır.

Sosyal medyanın kullanıcılar tarafından tepki çeken hamlelerinden birisi de bir anlık iletişim uygulaması olan WhatsApp Hizmet Koşulları ve Gizlilik İlkesi'ni değiştirme kararı aldığı anda yaşanmıştır. Yapılan güncellemeyle 8 Şubat 2021 tarihi itibarıyla uygulamaya konulacak olan şartların kullanıcılar tarafından yine bu tarihe kadar kabul edilmesi istenmiş, kabul etmeme durumunda ise WhatsApp kullanmaya devam edilemeyeceği bildirilmiştir. Avrupa Birliği üyesi ülkeleri etkilemeyen bu durum, diğer ülke vatandaşlarını endişelendirmiş ve birçoklarının bu konuyla ilgili harekete geçmelerini sağlamıştır. Bunun nedeni, yapılan güncellenmenin "Facebook Şirketlerinin bir parçası olan WhatsApp, diğer Facebook Şirketlerinden bilgi alır ve bu şirketlerle bilgi paylaşımında bulunur." ifadesini içererek kullanıcılarda özel hayatın güvenliği ve gizliliği ilkesinin ihlal edildiğine yönelik bir algı yaratmış olmasıdır. Bu sürecin ardından; YouTube, Twitter ve ironik olarak WhatsApp ve Facebook gibi sosyal medya platformları üzerinden WhatsApp kullanmayı bırakıp Telegram, Signal gibi alternatiflere yönelmenin daha doğru olacağına dair bir kamuoyu oluşturulmuştur. #WhatsAppiSiliyoruz kampanyası Türkiye özelinde büyük ses getirmiştir ve uzunca bir süre gündemde kalmıştır. Sürecin yanlış anlaşıldığını ifade eden yetkililer, sözleşmeyi kabul etmek için verilen süreyi 15 Mayıs 2021 tarihine kadar ertelemişlerdir ("Habertürk", 2021; "Hürriyet", 2021). 15 Mayıs 2021 sonrasında ise yeni ilkeleri kabul etmeyen kullanıcıların hesapları silinmemiş ancak uygulama üzerinde yapabilecekleri sınırlandırılmıştır.

Yukarıdaki örneklerde kullanıcıları endişelendiren durum, tam olarak risk toplumu kavramsallaştırmasında görüldüğü gibi teknolojik bir gelişmenin sonucunda bireylerin başlarına gelecek durumu bilememeleri, kestirememeleridir. İnsanlar verilerinin bilinmeyen kaynaklarla paylaşılması

durumunda başlarına neyin gelebileceğini öngöremedikleri için risk olgusunun sonuçlarıyla baş etmek zorunda kalmışlardır. Bu mücadele süreci incelendiğinde görülmektedir ki risk, küresel bir boyuta ulaşmıştır ancak riskin sonuçlarıyla baş etmek için bireysel değişimler gerekmektedir. WhatsApp örneğine bakıldığında, kullanıcılar için şahsi bilgilerin üçüncü taraflarla paylaşılması bir risk unsurudur, çünkü bu paylaşımların sonucunda olabilecekleri önceden bilmek mümkün görünmemektedir. Bu durumda iki seçenek vardır: sözleşmeyi kabul etmek veya sözleşmeyi reddetmek. Her iki seçenek de bireyin kendi kararına kalmıştır. Sözleşmeyi kabul etmek, kullanıcıların bakış açısından söz konusu riski de kabul etmek anlamını taşımaktayken sözleşmeyi reddetmek bu riski ortadan kaldırmak demektir. Diğer yandan, WhatsApp gibi yaygın kullanım oranına sahip bir uygulamayı kullanmamak, içinde yaşadığımız küresel dünyada hem ulusal hem de uluslararası anlamda iletişimsizlik riskini doğurmaktadır. Dolayısıyla, bir riskin ortadan kaldırılması, diğer bir riskin ortaya çıkmasıyla sonuçlanır ve bu anlamda risk toplumunda riskin her an her yerdeliği savı doğrulanmış olur.

Risklerin sonuçlarıyla bireysel olarak baş etme gerekliliği bununla sınırlı değildir. Smith vd. (2013: 2) sosyal medyada özel hayat tartışmalarının iki boyutuna dikkat çekmişlerdir: Büyük veriyle bağlantılı olan tehditler başkaları tarafından yaratılan sorunlar olarak değerlendirilmektedir. Buradaki temel risk, bilgilerin istenmeyen tarafların eline geçmesi ve bu durumda neler olabileceğinin bilinmemesidir. Bunun dışında, sosyal medya kullanıcılarının kendi yarattıkları sorunlar vardır. Örnek olarak, bir kullanıcının kendisiyle alakalı herhangi bir açıdan uygunsuz sayılabilecek bir fotoğrafı özel bir albüme koymak yerine başkalarının da görebileceği bir albüme koyması düşünülebilir. Sosyal medya kullanıcısı yapacağı paylaşımları oluşabilecek her türlü riske karşı bizzat kontrol etmelidir. Paylaşılan ortam dosyaları dışında; yapılan yer bildirimleri, beğeniler ve yorumlar da benzer riskler taşımaktadır. Refleksif modernite, failin kendi eylemleri üzerine düşünmesi ve bilinçli adımlar atması gerekliliğini doğurmaktadır. Buradan da anlaşılabilir gibi, dijital dünyada atılacak (veya atılmayacak) her adım, o adımla ilişkili risklere karşı bilinçli olmayı gerektirir.

Sonuç Yerine

İnsanlara kendisinden önceki dönemlerden daha fazla imkân, seçenek ve özgürlük sunuyor gibi görünen dijital çağ, yaşanan teknolojik gelişmeler ışığında bir 19. yüzyıl fütüristinin ütopyik tahayyülüne uygun toplumsal görüntüler ve yaşam tarzları sağlıyor olabilir. Küresel iletişim devrimi sonucu medya geleneksel ve yeni olmak üzere ikiye ayrılmış, ikinci kategoriye dâhil edilen sosyal medya ise farklı fikirlerin dile getirilebildiği ve dünyanın öteki ucunda neler olduğunun anlık olarak birinci ağızdan öğrenilebildiği bir araç olarak hayatlarımıza girmiştir. Cinsiyet, dil, din, ırk, gelir durumu, medeni durum, yaşanan yer gibi değişkenlere bakılmaksızın bireylerin katılımına izin veren sosyal medya platformları, sosyal bir varlık olan insana iletişim ihtiyacı anlamında belli başlı faydalar

sağlamıştır. Ancak yaratılan bu liberal atmosferin içerisinde karanlık bir yan da mevcuttur. Mevcut çalışmada sosyal medyanın bu karanlık tarafında duran bazı noktalar açıklanmaya çalışılmıştır.

Post-modernistler, içinde bulunduğumuz dönemi moderniteden bir kopuş olarak değerlendirirlerken geç modernistler, modernitenin sonunun geldiği değil, dönüşüme uğradığı argümanını savunmaktadırlar. Bu bağlamda, modernitenin bilgi, akılcılık, düşünme, ilerleme, gelişme gibi anahtar kavramları, yerlerini yeni kavramlara bırakmamış, aksine etkilerini artırmışlardır. Dijital çağ ve risk toplumu bir arada düşünüldüğünde Beck ve Giddens'in iddialarının her zamankinden daha geçerli olduğu anlaşılmaktadır. Dijital çağda bilimsel ve teknolojik gelişmeler daha fazla, daha çevreleyici ve daha ciddi sonuçları olan bir tür risk algısını hayatlarımıza sokmuştur. Yaşanan iletişim devriminden sonra Beck'in ikinci modernitesinin yerini yavaş yavaş üçüncü moderniteye bıraktığını söylemek mümkündür. Oluşan bu üçüncü modernite temelde "Facebook neslinin" ortaya çıkması ve ortalama insanın dünyayı dönüştürmesi gibi durumlar çerçevesinde şekillenmektedir (De Vulpian, 2008). Peki, bu durum insanlık (ve doğa) için müjdeli bir haber midir, yoksa çığırından çıkmış bir risk toplumunun ayak sesleri mi? Belki de bu soruya verilebilecek en iyi cevap Facebook'un kurucusu Mark Zuckerberg'ün şu sözlerinde saklıdır: "En büyük risk, hiç risk almamaktır... Çok hızlı değişen bir dünyada başarısızlığa uğratacağı kesin olan tek strateji, risk almamaktır" (Wundenberg, 2019).

Kaynakça

- Ahmad, B. (2021, 1 Şubat). 10 advantages and disadvantages of social media for society. Erişim adresi: <https://www.techmaish.com/advantages-and-disadvantages-of-social-media-for-society>
- Beck, U. (1992). Risk society: Towards a new modernity (M. Ritter, Çev.). Londra: Sage Publications.
- Beck, U. (1998b). Politics of risk society, J. Franklin (Ed.), The politics of risk society kitabı içinde (s. 9-22). Cambridge: Polity Press.
- Brown, J. M. (2015, 20 Kasım). The etymology of risk. Erişim adresi: <https://thereformedbroker.com/2015/11/20/the-etymology-of-risk/>
- Craig, T. ve Ludloff, M. E. (2011). Privacy and big data. Sebastopol: O'Reilly Media.
- De Vulpian, A. (2008). Towards the third modernity: How ordinary people are transforming the world. Charmouth: Triarchy Press.
- Drahošová, M. ve Balcob, P. (2017). The analysis of advantages and disadvantages of use of social media in European Union. Procedia Computer Science, 109, 2017, 1005-1009.
- Durkheim, É. (1964). The division of labor in society. New York: Free Press.
- Ekberg, M. (2007). The parameters of the risk society: A review and exploration. Current Sociology, 55 (3): 343-366.
- Esgin, A. (2013). İmal edilmiş belirsizlikler çağının sosyolojik yönelimi: Ulrich Beck ve Anthony Giddens kaynaklı "risk toplumu" tartışmaları. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12 (3), 683-696.
- Evre, B. (2011). Geç modern veya postmodern bağlamda değişen siyasetin yeni biçim(ler)i. LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (1), 65-75.

- Giddens, A. (1996). *The consequences of modernity*. Cornwall: Polity Press.
- Giddens, A. (2000). *Runaway world: How globalisation is reshaping our lives*. New York: Routledge.
- Habertürk. (2021, 11 Ocak). WhatsApp sözleşmesi 2021 nedir, ne anlama geliyor? WhatApp gizlilik sözleşmesi nasıl iptal edilir? Erişim adresi: <https://www.haberturk.com/whatsapp-sozlesmesi-nedir-ne-anlama-geliyor-whatapp-gizlilik-sozlesmesi-nasil-iptal-edilir-2932352-teknoloji>
- Hürriyet. (2021, 16 Ocak). WhatsApp'tan gizlilik sözleşmesi açıklaması! Geri adım attılar. Erişim adresi: <https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/son-dakika-whatsapp-tan-gizlilik-sozlesmesi-aciklamasi-tarihi-geri-aliyoruz-41715997>
- Kosinski, M., Stillwell, D. ve Graepel, T. (2013). Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. *PNAS*, 110 (15), 5802-5805. <https://doi.org/10.1073/pnas.1218772110>
- Lash, S. ve Friedman, J. (1992). Introduction: Subjectivity and modernity's other. S. Lash ve J. Friedman (Ed.), *Modernity and identity* kitabı içinde (s. 1-30). Oxford: Blackwell.
- Linehan, D. (2009). Modernity. R. Kitchin ve N. Thrift (Ed.), *International encyclopedia of human geography volumes one to twelve* kitabı içinde (s. 157-163). Oxford: Elsevier.
- Luhmann, N. (2000). Familiarity, confidence, trust: Problems and alternatives. G. Diego (Ed.), *Trust: Making and breaking cooperative relations* kitabı içinde (s. 94-107). Oxford: Wiley-Basil Blackwell.
- Lyotard, J. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge* (G. Bennington ve B. Massumi, Çev.). Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Marx, K. (1973) *Grundrisse: foundations of the critique of political economy*. Harmondsworth: Penguin.
- Patterson, D. (2020, 30 Temmuz). Facebook data privacy scandal: A cheat sheet. Erişim adresi: <https://www.techrepublic.com/article/facebook-data-privacy-scandal-a-cheat-sheet/>
- Ray, Larry. (2007). *Globalization and everyday life*. New York: Routledge.
- Shed, S. (2019, 18 Aralık). Facebook owns the four most downloaded apps of the decade. Erişim adresi: <https://www.bbc.com/news/technology-50838013>
- Shilliam, R. (2017). Modernity and modernization. R. A. Denmark (Ed.), *The international studies encyclopedia volume VIII* kitabı içinde (s. 5214-5232). Malden: Wiley-Blackwell.
- Slattery, M. (2010). *Sosyolojide temel fikirler* (Ü. Tatlıcan, Çev.). İstanbul: Sentez Yayıncılık.
- Smith, M., Szongott, C., Henne, B. ve Von Voigt, G. (2013). Big data privacy issues in public social media. 6th IEEE International Conference on Digital Ecosystems and Technologies (DEST), 18-20 Haziran 2012, Campione d'Italia, Bildiriler kitabı içinde (s. 1-6). İtalya: IEEE Xplore.
- Sociology Guide. (2021). Post modernism. Erişim adresi: <https://www.sociologyguide.com/post-modernism/>
- statista. (2020, Temmuz). Number of social network users worldwide from 2017 to 2025. Erişim adresi: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Uludağ, Z. (2020). Risk toplumunda sosyal medyanın rolü (Yüksek Lisans Tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Üvez, F. (2014). Medya ve risk toplumu ilişkisi bağlamında terör haberlerinin analizi (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Van Dijk, J. (2006). *The network society*. Londra: SAGE Publications.

Aykut SİĞİN

Ulrich Beck ve Anthony Giddens'in Risk Toplumu Kavramsallaştırması Işığında Sosyal Medya ve Bilginin Güvenliği ve Gizliliği İlkesi

Wundenberg, Z. (2019, 6 Mayıs). Not taking a risk is the biggest risk of all. Erişim adresi: <https://www.canberratimes.com.au/story/6107725/not-taking-a-risk-is-the-biggest-risk-of-all/#:~:text=out%20what%20could.>
,Mark%20Zuckerberg%20famously%20said%3A%20%22The%20biggest%20risk%20is%20not%20taking,he%20might%20be%20onto%20something

Çocuk Gelişimi Öğrencilerinin Ait Olma Düzeyleri İle Yetişkin Motivasyonları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Esin SEZGİN*
Erhan ALABAY†

Öz

Bu çalışmanın amacı, çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin ait olma düzeyleri ile yetişkin motivasyonları arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırmada nicel araştırma desenlerinden, ilişkisel tarama modeli tercih edilmiştir. Araştırmanın çalışma grubunu, İstanbul'da eğitim veren üniversitelerden rastgele örnekleme yöntemine göre seçilmiş toplam 166 çocuk gelişimi lisans öğrencisi oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak "Ait Olma Ölçeği" ile "Yetişkin Motivasyonları Ölçeği" kullanılmıştır. Araştırma sonucunda çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin sınıf düzeyleri ile Ait Olma Ölçeği ve Yetişkin Motivasyonları Ölçeği puanları arasında anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmazken, cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmıştır. Bu farklılaşmanın kadın lisans öğrencilerin lehine olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin Ait Olma Ölçeği "Arkadaş Grubu", "Aile" ve "Meslek" alt boyut puanları ile Yetişkin Motivasyonları Ölçeği "İçsel Motivasyon", "Dışsal Motivasyon" ve "Toplam Motivasyon" puanları arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Gelişimi Lisans Öğrencisi, Ait Olma Düzeyi, Yetişkin Motivasyonları.

Investigation of the Relationship between Child Development Students' Belonging Levels and Adult Motivations

Abstract

The aim of this study is to examine the relationship between child development university students' belonging levels and adult motivations. The research was designed according to the relational survey model, one of the quantitative research designs. The study group of the study consists of 166 child development undergraduate students selected by random sampling method from universities in Istanbul. The "Belonging Scale" and the "Adult Motivations Scale" were used as data collection tools in the study. As a result of the research, no significant difference was found between the grade levels of the students and the scores of the Belonging Scale and Adult Motivations Scale. However, a significant difference was found between students' gender variable and scale scores. It is concluded that this differentiation is in favor of female undergraduate students. In addition, a moderate positive correlation was found between the scores of "Friendship Group", "Family" and "Profession" and "Intrinsic Motivation", "Extrinsic Motivation" and "Total Motivation" scores.

Keywords: Child Development Undergraduate Student, Level of Belonging, Adult Motivations.

Geliş/Received: 18.10.2020

Kabul/Accepted: 17.02.2021

* Bu çalışma için, Sağlık Bilimleri Üniversitesi Hamidiye Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu'na başvurulmuş olup, 02.10.2020 tarih, 2020/19 toplantı sayısı ve 20/375 kayıt numarası ile etik kurul alınmıştır. Ayrıca araştırmanın her bir basamağında tüm yayın etiklerine uyulmuştur.

* Dr. Öğr. Üyesi, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çocuk Gelişimi Bölümü, esin.sezgin@sbu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-9772-9855

† Doç. Dr. Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Hamidiye Sağlık Bilimleri Fakültesi, Çocuk Gelişimi Bölümü, erhan.alabay@sbu.edu.tr, Orcid: 0000-0003-4025-2352
(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Üniversite eğitiminin hem toplumsal hem de bireysel etkileri büyüktür. Kaliteli bir eğitim sürecinden geçen lisans öğrencileri elde ettiği akademik bilgiler doğrultusunda özel ve sosyal getiriler elde edebilir. Öğrenciler mezun olduktan sonra istihdam olasılığının artması, verimlilik ve daha fazla gelir elde etme gibi fırsatlara sahip olabilmektedir (Gölpek, 2012). Fakat her üniversite öğrencisi üniversite eğitimini tamamlayamamaktadır. Çeşitli nedenlerden dolayı öğrencilerin üniversite eğitimini yarıda bırakmak zorunda kaldığı görülmektedir. Şimşek (2012)'in çalışmasına göre üniversite öğrencilerinin fakülte öğretim elemanlarından memnun olmama, sosyal etkinliklerden memnun olmama ve fakülte'deki derslerde zorlanma gibi nedenlerinden dolayı üniversiteyi bıraktığı saptanmıştır. Türkiye'deki resmi verilere göre, 2013-2014 eğitim öğretim döneminde 135 bin, 2014-2015 eğitim öğretim yılında 161 bin öğrenci kayıt sildirmiştir. 2015-2016 eğitim öğretim yılında ise bu sayı 197 bine çıkmıştır. Sonraki yıllara gidildikçe bu sayının daha da arttığı görülmüştür. 2017-2018 eğitim öğretim yılında üniversiteyi bırakanların sayısı bir önceki yıla oranla %92 artarak 408 bine yükselmiştir (Güçlü, 2019). Üniversitede lisans programına devam eden öğrencilerin ait olma duygusu ve motivasyon ile akademik başarı, cinsiyet, sınıf düzeyi arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma olduğu görülmektedir. Yapılan bu çalışmalarda, aidiyet duygusu ve motivasyonun özellikle eğitim ortamlarında akademik başarıyı, üniversite tercihini, üniversiteye devamını etkilediği bulunmuştur. Öğrencilerin okul kapsamında öğrenme yöntemleri ve gelişimleri, akademik olarak başarılı olabilmelerini sağlamak için bilgi ve bilişsel kaynakları geliştirme gibi temel konularla ilgilenen araştırmacılar, öğrenci motivasyonu olumlu yönde etkileyecek, yeni öğretim müdahaleleri, projeler, yeni müfredat ve yenilikçi teknolojik araçlar geliştirmeye çalışmışlardır (Pintrich, 2003).

Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin eğitim kurumlarına devam etmelerine ve üniversite ve bölüm seçimine, öğrenmeye motivasyon ve ait olma duygusunun etkilerinin olduğu düşünülmektedir. Çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin motivasyon ve ait olma duygularının karşılaştırıldığı ilk çalışma olma özelliğini taşıyan bu çalışma, üniversite çocuk gelişimi lisans programına devam eden öğrencilerinin motivasyon ve ait olma duygularının cinsiyet, sınıf düzeyi ile ilişkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda daha etkili eğitim program ve yöntemlerinin tasarlanmasına, daha yüksek eğitim performansına katkıda bulunulmasında ve çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin içsel ve dışsal motivasyon ve aile arkadaş ve mesleğe ait olma düzeyleri belirlenerek üniversite eğitimine devam etme, akademik başarı ve mesleklerine yönelik olumlu algı geliştirmelerinde de yapılacak olan çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

Ait Olma Duygusu

İnsanların diğer insanlarla yakın, kalıcı ve olumlu ilişkiler kurma, bir gruba ait olma ve ait olduğu gruplarla bağlarını koruma gibi ihtiyaçlar insan davranışının temel ihtiyaçları olarak görülmektedir. Bu ihtiyaçlar içinde diğer insanlarla sürdürülebilir ilişkiler kurma ve sürdürme motivasyonu ise aidiyet ihtiyacı olarak adlandırılmaktadır. Aidiyet ihtiyacını oluşturan kişilerarası ilişkiler, insan evriminin başlangıcından itibaren yaşamın içinde var olmaya devam etmektedir. Bireylerle güçlü sosyal bağlara sahip olmak, insanların hem hayatta kalma hem de üreme şansını artırmıştır. Bu nedenle ortaya çıkan doğal seleksiyon, bu tür bağlar için güçlü bir motivasyona sahip ataları tercih etmiş ve bireylerin kabul görmelerini ve reddedilmelerini önleyen özelliklerin gelişmesine neden olmuştur (DeWall, Deckman, Pond, ve Bonser, 2011; Silvia ve Kwapil, 2011; Spithoven, Lodder, Goossens, Bijttebier, Bastin, Verhagen, ve Scholte, 2017; Aydın, Şahin, Yavuz Güzel, Abayhan, Kaya ve Ceylan, 2013).

Alanyazın incelendiğinde, birçok kuramcının kuramına göre ait olma, kişiler için temel ihtiyaçlar arasında sayılmaktadır (Ersanlı ve Koçyiğit, 2013). Adler, bireyin ruh sağlığı ve toplum sağlığının ait olma duygusu ile ilişkili olduğunu, ait olmaya yönelik çabalarında aşağılık duygularının üstesinden gelmek için doğuştan gelen yaratıcılığa sahip olduğunu savunmuştur (Shifron, 2010). Maslow (1987)'a göre fizyolojik ve güvenlik ihtiyacı karşılandıktan sonra insanın en önemli ihtiyaçlarından birkaçı da statü, bağlılık ve yüksek benliktir (Kuşat, 2003; Ersanlı ve Koçyiğit, 2013). Ait olmanın içeriğinde insanlar arasında diğer insanlar tarafından kabul edilmesi, bilinip tanınması, bulunduğu ortamda değerli hissedilmesi ve değerli görülmesi gibi durumlar bulunmakta ve bu durumlar bireyler için oldukça önem arz etmektedir (Levett-Jones, Lathlean, Maguire ve McMillan, 2011). Fromm ise ilişki ihtiyacı ve köklülük ihtiyacı bireyin bir köke ait olmayı içerdiğinden bahsetmektedir (Ersanlı ve Koçyiğit, 2013).

Ait olma ihtiyacı genellikle bireyler ve topluluklar için doğuştan gelen, temel ve güçlü bir toplumsal ihtiyaçtır (Wilson, 2014). Aidiyet ise *“bireyin çevresi ile kurduğu ve aile, vatan, etnik köken gibi bilinçsiz ya da eğitim, siyaset, meslek gibi bilinçli tercihleri ile şekillendirdiği güncellenen ve değişkenlik içeren (Keskin ve Pakdemirli, 2016), güven ihtiyacını karşılamaya dönük bir güç ortaklığında ait olan ve ait olunan arasındaki karşılıklı sorumluluğu harekete geçiren (Alptekin, 2011) bir durum”* olarak tanımlanabilir. Ait olma duygusu, onlarca yıldır hem eğitim alanında hem de psikoloji alanlarında sıklıkla kullanılan bir kavramdır. Genel anlamda, ait olma duygusu, başkalarıyla bir ilişki veya bağlantı hissini ifade eder (Booker, 2006). Ait olma duygusu, *“gruba ait olma, birbirleri için önemli olma, paylaşılmış ortak bir amaç ve birliktelik”* olarak ele alınabilir (Keskin ve Seferoğlu, 2017). Ait olma kavramı ile bağlılık kavramı karşılaştırıldığında ise ait olma durumunun daha köklü ve çift yönlü olduğunu söylememiz mümkündür. Bağlılık tek taraflılık içerirken, aidiyet ise tarafların karşılıklı

kabul ve sahiplenmesi sonucunda bireyin hem kişisel ve sosyal kimliğinin yansıması olarak ele alınır (Keskin ve Pakdemirli, 2016).

Bireyin yaşamının anlam bulması ve yaşamının desteklenmesi için en önemli unsurlardan birisi de bireyin ailesine, mesleğine, kültürüne ve içinde bulunduğu topluma aidiyet duygusudur. (Mavili, Kesen ve Daşbaş, 2014). Alanda bu konu ile ilgili yapılan çalışma bulguları incelendiğinde, aidiyet duygusu yüksek olan bireylerin işlevsellik düzeylerinin de yükseldiği tespit edilmiştir. Aynı zamanda yine kişinin aidiyet duygusu arttıkça bireyin hem psikolojik hem de sosyal işlevsellik özelliklerinin de pozitif yönde etkilendiği saptanmıştır (Hagerty, Williams, Coyne ve Early, 1996). Birey aidiyet duygusunu kaybettiğinde ise yeniden bağlanma ya da ait olma şansı olmadığına dair bir algıya sahip olur ve birey kendini güveli hissetmez. Bunun sonucunda, birey sosyal soyutlanma, yalnızlık ve yabancılaşma gibi durumları yaşayabilir ve bu durumun sonucunda saldırgan, antisosyal ve dürtüsel davranışlar gösterebilir. Çalışmalar, bu bireylerde şizofreni, suç veya öç alıcı davranışı içeren durumlar görülebildiği (Ferguson, 2010; Wilson, 2014), yüksek düzeyde aidiyet ihtiyacının, düşük benlik saygısı, yalnızlık, olumsuz etki ve nevroz ve eleştirilme veya reddedilme korkusu gibi çeşitli sorunlu veya istenmeyen özelliklerle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Leary, Kelly, Cottrell ve Schreindorfer, 2013). Ayrıca araştırmacılar, yalnızlık, kaygı veya depresyon durumu ile baş eden bireylerin problemlerinden kurtulmaları için yakını bireyler tarafından sevgi, ilgi ve kabul görme gibi duyguların önemi üzerine durmuşlardır (Wilson, 2014).

Motivasyon

Davranışı açıklamada kullanılan bir terim olan motivasyon, insanların davranışları, istekleri ve ihtiyaçlarını içermektedir (Şeker, 2015). Motivasyon genel anlamda, “*kişide davranışın uyarılmasını ilk istek ve arzuların seçilmesi, sıralanması, yönlendirilmesi ve sürdürülmesi yoluyla bilişsel ve motor süreçleri başlatan, yönlendiren, koordine eden, güçlendiren, sonlandıran ve değerlendiren dinamik bir uyarılma halidir*”. Bireyin davranışına enerji vermekte ve hedefe ulaşmak için harekete geçmeye zorlamaktadır (Singh ve Singh, 2011; Dörnyei ve Ushioda, 2011). Motivasyon genellikle içsel ve dışsal motivasyon olmak üzere iki boyutta ele alınmaktadır. İçsel motivasyon daha çok eğlenceli ve ilginç şeyleri yapmayı ifade eder (Fagan, Neill ve Wooldridge, 2008; Pintrich ve Schunk, 2002). Bireyin seçtiklerine inancı fazla ise kendi iyiliği için faaliyette bulunma artar ve faaliyetin bireyde oluşturduğu hedef ve beklentileri (Patall, Cooper ve Robinson, 2008), merak, ustalaşma arzusu, etkinliklerde yetkinlik gösterme nedeni ile hazır olmayı (Shroff, Vogel ve Coombes, 2008) içermektedir. Dışsal motivasyon daha çok ödül ve cezaya odaklanır, başkalarının onayı, bir faaliyetin bir amaç için meşgul olma aktivite ile özdeşleşme ve bütünleşme olarak ele alınmaktadır (Ryan ve Deci, 2000; Pintrich ve Schunk, 2002).

Motivasyon özellikle öğrenmede çok önemli bir rol oynamaktadır (Singh, 2011). Öğrenmeye duyulan heyecan, ilgi ve coşku motivasyonun temel bileşenleridir (Aggarwal, 2015). Sadece öğrenme ile sonuçlanan faaliyeti harekete geçirmekle kalmaz, aynı zamanda sürdürür ve yönetir (Singh ve Singh, 2011; Singh, 2011). Öğrencilerin bilgi edinmelerini, sosyal nitelikler geliştirmelerini, inisiyatif almalarını, aktivitelere devam etmelerini, performanslarını daha iyiye ulaştırmalarını sağlamakta, davranışa yön ve amaç vermekte, araştırma ve disiplin duygusu geliştirmelerine yardımcı olmaktadır (Singh ve Singh, 2011; Aggarwal, 2015). Motivasyonu birçok farklı etmen etki etmektedir. Bazen öğrencinin kendi kişiliği motivasyonu etkileyeceği gibi bazen de öğrencinin yeteneği motivasyonu etkileyebilir. Bunun dışında bireyin kişilik özellikleri, öğretim sürecinde kullanılan materyal ve bu materyallerin özellikleri, eğitim ortamı, eğitim aldığı eğitimci özellikleri gibi farklı durumlarda öğrencinin motivasyonunu olumlu veya olumsuz olarak etkileyebilmektedir (Slavin, 2013). Ayrıca motivasyonun kültürden de etkilendiği görülmektedir. Örneğin, Hong Kong ve Çin'deki öğrencilerin öğrenme motivasyonu Konfüçyüsçü bir bakış açısıyla bağlantılıdır ve Batı kültüründen farklıdır. Çinli öğrenciler öğrenme, kişisel hırs, aile, akran desteği, maddi ödül ve ilgi dikkate alınarak daha pragmatiktir (Doghonadze, 2018).

Tüm eğitim basamaklarında olduğu gibi üniversite öğrencileri ile de motivasyon üzerine pek çok çalışma yapılmıştır. Bu araştırmalar sonucunda eğitim çerçevesinde motivasyonu artırmanın pek çok yolu olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bunların arasında, öğrencilerin yeteneklerine, yaratıcılıklarına, başarılarına yönelik güven ortamı yaratmak, benlik saygısını arttırmak, objektif, kullanılabilir, seçim yapabileceği, heyecan verici konular sunmak, ses-video materyalleri, iyi örnekler, interaktif ders verme, öğrencilerin eğitim sürecinin planlanmasına ve uygulamasına katılımını sağlamak, aktif öğrenme fırsatı verme, öğrenme konusunda daha fazla sorumluluk alma, kendilerini gözlemleme ve öğrenme stili, yöntemleri ve stratejileri konusunda verimli olma, düzenli öz-değerlendirme, daha öz-eleştirel ve talep etme, bilgiye ulaşmak için çalışma vb. yer almaktadır (Doghonadze, 2018). Öğrenci motivasyonunun değiştirilebilir ve yukarıda belirtilen değer ve koşullara duyarlı olduğu düşünülmektedir. Bu durum öğretmenler ve okul psikologları tarafından öğretim yöntem ve tekniklerin, sınıf ve okul tasarımların, öğrencileri akademik başarı için motive etmede fark yaratabileceğini gösterir (Linnenbrink ve Pintrich, 2002).

Konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde motivasyon ve ait olmaya yönelik çalışmalara çok az sayıda olduğu görülmektedir. Araştırmamızla benzerlik gösteren ulaşabildiğimiz tek çalışma olarak, üniversiteye öğrenci olarak devam eden sporcuların başarı motivasyonu, algılanan okula ait olma ve akademik başarı arasındaki ilişkilerini karşılaştıran araştırma karşımıza çıkmaktadır (Anderson, 2010). Konu ile ilgili daha çok alanyazında üniversite öğrencilerinin motivasyonları veya ait olma duyguları ile yapılmış çalışmalar yer almaktadır. Aidiyet duygusuna yönelik yapılan çalışmalarda;

öğrencilerin okula aidiyeti ve arkadaşlarına verdikleri değer arasındaki ilişki (Goodenow ve Grady, 2010), farklı okullara devam eden öğrencilerin ait olma duygusu (Xin, 2010), hemşirelik öğrencilerinin mesleki ait olma (Sedgwick ve Rougerau, 2010), okula ait olma, akademik duygular ve akademik başarı (Fong Lam, Chen, Zhang ve Liang, 2015), aidiyet duygusu zihinsel sağlık, refah ve yaşam kalitesi ile ilişkisi (Choenarom, Williams ve Hagerty, 2005; Young, Russell ve Powers, 2004), farklı kültürlerde üniversiteye ait olma duygusuna etki eden etmenler (Museus, Yi ve Saelua, 2017) incelenmiştir. Bir diğer çalışmada ise, okula ait olma duygusu ile üstbilişsel ve akademik zaman yönetimi stratejileri arasındaki ilişkilere aracılık etmiştir (Won, Wolters ve Mueller, 2017).

Önemli sayıda çalışmanın motivasyonu içsel ve dışsal motivasyon kategorilerini kullanarak değerlendirdiğini ve birçok çalışmanın öğrencilerin motivasyonunu veya motivasyon eksikliğini belirlemeye yönelik olduğu görülmektedir (Schoeffel, Wazlawick ve Ramos, 2018). Özellikle eğitimin tüm aşamalarına yönelik yapılan araştırmalarda motivasyonun önemli bir yer tuttuğu da görülmektedir. Bu araştırmalar incelendiğinde, öğrencilerin davranışsal, duygusal ve bilişsel katılımının öğrencilerin çalışma motivasyonunu belirlediği, bireyin akademik çalışmalarının içsel ve dışsal olarak motive olma derecelerine etkisinin olduğu (Henderson King ve Smith, 2006), motivasyon ve öğrenmeye yönelik odaklanma (Kiran Singh, 2012), motivasyon ve çaba düzeyini belirleyen karar verme süreci (Cole, Feild ve Harris, 2004), motivasyon ile akademik başarı ilişkisi (Peklaj ve Levpušček, 2006; Özgüngör ve Kapıkıran, 2008; Şahin ve Çakar, 2011; Eymur ve Geban, 2011; Singh, 2011; Amrai, Motlagh, Zalani ve Parhon, 2011; Yükseloğlu ve Karagüven, 2013; Wood, Hilton ve Hicks, 2014; Çetin, 2015; Taşkesen, Yılmaz ve Taşkesen, 2016), birey-çevre uyumu, aidiyet duygusu, akademik doyum ve akademik başarı arasındaki ilişki (Duru ve Balkıs, 2015), öğretim görevlisi ve öğrenci davranışının öğrenci motivasyonu üzerindeki etkisi (Doghonadze, 2018; Sürücü ve Ünal, 2018), ikinci dil olarak İngilizce öğrenen öğrencilerin sınıf içinde motivasyonu azaltan faktörler (Lamb, 2017) incelendiği görülmektedir. Ayrıca, Husman ve Lens (1999) çalışma motivasyonunun öğrenci hedefleri tarafından yönlendirildiğini, içsel motivasyonu zamanla azaldığını ve dışsal motivasyonun arttığını ifade etmektedir. Üniversitede öğrencilerin devam ettikleri bölümlere yönelik çalışmalarda, Ditcher (2001) mühendislik öğrencilerinin öğrenmeye ilgi duymak yerine sınav geçme motivasyonunun olduğunu, turizm bölümünde okuyan öğrencilerin “içe yansıtılmış dışsal motivasyon ve motivasyonsuzluk düzeyine ilişkin motivasyon düzeylerinin yüksek olduğu” (Gürdoğan, 2012), teknolojik destekli öğrenme ortamlarında içsel motivasyonun yüksek olduğu (Shroff, Vogel ve Coombes, 2008) belirtmektedir. Bazı çalışmalar okullarda uygulanan öğretim yönteminin motivasyona etkisini araştırmaktadır. Bir lisans programına kayıtlı İspanyolca dersi alan öğrencilerin sanal ortamda uygulanan programının öğrenci motivasyonuna etkisini incelemiş ve sanal dünyanın öğrenci kaygısını azaltmak ve yabancı bir dil öğrenme

motivasyonlarını artırmak için önemli bir kaynak olabileceğini belirtmiştir (Wehner, Gump ve Downey, 2011).

Bu bilgiler doğrultusunda, bireyin yeterli motivasyona ve ait olma duygusuna sahip olmadığı sürece yüksek performans gösteremeyeceği söylenebilir. Pek çok meslek grubunda konu ile ilgili benzer çalışmalar olmasına rağmen sağlık bilimlerinde motivasyonun yeterince araştırılmadığı belirtilmektedir. Bununla birlikte, literatürde çocuk gelişimi bölümünde okuyan öğrencilerin ait olma duygusu ve motivasyonuna yönelik çalışmalara rastlanmamaktadır. Oysaki özel eğitim ve danışma merkezlerindeki çocuklarla, hastane de yatan çocuklarla ve okul öncesi kurumlarda küçük çocuklarla çalışacak olan bu bölüm mezunlarının ait olma ve motivasyon duygularının üst düzeyde olması, mesleğine yönelik olumlu tutumlar sergilemeleri önemlidir. Bu çalışmada çocuk gelişimi bölümü öğrencilerinin ait olma özellikleri ile yetişkin motivasyonları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu sayede öğrencilerin motivasyonlarına olumlu etkileyecek ve mesleklerine aidiyetlerini arttıracak çalışmaların yapılabileceği düşünülmektedir. Bu kapsamda aşağıdaki alt problem cümlelerine yanıtlar aranmıştır:

- Çocuk gelişimi bölümü lisans öğrencilerinin Ait Olma Ölçeği alt boyut puanları ile cinsiyet ve sınıf düzeyi bağımsız değişkenleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?
- Çocuk gelişimi bölümü lisans öğrencilerinin Yetişkin Motivasyonları Ölçeği alt boyut ve toplam ölçek puanları ile cinsiyet ve sınıf düzeyi bağımsız değişkenleri arasında anlamlı bir farklılaşma var mıdır?
- Çocuk gelişimi bölümü lisans öğrencilerinin Ait Olma Ölçeği ve Yetişkin Motivasyonları Ölçeği alt boyut ve toplam puanları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Yöntem

Bu bölümde sırası ile araştırmanın modeline, çalışma grubuna, veri toplama araçlarına ve veri toplama süreçleri ve analizine yer verilmiştir.

Araştırma Modeli

Bu araştırma, nicel araştırma desenlerinden birisi olan ilişkisel tarama modeline göre desenlenmiştir. Karasar (2005)'e göre ilişkisel tarama, “*iki veya daha çok sayıdaki değişken arasında birlikte değişim olup olmadığını ve değişimin derecesini ve yönünü belirlemeyi amaçlayan*” çalışmalardır. Bu çalışmada da, “Ait Olma Ölçeği” ile “Yetişkin Motivasyonları Ölçeği” alt boyut ve toplam puanların birbirleri ile ilişkisi bakılacağından dolayı ilişkisel tarama modelidir.

Çalışma Grubu

Araştırmada çalışma grubu kolay ulaşılabilir örnekleme ile seçilmiş olup, bir devlet üniversitesinin sağlık bilimleri fakültesinin Çocuk Gelişimi bölümüne devam eden toplam 166 lisans öğrencisidir. Çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin demografik bilgileri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Çocuk Gelişimi Lisans Öğrencilerinin Demografik Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Kadın	154	92,77
	Erkek	12	7,23
	Toplam	166	100
Sınıf	1. Sınıf	59	35,54
	2. Sınıf	44	26,51
	3. Sınıf	63	37,95
	Toplam	166	100

Tablo 1 incelendiğinde, çalışma grubuna katılan lisans öğrencilerinin %92,77’sinin kadın, %7,23’ünün erkek olduğu; %37,95’inin 3. sınıf, %35,54’ünün 1. sınıf ve %26,51’inin ise 2. sınıf olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada kolay örnekleme ile belirlenen üniversitenin 4. sınıf lisans öğrencisi bulunmadığı için çalışma grubuna 4. sınıf öğrencisi alınmamıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama araçları olarak Ersanlı ve Koçyiğit (2013) tarafından geliştirilen “Ait Olma Ölçeği” ile Tolunay Ateş ve İhtiyaroğlu (2019) tarafından geliştirilen “Yetişkin Motivasyonları Ölçeği” kullanılmıştır.

Ait Olma Ölçeği

Ait olma ölçeği ilk olarak Hagerty ve Patuskı (1995) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek daha sonra Ersanlı ve Koçyiğit (2013) tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır. Bu ölçek, üniversite öğrencilerinin aileye, arkadaşlarına ve mesleğine duyduğu temel gereksinim düzeyini belirlemektedir. Beşli likert şeklinde oluşturulmuş olan bu ölçek, toplam 22 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek maddelerinin toplam varyansı açıklama oranı ise %58,53’tür. Ölçekte toplam 3 alt boyut vardır. Bu alt boyutlar; Aile Grubuna Aidiyet, Arkadaş Grubuna Aidiyet ve Mesleğe Aidiyet’tir. Ölçek güvenirlikleri hesaplandığında, cronbach alpha değerleri Aile Grubuna Aidiyet alt boyutunun .88, Arkadaş Grubuna Aidiyet .88 ve Mesleğe Aidiyet alt boyutunun ise .89 bulunmuştur. Bu araştırma kapsamında toplanan veriler üzerine tekrardan güvenirlikler hesaplanmış olup, cronbach alpha değerleri Aile Grubuna Aidiyet alt boyutunda .84, Arkadaş Grubuna Aidiyet .86 ve Mesleğe Aidiyet alt boyutunun ise .80 bulunmuştur.

Yetişkin Motivasyonları Ölçeği

Yetişkin Motivasyonları Ölçeği, yetişkin bireylerin motivasyon düzeylerini ve yönelimlerini belirlemek amacı ile Tulunay Ateş ve İhtiyaroğlu (2019) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek beşli likert şeklinde hazırlanmıştır. Toplam 21 maddeden oluşan ölçek, toplam 2 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlar; içsel motivasyon ve dışsal motivasyondur. Ölçek toplam puanla da hesaplanabilmektedir. Ölçek maddelerinin toplam varyansı açıklama oranı ise %47,95'tir. Ölçek güvenilirlikleri hesaplandığında, cronbach alpha değerleri içsel motivasyon için .92, dışsal motivasyon için .82 ve ölçek geneli için ise .94 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırma kapsamında toplanan veriler üzerine tekrardan güvenilirlikler hesaplanmış olup, cronbach alpha değerleri içsel motivasyon alt boyutunda .92, dışsal motivasyon alt boyutunda .88 ve ölçek toplam puanında ise .89 bulunmuştur.

Veri Toplama ve Analizi

Veriler 2018-2019 eğitim öğretim yılı güz yarıyılında toplanmıştır. Kolay ulaşılabılır örnekleme yöntemine göre bir devlet üniversitesindeki çocuk gelişimi bölümü çalışma için belirlenmiştir. Çalışma için gerekli izinler alındıktan sonra lisans öğrencilerine çalışmanın amacı detaylı olarak anlatılmıştır. Çalışmaya gönüllü katılan lisans öğrencilerine ders aralarında ölçekler verilmiş ve aynı gün ölçekler toplanmıştır.

Verilerin basıklık çarpıklık hesaplamaları yapılmıştır. George ve Mallery (2010)'e göre verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri +2 ile -2 arasında bir değer ise normal dağılım gösterdiğini ifade eder. Bu çalışma için yapılan analizler sonucu, basıklık ve çarpıklık değerlerinin +2 ile -2 değeri arasında olmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle veriler normal dağılım göstermemektedir. Bu nedenle yapılacak olan istatistiki işlemlerde nonparametrik testler kullanılmıştır. Cinsiyet bağımsız değişkeni ile yapılacak işlemlerde Mann Whitney U testi, sınıf değişkeninde ise Kruskal Wallis H testi kullanılmıştır. İki değer arasındaki ilişkiyi bulmak içinde Spearman Korelasyon Analizinden yararlanılmıştır.

Bulgular

Araştırmanın ilk alt problemi doğrultusunda çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin Ait Olma Ölçeği "Arkadaş Grubu", "Aile" ve "Meslek" alt boyut puanları ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir farklılaşmanın olup olmadığının tespiti için Mann Whitney U Testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2: Cinsiyet İle Ait Olma Ölçeği Puanları Arasındaki Mann Whitney U Testi Sonuçları

Ait Olma Ölçeği	Gruplar	n	\bar{x}	Ss	SO	ST	U	Z	p
Arkadaş Grubu	Kadın	154	28,695	5,637	86,88	13380,0	403,0	-3,260	,001**
	Erkek	12	22,500	6,346	40,08	481,0			
Aile	Kadın	154	25,873	4,910	86,48	13317,50	465,5	-2,895	,004**

	Erkek	12	22,250	5,479	45,29	543,50			
Meslek	Kadın	154	35,525	7,561	85,86	13223,0	560,0	-2,273	,023*
	Erkek	12	31,333	6,213	53,17	638,0			

*p<.05 ** p<.01

Tablo 2 incelendiğinde, çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin cinsiyet değişkeni ile Ait Olma Ölçeği tüm alt boyutları arasında anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmıştır. Tüm alt boyutlarda anlamlı farklılaşma kadın çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin lehinedir. Bir diğer ifade ile kadın çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin arkadaş grubu, aile ve mesleğe ait olma düzeyleri, erkek çocuk gelişimi öğrencilerine göre istatistiksel olarak yüksektir.

Çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin Ait Olma Ölçeği “Arkadaş Grubu”, “Aile” ve “Meslek” alt boyut puanları ile sınıf bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir farklılaşmanın olup olmadığının belirlenmesinde ise Kruskal Wallis H Testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3: Sınıf İle Ait Olma Ölçeği Puanları Arasındaki Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ait Olma Ölçeği	Sınıf	n	Sıra Ortalaması	Sd	X ²	p	Anlamlı Fark
Arkadaş Grubu	1. Sınıf	59	86,89	2	,789	,789	---
	2. Sınıf	44	82,32				
	3. Sınıf	63	81,15				
Aile	1. Sınıf	59	87,46	2	,893	,640	---
	2. Sınıf	44	84,10				
	3. Sınıf	63	79,37				
Meslek	1. Sınıf	59	80,14	2	1,559	,459	---
	2. Sınıf	44	91,20				
	3. Sınıf	63	81,26				

Tablo 3 incelendiğinde, çocuk gelişimi bölümü lisans öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkeni ile Ait Olma Ölçeği “Arkadaş Grubu”, “Aile” ve “Meslek” alt boyut puanları arasında anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmamıştır. Bir diğer ifade ile çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin devam ettikleri sınıf düzeyleri ile ait olma düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma bulunmamaktadır.

Araştırmanın ikinci alt problemi doğrultusunda çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin Yetişkin Motivasyonları Ölçeği “İçsel Motivasyon”, “Dışsal Motivasyon” ve “Toplam Motivasyon” puanları ile cinsiyet bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir farklılaşmanın olup olmadığının tespiti için Mann Whitney U Testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4: Cinsiyet İle Yetişkin Motivasyonları Ölçeği Arasındaki Mann Whitney U Testi Sonuçları

Yetişkin Motivasyonları	Gruplar	n	\bar{x}	Ss	SO	ST	U	Z	p
İçsel Motivasyon	Kadın	154	55,723	6,719	86,49	13320,0	463,0	-2,880	,004**
	Erkek	12	40,000	11,87	45,08	541,0			
Dışsal Motivasyon	Kadın	154	31,968	4,129	86,64	13343,0	440,0	-3,029	,002**
	Erkek	12	27,000	6,536	43,17	518,0			
Toplam Motivasyon	Kadın	154	87,692	9,648	87,04	13403,5	379,5	-3,398	,001*
	Erkek	12	76,000	17,80	38,13	457,5			

*p<.05 **p<.01

Tablo 4 incelendiğinde, çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin cinsiyet değişkeni ile Yetişkin Motivasyonları Ölçeği tüm alt boyutları ile toplam puanları arasında anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmıştır. Tüm alt boyutlarda ve toplam puanda anlamlı farklılaşma kadın çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin lehinedir. Bir diğer ifade ile kadın çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin içsel, dışsal ve toplam motivasyon düzeyleri, erkek çocuk gelişimi öğrencilerine göre istatistiksel olarak yüksektir.

Çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin Yetişkin Motivasyonları Ölçeği “İçsel Motivasyon”, “Dışsal Motivasyon” ve “Toplam Motivasyon” puanları ile sınıf bağımsız değişkeni arasında anlamlı bir farklılaşmanın olup olmadığını belirlemede ise Kruskal Wallis H Testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 5: Sınıf İle Yetişkin Motivasyonları Ölçeği Puanları Arasındaki Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Yetişkin Motivasyonları	Sınıf	n	Sıra Ortalaması	Sd	X2	p	Anlamlı Fark
İçsel Motivasyon	1. Sınıf	59	88,23	2	2,964	,227	---
	2. Sınıf	44	72,90				
	3. Sınıf	63	86,48				
Dışsal Motivasyon	1. Sınıf	59	81,99	2	,273	,872	---
	2. Sınıf	44	81,97				
	3. Sınıf	63	85,98				
Toplam Motivasyon	1. Sınıf	59	85,58	2	1,759	,415	---
	2. Sınıf	44	75,35				
	3. Sınıf	63	87,24				

Tablo 5 incelendiğinde, çocuk gelişimi bölümü lisans öğrencilerinin sınıf düzeyi değişkeni ile Yetişkin Motivasyonları Ölçeği “İçsel Motivasyon”, “Dışsal Motivasyon” ve “Toplam Motivasyon” puanları arasında anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmamıştır. Bir diğer ifade ile çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin devam ettikleri sınıf düzeyleri ile iç ve dış motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma bulunmamaktadır.

Çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin Ait Olma Ölçeği “Arkadaş Grubu”, “Aile” ve “Meslek” alt boyut puanları ile Yetişkin Motivasyonları Ölçeği “İçsel Motivasyon”, “Dışsal Motivasyon” ve “Toplam Motivasyon” puanları arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek amacıyla Spearman Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Ait Olma Ölçeği ve Yetişkin Motivasyonları Ölçeği Alt Boyut ve Toplam Puanları Arasındaki Spearman Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5	6
Arkadaş Grubu (1)	1					
Aile (2)	,474**	1				
Meslek (3)	,406**		1			
İçsel Motivasyon (4)	,303**	,502**	,453**	1		
Dışsal Motivasyon (5)	,305**	,392**	,401**	,474**	1	
Toplam Motivasyon(6)	,349**	,528**	,503**	,897**	,799**	1

**p<0.01 düzeyinde anlamlı

“r= 0.000-0.300 arası düşük düzeyde ilişki, 0.301- 0.700 arası orta düzeyde ilişki, 0.701-1.00 arası güçlü bir ilişki”

Tablo 6'ya göre, çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin Ait Olma Ölçeği "Arkadaş Grubu", "Aile" ve "Meslek" alt boyut puanları ile Yetişkin Motivasyonları Ölçeği "İçsel Motivasyon", "Dışsal Motivasyon" ve "Toplam Motivasyon" puanları arasında pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna varılmıştır. Bir diğer ifade ile lisans öğrencilerinin arkadaş grubuna, aileye ve mesleğe ait olma düzeyi arttıkça, lisans öğrencisinin içsel, dışsal ve toplam motivasyon düzeyi artmaktadır.

Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmada, çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin ait olma düzeyleri ile yetişkin motivasyonları arasındaki ilişki incelenmiş ve elde edilen sonuçlar tartışılmıştır.

Birinci araştırma sorusuna yönelik elde edilen sonuçlar doğrultusunda, öğrencilerin cinsiyet değişkeni ile "arkadaş grubu", "aile" ve "meslek" e ait olma alt boyutlarından aldıkları puanların, çocuk gelişimi bölümüne devam eden kadın öğrencilerinin erkek öğrencilerine göre istatistiksel olarak anlamlı olduğu, devam ettikleri sınıf düzeyleri arasında ise anlamlı bir farklılaşma olmadığı bulunmuştur. Cinsiyet değişkeninin ele alındığı benzer çalışmalar araştırmamızı destekler özelliindedir. Alçı ve Tümkaya (2019)'nın çalışmasında, "aileye ait olma" ve "mesleğe ait olma" boyutlarında üniversiteye devam eden kadın öğrencilerin, erkek öğrencilere göre daha yüksek puan aldıklarını bulmuşlardır. Yusufoglu ve Cerev (2019)'in iktisadi ve idari bilimler fakültesinde yaptıkları benzer çalışmada, kadın katılımcıların ortama toplam aile aidiyet duygularının, erkek katılımcılara göre yüksek düzeydedir. Bir diğer çalışmada, Sürücü ve Ünal (2018) sınıf öğretmenliği erkek öğrencilerin ait olma duygularının kadın öğrencilerden düşük olduğunu belirtmişlerdir. Bilgisayar bilimi, bilim, teknoloji, mühendislik ve matematikle ilişkili bölümlerin cinsiyet eşitsizliğine sahip olduğu düşünülmektedir. Bu eşitsizliğin önemli bir nedeni, kadınların bilgisayara giriş gibi gerekli derslere kaydolmalarının ve ilgilerinin erkeklerden daha az olmasıdır. Cinsiyet farklılığına, başarı beklentilerinin ve fayda değerinin etkisi olsa bile, kadın öğrencilerin daha düşük aidiyet duygusuna aracılık ettiği görülmektedir (Master, Cheryan ve Meltzoff, 2016). İlgili araştırmalarda da belirtildiği gibi erkek öğrencilerin düşük puan alma nedenleri arasında, toplumumuzda genellikle kadınların erkeklere göre aileye daha bağlı olarak yetiştirilmesi, çocuk gelişiminin daha çok kadınların tercih etmesi ve toplumun kadınlara uygun bir meslek olarak algılaması ile açıklanabilir.

Araştırmamızda çocuk gelişimine devam eden öğrencilerin sınıflarına göre ait olma düzeyleri arasında farklılık görülmemiştir. Ancak sınıf değişkeni ile ait olma arasında anlamlı bir ilişki olmasa da özellikle "aile" ve "arkadaş grubu" alt boyutları puan ortalamalarının üst sınıflara doğru azaldığı, "meslek aidiyeti"nden aldıkları puan ortalamalarında farklılık olmadığı görülmektedir. Bunun nedenleri arasında özellikle farklı şehirlerden ailelerinden ayrılıp gelen öğrenciler, okula başladıklarında aile ile iletişimleri, ilişkilerini devam ettirirken, üst sınıflara geçtikçe öğrencilerin aileden uzaklaşmaları daha çok okulla ilgili çalışmalara ağırlık vermeleri nedeni ile iletişimin azaldığı ve ait olma duygusunu

etkilediği düşünülmektedir. Aynı şekilde arkadaş grubu boyutundaki puanlarda azalma ise ilk yıl öğrencilerin arkadaş grupları ile vakit geçirebildikleri, daha sonraki sınıflarda alan uygulamaları ve staja yönelik çalışmaların artması ile birlikte arkadaş grupları ile vakit geçirememekte bununla arkadaş grubu ait olma boyutu puanlarını etkilediği düşünülmektedir. Araştırmamızın sonucunu destekleyen araştırmalara rastlanmamıştır. Literatür incelendiğinde, farklı sonuçlar karşımıza çıkmaktadır. Sınıf değişkeni ile “ait olma” ilişkisine yönelik yapılan bir çalışmada, üniversite son sınıf öğrencilerinin “mesleğe ait olma” düzeylerinin araştırmaya alınan diğer sınıflara oranla daha yüksek çıktığı sonucuna ulaşılmıştır (Ersanlı ve Koçyiğit, 2013). Bir diğer çalışmada, sınıf öğretmenliği öğrencilerinin son sınıfta “mesleğe ait olma düzey” puanlarının 1., 2. ve 3. sınıf öğrencilerinin puanlarına oranla anlamlı bir şekilde yüksek çıktığı tespit edilmiştir. Bu bulgunun temel nedeni araştırmada, öğrencinin daha önce yaşamış olduğu ortamı ve evi yeni bırakıp yeni bir çevreye gelmesi ve bu durumdan dolayı öğrencinin yabancılık çekmesi olarak açıklanmıştır. Yıllar ilerledikçe ortama daha fazla adapte olmakta ve yeni arkadaşlıklar sayesinde ait olma duygusunun artacağı savunulmaktadır (Alçı ve Tümkeya, 2019). Ancak bizim çalışmamızda sınıf düzeyleri arasında farklılık bulunmamıştır.

İkinci problem cümlesinden elde edilen sonuçlarda; kadın çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin “içsel motivasyon”, “dışsal motivasyon” ve “toplam motivasyon” düzeyleri, erkek çocuk gelişimi öğrencilerine göre istatistiksel olarak yüksek olduğu saptanmıştır. Benzer konuda yapılan çalışmaların bulguları ile bu çalışmanın bu bulgusu paralellik göstermektedir. Birçok çalışma bulgusu incelendiğinde, kadınların erkeklere oranla daha yüksek bir motivasyon düzeyine sahip olduğu görülmektedir (Alemdağ, Erman ve Yılmaz, 2014; Erdem ve Gözel, 2014; Eymur ve Geban, 2011; Sıcak ve Başören, 2015; Taşkesen, Yılmaz ve Taşkesen, 2016). Bir diğer çalışmada ise, Küçükosmanoğlu (2015) tarafından müzik öğretmenliği lisans öğrencileri ile gerçekleştirilmiş ve bazı alanlarda erkek bazı alanlarda da kadın lisans öğrencilerinin motivasyon düzeylerinde anlamlı farklılaşmalar gösterdiği sonucuna varılmıştır. Erkek lisans öğrencilerin kadın lisans öğrencilerine göre “*bilmeye yönelik içsel motivasyon*”, “*uyarım yaşamaya yönelik içsel motivasyon*” ve “*içe yansıyan dışsal motivasyon*” düzey puanlarında daha yüksek puana sahip iken, kadın lisans öğrencileri ise “*dışsal motivasyon-dış düzenleme*” düzey puanlarının erkek lisans öğrencilerinden daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bazı araştırma bulguları incelendiğinde ise cinsiyet ile akademi motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşmaya rastlanmamaktadır (Gürşimşek, 2002; Gençay ve Gençay 2007; Arıoğul, 2009; Şahin ve Çakar, 2011; Demir ve Arı, 2013; Makhabbat, Çoklar ve Gündüz, 2018). Bazı çalışmalar ise cinsiyet ile içsel motivasyon karşılaştırılmış (Eymur ve Geban, 2011) ve anlamlı fark olmadığı sonucunu bulmuşlardır. Yükseloğlu ve Karagüven (2013) tarafından mesleki ve teknik okul öğrencileri ile yapılan çalışmada, erkek öğrencilerin akademik motivasyonlarının kadın öğrencilerden daha yüksek olduğunu saptamışlardır. Bu araştırmaya benzer sonuçlara ulaşan araştırmalarda, kadın öğrencilerin erkek

öğrencilere göre motivasyon düzeylerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu durum meslekten ya da bölümün özelliğinden de kaynaklı olabilir. Teknik alanlarda okuyan kadın öğrencilerin motivasyonları daha düşükken, öğretmenlik gibi daha çok kadın öğrencilerin tercih ettiği bölümlerde kadın öğrencilerin motivasyon düzeyleri yüksek olduğu düşünülmektedir.

Çocuk gelişimi bölümü lisans öğrencilerinin devam ettikleri sınıf düzeyleri ile iç ve dış motivasyon düzeyleri arasında anlamlı bir farklılaşma bulunmamaktadır. İç ve dış motivasyon düzeylerinde farklılığın olmamasının sebebi olarak öğrencilerin; çocuk gelişimi bölümünü araştırarak geldikleri, mesleğe yönelik bilgi edindikleri dolayısıyla ilerideki mesleğini içselleştirdikleri şeklinde açıklanabilir. Benzer bir çalışmada, Eğmir, Ödemiş, Bayar, Bayar ve Kayır (2013) ile Gürşimşek (2002)'in yaptıkları çalışmadır. Bu çalışmalarda da akademik güdüleme ile yaş arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı bulunmuştur. Bu çalışmadan farklı olarak, Eymur ve Geban (2011) yaptıkları çalışmada, birinci sınıf öğrencilerinde yüksek motivasyon puanları gözlenmiştir. Bu bulgu doğrultusunda araştırmacılar, birinci sınıf öğrencilerinin öğrenimlerine başlarken daha fazla dışsal motivasyonla başladığını savunmuşlardır. Ayrıca sınıf düzeyi arttıkça dışsal motivasyon yerini içsel motivasyona bıraktığı düşüncesini belirtmişlerdir. Küçükosmanoğlu (2015)'nin yaptığı çalışma sonucunda son sınıf lisans öğrencilerinin hem içsel hem de dışsal motivasyon puanlarının diğer sınıf düzeylerine göre daha düşük olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Alemdağ, Erman ve Yılmaz (2014) çalışmasında da benzer bir bulguya rastlanmış ve sınıf düzeylerine göre birinci ve dördüncü sınıfta öğrenim gören katılımcıların lehine olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alanyazın incelendiğinde, öğrencilerin öğrenim görmüş olduğu sınıf düzeyi arttıkça motivasyon düzey puanlarının da arttığını gösterir çalışmalara rastlanmaktadır (Gürşimşek, 2002; Gençay ve Gençay, 2007; Eymur ve Geban, 2011; Demir ve Arı, 2013; Uyulgan ve Akkuzu, 2014; Taşkesen, Yılmaz ve Taşkesen, 2016).

Araştırmanın üçüncü problemine yönelik sonuçlar incelendiğinde, çocuk gelişimi lisans öğrencilerinin ait olma ölçeği “*arkadaş grubu*”, “*aile*” ve “*meslek*” alt boyutlarından aldıkları puan arttıkça, “*içsel motivasyon*”, “*dışsal motivasyon*” ve toplam motivasyon düzeyi de artmaktadır. İlgili literatür de bu bulguları desteklemektedir. Özellikle, sosyal bağlamlar, motivasyon, kişisel gelişim ve kişilerarası farklılıkları etkiler, bu da insanların bazı durumlarda, alanlarda ve kültürlerde diğerlerine göre daha fazla kendi kendini motive, enerjik ve entegre olmalarına neden olur (Ryan ve Deci, 2000). Bu sosyal bağlamlardan biri olan okul ortamı öğrencilerin öğrenme yaşamındaki deneyimleri ile aidiyet duyguları doğrudan ilişkilidir (Osterman, 2010). Fredericks, Blumenfeld ve Paris (2004), okula ait olma hissi ile okula karşı duyulan hoşlanma ve okulda uygulanan etkinliklere katılma durumu arasında anlamlı bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Uwah, McMahon ve Furlow (2008) ise okula aidiyet duygusu ile farklı eğitim çıktıları arasında bir ilişki olduğunu savunmaktadır. Adelabu (2007) ve Israelashvili (1997)'nin yaptığı çalışmada, öğrencilerin okula aidiyet duygusu ile gelecek beklentileri arasında

anlamli bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir. Çalışma sonucunda araştırmaya katılan öğrencilerin okula aidiyet duyguları ile gelecek beklentileri arasında yüksek düzeyde anlamli bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bir diğer ifade ile okula aidiyet duygusu olumlu olan öğrencilerin geleceğe dair daha olumlu bir akış açısına sahip olduğu saptanmıştır.

Kendini daha büyük grubun parçası olduğunu hissetmek için sık ve sürekli ilişkisel etkileşimlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu davranışı sürmek için ise yeterli motivasyon gereklidir (Baumeister ve Leary, 1995). Lisans ğrencilerin bilgiyi iselleştirmemiş olması, yetersiz katılım, erteleme davranış eğilimi, düşük notlar, düşük bilgi kalitesi, sorumluluğu yerine getirememe, düşük motivasyona neden olmaktadır (Doghonadze, 2018). Bu bilgiler doğrultusunda ocuk gelişimi lisans ğrencilerinin ait olma ve motivasyonlarının yüksek olması niversiteye, bölüme mesleği ve üniversiteyi tanıyarak geldikleri, mesleğin gerekliliğini yerine getirebilmek için gerek i motivasyonları gerekse dış motivasyonlarının yüksek düzeyde olduğu söylenbilir.

Bu çalışmada ocuk gelişimi niversite ğrencilerinin ait olma ve motivasyon düzeyleri araştırılmıştır. ocuk gelişimi bölümü lisans ğrencilerinin cinsiyet değişkeni ile ait olma ve motivasyon alt boyutlarında, kadın ğrencilerinin erkek ocuk gelişimi öğrencilerine göre istatistiksel olarak yüksek olduğu, devam ettikleri sınıf düzeyleri ile ait olma ve motivasyon düzeyleri arasında ise anlamli bir farklılaşma olmadığı bulunmuştur. Bir diğer elde edilen bulgu ise, ait olma leği “*arkadaş grubu*”, “*aile*” ve “*meslek*” alt boyutlarından aldıkları puan arttıka, lisans öğrencisinin “*içsel motivasyon*”, “*dışsal motivasyon*” ve toplam motivasyon düzeyi arttığı görülmüştür. Motivasyon ve ait olma duygusu tüm bireylerin akademik, sosyal ve psikolojik gelişimleri açısından son derece önemli olduğu yapılan çalışmalarda görülmektedir. Özellikle ait olma ihtiyaı insanların bilişleri, duyguları ve davranışları üzerinde güçlü etkileri olduğu kronik olarak karşılanmamış bu ihtiyaın bireyi etkileyebilecek birçok olumsuz sonuçlar ortaya çıkardığı görülmektedir (Gere ve MacDonald, 2010). Bunun yanı sıra kendi kendine yetkin olma, bağımsız olma (Ryan ve Deci, 2004) gibi durumları içeren içsel motivasyon ve dışsal motivasyon Dolayısıyla niversite ğrencilerinin motivasyon ve ait olma duygusunu desteklemek onların niversiteye devamlılığını, akademik başarılarını, olumlu meslek algısı geliştirmelerini etkileyecektir.

Yazar Katkıları: Araştırmanın her bir alt başlıklarında yazarlar çalışmaya eşit katkı sağlamıştır.

ıkar Beyanı: Araştırmada herhangi bir kurum veya kuruluştan destek alınmamıştır. Ayrıca yazarlar arasında herhangi bir çıkar atışması yoktur.

Kaynakça

- Adelabu, D. D. (2007). Time perspective and school membership as correlates to academic achievement among African American adolescents. *Adolescence*, 42(167), 525-538.
- Aggarwal, J. C. (2015). *Essentials of educational psychology*, New Delhi: Vikas Publishing House Pvt. Ltd.
- Alçı, M. ve Tümkaya, S. (2019). Öğrencilerin algıladıkları ait olma ve öğretim elemanları mesleki yeterliliklerinin akademik motivasyonlarını yordama düzeyi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(2), 241-256.
- Alemdağ, C., Erman, Ö. ve Yılmaz, A. K. (2014). Beden eğitimi öğretmeni adaylarının akademik motivasyon ve akademik öz-yeterlilikleri. *Spor Bilimleri Dergisi*, 25(1), 23-35.
- Alptekin, D. (2011). Toplumsal aidiyet ve gençlik: Üniversite gençliğinin aidiyeti üzerine sosyolojik bir araştırma (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Amrai, K., Motlagh, S. E., Zalani, H. A. ve Parhon, H. (2011). The relationship between academic motivation and academic achievement students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 399-402.
- Anderson, C. M. (2010). *Linking perceptions of school belonging to academic motivation and academic achievement amongst student athletes: A comparative study between High-Revenue Student Athletes and Non-Revenue Student Athletes*. University of California, California, USA. Retrieved from <http://escholarship.org/uc/item/8nt3g57h#page-1>
- Arioğul, S. (2009). Academic motivations of pre-service english language teachers. *Hacettepe University Journal of Education*, 36, 12-19.
- Aydın, O., Şahin, D., Yavuz Güzel, H., Abayhan, Y., Kaya, A. G. ve Ceylan, S. (2013). Ait olma ihtiyacının ve haberdar olmanın psikolojik dışlanmaya gösterilen tepkiler üzerine etkileri. *Türk Psikoloji Dergisi*, 28(72), 21-31.
- Baumeister, R. F. ve Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497-529.
- Booker, K. C. (2006). School belonging and the African American adolescent: What do we know and where should we go? *The High School Journal*, 89(4): 1-7.
- Choenarom, C., Williams, R. A. ve Hagerty, B. M. (2005). The role of sense of belonging and social support on stress and depression in individuals with depression. *Archives of Psychiatric Nursing*, 19(1), 18-29.
- Cole, M. S., Feild, H. S. ve Harris, S. G. (2004). Student learning motivation and psychological hardiness: Interactive effects on students' reactions to a management class. *Academy of Management Learning & Education*, 3(1), 64-85.
- Çetin, B. (2015). Predicting academic success from academic motivation and learning approaches in classroom teaching students. *Contemporary Issues in Education Research*, 8(3), 171-180.
- Demir, M. K. ve Arı, E. (2013). Öğretmen adaylarının akademik güdülenme düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitimde Kuram ve Uygulama*, 9(3), 265-279.
- DeWall, C. N., Deckman, T., Pond Jr, R. S. ve Bonser, I. (2011). Belongingness as a core personality trait: how social exclusion influences social functioning and personality expression. *Journal of Personality*, 79(6):1281-1314.

- Ditcher, A. K. (2001) Effective teaching and learning in higher education, with particular reference to the undergraduate education of professional engineers. *International Journal of Engineering Education*, 17(1), 24-29.
- Doghonadze, N. (2018). *Undergraduate students' motivation*. The fifth International Conference on Education and New Learning Technologies, Barcelona, Spain, 1-3 July, 4116-4128.
- Dörnyei, Z. ve Ushioda, E. (2011) *Teaching and researching motivation*. 2nd Edition, Pearson, Harlow.
- Duru, E., ve Balkıs, M. (2015). Birey-çevre uyumu, aidiyet duygusu, akademik doyum ve akademik başarı arasındaki ilişkilerin analizi. *Ege Eğitim Dergisi*, 16(1), 122-141.
- Eğmir, E., Ödemiş, İ. S., Bayar, V., Bayar, A. ve Kayır, G. (2013). *Lisansüstü eğitim gören öğrencilerin akademik güdülenme düzeyleri*. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü. VI. Ulusal Lisansüstü Eğitim Sempozyumu. Bildiri Kitabı, 95(6), 97-103.
- Erdem, A. R. ve Gözel, E. (2014). Sınıf öğretmeni adaylarının öğretmenlik mesleğine ilişkin motivasyon düzeyleri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 49-60.
- Ersanlı, K. ve Koçyiğit, M. (2013). Ait Olma Ölçeği'nin psikometrik özellikleri. *Turkish Studies-International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(12), 751-764.
- Eymur, G. ve Geban, Ö. (2011). Kimya öğretmeni adaylarının motivasyon ve akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim ve Bilim*, 36(161), 246-255.
- Fagan, M.H., Neill, S. ve Wooldridge, B.R. (2008) Exploring the Intention to use Computers: An empirical investigation of the role of intrinsic motivation, extrinsic motivation and perceived ease of use in. *Journal of Computer Information Systems*, 31-37.
- Ferguson, E. D. (2010). Adler's innovative contributions regarding the need to belong. *Journal of Individual Psychology*, 66(1), 1-8.
- Fong Lam, U., Chen, W. W., Zhang, J. ve Liang, T. (2015). It feels good to learn where I belong: School belonging, academic emotions, and academic achievement in adolescents. *School Psychology International*, 36(4), 393-409.
- Fredericks, J. A., Blumenfeld, P. C. ve Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, and state of the evidence. *Review of Educational Research*, 74(1), 59-109.
- Gençay Ö. A. ve Gençay S. (2007). Beden eğitimi ve spor yüksekokulu öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine ilişkin motivasyon düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(241), 241-253.
- George, D. ve Mallery, P. (2010) *SPSS for Windows Step by step A simple guide and reference 17.0 update*. 10th Edition, Pearson, Boston.
- Gere, J. ve MacDonald, G. (2010). An Update of the empirical case for the need to belong. *Journal of Individual Psychology*, 66, 93-115.
- Goodenow, C. ve Grady, K. E. (2010). The relationship of school belonging and friends' values to academic motivation among urban adolescent students. *The Journal of Experimental Education*, 62(1), 60-71.
- Gölpek, F. (2012). Eğitim getirilerinin özel ve sosyal açıdan incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), 43-53.
- Güçlü, A. (2019, 2 Mart). Üniversiteyi terk eden sayısı neden artıyor? Milliyet Gazetesi. Erşim adresi: <https://www.milliyet.com.tr/yazarlar/abbas-guclu/universiteyi-terk-eden-sayisi-neden-artiyor-2835795>

- Gürdoğan, A. (2012). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin eğitimde motivasyon düzeylerinin ölçülmesi: Ortaca meslek yüksekokulu örneği. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28, 149-166.
- Gürşimşek, I. (2002). Öğretmen adaylarında öğrenmeye ilişkin motivasyonel inançlar ve strateji kullanımı. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 135-155.
- Hagerty, B. M. K. ve Patuskı, K. (1995). Developing a measure of sense of belonging. *Nursing Research*, 44(1), 9-13.
- Hagerty, B. M., Williams, R. A., Coyne, J. C. ve Early, M. R. (1996). Sense of belonging and indicators of social and psychological functioning. *Archives of Psychiatric Nursing*, 10, 235-244.
- Henderson-King, D. ve Smith, M. N. (2006). Meanings of Education for University Students: Academic Motivation and Personal Values as Predictors. *Social Psychology of Education*, 9(2), 195-221.
- Husman, J. ve Lens, W. (1999). The role of the future in student motivation. *Educational Psychologist*, 34(2), 113-125.
- Israelashvili, M. (1997). School adjustment, school membership, and adolescents' future expectations. *Journal of Adolescence*, 20, 525-535.
- Keskin, R. ve Pakdemirli, M. N. (2016). Mesleki aidiyet ölçeği: bir ölçek geliştirme, geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Journal of International Social Research*, 9(43), 2580-2587.
- Keskin, S. ve Seferoğlu, S. S. (2017). Öğretmen adaylarının aidiyet duyguları ve araştırma topluluğu algılarıyla ilgili bir inceleme. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 44, 90-114.
- Kuşat, A. (2003). Bir değerler sistemi olarak "Kimlik" duygusu ve Atatürk. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(15), 45-61.
- Küçükosmanoğlu, H. O. (2015). Müzik öğretmeni adaylarının akademik motivasyon düzeylerinin belirlenmesi üzerine bir çalışma, *Sanat Eğitimi Dergisi*, 3(1),1-21,
- Lam, U. F., Chen, W.W. ve Zhang, J. (2015). It feels good to learn where I belong: School belonging, academic emotions, and academic achievement in adolescents. *School Psychology International*, 36, 393-409.
- Lamb, M. (2017). The motivational dimension of language teaching. *Language Teaching, Surveys and Studies*, 50(3), 301-346.
- Leary, M. R., Kelly, K. M., Cottrell, C. A. ve Schreindorfer, L. S. (2013). Construct validity of the Need to Belong Scale: Mapping the nomological network. *Journal of Personality Assessment*, 95, 610-624.
- Levett-Jones T, Lathlean J, Maguire J. ve McMillan M. (2011). Belongingness: a critique of the concept and implications for nursing education. *Nurse Education Today*, 27, 210-218.
- Linnenbrink, E. A. ve Pintrich, P. R. (2002). Motivation as an enabler for academic success. *School Psychology Review*, 31(3), 313-327.
- Makhabbat, A., Çokvar, A. N. ve Gündüz, Ş. (2018). Eğitim araştırmasına yönelik tutum ile akademik güdülenme ve akademik özyeterlik arasındaki ilişki. *Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 19(1), 786-801.
- Master, A., Cheryan, S. ve Meltzoff, A. N. (2016). Computing whether she belongs: Stereotypes undermine girls' interest and sense of belonging in computer science. *Journal of Educational Psychology*, 108(3), 424-437.

- Mavili A., Kesen F. N. ve Daşbaşı S. (2014). Aile Aidiyet Ölçeği: Bir ölçek geliştirme çalışması, *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 33, 29-45.
- Museum, S. D., Yi, V. ve Saelua, N. (2017). The impact of culturally engaging campus environments on sense of belonging, *The Review of Higher Education, Johns Hopkins University Press*, 40(2), 187-215.
- Osterman, K. F. (2000). Students' need for belonging in the school community. *Review of Educational Research*, 70(3), 323-367.
- Özgüngör, S. ve Kapıkıran, Ş. (2008). Güzel sanatlar eğitimi öğrencilerinin öğretmenlik meslek bilgisi derslerine ilişkin motivasyon ve başarı düzeyleri. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(23), 47-60.
- Patall, E. A., Cooper, H. ve Robinson, J. C. (2008). The effects of choice on intrinsic motivation and related outcomes: a meta-analysis of research findings. *Psychological Bulletin*, 134(2), 270-300.
- Peklaj, C. ve Levpušček, M. P. (2006). *Students' motivation and academic success in relation to the quality of individual and collaborative work during a course in educational psychology. 31st Association for Teacher Education in Europe*, 147-161.
- Pintrich, P.R. (2003). A motivational science perspective on the role of student motivation in learning and teaching contexts. *Journal of Educational Psychology*, 95, 667-686.
- Pintrich, P.R. ve Schunk, D.H. (2002). *Motivation in education: Theory, research, and applications*. 2nd edition. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55(1), 68-78.
- Ryan, R. M. ve Deci, E. L. (2004). *Autonomy is no illusion: Self-determination theory and the empirical study of authenticity, awareness, and Will*. In J. Greenberg, S. L. Koole, & T. Pyszczynski (Eds.), *Handbook of Experimental Existential Psychology*, p. 449-479, Guilford Press.
- Schoeffel, P., Wazlawick, R. S. ve Ramos, V. F. C. (2018). *Motivation and engagement factors of undergraduate students in computing: A systematic mapping study*. In 2018 IEEE Frontiers in Education Conference (FIE), 1-5.
- Sedgwick, M. G. ve Rougeau, J. (2010). Points of tension: a qualitative descriptive study of significant events that influence undergraduate nursing students' sense of belonging. *Rural and Remote Health*, 10(4), 199.
- Shifron, R. (2010). Adler's need to belong, as the key for mental health. *Individual Psychology*, 66(1), 10-31.
- Shroff, R.H., Vogel, D.R. ve Coombes, J. (2008) Assessing Individual-level factors supporting student intrinsic motivation in online discussions: A qualitative study. *Journal of Information Systems Education*, 19, 1, 111-125.
- Sıcak, A. ve Başören, M. (2015). Ortaöğretim öğrencilerinin akademik motivasyonlarının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi (Bartın Örneği). *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 4(2), 548-560.
- Silvia, P.J. ve Kwapil, T.R. (2011). Aberrant asociality: How individual differences in social anhedonia illuminate the need to belong. *Journal of Personality*, 79, 1315-1332.
- Singh, K. (2011). Study of achievement motivation in relation to academic achievement of students. *International Journal of Educational Planning & Administration*, 1(2). 161-171.

- Singh, S. ve Singh, A. (2011). Academic motivation among urban & rural students: a study on traditional vs open education system in India. *Turkish Online Journal of Distance Education*, 12(4), 133-146.
- Slavin, R. E. (2013). *Öğrencileri öğrenmeye motive etmek*. G. Yüksel (Çev. Ed.), Eğitim Psikolojisi (ss. 284-312). Ankara: Nobel.
- Spithoven, A. W., Lodder, G. M., Goossens, L., Bijttebier, P., Bastin, M., Verhagen, M. ve Scholte, R. H. (2017). Adolescents' loneliness and depression associated with friendship experiences and well-being: A person-centered approach. *Journal of Youth and Adolescence*, 46(2), 429-441.
- Sürücü, A. ve Ünal, A. (2018). Öğrenci motivasyonunu artıran ve azaltan öğretmen davranışlarının incelenmesi. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(14), 253-295.
- Şahin H. ve Çakar E. (2011). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğrenme stratejileri ve akademik güdülenme düzeylerinin akademik başarılarına etkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 9(3), 519-540.
- Şeker, S. E. (2015). Motivasyon teorisi (Motivation theory). *YBS Ansiklopedi*, 2(1), 22-26.
- Şimşek, H. (2012). Üniversite öğrencilerinin okulu bırakma eğilimleri ve nedenleri. *Kuramsal Eğitimbilim Dergisi*, 6(2), 242-271.
- Taşkesen, O., Yılmaz, M. ve Taşkesen, S. (2016). Güzel sanatlar eğitimi bölümü öğrencilerinin bazı değişkenlere göre akademik motivasyonları ile akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 1056-1072.
- Tulunay Ateş, A. ve İhtiyaroğlu, N. (2019). Yetişkin motivasyon ölçeği: bir ölçek geliştirme çalışması. *Kastamonu Education Journal*, 27(2), 611-620.
- Uwah, C. J., McMahon, H. G. ve Furlow, C. F. (2008). School belonging, educational aspirations, and academic self-efficacy among African American male high school students: Implications for school counselors. *Professional School Counseling*, 11(5), 296-305.
- Uyulgan, M. A. ve Akkuzu, N. (2014). Öğretmen adaylarının akademik içsel motivasyonlarına bir bakış. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 14(1), 7-32.
- Wehner, A. K., Gump, A. W. ve Downey, S. (2011). The effects of second life on the motivation of undergraduate students learning a foreign language. *Computer Assisted Language Learning* 24(3), 277-289.
- Wilson, G. (2014). Thwarted need to belong, violence, and adlerian neuroplasticity <https://search.datacite.org/works/10.13140/2.1.3897.7283>.
- Won,S.,Wolters, C. A. ve Mueller, S.A. (2017). Sense of belonging and self-regulated Learning: Testing achievement *Goals as Mediators*, 402-418.
- Wood, J. L., Hilton, A. ve Hicks, T. (2014). Motivational factors for academic success: perspectives of african american males in the. *The National Journal of Urban Education and Practice*, 7(3), 247-265.
- Xin Ma (2010). *Sense of belonging to school: Can schools make a difference?* Pages 340-349 Download citation <https://doi.org/10.1080/00220670309596617>
- Young, A. F., Russell, A. ve Powers, J. R. (2004). The sense of belonging to a neighbourhood: Can it be measured and is it related to health and well being in older women? *Social Science & Medicine*, 59(12), 2627-2637.
- Yukseloglu, S. M. ve Karagüven, M. H. (2013). Academic motivation levels of technical high school students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 282-288.

- Yusufoğlu, Ö. ve Cerev, G. (2019). Gençlerde aidiyet düzeyinin akademik başarıya etkisi: Fırat Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29 (2) , 289-302.
- Yükseloğlu, S. M. ve Karagüven, M. H. (2013). Academic motivation levels of technical high school students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 282-288.

Üniversite Öğrencilerinin Giresun Şehir Algısı

Mehmet Ozan CİNEL*

Cemile BAHTİYAR KARADENİZ†

Öz

Kent çalışmaları mimarlık, coğrafya, sosyoloji ve turizm gibi birçok disiplinin kendine özgü yaklaşımları ile ele alınmaktadır. Günümüz şehirlerinin gelişiminde üniversiteler önemli bir lokomotif güç olarak görülmektedir. Bu nedenle üniversite öğrencilerinin öğrenim gördüğü şehre yönelik görüş ve değerlendirmeleri önemlidir. Bir şehrin engellerini görmek, eksik yönlerini tamamlamak, olumsuz yönlerini düzeltmek ve problemlerini çözmek, her açıdan gelişmesine dolayısıyla kalkınmasına katkıda bulunmak için şehirselleşmenin anlaşılması gerekmektedir. Bu çalışmanın konusunu Giresun şehrindeki üniversite öğrencilerinin şehre yönelik algıları oluşturmaktadır. Araştırmada Giresun Üniversitesi öğrencilerinin Giresun şehri ve halkına yönelik algılarının ne yönde ve düzeyde olduğunu tespit etmek, açıklamak, değerlendirmek ve olası ilişkileri ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Genel tarama modelinde yapılan araştırmanın çalışma grubunu 1110 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışmada Giresun Üniversitesi öğrencilerinin algıları 2019 yılı Eylül-Aralık dönemleri arasında cinsiyet, gelir durumu, geldikleri şehir gibi değişkenlere göre incelenmiştir. Öğrencilerin Giresun şehrine yönelik genel algıları orta düzeyde olumlu bulunmuştur. Giresunlu olma, sınıf, öğrencinin yaşadığı yerleşme türü, aylık harcama miktarı gibi değişkenlere göre şehre yönelik algılarda anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Belirlenen algılara yönelik Giresun şehrinin avantaj ve dezavantajları kentin planlayıcılarının ve karar vericilerinin dikkatine sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Şehir Algısı, Giresun Şehir Algısı, Giresun Üniversitesi, Giresun İli Yöneticileri

Giresun City Perception of University Students

Abstract

Urban studies are conducted with the unique approaches of various disciplines such as architecture, geography, sociology, and tourism. Universities are perceived as crucial engines for the development of contemporary cities. Therefore, opinions and evaluations of university students about the city in which they study are essential. It is necessary to comprehend the urban space in order to realize the obstacles of a city, to compensate for its deficiencies, to correct its adverse aspects, to solve its problems, and to contribute to its development in every respect. The main subject of this study involves the perceptions of university students in Giresun towards the city. The study aims to determine, explain, and evaluate the extent to which the Giresun University students perceive the city of Giresun and its residents, and to reveal possible associations. The study group of the research conducted with the general survey model is comprised of 1110 students. In the study, the perceptions of Giresun University students are investigated according to the variables such as gender, income level, and the city of origin over the period between September and December 2019. The general perceptions of the students towards the city of Giresun are found to be moderately positive. According to the variables such as being a Giresun resident, social status, type of settlement in which the student resides, and the amount of monthly expenditure, significant differences are detected within the perceptions towards the city. The advantages and disadvantages of the city of Giresun regarding the determined perceptions are brought to the attention of the urban planners and decision-makers.

Keywords: City Perception, Giresun City Perception, Giresun University, Administrators of Giresun City

Geliş/Received: 22.10.2020

Kabul/Accepted: 19.02.2021

*Araştırmadaki anket çalışması 2019 yılında gerçekleştirildiği için geriye dönük etik kurul izni bulunmamaktadır.

* Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ozan.cinel@giresun.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-4606-8097

† Doç. Dr., Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, cbkaradeniz@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3902-5251

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Şehirler farklı disiplinlere konu olurken doğal olarak farklı şekilde tanımlanmakta ve ele alınmaktadır. Mimarlar şehri fiziki yapı ve plânlama odaklı ele alırken, coğrafyacılar mekân ve toplum etkileşimini ön planda tutmaktadır. Bunun yanında şehirleri iktisatçılar üretim ilişkileri, siyaset bilimciler yönetim ilişkileri ve sosyologlar toplumsal yapı ve ilişkilerine dayalı olarak ele almaktadır. Genel olarak şehir; sosyal, kültürel, siyasal ve ekonomik açılardan kendine özgü mekânsal ve toplumsal örgütlenme biçimleri bulunan ve belli bir yaşam tarzını içinde barındıran yoğun nüfuslu yaşam alanlarıdır.

Nüfus artışı ile paralel fiziksel olarak büyüyen şehirler ticaret, sanayi, eğitim ve kültür başta olmak üzere birçok fonksiyon kazanarak gelişmektedir. Şehrin sahip olduğu fonksiyonlar şehre değer ve nitelik kazandırmaktadır. Eğitim fonksiyonun öne çıktığı şehirler üniversite şehri olarak adlandırılmaktadır.

II. Dünya Savaşının ardından Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Türkiye’de de bölgesel kalkınmaya katkıda bulunmak amacıyla 1980’li yıllarda Trabzon, Samsun, Diyarbakır, Van, Konya, Adana gibi Anadolu kentlerinde üniversiteler açılmıştır. Bölgesel hinterlanda sahip bu üniversiteleri 2000’li yıllarda her il merkezine açılan yenileri takip etmiştir. İnsan sermayesi birikimi yaparak toplumun gelişmesine ve bulunduğu coğrafyanın kalkınmasına katkıda bulunması beklenen üniversiteler, kuruldukları kentin öncelikle demografik yapısına, sonrasında da ekonomisine, sosyal, kültürel ve toplumsal yapısına, mesleki gelişimine, mekânsal yapılanmasına, spor ve fiziksel aktivite alanlarına doğrudan veya dolaylı olarak etkide bulunmaktadır. Üniversitelerin bu etkileri büyük kentlerde daha sınırlı hissedilirken küçük kentlerde daha fazladır (Yavuzçehre, 2016). Bu kentler açısından üniversiteler yarattığı istihdam ve kazandırdığı gelir ile yerel ekonomiye katkıda bulunurken kenti girişimciler için cazibe merkezine dönüştürmekte ve sosyo-kültürel yaşam seviyesini yükselterek genç nüfusun göçünü önleyebilmektedir (Ergün, 2014; Arap, 2014; Huggins & Cooke, 1997; Güler, 2011).

Giresun şehri 138.858 nüfusu ile Doğu Karadeniz kıyı kesiminde Trabzon ve Ordu büyükşehirleri arasında orta büyüklükte bir kent yerleşmesi olarak bulunmaktadır (Bekdemir, 2016). Ekonomisi genel anlamda fındık tarımı ve fındığa dayalı sanayiye bağlı olan Giresun gibi Anadolu kentleri için üniversiteler yani açılan bir fabrika gibi görülmektedir. Kentsel olarak çok büyük olmayan Giresun’un 2006 yılında kurulan üniversitesi 45.000 öğrenci sayısına ulaşmıştır. Ancak bu rakamlar bir başka ifade ile öğrenci talepleri yıllar arasında değişmektedir. Öğrenci sürekliliği üzerinde, üniversite yönetim ve stratejileri, akademik ve idari kadroların nitelik ve nicelikleri kadar şehrin coğrafi, ekonomik ve sosyo- kültürel özellikleri ile yönetsel kabiliyetler etkilidir. Üniversiteler talebi arttırmak için kurumlarının ve buldukları şehrin tanıtım çalışmalarına önem vermektedir. Şehrin öğrenciler üzerinde oluşturduğu algı, önemli bir tanıtım unsurudur. Giresun şehrinde öğrenci sürekliliğini sağlamak için

şehir ile öğrenci arasındaki etkileşimi değerlendirmek bu çalışmanın ana amacını oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin Giresun şehrine yönelik algıları temalı bu çalışma literatürde tespit edilmiş bir boşluğu doldurmaktadır. Araştırma sonuçları şehrin gelişim ve planlanmasında rol oynayan tüm paydaşların elinde önemli bir argüman oluşturmaktadır. Belirlenen handikaplar üzerine çözümleri paydaşlar arasında tartışmaya açmak istenmektedir.

Bu amaçla çalışmanın ilk bölümünde kavramsal çerçeve ve ilgili çalışmalar üzerinde durulmakta daha sonra araştırmanın yöntem ve veri toplama bilgisi verilmektedir. Son olarak da elde edilen bulgular ve değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Literatür Çalışması

Üniversite öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algılarını geçerli bir şekilde belirlemek ve değerlendirmek için bu bölümde öncelikle algı ve şehir algısı kavramları üzerinde durulmaktadır. Daha sonra ilgili çalışmalara yer verilmektedir.

Algı; dış dünyaya açılarak fiziksel, fizyolojik, psikolojik, psikofizik süreçler sonunda zihnin sembolik form üretimi şeklinde tanımlanabilir. Çeşitli biçimlerde örgütlenen duyuların anlam kazanması algılama olarak yorumlanabilir. Dolayısı ile uyarıcılar kişiye göre farklı yorumlanabileceği gibi; aynı kişi farklı zamanlarda aynı uyarıcıyı değişik bakış açısı ile farklı anlamlandırabilir (Hoşgör, 2016). Algılama duyumsal bir bilgilenme olarak tanımlandığında beş duyu organı (duyma, görme, koklama, tatma, dokunma duyuları) yardımı ile dış dünyadan bilgi edinme kastedilmektedir. Ruhsal durum, eğitim ve kültür, ortam veya zemin, daha önceki duysal deneyimler ve geçmiş yaşantılar, ihtiyaçlar ve ilgiler, kişisel duygu, tutum ve dürtüler algıyı etkileyen faktörlerdir (Saydam, 2005).

Şehirler, içinde yaşayan kişilerin yaşı, cinsiyeti, eğitimi, yerli veya yabancı olması, ihtiyaç ve istekleri gibi çeşitli faktörlere göre farklı şekillerde algılanmaktadır. Deneyimler ve yaşanmışlıklar algıdaki bu farklılıkların temelinde yatmaktadır. Üniversiteler günümüzde şehirlerin gelişiminde rol oynayan lokomotif güçlerden biridir. Üniversite öğrencilerinin öğrenim gördüğü şehri değerlendirmeleri durum tespitinde bulunmak açısından önemlidir. Bir şehrin engellerini görmek, eksik yönlerini tamamlamak, olumsuz yönlerini düzeltmek ve problemlerini çözmek, her açıdan gelişmesine dolayısıyla kalkınmasına katkıda bulunmak için şehrsel mekânın anlaşılması gerekmektedir. Şehrsel mekânın anlaşılmasında kentin sahip olduğu coğrafi özellikler, avantajlar, örgütlenmesi ve soyut imaj unsurları önemli bir rol oynamaktadır (Karadeniz, Cinel ve Sarı, 2018).

Kentler coğrafya, mimarlık, sosyoloji, eğitim, turizm gibi disiplinler arası araştırmalarda kendine özgü yaklaşımlar ile ele alınmaktadır. İnsan ve çevre arasındaki etkileşimin bariz bir şekilde gözlenebildiği yerleşim birimleri olan kentler, coğrafyada insan-çevre ilişkilerinin algılanışı ve insanlar tarafından ifade edilişi için son derece önemli ve öncelikli mekânlardır. Şehrin sahip olduğu doğal kaynakları, turizm potansiyeli, altyapı, kurum ve kuruluşları, üniversiteler, spor kulüpleri ve şehirde yaşayanların (halkının) özellikleri, bir kentin itibarında önemli rol oynayan ve şehrin markasını oluşturan somut ve soyut unsurlarıdır. Oxford, Cambridge gibi üniversiteler buldukları kentlerin

uluslararası tanınırlığına ve itibarına son derece önemli katkılar yapmaktadır. Şehrin insanları ise şehrin kültürünü ve çekiciliğini oluşturan en değerli dinamikleridir (Demirdögen, 2018). Bilgi ve değer üreten üniversiteler, buldukları şehre sosyal ve fiziksel altyapı sağlayarak planlanmasını ve yönetimini güçlü bir şekilde etkilemektedir (Magdaniel, 2013).

Üniversite personeli ve öğrencilerinin buldukları şehri ve bunun yanında şehir halkının da üniversiteyi algılayışı belirlenip değerlendirildiğinde karşılıklı beklentilerin tespiti yapılabilir. Üniversite öğrencileri eğitimleri sırasında şehir ve halkıyla etkileşim halindedir. Şehirler misafiri olan öğrencileri geliştirip değiştirirken, öğrenciler de öğrenim gördükleri kente başta ekonomik, kültürel olmak üzere birçok etkide bulunurlar.

Literatüre bakıldığında üniversite ile şehir ilişkisini ve etkileşimini çok yönlü olarak çeşitli boyutlarda ele alan birçok çalışma bulunmaktadır. Üniversiteler ile bulunduğu şehir arasındaki ilişkiyi ele alan aşağıdaki çalışmalarda üniversitelerin bulunduğu şehirlerin gelişimi için taşıdığı önem vurgulanmaktadır.

Magdaniel (2013), üniversite ile şehrin gelişimi arasındaki ilişkiyi bilgi ekonomisi bağlamında ele almıştır. Curry (2016), üniversite ile şehir yönetimlerinin ilişkilerinde ulaşım, gürlütü, planlama ve arazi kullanımı gibi konularda yaşanan sorunları incelemiştir. Bu tür anlaşmazlıkların hatta tek bir çözülmemiş bir olayın devam ettiğinde ilişkiyi zayıflatan, kalıcı bir hikâye yaratabileceğini vurgulamıştır. İki yönetimin de karşılıklı güven üzerine inşa edilmiş stratejik çalışmalara önem vermesi gerekmektedir. Lee vd. (2014), üniversitelerin kentler üzerindeki mekânsal etkilerini ele alan çalışmada üniversite-şehir ara yüzü gibi ara alanları, üniversitenin çevredeki şehir ile fiziksel ve işlevsel bağlantısını etkileyen bölgeler olarak tanımlamaktadır. Üniversiteler plazalar ve bulvarlar için sunduğu bir dizi kentsel tasarım prensipleri ile üniversite-şehir ilişkisinin kalitesini önemli ölçüde artırabilir.

Webber (2012) çalışmasında şehir ile üniversitenin etkili bir ortaklık kurmasının önemine değinmiştir. İki tarafın farklı hedefleri ve farklı öncelikleri olduğu için üniversiteler ile bulunduğu şehir arasındaki ortaklıklar doğal olarak zordur. Aynı zamanda, bu tür olası ortaklıkların büyük değeri vardır. Büyük üniversitelerin ve büyük şehirlerin kurduğu ekonomik ve eğitim vb. alandaki ortaklık giderek, şehri ve üniversiteyi (bir marka olarak) toplumlarında liderleri haline getirmiştir. Şehirler, üniversitelerin çeşitli birimlerinin ve öğrencilerinin ürettiği fikir, sinerji ve vizyona ihtiyaç duymaktadır. Üniversiteler, toplumda en önemli ve baskın sorunlara yönelik (suç önlenmesi gibi) çözümlere katkıda bulunma vazifesini üstlenmişlerdir. Üniversite ve şehir arasında sürdürülebilir ortaklıklar kurmak oldukça değerlidir.

Dolnicar ve Grabler (2004) her biri önemli bir destinasyon olan Barselona, Budapeşte, Paris, Prag, Venedik ve Viyana şehirlerini, turist algılayışına göre ele almış ve destinasyon yönetimine yönelik tespitlerde bulunarak öneriler geliştirmiştir. Llinares, Page ve Llinares (2013) Valencia kentinin (İspanya) farklı mahallelerinde 153 kişi üzerinde araştırmada komşuluk gibi kavramlar üzerinde durarak şehre yönelik algıyı sosyolojik olarak ele almıştır.

Şehrin sahip olduğu mal ve hizmetlerin ekonomik değere dönüştürülmesinde ve tanıtımında üniversite öğrencilerinin değerlendirmeleri önem arz etmektedir. Bu doğrultuda Gümüş (2017) üniversite öğrencilerinin Kastamonu şehrine yönelik algılarını şehir pazarlaması bağlamında incelemiştir. Cop ve Akpınar (2014) üniversite öğrencilerinin Bolu, Düzce, Sakarya ve Kocaeli şehirleri ile ilgili marka şehir algılarını araştırmıştır.

Akçakanat vd. (2011) Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin, Isparta'daki yaşam kalitesi hakkındaki düşüncelerini, Isparta halkı, esnafı, ev sahipleri hakkındaki tutumlarını, Isparta'daki farklı sektörleri ve şehir halkını nasıl algıladığını belirlemeye çalışmıştır. Sağdıç (2014) üniversite öğrencilerinin İstanbul'a ilişkin farklı şehir algılarını ve şehir algılarından yola çıkarak onların çeşitli mekânsal problemlere ve şehrin geleceğine ilişkin düşüncelerini incelemiştir. Ergün (2014) Mehmet Akif Ersoy Üniversitesinin ve üniversitenin yer aldığı Burdur kentinin öğrenciler açısından değerlendirilişi ele almıştır. Tektaş ve Tektaş (2018) Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi öğrencilerinin Bandırma ilçesine yönelik algılarını ve memnuniyetlerini belirlemiştir. Tural ve Şahin (2013) Gaziantep Üniversitesi öğrencilerinin, üniversiteleri ve ideal üniversite kavramını nasıl algıladıklarını metaforlar yardımıyla ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Yıldız vd. (2017) Dumlupınar Üniversitesi öğrencilerinin şehir memnuniyetlerini etkileyen faktörleri Kütahya ölçeğinde araştırmıştır.

Erkan ve Yenen (2010) Kastamonu üzerinde yaptıkları imaj analizi çalışmasında şehir halkının kente ait topografya, ölçek, kentsel doku gibi bilgileri ışığında kenti algılayışlarını şehir plancısı yaklaşımı ile araştırmıştır. Ünal vd. (2013) kırsal alanlarda yaşayan öğrencilerin şehir kavramına ilişkin metaforları, şehir ve üniversite yaşamından ne anladıkları, şehir çekiciliği, kazanımları ve zorlukları, değer kayıpları üzerine tespitlerde bulunmuş ve ortaya çıkabilecek sorunlara yönelik çözümler önermiştir. Türkan (2017) üniversite öğrencilerinin Çankırı şehrine yönelik kentsel çevre algısını incelemiştir.

Şehir algısını davranışsal coğrafya yaklaşımı ile ele alan çalışmalara ise Alişaoğlu (2007), Karadağ ve Turut (2013) ve Temurçin ve Keçeli'nin (2015) araştırmaları örnek verilebilir. Alişaoğlu (2017), öğrencilerin Balıkesir şehrine yönelik algılarını çevre, kültür, imaj, kentsel kullanım açısından ele almıştır. Karadağ ve Turut Ege Üniversitesi öğrencilerinin İzmir kentine yönelik algılarını zihin haritaları ve anket ile ölçerek algıları üzerinde etkili olan faktörleri açıklamıştır. Temurçin ve Keçeli ise uluslararası öğrencilerin Isparta şehrine yönelik mekânsal algılarını araştırmıştır.

Canarslan ve Gülfidan (2014) Sandıklı şehir halkının şehirlerinin markalaşma sürecinde marka imajı algılarına yönelik bir çalışma yapmışlardır. Toksar, İsen, Dağcı (2014) da Konya halkına uyguladığı anket ile Konya'nın marka şehir olma sürecine yönelik şehir halkının düşüncelerini incelemiştir. Tural (2010) ve Aydoğan (2016) ise şehir algısına edebi olarak yaklaşmışlar ve Tural, İsmet Özel'in şiirinde şehir algısını, Aydoğan da Ahmet Hamdi Tanpınar'ın "Beş Şehir" eserinde mekânsal algılarını araştırmıştır.

Avcılar vd. (2017) yaptıkları araştırmalarında öğrenciler için şehirde yaşam memnuniyeti indeks değerlerinin eğitim, güvenlik, ulaşım boyutlarında sıralanırken, genel memnuniyet düzeyini olumsuz yönde etkileyen en önemli boyutların ise yerel yönetim hizmetleri ve şehrin ekonomik gelişim düzeyi olduğunu belirtmektedirler. Diğer benzer araştırmalarda da öğrencilerin şehirden duydukları memnuniyeti etkileyen faktörler; ulaşım, barınma, şehrin cazibesi ve canlılığı, şehrin sunduğu kültürel ve sosyal imkânlar ve üniversitenin sunduğu imkânlar şeklinde sıralanmaktadır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin Giresun halkına yönelik algılarının ölçeğin diğer alt boyutlara göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Aliağaoğlu'nun (2017) benzer araştırmasında da öğrencilerin Balıkesir halkına yönelik imajları olumlu bulunmuştur.

Karadağ ve Yücel'in (2017) Türkiye genelinde 174 üniversite üzerinde yapmış olduğu "Öğrenci Dostu Üniversite" projesinde, Giresun Üniversitesi öğrencilerinin öğrenim gördüğü üniversitesinden memnuniyet düzeyleri farklı alt boyutlarda araştırılmıştır. Yapılan araştırmada anketten alınabilecek en yüksek puan 600 olup Türkiye ortalaması 415'dir. Giresun Üniversitesi 437 genel memnuniyet puanı ile Türkiye ortalamasının üstünde olup memnuniyet sıralamasında 80. sırada çıkmıştır. Tablo 1'de Giresun Üniversitesinin alt boyutlara göre aldığı puanlar verilmiştir.

Tablo 1: Öğrenci Dostu Üniversiteler Araştırmasında Giresun Üniversitesi'nin Durumu

Düzye	Genel Memnuniyet		Öğrenim Deneyiminin Tatminkârlığı		Yerleşkenin ve Yaşamının Doyuruculuğu		Akademik Destek ve İlg		Kurumun Yönetim ve İşleyişinden Memnuniyet		Öğrenme İmkân ve Kaynaklarının Zenginliği		Kişisel Gelişim ve Kariyer Desteği	
	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra
C	437	80	74	42	71	51	69	55	77	34	70	48	76	46

Kaynak: Karadağ ve Yücel (2017)

Aynı araştırmacıların 2018'de, "üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri şehirden tatmin olma düzeylerini belirlemek ve bu kapsamda şehirleri sıralamak" amacıyla 81 ilde (109 devlet ve 63 vakıf) 172 üniversitede öğrenim gören 26,513 öğrenci ile yaptıkları "Öğrenci Dostu Üniversite Şehirleri" araştırmasında Giresun şehri memnuniyet sıralamasında 20. sırada yer almıştır (Şekil 1). Araştırmada öğrencilerin yükseköğrenim gördükleri şehrin sağlık, ulaşım, eğlence ve spor imkânları, gezi, sosyal, sanatsal ve kültürel etkinlikler, şehirde kendini güvende hissetme, halkın tutumu ve esnafla ilişkiler gibi özelliklerinden memnuniyetleri ölçülmüştür.

alanlarını oluşturmaktadır. Giresun şehir merkezinde 2 adet AVM, çok sayıda park ve bahçe, alışveriş yapılabilecek cadde ve dükkânlar bulunmaktadır.

Giresun Üniversitesi 2006 yılında, 5467 Sayılı Kanun ve Bakanlar Kurulu Kararı ile kurulmuş olup günümüzde 3 Enstitü, 13 Fakülte, 6 Yüksekokul, 12 Meslek Yüksekokulu, 18 Araştırma ve Uygulama Merkezi ve 1 Devlet Konservatuvarı ile eğitim öğretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Giresun kent merkezinde rektörlük, idari birimler ve bazı araştırma merkezleri bulunurken, Güre yerleşkesinde beş fakülte, iki yüksekokul, bir konservatuvar ve bir meslek yüksekokulu ile enstitüler ve araştırma merkezleri yer almaktadır. Yine şehir merkezinde bulunan Gazipaşa yerleşkesinde ise bir fakülte, iki meslek yüksekokulu, poliklinik, uygulama oteli (misafirhane), kapalı spor salonu, Nizamiye Yerleşkesinde ise araştırma hastanesi ile eğitim öğretim faaliyetlerini sürdürmektedir. Üniversitenin Bulancak, Piraziz, Tirebolu, Keşap, Espiye, Görele, Dereli, Eynesil, Alucra ve Şebinkarahisar ilçelerinde Sağlık Bilimleri, İletişim ve Güzel Sanatlar Fakültesi ile birçok Yüksekokul ve Meslek Yüksekokulunda eğitim ve öğretim faaliyetlerinde bulunmaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada Giresun şehrinin imaj algısı, potansiyel turistler olan üniversite öğrencileri gözüyle ele alınmıştır. Böylece şehrin algılanan imajına göre gelişimlerini etkileyen doğal ve beşeri avantaj ve dezavantajları belirlenmektedir. Bu amaçla, Giresun Üniversitesi öğrencilerinin öğrenim gördükleri şehre ve halkına yönelik algılarının nasıl olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada öğrencilerin cinsiyet, geldikleri şehir, gelir durumu gibi farklı değişkenlere göre algılarının farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır.

Bir üniversitenin başarısında bulunduğu şehrin kültürü ve yaşantısı etkili bir unsurdur. Üniversite öğrencilerinin şehre ait deneyim ve memnuniyetlerine dayalı algılarını anlama, şehrin daha öğrenci merkezli olması açısından bir yol gösterici olarak önemlidir. Sunulan araştırmanın üniversite ve şehrin yöneticilerinin, karar verici ve politika yapıcılarının, sivil toplum kuruluşlarının ve girişimcilerinin veri ihtiyacını gidermeye katkıda bulunacağı beklenmektedir.

Bu araştırmanın problem cümlesi, “Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin öğrenim gördükleri şehir olan Giresun’a yönelik algıları nasıldır ve öğrenci algıları arasında cinsiyet, Giresunlu olup olmama, öğrenim gördüğü yerleşke, sınıf, ailesinin yaşadığı yerleşme, öğrencinin ikamet ettiği yer, gelir seviyesi algısı, aylık ortalama harcama düzeyi değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar var mıdır? biçiminde düzenlenmiş ve araştırmada, aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır.

1. Giresun Üniversitesi öğrencilerinin öğrenim gördükleri şehir olan Giresun’a yönelik şehrsel algıları nasıldır?
2. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları arasında cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir fark var mıdır?
3. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları Giresunlu olup olmama değişkenine göre anlamlı bir fark göstermekte midir?

4. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları öğrenim gördüğü yerleşke değişkenine göre anlamlı bir fark göstermekte midir?
5. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları arasında sınıf değişkenine göre anlamlı bir fark var mıdır?
6. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları ile öğrencinin ailesinin yaşadığı yerleşme boyutu değişkeni arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
7. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları ile öğrencinin ikamet ettiği yer değişkeni arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
8. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları ile öğrencinin gelir seviyesi algısı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
9. Giresun Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algıları aylık ortalama harcamalarına göre anlamlı bir fark göstermekte midir?

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Nicel bir araştırma türü olan bu çalışma ilişkişel tarama modelindedir. Genel tarama (betimsel) modeli; çok sayıda elemanı olan bir evren hakkında genel bir yargıya varmak için belirlenen örneklem üzerinden yapılan tarama düzenlemeleridir. Tarama modelleri geçmişte ya da halen var olan bir durum, konu (görüş, ilgi, yetenek) ya da nesne, herhangi bir değiştirme veya etkileme çabası gösterilmeden, kendi koşulları içinde, var olduğu şekliyle betimlemek amacı ile sıklıkla başvurulan araştırma yaklaşımlarıdır. İlişkişel tarama modeli, iki ve daha çok sayıdaki değişken arasındaki birlikte değişim varlığını veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modelleridir (Karasar, 2009; Büyüköztürk vd., 2009).

Araştırmanın Çalışma Grubu

Giresun Üniversitesi öğrencileri ile yürütülen çalışma 2018-2019 öğretim yılında gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini 45.000 Giresun Üniversitesi öğrencisi oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde, tanımlanmış bir evrendeki tüm elemanlara, örnekleme seçilmek için eşit ve birbirinden bağımsız şans veren basit seçkisiz örnekleme tekniği kullanılmıştır. Öğrencilerin çalışma grubuna dâhil olmasında gönüllülük ilkesine uyulmuştur (Özen ve Gül, 2007). Araştırmada üniversite öğrencilerinin Giresun şehrine yönelik algılarını ölçmek amaçlanmıştır. Bu nedenle rektörlüğün bulunduğu şehir merkezindeki birimlerin öğrencilerine önem verilmiştir. Ancak merkez dışındaki diğer yerleşkelerde öğrenim görüp kent ile alışveriş, ikamet vb. sosyo-ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak amacı ile ilişkileri olan öğrenciler de ihmal edilmemeye çalışılmıştır. Toplam 1210 öğrenciye ulaşılmış ancak çalışma sağlıklı, samimi ve eksiksiz dönüt alınan 1110 öğrenci ile yürütülmüştür.

Veri Toplama Araçları

Üniversitesi öğrencilerinin öğrenim gördükleri şehir olan Giresun şehrine yönelik algılarını belirlemek üzere sürdürülen araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen

“Yükseköğrenim Görülen Şehre Yönelik Algı Ölçeği” kullanılmıştır (Karadeniz, Cinel, Sarı 2018). Beşli Likert tipinde hazırlanan ölçek 4 alt boyuttan oluşmaktadır. 32 maddelik ölçeğin toplam tutarlılık katsayısı .890 olup, faktörlere göre iç tutarlılık katsayıları olarak Cronbach Alfa değerleri, birinci alt boyu olan sosyo kültürel algı için .855, ikinci alt boyut şehir halkına yönelik algı için .872, üçüncü alt boyut şehre yönelik tutum için .814, dördüncü alt boyut ulaşım algısı için .778’dir.

Şehir Algısı Ölçeğinden en az 32, en çok 160 puan elde edilebilmektedir. 32- 74 puan aralığı düşük, 75-116 puan aralığı orta, 117 ve üzeri puan aralığı yüksek şehir algısını işaret etmektedir. Sosyo kültürel algı boyutunda ise en düşük 12 puan, en yüksek 60 puan alınabilmektedir. Bu boyutta 12-27 puan aralığı düşük; 28- 43 puan aralığı orta; 44- ve üzeri puan aralığı yüksek düzeyde algıya işaret etmektedir. İkinci alt boyut şehir halkına yönelik algıda ise en düşük 9 puan, en yüksek 45 puan alınabilecektir. Bu boyutta 9-20 puan aralığı düşük; 21-32 puan aralığı orta; 33 ve üzeri puan aralığı yüksek düzeyde halka yönelik algıyı işaret etmektedir. Şehre yönelik tutum boyutunda ise en düşük 8 puan, en yüksek 40 puan alınabilecektir. Bu boyutta 8-17 puan aralığı düşük; 18-33 puan aralığı orta; 34 ve üzeri puan yüksek tutum algısına denk düşmektedir. Dördüncü ulaşım algısından en düşük 3 en yüksek 15 puan alınabilmektedir. 3-6 puan arası düşük, 7-10 puan arası orta, 11 ve üstü puan alanlar da yüksek algıya sahip olacaktır.

Verilerin Çözümlemesi

Öğrencilere uygulanan ölçek ile elde edilen verilerin çözümlemesinde Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı (SPSS) kullanılarak aşağıdaki istatistiksel işlemlerden yararlanılmıştır: Öğrencilerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri ile ilgili tanımlayıcı analizler için frekans analizine başvurulmuştur.

Tüm ölçekten ve altı alt boyuttan elde edilen aritmetik ortalamaların öğrenim gördüğü yerleşke, sınıf, ailesinin yaşadığı yerleşme, öğrencinin ikamet ettiği yer, gelir seviyesi algısı, aylık ortalama harcama düzeyi değişkenlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesinde ve parametrik test varsayımlarının gerçekleştiği dört alt boyutta Tek Yönlü ANOVA testi kullanılmıştır. Varyans analizi karşılaştırılan grupların hangileri arasında fark olduğunu bildiremez. Bu nedenle anlamlı fark bulunduğu zaman bu farkın hangi gruplar arasındaki farktan kaynaklandığını bulmak amacıyla Tukey testinden yararlanılmıştır. İstatistiksel hesaplamalarda anlamlılık düzeyi $p<0.05$ olarak belirlenmiştir.

Bulgular

Giresun üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algılarını belirlemek amacı ile uygulanan anketin birinci kısmını öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular oluşturmaktadır. Bu sorulara verilen cevaplara göre Tablo 2 oluşturulmuştur.

Sosyo-Demografik Özellikleri

Ankete katılan öğrencilerin, %81,9'u Giresunlu olmayıp Türkiye'den ve yurt dışından yükseköğrenim görmek için şehre gelmiş bulunmaktadır. Araştırma grubunu oluşturan öğrencilerin %56,4'ü kadın, %34,0'u üçüncü sınıfta öğrenim gören, %31,4'ü bir ilçe merkezinden gelen öğrenciden oluşmaktadır. Katılımcıların %83,2'si gelir durumunu orta düzeyde algılamakla birlikte %30,7'si aylık ortalama 501-750 TL harcamada bulunduğunu, %35,6'sı K.Y.K. ve %33,6'sı da kiralık öğrenci evinde ikamet ettiğini, %88,2'si de Güre yerleşkesinde öğrenim gördüğünü belirtmiştir (Tablo 2).

Tablo 2: Ankete Katılan Öğrencilerin Sosyo-Demografik Özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Erkek	484	43,6
	Kadın	626	56,4
Sınıf	1.Sınıf	155	14,0
	2. Sınıf	184	16,6
	3. Sınıf	387	34,9
	4. Sınıf	332	29,9
	5 ve +	52	4,7
Giresunlu olma durumu	Evet	201	18,1
	Hayır	909	81,9
Aile yaşam yeri	Köy, Kasaba, Belde	149	13,4
	İlçe merkezi	349	31,4
	İl merkezi	331	29,8
	Büyükşehir	281	25,3
Gelir durumu algısı	Düşük	82	7,4
	Orta	924	83,2
	Yüksek	104	9,4
Aylık ort. harcama	250 ve altı	78	7,0
	251-500	304	27,4
	501-750	341	30,7
	751-1000	235	21,2
	1001 ve üstü	152	13,7
İkamet durumu	K.Y.K.	395	35,6
	Kiralık daire	373	33,6
	Apart, özel yurt vb.	200	18,0
	Aile, akraba yanı	142	12,8
Öğrenim gördüğü yerleşke	Güre	979	88,2
	Debboy	81	7,3
	Diğer	50	4,5

Araştırmada iki bağımsız grubun ortalamalarının birbirinden farklı olup olmadığını test etmek için bağımsız gruplar t-testi istatistiksel analiz yöntemi kullanılmıştır. Her grupta kaç kişi bulunduğunu ve her grubun ortalaması ve standart sapmasını gösteren betimsel istatistikler tablosu oluşturulmuş ve yorumlanmıştır (Tablo 3).

Tablo 3: Giresun Şehrine Yönelik Algı İfadelerinin Toplam ve Cinsiyete Göre Ortalama ve SS Değerleri

	Toplam (n=1110)		Kadın (n=6269)		Erkek (n=484)	
	X	Ss	X	Ss	X	Ss
Şehre yönelik algı ifadeleri						
Sosyo Kültürel Algı (min=12,00, max=60,00)	29,30	8,808	28,20	8,603	30,71	8,878
Konser faaliyetleri yeterlidir.	2,41	1,156	2,30	1,106	2,55	1,204
Sinema imkânları yeterlidir.	2,57	1,145	2,48	1,141	2,69	1,140
Sportif aktivite imkânları yeterlidir.	2,54	1,170	2,42	1,182	2,69	1,136

Mehmet Ozan CİNEL, Cemile BAHTİYAR KARADENİZ
Üniversite Öğrencilerinin Giresun Şehir Algısı

Tiyatro etkinlikleri yeterlidir.	2,60	1,134	2,57	1,165	2,64	1,093
Eğitim imkânları yeterlidir.	2,57	1,083	2,45	1,062	2,73	1,092
Öğrenciye yönelik eğlence hizmetleri gelişmiştir.	2,13	1,098	2,08	1,096	2,19	1,099
Boş zaman değerlendirme etkinlikleri mevcuttur.	2,23	1,137	2,09	1,093	2,42	1,165
Alışveriş imkânları yeterlidir.	2,31	1,104	2,22	1,096	2,42	1,105
Farklı zevklere hitap eden yiyecek içecek işletmelerinin sayısı yeterlidir.	2,33	1,085	2,31	1,08	2,34	1,082
Kaliteli giyim ürünleri bulunmaktadır.	2,57	1,206	2,43	1,218	2,75	1,169
Öğrenciye yönelik sunulan yiyecek içecek hizmetleri kalitelidir.	2,59	1,097	2,56	1,119	2,64	1,068
Kırtasiye ürünleri öğrenci bütçesine uygundur.	2,44	1,185	2,28	1,186	2,64	1,154
Şehir Halkına Yönelik Algı (min=9, max=45)	28,18	6,939	28,58	6,818	27,67	7,067
Şehir halkı misafirperverdir	3,29	1,084	3,36	1,099	3,19	1,059
Şehir halkını yardımsever buluyorum.	3,24	1,071	3,30	1,099	3,17	1,032
Şehir halkını samimi buluyorum.	3,13	1,102	3,13	1,108	3,13	1,096
Şehir halkı iletişime açıktır.	3,18	1,112	3,26	1,113	3,08	1,105
Şehir halkı için hoşgörülü diyebilirim	3,09	1,110	3,11	1,100	3,05	1,123
Şehir halkı, farklı kültürlere saygılıdır.	3,07	1,105	3,08	1,095	3,05	1,119
Şehir halkı farklı görüşlere karşı saygılıdır.	3,12	1,081	3,08	1,089	3,17	1,070
Şehir halkı eğitime değer verir.	3,12	1,034	3,27	,992	2,94	1,057
Şehir halkının kültür seviyesi yüksektir.	2,95	1,011	3,00	,996	2,89	1,028
Şehre Yönelik Algı (min=8, max=40)	24,76	6,601	24,74	6,391	24,79	6,871
Üniversiteyi bu şehirde okuyor olmaktan memnunum.	2,97	1,194	2,98	1,140	2,95	1,262
Giresun'da üniversite okumayı başkalarına da tavsiye ederim.	2,72	1,161	2,69	1,148	2,76	1,177
Bu şehri sevmiyorum.	3,41	1,225	3,40	1,204	3,43	1,252
Mezun olduktan sonra bu şehirde yaşamak isterim.	2,65	1,246	2,62	1,214	2,69	1,286
Bu şehirde okumayı tercih ettiğim için pişmanım.	3,22	1,220	3,25	1,196	3,18	1,251
Bu şehir bana göre yaşanılacak bir yerdir.	3,18	1,189	3,23	1,141	3,11	1,245
Mezun olduktan sonra bu şehre tekrar gelmek isterim	3,38	1,163	3,30	1,096	3,48	1,236
Bu şehrin bende oluşturduğu imaj olumludur.	3,23	1,132	3,27	1,096	3,19	1,176
Ulaşım Algısı (min=3, max=15)	10,14	2,770	10,26	2,792	10,00	2,738
Şehir içi ulaşım kolaydır.	3,65	1,035	3,69	1,061	3,59	,998
Şehirlerarası ulaşım kolaydır.	3,59	1,050	3,63	1,039	3,53	1,061
Bu şehir toplu taşıma açısından gelişmiştir.	2,90	1,187	2,93	1,212	2,87	1,154
TOPLAM (min=32, max=160)	92,39	18,186	91,78	17,385	93,17	19,162

Araştırmaya katılan öğrencilerin Giresun şehrine yönelik ortalama algı düzeyi orta düzeyde çıkmıştır ($\bar{X}=92,39$). Ankete katılan erkek öğrencilerin algı düzeyi $\bar{X}=93,17$ olup kadın öğrencilere göre $\bar{X}=91,78$ daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Anketin dört alt boyutunda da şehre yönelik algı orta düzeyde olduğu belirlenmiştir. Anket genelinde en yüksek algı maddesi “şehir içi ulaşım kolaydır ($\bar{X}=3,65$)”, en düşük algı ise “öğrenciye yönelik eğlence hizmetleri gelişmiştir ($\bar{X}=2,13$)” maddesinde bulunmaktadır.

Cinsiyet Değişkenine Göre Giresun'a Yönelik Şehir Algısı

Cinsiyet değişkenine göre Giresun şehir algısı p değerine bakılarak değişip değişmediği test edilmiştir. $p<0,05$ ise cinsiyet değişkenine göre ortalamalar birbirinden farklıdır. P değeri 0,207 olduğuna göre toplam algıda bir fark yoktur. Ölçeğin alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre durumuna bakıldığında Faktör 1 $p=,000$ ve Faktör 2'de $p=,031$ bulunmuş olup 1. ve 2. alt boyutlarda anlamlı bir farklılık çıkmaktadır. Birinci alt boyutta erkek öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algılarının ortalamaları 30,70 olup kadın öğrencilere göre biraz daha yüksektir. 2. Alt boyutta ise kadın öğrencilerin şehre yönelik algılarının ortalamaları 28,58 olup erkek öğrencilere göre biraz daha yüksek çıkmıştır (Tablo 4).

Tablo 4: Şehir Algısı Ölçeği Puanlarının Cinsiyete Göre T-testi Sonuçları

	Cinsiyet	n	Ort.(X)	S	sd	t	p
TOPLAM	Erkek	484	93,17	19,16220	1108	1,263	,207
	Kadın	626	91,78	17,38482			
Sosyo kültürel	Erkek	484	30,70	8,87781		4,729	,000
	Kadın	626	28,20	8,60331			
Şehir halkına yönelik	Erkek	484	27,67	7,06737		2,166	,031
	Kadın	626	28,58	6,81815			
Şehre yönelik	Erkek	484	24,79	6,87100		,132	,895
	Kadın	626	24,74	6,39094			
Ulaşım	Erkek	484	9,99	2,73766		,567	,119
	Kadın	626	10,25	2,79187			

Sınıf Değişkenine Göre Giresun'a Yönelik Şehir Algısı

İki ya da daha fazla grubun ortalamaları arasında fark olup olmadığına bakmak için ANOVA varyans analizi yapılmıştır (Tablo 5).

Tablo 5: Öğrencilerin GŞYAÖ Puanlarının Sınıf Düzeyine Göre ANOVA Sonuçları

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Ölçek	Gruplararası	8022,900	4	2005,725	6,178	,000	5.- (3-1-4-2)
	Grupiçi	358752,523	1105	324,663			
	Toplam	366775,423	1109				
Sosyo kültürel	Gruplararası	953,505	4	238,376	3,096	,015	3.-5,(2-1-4)
	Grupiçi	85091,163	1105	77,006			
	Toplam	86044,668	1109				
Şehir halkına yönelik	Gruplararası	1640,960	4	410,240	8,757	,000	5.-1-3,(4-2)
	Grupiçi	51763,548	1105	46,845			
	Toplam	53404,508	1109				
Şehre yönelik	Gruplararası	1086,211	4	271,553	6,351	,000	5.- (3-4-2-1)
	Grupiçi	47244,888	1105	42,756			
	Toplam	48331,099	1109				
Ulaşım	Gruplararası	55,245	4	13,811	1,805	,126	
	Grupiçi	8454,979	1105	7,652			
	Toplam	8510,224	1109				

Analiz sonuçları öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında öğrenim görülen sınıf düzeyi bakımından anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir [$F(4-1109)=6,18, p<.00$]. Başka bir deyişle, öğrencilerin genel olarak şehre yönelik algıları, öğrenim gördüğü sınıfa bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. ANOVA grupların birbirinden farklı olup olmadığı bilgisini verirken hangi grupların birbirinden farklı olduğunu bilmesini vermemektedir. Hangi grupların birbirinden farklı olduğunu bulmak için Post-hoc karşılaştırmaları yapılmıştır. Sınıflar arası farkların hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacıyla yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre, 5. ve daha üst sınıftaki öğrencilerin şehirselle algıları diğer sınıfta okuyan öğrencilere göre daha yüksek (olumlu) olduğu belirlenmiştir (Tablo 6).

Tablo 6: Sınıf Düzeyi Şehirselle Algı Scheffe Analizi

	Sınıf	n	Alfa değeri = 0.05		
			1	2	
Scheffe ^{a,b}	2	184	90,0163		
	4	332	90,8494		
	1	155	92,2258		
	3	387	93,4884		
	5 ve üstü	52		102,8846	
	Anlamlılık			,640	1,000

Öğrencilerin şehre yönelik algılarını sınıf değişkenine göre incelerken alt boyutlar düzeyinde analiz edildiğinde 1. Alt boyutta [F(4-1109)=3,10, p<.01], 2. Alt boyutta [F(4-1109)=8,76, p<.00], 3. Alt boyutta [F(4-1109)=6,18, p<.00] gruplar arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. 4. Alt boyutta ise gruplar arasında [F(4-1109)=1,80, p>.126] anlamlı bir farklılık yoktur.

Giresunlu Olma Durumuna Göre Giresun'a Yönelik Şehir Algısı

Araştırmaya katılan öğrencilerin 909'u Giresunlu değildir. Bu öğrencilerin Giresun'a yönelik şehir algılarının puanları ile Giresunlu öğrencilerin puanlarının ortalamaları oldukça farklı bulunmuştur. İki grup arasındaki ortalama puan farkı yaklaşık 16 bulunmuştur (Tablo 7).

Tablo 7: Şehir Algısı Ölçeği Puanlarının Giresunlu Olma Durumuna Göre T-testi Sonuçları

		n	Ortalama(X)	S	sd	t	p
TOPLAM	Giresunlu	201	105,43	17,96	283,93	11,49	,000
	Giresunlu değil	909	89,50	16,93			
FAKTÖR1	Giresunlu	201	34,72	8,83	284,29	9,72	,000
	Giresunlu değil	909	28,09	8,34			
FAKTÖR2	Giresunlu	201	32,12	6,45	304,28	9,49	,000
	Giresunlu değil	909	27,31	6,74			
FAKTÖR3	Giresunlu	201	27,89	6,84	281,04	7,24	,000
	Giresunlu değil	909	24,07	6,34			
FAKTÖR4	Giresunlu	201	10,69	2,70	299,92	3,19	,002
	Giresunlu değil	909	10,02	2,77			

Öğrencinin Ailesinin Yaşadığı Yerleşmeye Göre Giresun'a Yönelik Şehir Algısı

Bu bölümde öğrencinin Giresun'a öğrenim için gelmeden önce yaşadığı, ömrünün büyük bölümünü geçirdiği yerleşmenin büyüklüğü köy, kasaba, ilçe merkezi, il merkezi, büyükşehir olarak sorulmuş ve bu ailesinin yaşadığı yerleşme değişkeni olarak belirlenmiştir. Üniversite öğrencisinin öğrenim görmek için geldiği yerleşmenin türü veya büyüklüğü Giresun'a yönelik şehrsel algısını değiştirmekte midir sorusuna cevap aranmıştır (Tablo 8).

Tablo 8: Öğrencilerin GŞAÖ Puanlarının Öğrencinin Ailesinin Yaşadığı Yerleşmeye Göre ANOVA Sonuçları

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Ölçek	Gruplararası	7941,191	3	2647,064	8,159	,000	köy-il(ilçe-Bşehir)
	Grupiçi	358834,232	1106	324,443			
	Toplam	366775,423	1109				
Faktör 1	Gruplararası	2323,208	3	774,403	10,230	,000	köy-il(ilçe-Bşehir)
	Grupiçi	83721,460	1106	75,698			
	Toplam	86044,668	1109				
Faktör 2	Gruplararası	763,933	3	254,644	5,350	,001	köy-il(ilçe-Bşehir)
	Grupiçi	52640,575	1106	47,595			
	Toplam	53404,508	1109				
Faktör 3	Gruplararası	288,303	3	96,101	2,212	,085	
	Grupiçi	48042,796	1106	43,438			
	Toplam	48331,099	1109				
Faktör 4	Gruplararası	95,000	3	31,667	4,162	,006	B.şehir-köy-il-ilçe
	Grupiçi	8415,224	1106	7,609			
	Toplam	8510,224	1109				

Analiz sonuçları öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında öğrencinin ailesinin yaşadığı yerleşme türü bakımından anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir [F(3-1109)=8,16, $p<.00$]. Başka bir deyişle, öğrencilerin genel olarak şehre yönelik algıları, öğrencinin ailesinin ve kendinin daha önce yaşadığı yerleşme türüne bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Belirlenen farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu bulmak amacı ile yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre, köy, belde gibi küçük yerleşmeden gelen öğrenciler ile il merkezinden gelen öğrencilerin şehrsel algıları ilçe merkezi ve büyükşehirden gelen öğrencilere göre daha yüksek (olumlu) olduğu bulunmuştur (Tablo 9).

Tablo 9: Öğrencinin Geldiği Yerleşme Türü Şehrsel Algı Scheffe analizi

	Öğrencinin Yerleşme Türü	Geldiği n	Alfa değeri = 0.05	
			1	2
Scheffe ^{a,b}	Büyükşehir	281	89,8327	
	İlçe merkezi	349	90,5903	
	İl merkezi	331	94,1239	94,1239
	Köy, kasaba, belde	149		97,5570
	Anlamlılık		,072	,213

Öğrencilerin geldiği yerleşme türü değişkeni ile şehre yönelik algıları arasındaki ilişki alt boyutlar düzeyinde de analiz edilmiştir. 1. Alt boyutta [F(3-1109)= 10,23, $p<.00$], 2. Alt boyutta [F(3-1109)= 5,35, $p<.01$] ve 4. Alt boyutta gruplar arasında [F(3-1109)= 4,16, $p<.006$] anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. 1. ve 2. Alt boyutlarda şehrin sosyal ve kültürel imkân ve özellikleri değerlendirildiğinden köy ve diğer küçük yerleşmelerden gelen öğrenciler tarafından algı düzeyi yüksek çıkmaktadır. 4. Alt boyut ise ulaşım algısı olup büyükşehirden gelen öğrencilerin bu alt boyutta algılarının yüksek çıkması doğaldır. Büyükşehirlere göre trafik ve ulaşım sorunu yaşanmamaktadır. 3. Alt boyutta [F(3-1109)= 2,21, $p>.085$] gruplar arasında ise anlamlı bir farklılık yoktur.

Öğrencilerin Gelir Düzeyine Göre Giresun Şehir Algısı

Ankete katılan öğrencilerin gelir düzeyi algısı ile şehre yönelik algıları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için Tek Yönlü Varyans analizi ANOVA testi yapılmıştır. Analiz sonuçları iki algı düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir [F(2-1109)= 4,72, $p<.009$]. Başka bir deyişle, öğrencilerin genel olarak Giresun şehrine yönelik algıları, öğrencinin düşük orta ve yüksek olarak algıladığı gelir seviyesine bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. ANOVA test istatistiği istatistiksel bir fark bulunduğu zaman hangi gruplardan kaynaklandığını göstermekte yetersiz kaldığından bu sorun Post-Hoc testleri ile aşılmıştır.

Hangi gelir düzeyinde bulunan öğrencilerin diğerinden farklı olduğunu bulmak amacı ile yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre, gelir düzeyini düşük algılayan öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algıları yüksek ve orta gelir düzeyindeki öğrencilere göre daha yüksek (olumlu) çıkmıştır (Tablo 10).

Tablo 10: Öğrencilerin GŞAÖ Puanlarına Öğrencinin Gelir Algısına Göre ANOVA Sonuçları

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Ölçek	Gruplararası	3098,834	2	1549,417	4,716	,009	düşük-(yüksek-orta)
	Grupiçi	363676,590	1107	328,524			
	Toplam	366775,423	1109				
Faktör 1	Gruplararası	696,024	2	348,012	4,514	,011	yüksek-(düşük-orta)
	Grupiçi	85348,643	1107	77,099			
	Toplam	86044,668	1109				
Faktör 2	Gruplararası	224,011	2	112,005	2,331	,098	
	Grupiçi	53180,497	1107	48,040			
	Toplam	53404,508	1109				
Faktör 3	Gruplararası	159,421	2	79,710	1,832	,161	
	Grupiçi	48171,678	1107	43,516			
	Toplam	48331,099	1109				
Faktör 4	Gruplararası	26,517	2	13,258	1,730	,178	
	Grupiçi	8483,707	1107	7,664			
	Toplam	8510,224	1109				

ANOVA testlerinde karşılaştırılan grupların gözlem sayılarının birbirine yakın olması gerekmektedir. Ankete katılan öğrencilerden gelir seviyesini düşük algılayan öğrenci sayısı 82, yüksek algılayan 104, orta algılayan ise 9242 olarak elde edilmiştir. Bu durumda ANOVA testleri çok sağlıklı sonuçlar vermeyecektir. Tablo incelendiğinde düşük gelir seviyesindeki öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algıları $X=96,42$ olup, yüksek gelir seviyesindeki ($X=95,84$) ve orta gelir seviyesindeki öğrencilerin algılarına göre daha yüksektir (olumludur).

Tablo 11: Öğrencinin Gelir Seviyesi Algı Durumuna Göre Şehirsel Algı Scheffe Analizi

	Öğrencinin Gelir Seviyesi	n	Alfa değeri = 0.05
		Algı Durumu	
Scheffe ^{a,b}	Orta	924	91,6396
	Yüksek	104	95,8462
	Düşük	82	96,4268
	Anlamlılık		,102

Tablo 12: Scheffe Analizi

FAKTÖR1	Gelir Seviyesi Algı	n	Alfa değeri = 0.05
			1
Scheffe ^{a,b}	Orta	924	28,9459
	Düşük	82	30,6098
	Yüksek	104	31,3558
	Anlamlılık		,085

Tablo13: Tanımlayıcı İstatistikler

		N	X	Sd.	Std. Sapma
TOPLAM	DÜŞÜK	82	96,4268	17,72007	1,95685
	ORTA	924	91,6396	18,12246	,59619
	YÜKSEK	104	95,8462	18,46212	1,81036
	Total	1110	92,3874	18,18588	,54585
FAKTÖRİ	DÜŞÜK	82	30,6098	8,84818	,97712
	ORTA	924	28,9459	8,68176	,28561
	YÜKSEK	104	31,3558	9,57233	,93864
	Total	1110	29,2946	8,80838	,26438

FAKTÖR2	DÜŞÜK	82	29,6220	5,71686	,63132
	ORTA	924	28,0022	7,04036	,23161
	YÜKSEK	104	28,6635	6,81462	,66823
	Total	1110	28,1838	6,93942	,20829
FAKTÖR3	DÜŞÜK	82	25,9512	6,73282	,74352
	ORTA	924	24,6093	6,62262	,21787
	YÜKSEK	104	25,2212	6,24571	,61244
	Total	1110	24,7658	6,60158	,19815
FAKTÖR4	DÜŞÜK	82	10,2439	3,30567	,36505
	ORTA	924	10,0823	2,72299	,08958
	YÜKSEK	104	10,6058	2,70712	,26546
	Total	1110	10,1432	2,77016	,08315

Öğrencilerin Aylık Harcama Miktarına Göre Giresun'a Yönelik Şehir Algısı

Giresun'da yükseköğrenim gören öğrencilerin şehre yönelik algı düzeylerinin, aylık harcama miktarına göre anlamlı bir fark gösterip göstermediğini test etmek için uygulanan ANOVA sonuçlarının SPSS çıktıları Tablo 14'de verilmiştir.

Tablo 14: Öğrencilerin GŞYA Ölçeği Puanlarının Aylık Harcama Miktarına Göre ANOVA Sonuçları

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Ölçek	Gruplararası	4996,685	4	1249,171	3,815	,004	751-1000-(251- +/501-750)-250
	Grupiçi	361778,739	1105	327,402			
	Toplam	366775,423	1109				
Faktör 1	Gruplararası	2187,486	4	546,871	7,206	,000	
	Grupiçi	83857,182	1105	75,889			
	Toplam	86044,668	1109				
Faktör 2	Gruplararası	584,096	4	146,024	3,055	,016	
	Grupiçi	52820,412	1105	47,801			
	Toplam	53404,508	1109				
Faktör 3	Gruplararası	690,154	4	172,539	4,002	,003	
	Grupiçi	47640,945	1105	43,114			
	Toplam	48331,099	1109				
Faktör 4	Gruplararası	208,209	4	52,052	6,928	,000	
	Grupiçi	8302,016	1105	7,513			
	Toplam	8510,224	1109				

ANOVA tablosunda (p) değeri $0,004 < 0,05$ 'ten küçük olduğu için karşılaştırılan grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olduğuna karar verilmiştir. Tablo 14'e bakıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Analiz sonuçları öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında öğrencinin aylık harcama miktarına göre anlamlı bir fark olduğunu göstermektedir [$F(4-1105) = 3,8$, $p < .05$]. Başka bir deyişle, öğrencilerin genel olarak şehre yönelik algıları, öğrencilerin aylık harcama miktarına bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir. Hangi grupların birbirinden farklı olduğunu bulmak amacı ile Scheffe testi yapılmıştır. Scheffe testi sonuçlarına göre, aylık harcamaları 751-1000 ($\bar{X} = 95,88$), 251-500 ($\bar{X} = 92,79$), 1001 ve üstü ($\bar{X} = 91,91$), 501-750 ($\bar{X} = 90,67$) olan öğrencilerin şehre yönelik algıları aylık geliri 250 ve altında ($\bar{X} = 88,72$) olan öğrencilerden daha olumlu olduğu belirlenmiştir.

Tablo 15: Öğrencinin Aylık Ortalama Harcama Miktarı Şehirsel Algı Scheffe Analizi

TOPLAM			
Aylık Ort. Harcama Miktarı	n	Alfa değeri = 0.05	
		1	2
250 ve altı	78	88,7179	
501-750	341	90,6745	90,6745
1001-+	152	91,9079	91,9079
251-500	304	92,7928	92,7928
751-1000	235		95,8766
Anlamlılık		,375	,141

Öğrencilerin aylık harcama miktarı değişkeni ile şehre yönelik algıları arasındaki ilişki alt boyutlar düzeyinde analiz edilmiştir. 1. alt boyutta [F(3-1105)= 10,23, p< .00], 2. alt boyutta [F(3-1105)= 5,35, p< .01] ve 4. alt boyutta gruplar arasında [F(3-1105)= 4,16, p< .006] anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. 3. Alt boyutta [F(3-1105)= 2,21, p> .085] gruplar arasında ise anlamlı bir farklılık yoktur.

Tablo 16: Öğrencilerin Aylık Harcama Miktarı Değişkeni İle Şehre Yönelik Algıları Arasındaki İlişkinin Alt Boyutlar Düzeyinde Analizi (Faktör1)

Aylık Ort. Harcama	n	Alfa değeri = 0.05	
		1	2
0-250	78	25,4487	
251-500	304		28,4539
501-750	341		29,4135
1001-+	152		29,9079
751-1000	235		31,0894
Anlamlılık		1,000	,106

Birinci alt boyut olan sosyo kültürel algıda yine 751-1000 TL ortalama harcamada bulunan öğrencilerin şehre yönelik algıları daha yüksektir. 250 ve daha az aylık harcama yapan öğrencilerin algıları ise en düşük çıkmıştır.

Tablo 17: Öğrencilerin Aylık Harcama Miktarı Değişkeni İle Şehre Yönelik Algıları Arasındaki İlişkinin Alt Boyutlar Düzeyinde Analizi (Faktör2)

Aylık Ort. Harcama	n	Alfa değeri = 0.05	
		1	2
1001-+	152	27,0987	
501-750	341	27,5396	
751-1000	235	28,5872	
0-250	78	28,7051	
251-500	304	29,0033	
Anlamlılık		,175	

Tablo 18: Öğrencilerin Aylık Harcama Miktarı Değişkeni İle Şehre Yönelik Algıları Arasındaki İlişkinin Alt Boyutlar Düzeyinde Analizi (Faktör4)

Aylık Ort. Harcama	n	Alfa değeri = 0.05	
		1	2
501-750	341	9,7302	
251-500	304	9,8421	9,8421
751-1000	235	10,5277	10,5277
0-250	78		10,7564
1001-+	152		10,7632
Anlamlılık		,132	,051

Öğrencilerin İkamet Durumuna Göre Giresun'a Yönelik Şehir Algısı

Ankete katılan öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri ile ikamet durumları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek için ANOVA testi yapılmıştır (Tablo 19).

Tablo 19: Öğrencilerin Giresun Şehrine Yönelik Algılarının İkamet Durumuna Göre Anova Sonuçları

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Ölçek	Gruplararası	12919,737	3	4306,579	13,461	,000	Aile-(KD-KYK-ÖY)
	Grupiçi	353855,687	1106	319,942			
	Toplam	366775,423	1109				
Faktör 1	Gruplararası	2445,704	3	815,235	10,785	,000	
	Grupiçi	83598,964	1106	75,587			
	Toplam	86044,668	1109				
Faktör 2	Gruplararası	1643,086	3	547,695	11,703	,000	
	Grupiçi	51761,422	1106	46,801			
	Toplam	53404,508	1109				
Faktör 3	Gruplararası	656,721	3	218,907	5,078	,002	
	Grupiçi	47674,378	1106	43,105			
	Toplam	48331,099	1109				
Faktör 4	Gruplararası	210,137	3	70,046	9,334	,000	
	Grupiçi	8300,087	1106	7,505			
	Toplam	8510,224	1109				

Tablo 19'a bakıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğu görülmektedir. Ölçeğin tamamı için $p=,000$, 1., 2. ve 4. alt boyut için $p=,000$, 3. Alt boyut için ise $,002$ bulunmuştur. Belirlenen bu farkın hangi gruplar arasındaki farktan kaynaklandığını bulmak için post-hoc testi yapılmıştır.

Analiz sonuçları öğrencilerin ikamet durumları ile Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir [$F(3-1106)= 13,46$, $p<.05$]. Başka bir deyişle, öğrencilerin genel olarak şehre yönelik algıları, öğrencilerin ikamet durumuna bağlı olarak anlamlı bir şekilde değişmektedir.

Tablo 20: Öğrencilerin İkamet Durumu Şehrsel Algı Scheffe Analizi

İkamet Durumu	N	Alfa değeri = 0.05	
		1	2
Scheffe ^{a,b}	Apart/ Özel Yurt	200	88,6750
	KYK Yurdu	395	91,1899
	Kiralık Daire	373	92,5174
	Aile/Akraba Yanı	142	100,6056
	Anlamlılık		,149

Hangi grupların birbirinden farklı olduğunu bulmak amacı ile Scheffe testi yapılmıştır. Scheffe testi sonuçlarına göre, aile veya akraba yanında kalan öğrencilerin şehre yönelik algıları ($\bar{X}= 100,60$), kiralık öğrenci evinde ($\bar{X}= 92,52$), KYK ($\bar{X}= 91,19$), apart veya özel yurttaki kalan ($\bar{X}= 88,67$) öğrencilerden daha olumlu (yüksek) olduğu belirlenmiştir. Yine alt boyutlar bazında incelendiğinde dört faktörde de aile veya akraba yanında kalanların şehre yönelik algıları daha yüksek (olumlu) dur. Bu hususta ailesi veya akrabası ile kalan öğrencilerin en azından yarısının Giresunlu olduğu söylenebilir. Ankete katılan öğrencilerin 201'i Giresunlu olduğunu beyan etmiştir. Aile veya akrabası yanında kalan

öğrenci sayısı da 142 olup şehre yönelik algıları memleketçilik duyguları ile diğer barınma koşullarında olan öğrencilere göre yüksek çıkmaktadır.

Tablo 21: Öğrencilerin İkamet Durumları İle Giresun Şehrine Yönelik Algı Düzeyleri (Faktör1)

İkamet Durumu	N	Alfa değeri = 0.05	
		1	2
Scheffe ^{a,b}	Apart/ Özel Yurt	395	28,0734
	KYK Yurdu	200	28,1250
	Kiralık Daire	373	30,0268
	Aile/Akraba Yanı	142	32,4155
	Anlamlılık		,120

Tablo 22: Öğrencilerin İkamet Durumları İle Giresun Şehrine Yönelik Algı Düzeyleri (Faktör2)

İkamet Durumu	N	Alfa değeri = 0.05	
		1	2
Scheffe ^{a,b}	Apart/ Özel Yurt	200	27,1100
	KYK Yurdu	373	27,2118
	Kiralık Daire	395	28,7165
	Aile/Akraba Yanı	142	30,7676
	Anlamlılık		,095

Tablo 23: Öğrencilerin İkamet Durumları İle Giresun Şehrine Yönelik Algı Düzeyleri (Faktör3)

İkamet Durumu	n	Alfa değeri = 0.05		
		1	2	
Scheffe ^{a,b}	Apart/ Özel Yurt	200	23,7000	
	KYK Yurdu	395	24,6253	
	Kiralık Daire	373	24,8311	24,8311
	Aile/Akraba Yanı	142	26,4859	
	Anlamlılık		,329	,062

Tablo 24: Öğrencilerin İkamet Durumları İle Giresun Şehrine Yönelik Algı Düzeyleri (Faktör4)

İkamet Durumu	n	Alfa değeri = 0.05		
		1	2	
Scheffe ^{a,b}	Apart/ Özel Yurt	200	9,7400	
	KYK Yurdu	395	9,7747	
	Kiralık Daire	373	10,4477	10,4477
	Aile/Akraba Yanı	142	10,9366	
	Anlamlılık		,052	,297

Tablo 25: Giresun Şehrine Yönelik Algı Ölçeği Puanlarının Öğrenim Görülen Yerleşkeye Göre Anova Sonuçları

	Varyansın Kaynağı	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	p	Anlamlı Fark
Ölçek	Gruplararası	1157,315	2	578,658	1,752	,174	
	Grupiçi	365618,108	1107	330,278			
	Toplam	366775,423	1109				
Faktör 1	Gruplararası	1490,209	2	745,104	9,755	,000	
	Grupiçi	84554,459	1107	76,382			
	Toplam	86044,668	1109				
Faktör 2	Gruplararası	127,862	2	63,931	1,328	,265	
	Grupiçi	53276,646	1107	48,127			
	Toplam	53404,508	1109				
Faktör 3	Gruplararası	27,129	2	13,565	,311	,733	
	Grupiçi	48303,970	1107	43,635			
	Toplam	48331,099	1109				
Faktör 4	Gruplararası	22,112	2	11,056	1,442	,237	
	Grupiçi	8488,112	1107	7,668			
	Toplam	8510,224	1109				

ANOVA tablosuna göre (p) değeri 0,174 olup 0,05'ten büyük olduğu için karşılaştırılan grupların ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığına karar verilir. Analiz sonuçları grup varyanslarının eşit olduğunu gösterir. Bir başka ifade ile öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri ile öğrencinin öğrenim gördüğü yerleşke arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır [F(2-1107)= 1,7, p>.05].

Sonuç

Giresun üniversitesi öğrencilerinin şehre yönelik genel algıları $\bar{X}=93,39$ olup orta düzeydedir. Ölçekten en düşük 32, en yüksek 160 puan alınabilmekte ve 75-116 puan aralığı orta düzeyde bulunmaktadır. Öğrenciler Giresun şehrini sosyo kültürel açıdan orta düzeyde algılamaktadır. Sosyo kültürel algı alt boyutunda 28- 43 puan aralığı orta algı düzeyi olup $\bar{X}=29,30$ yükseltilmesi gerekli olan bir düzeydir. Öğrenciler şehri, kendilerine yönelik eğlence hizmetleri, yiyecek içecek işletmeleri, boş zaman değerlendirme koşulları, sinema, konser, tiyatro gibi aktivite ve giyim veya kırtasiye alışveriş imkânları açısından düşük algı değerlerine sahiptir. Belediye başta olmak üzere şehir yönetiminde söz sahibi organlar STK'lar ile beraber bu düşük algı unsurlarını yükseltmelidir. Burada şehrin girişimcilerine de görev düşmektedir.

Öğrencilerin şehir halkını algılayışı $\bar{X}=28,18$ olup orta düzeydedir (21-32 puan aralığı orta). Bu alt boyutta yer alan 9 maddeden 8'inden alınan ortalama puan 3'ün üstündedir. Öğrenciler şehir halkını orta düzeyde misafirperver, yardımsever, samimi, iletişime açık, hoşgörülü, farklı kültürlere ve görüşlere saygılı ve eğitime önem verir olarak algılamaktadır. Bu alt boyutta en düşük algı $\bar{X}=2,95$ ile “şehir halkının kültür seviyesi yüksektir” maddesindedir.

Şehre yönelik tutum boyutunda öğrencilerin algı düzeyleri ortadır ($\bar{X}=24,76$). Bu boyutta 18-33 puan aralığı orta düzeyde algıyı ifade etmektedir. Bu alt boyutta $\bar{X}=3,41$ ortalama ile en yüksek algı “Bu şehri sevmiyorum” tutum ifadesine aittir. Giresun’da okumayı tercih ettiği için pişmanlık duyanların ortalama algı puanı $\bar{X}= 3,22$ ’dir. Ölçekte yer alan diğer maddelerdeki algı düzeyi yükseldiği durumda öğrencilerin şehre yönelik bu olumsuz tutumları da düzelecektir. Bunun yanında mezun olduktan sonra Giresun’a tekrar gelmek isteyen, Giresun’da üniversite okumayı başkalarına da tavsiye eden, Giresun’u yaşanılacak bir yer gören, mezun olduktan sonra Giresun’da yaşamak isteyen, üniversiteyi Giresun’da okuyor olmaktan memnun olan ve şehrin olumlu imaj oluşturduğunu düşünen öğrenciler az değildir. .

Öğrencilerin ulaşım algısı $\bar{X}= 10,14$ olup orta düzeydedir (7-10 puan arası orta). Uygulanan ölçekte en yüksek algı maddesi “şehir içi ulaşım kolaydır ($\bar{X}=3,65$)” ve “şehirlerarası ulaşım kolaydır ($\bar{X}=3,59$)” maddeleridir. Giresun’a büyük şehirden gelen öğrenciler için bu maddeler daha yüksek algı düzeyine sahiptir. Büyükşehirden gelen öğrenciler için Giresun’un trafik sorunu olmayan kent olarak algılanması doğal karşılanmaktadır. Bu alt boyutta en düşük algı $\bar{X}=2,90$ ortalama ile “Bu şehir toplu taşıma açısından gelişmiştir” ifadesine aittir.

Yine araştırmada gerçekleştirilen Anova testi sonuçlarına göre; öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında öğrenim görülen sınıf düzeyi bakımından [F(4-1109)= 6,18, p<.00], Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında öğrencinin ailesinin yaşadığı yerleşme türü bakımından [F(3-1109)=8,16, p<.00], öğrencilerin gelir düzeyi algısı ile şehre yönelik algıları arasında[F(2-1109)= 4,72, p<.009], öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında öğrencinin aylık harcama miktarına göre [F(4-1105)= 3,8, p<.05], öğrencilerin ikamet durumları ile Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri arasında [F(3-1106)= 13,46, p<.05] anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Sadece öğrencilerin Giresun şehrine yönelik algı düzeyleri ile öğrencinin öğrenim gördüğü yerleşke arasında [F(2-1107)= 1,7, p>.05] anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Sunulan araştırmada ve literatürdeki diğer çalışmalarda elde edilen genel sonuç Anadolu insanı üniversite öğrencilerine ev sahipliği yapmaya oldukça hevesli olup onlara misafirperverliğini elinden geldiğince göstermekte ve sıcak davranmaktadır. Bu nedenle öğrenciler de bu samimiyetin farkına varıp şehir halkına yönelik olumlu tutum sergilemektedir. Ancak öğrenciler öğrenim gördükleri şehirde özellikle eğlence, alışveriş imkânları, boş zaman değerlendirmek için kapalı/açık rekreasyon alanları (spor, sanat etkinlikleri) beklemektedir.

Yapılan bu çalışma Giresun’un markalaşması ve Giresun’da yaşam memnuniyetinin belirlenmesi ile ilgili çalışmalar için ön çalışma olarak değerlendirilebilir. Bu tür çalışmaların öğrencilerin hepsini, şehre gelen turist veya ziyaretçileri ve şehirde yaşayan halkı kapsayan boyutlarda yapılması önerilmektedir.

Şehrsel algının düşüklüğü tüm şehirlerde olduğu gibi Giresun şehri adına da problemdir. Öğrencilerin öğrenim gördüğü şehre ve üniversiteye yönelik algıları özellikle gittikleri memleketlerinde

ve iş veya özel hayatlarında üniversite tercihi yapacak öğrencilere veya şehri gezmeye gideceklere tavsiye açısından önem arz etmektedir. Üniversite öğrencileri bir bakıma Giresun'un kültür elçileri olarak düşünüldüğünde, şehir algısı konusunda tespit edilen problemlerin giderilmesi gerekmektedir. Bu nedenle araştırmada elde edilen bulgular şehir ve üniversite yöneticilerinin konuya yönelik duyarlılıklarını artıracak beklentisi ile dikkatlerine sunulmuştur. Şehrin belediye başkanı, vali ve diğer kurumsal paydaşları öncelikle öğrenci deneyimini zenginleştirmek için daha sonra ise şehrin ve üniversitenin öğrenci merkezli olmasına ilişkin stratejiler belirlemelidir.

Yazar katkıları: “Üniversite Öğrencilerinin Giresun Şehir Algısı” başlıklı bu çalışmada yazarlar Mehmet Ozan CİNEL ve Cemile BAHTİYAR KARADENİZ; Giriş, Sonuç, Kuramsal Çerçeve ve Ampirik Literatür bölümlerinde ve veri toplama aşamalarında katkı sağlamıştır. 1. yazarın katkı oranı: %50, 2. yazarın katkı oranı: %50.

Çıkar beyanı: Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi yayın politikası gereğince dergiye gönderilen “Üniversite Öğrencilerinin Giresun Şehir Algısı” başlıklı çalışma kapsamında herhangi bir kişisel veya finansal çatışma olmadığını beyan ederim.

Kaynakça

- Akçakanat, T., Çarıkçı, İ.H., Dulupçu, M.A. (2011). Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencilerinin Isparta'daki Yaşam Kalitesi ve Isparta Halkına İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(4), 1-18.
- Aliağaoğlu, A. (2007). Davranışsal Coğrafyaya Bir Örnek: Öğrenci Merkezli Balıkesir Şehir İmajı. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (1), 17-44.
- Aliağaoğlu, A., Uzun, A. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Şehir İmajlarına Yönelik Bir Araştırma: Balıkesir Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 39-58.
- Arap, S.K. (2014). Üniversite-Kent Etkileşiminden Beklentiler. *Toplum ve Demokrasi*, 8: (17-18), 105-119.
- Avcılar, M.Y., Açar, M. F., Yenilmez, G. (2017). Marka Şehir Oluşturmada Şehirde Yaşayan Akademik Personel ve Üniversite Öğrencilerinin Şehirden Algıladıkları Memnuniyet Düzeylerinin Ölçümü: Osmaniye İlinde Bir Araştırma. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 80-103.
- Aydoğan, F. (2016). Beş Şehir'in Hafıza Mekanları. *Türklük Bilimi Araştırmaları Dergisi*, TÜBAR-XXXIX, Bahar, 30-60.
- Bekdemir, Ü. (2016) Giresun'da Kentsel Planlamadan Kaynaklanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, TÜCAUM Uluslararası Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı, 13-14 Ekim, Ankara, 509-527
- Büyüköztürk, Ş. , Kılıç, E. K. , Akgün, Ö. E. , Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). Bilimsel araştırma yöntemleri (4. Basım). Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Canarslan, N. Ö. ve Gülfıdan, B. (2014). Şehirlerin Markalaşma Sürecinde, Marka İmajı Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma: Sandıklı İlçesi Örneği. Marka Kent Sandıklı Sempozyumu, 15-18 Ekim 2014.
- Cop, R. Ve Akpınar, İ. (2014). Öğrencilerin Şehirlerin Markalaşmasına Yönelik Algıları. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 36 (1), 69-88.

- Curry, E. J. (2016). The Dynamics of University/City Government Relationships: It's Personal, Love of Place: The Metropolitan University Advantage, 2015 CUMU Annual Conference, Omaha, NE, 27 (1), 56-70
- Demirdöğen, S. (2018). Şehir Markası Bileşenlerinin İncelenmesi: Erzincan İli Üzerinde Bir Saha Araştırması. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (1), 167-188.
- Dolnicar, S., Grabler, K. (2004). Applying City Perception Analysis (CPA) for Destination Positioning Decisions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16 (2-3), 99-111.
- Ergün, C. (2014). Üniversite ve Kent İlişkisi Üzerine Görüşler: Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (31), 216- 237.
- Erkan, N.Ç., Yenen, Z. (2010). Yerleşmelerde İmaj Analizi Konusunda Bir Yöntem: Kastamonu Örneği. *MEGARON*, 5 (2), 67-81.
- Güler, M. (2011). Kentsel Haklar, Kapitalizm ve Katılım. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 49-71.
- Gümüş, N. (2017). Şehir Pazarlaması Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Şehre Yönelik Algılarının Belirlenmesi: Kastamonu İlinde Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (26), 299-314.
- Harvey, D. (2016). *Sosyal Adalet ve Şehir*. Çev. Mehmet Moralı, 5. Baskı, İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Hoşgör, K. (2016). Algı Problemi Üzerine. *Kilikya Felsefe Dergisi*, 1 (1), 11-29.
- Huggins, R., Cooke, P. (1997). The economic impact of Cardiff University: innovation, learning and job generation. *GeoJournal* 41(4), 325–337.
- İnceoğlu, M.(2010). *Tutum, Algı, İletişim*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları.
- Karadağ, A., Turut, H. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Kentsel Çevre Algısı Üzerine Bir Araştırma: İzmir Örneği, *Coğrafi Bilimler Dergisi*. 11 (1), 31-51.
- Karadağ, E., Yücel, C. (2017). *Öğrenci Dostu Üniversite Şehirleri. Eskişehir: Üniversite Araştırmaları Laboratuvarı Yayınları*. https://f903aba4-e11a-4804-93a8-aa17928bde0.filesusr.com/ugd/779fe1_9c2f6e6dec2c402d89759429bdb0563d.pdf, [E.T. : 02.11. 2018].
- Karadeniz, C.B., Sarı, S., Cinel, M.O (2017). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Öğretim Elemanlarının Demokratik Tutum ve Davranışlarına İlişkin Algıları (Ordu, Sbmıyo Örneği). *The Journal of Academic Social Science*, 5(51), 165-176.
- Karasar, N. (2010). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Lee, Y., Han, Y. G., Kim, H. (2014). The University-City Interface: Plazas and Boulevards, *Journal of Building Construction and Planning Research*. 1 (2), 157-165.
- Llinares, C., Page, A., Llinares, J. (2013). An Approach To Defining Strategies For Improving City Perception. Case study of Valencia, Spain, *Cities* 35, 78–88.
- Magdaniel, F.C. (2013). The University Campus And Its Urban Development In The Context Of The Knowledge Economy, EURA Conference - Cities as Seedbeds for Innovation, At Enschede, The Netherlands, July, 2013, 1-17.
- Özen, Y., Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. Atatürk Üniversitesi *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1 (15), 394-422.
- Sağdıç M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin İstanbul'a İlişkin Algılarının Şehir İmajı Açısından Analizi. *Turkish Studies – International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(2), 1267-1283.
- Saydam, A. (2005). *Algılama Yönetimi*, İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Tektaş, N., Tektaş, M. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Şehir Markası Algısı: Bandırma Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (6), 357-361.

- Temurçin, K., Keçeli, K. (2015). Bir Davranışsal Coğrafya Çalışması: Isparta Şehri Örneğinde Uluslararası Öğrencilerin Kentsel Mekân Algısı. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (36), 117-138.
- Toksar, M. İsen, İ. Dağcı, A. (2014). Bir Şehrin Markalaşması ve Pazarlanması Süreci: Konya İlinde Bir Uygulama. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7 (1), 328-343.
- Tural, D., Şahin, S. (2013). Üniversite Öğrencilerinin Kendi Üniversite ve İdeal Üniversite Algıları: Gaziantep Üniversitesi Örneği. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 11(2), 209-240.
- Tural, S. (2010). İsmet Özel Şiirinde Şehir Algısı. *Turkish Studies, International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 5(1), 1346- 1355.
- Türkan, O. (2017). Çankırı Şehrinde Üniversite Öğrencilerinin Kentsel Çevre Algısı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (53), 409-424.
- URL-1 (2011). Çanakkale Survey Eş Zamanlı Olarak, Çanakkale Halkının Üniversite (ÇOMÜ) Algısını ve Öğrencilerin Çanakkale'ye Bakışını Araştırdı. İşte ortaya çıkan sonuçlar. <http://www.canakkaleninrehberi.com/?Syf=18&Hbr=248098>, (E.T.: 26.03.2018).
- Ünal Ç., İlter İ., Yılar B. (2013). Kırsal Kesimde İkamet Eden Lisans Öğrencilerin Şehir Algıları: Nitel Bir Analiz. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18 (30), 29-46.
- Webber, H. (2012). Building Effective City-University Partnerships: Lessons from the Heartland, Symposium on Reimagining the City- University Connection, May 18, Washington University, St. Louis
- Yavuzçehre, P.S. (2016). Üniversitelerin Kentlerine Etkileri: Denizli Pamukkale Üniversitesi Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21 (1), 235-250.
- Yıldız, A., Arı, E., Yılmaz, V. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Şehir Memnuniyetlerini Etkileyen Faktörlerin Araştırılması: Dumlupınar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Researcher: Social Science Studies*, 5 (9), 36-50.

Nostalji Eğilimi & Benliğin Ayrışması

Merve ÇERÇİ*

Öz

Günümüz pazarında birbirine çok benzeyen ürünler ile tüketicilerin zihninde ayrışmak, tercih sebebi haline gelmek, bu tercih edilme halini sürdürüp bir bağ kurabilmek markalar için oldukça önemlidir. Markaların tüketicileri ile kurdukları bağ tüketicilerin geçmişleri ile ilintili ise bu nostaljik bir bağ olarak adlandırılmaktadır. Geçmiş ve geçmişe ait yaşantılar ise kişinin benliğinin oluşumunda oldukça belirleyici olabilmektedir. Bu çalışmanın temel amacı nostalji eğilimleri yüksek ve düşük tüketicileri belirlenmesi ve ardından 2 farklı nostalji eğiliminde olan bu tüketicilerin, benlik pozisyonları (duygusal tepkisellik, “ben” pozisyonu, duygusal kopma ve başkalarına bağımlılık) açısından istatistiksel olarak farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesidir. Bu çalışmada veriler çevrimiçi olarak toplanmış ve kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama aşaması sonucunda, toplamda 567 anket elde edilmiştir. Anketler incelenerek hatalı, eksik ya da tutarlı olmayanları ayıklandıktan sonra kullanılabilir anket sayısı 561 olmuştur. Araştırmanın sonucunda ise; benliğin tüm alt pozisyonlarında, yüksek nostalji eğiliminin ortalaması, düşük nostalji eğiliminin ortalamasından istatistiksel olarak anlamlı ($p<0.001$) bir biçimde yüksek bulunmuştur.

Anahtar kelimeler: İletişim, Tüketici Davranışları, Benliğin Ayrışması, Nostalji Eğilimi.

Nostalgia Tendency & Differentiation of Self

Abstract

In today's market, it is important to be distinguished in the minds of consumers with products that are very similar to each other, and to maintain this preferred state and establish a bond. The fact that this bond is related to the past of the consumers appears as tendency of nostalgia. Past experiences can be very determining in the formation of one's self. The main purpose of this study is to determine whether the consumers who have high and low nostalgia tendencies and who have two different nostalgia tendencies differ statistically in terms of self-positions. In this study, the data were collected online. As a result of the data collection phase, a total of 567 questionnaires were obtained. The number of usable questionnaires was 561 after the surveys were examined and the wrong, missing or consistent ones were removed. As a result of the research, it was revealed that the difference between the differentiation of self-consumers with high nostalgic tendency and consumers with low nostalgia tendency in emotional reactivity (ER), “I” position (IP), emotional cutoff (EC) positions and fusion with Others (FO).

Keywords: Communication, Consumer Behavior, Differentiation of Self, Tendency of Nostalgia.

Geliş/Received: 22.10.2020

Kabul/Accepted: 24.06.2021

* Bu çalışma için, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Etik Kurulu'ndan 24.07.2020 tarih, 2020-17 sayı ve 2020-13/5 protokol no ile etik kurul izni alınmıştır.

* Dr. Araştırma Görevlisi, Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, merve.cerci@edu.marmara.tr, Orcid: 0000-0002-3638-5243.

(Makale Türü: Araştırma Makalesi)

Giriş

Kültür kavramına ait olan iki temel alt başlık bulunmaktadır. Bunlardan biri kolektif kültür diğer ise yapılandırmacı kültürdür. Kolektif kültüre sahip kişiler ekonomik ve duygusal bağımsızlıklarına sahip olan bireylerdir (Kağıtçıbaşı, 1996).Yapılandırmacılık kültürü ise sosyal yapılandırmacılık kuramına dayanmaktadır. Kuramın öncüleri Vygotsky ve Piaget'e göre kişinin gelişimi sosyal çevresi ile ele alınır, çünkü kuramın temeli kişinin potansiyelinin diğer bilgili bireyler ile birlikte olduğunda ortaya çıktığına dayanmaktadır. Yapılandırmacı kültür üyeleri, ekonomik ve duygusal olarak diğer aile bireyelerine bağımlıdır. Türkiye'de yaşayan ailelerin çoğunda duygusal yönlerde karşılıklı bağımlılığa ve ekonomik yönlerde bağımsızlığa değer vermesi nedeni ile (Kağıtçıbaşı & Ataca, 2005) yapılandırmacı kültür öğelerine rastlanmaktadır. Bu durumun tüketicilerin tercihlerinde ailelerine bağımlılıklarının ölçülmesi bu bağımlılığın onların benlik ayrışmalarında hangi pozisyona denk geldiğinin saptanması açısından önem taşımaktadır.

Nostalji eğilimine sahip tüketiciler, geçmişteki ürünler ile duygusal bağ taşıyarak ve satın alma kararlarını bu bağ doğrultusunda gerçekleştirebilirler. Geçmiş ile kurulan bu bağ olanların benliklerinde yer ederek, yüksek ya da düşük nostalji eğilime sahip olmalarına göre farklı benlik pozisyonlarına sahip olmalarına bir anlamda tüketim alışkanlıkları çerçevesinde bize kim olduklarını söylemelerini sağlayabilir.

Bu çalışmada amaç, nostalji eğilimleri yüksek ve düşük tüketicilerin, benliklerini başkalarından ayrıştırdıkları (farklılaştırdıkları) ya da ayrıştırmadıkları ölçümlemeye çalışmaktır. Başka bir ifade ile "hala annesinin margarinini kullanan" ya "annesinin margarinini hiç kullanmayarak kendine yeni bir marka margarin bulmuş" tüketicilerin benlik durumunun açısından farklılaşıp farklılaşmadığını araştırılacaktır.

Literatür

Benliğin Ayrışması (Farklılaşması)

Benlik kişinin en temelde "ben kimim?" sorusuna cevap olarak verdiği, kendimize ait inançlar bütünüdür. Toplumsallaşma yoluyla elde edilen benliğin şekillenmesinde; aile, duygular, kültür, sosyal çevre gibi birçok unsur yer almaktadır.

Bowen'in aile sistemleri merkezi teorisinin temelinde yer alan, benlik kavramından hareketle ortaya çıkan benliğin ayrışması ise, kişinin başkaları ile olan duygusal mesafesini sağlıklı bir aralıkta tutabilmesini bu dengeyi korurken de objektifliğini yitirmeden duygu ve düşüncelerinin ayırma varabilmesidir (Kim, Appel, Newman, & Parr, 2007). (Bowen, 1976)Benlik ayrışması kişinin ilişkilerinde tüketici olarak, çalışan, anne-baba ya da evlat olarak hem duygu ve düşüncelerinin dengesini hem de kurduğu yakınlık- uzaklık dengesini sağlayabilmesi durumudur (Bowen, 1976).Benlik farklılaşması kuramında iki temel boyutu ile ele alınmaktadır. İlk boyut kişinin kendi benliğini hem biliş

hem de duygu düzeyinde ayrı tutabilmesini içerirken diğer boyut ise, kişinin bilişsel ve duygusal süreçlerinin birbirlerinden ayırabilmesidir (Bowen, 1976). Kuramda benliğin ayrılaşmasına düzeyini etkileyen toplamda dört faktör bulunmaktadır. Literatürdeki bulgular göstermektedir ki benlik; duygusal tepkisellik, “ben” pozisyonu, duygusal kopma, başkalarına bağıllık şekillerinde var olmaktadır. Ben pozisyonu alma ve duygusal tepkisellik durumları kişinin iç dünyasına ait durumları olmasına karşın başkalarına bağıllık ve duygusal kopma ise diğerlerine yönelik duygu durumları olarak varlık göstermektedir (Skowron & Schmitt, 2003, s. 210). “Ben” pozisyonu duygusal olarak baskı altındayken bile kişinin kendi olabilme bakış açısı ve değer yargılarını ortaya koyabilme yeteneğidir (Bowen, 1976). Baskı altında olması kişinin kendini duygusal olarak rahat hissettiği anlardan farklı kararlar almasına sanki o değil de başka birisiymiş gibi davranmasına neden olmaz. Kişi yine kendisi gibidir. Duygusal tepkisellikte hem duygular hem de düşünceler bastırılmaktadır. Kişi motivasyonun çoğunu bu bastırma işlemine harcamaktadır. Duygu ve düşünceleri bastırılması aynı zamanda farklılığın bastırılmasını da beraberinde getirmektedir. Duygusal tepkisellik pozisyonunda olan kişilerin bastırma işleminde başarılı olmadığı zamanlarda bu başarısızlığın etkisi ile fevri davranışlarda bulunabilirler (Bowen, 1976). Duygusal kopma, aile bireylerin kabuğuna çekilmesini ifade eder. Bireyler bu pozisyonda hem fiziksel hem de duygusal olarak birbirlerinden mümkün olduğunca kaçınırlar. Bu kaçınma bir anlamda birbirlerinden kopuşu da beraberinde getirir. Başkalarına bağıllık boyutunu yüksek yaşayan kişiler hem başkalarına hem de kendine karşı var olan algısını bir anlamda yitirir. Aile kökenlerine bağlı kalarak, dogmatik bir yaşam sürerler. Eylemlerinde onay arayışına hep ihtiyaç duyarlar (Bowen, 1976).

Bağlanma & Nostalji Eğilimi

Günümüz pazarında muadil birçok ürünün bulunduğu gerçeği ile karşı karşıya olan markalar, ürünlerinin işlevsellik yönleri ile tüketicilerin zihninde ayıramayacakları bilgisine sahiptirler. Birbirine benzer ürünler arasında sıkışıp kalmış olan tüketiciler için, markalar tercih nedeni olabilmek ve tercih edilme durumlarını sürekli hale getirmek için tüketicileri ile bir bağ kurup sürdürmeleri gerekmektedir. Solomon (2018, s. 38) bu bağ 4 başlıkta toplamıştır.

Kendilik bağlanması (self-concept attachment): Bu bağlanma durumunda ürün, kullanıcının kimliğini oluşturmaya yardımcı bir unsurdur.

Nostaljik bağlanma (nostalgic attachment): Ürün, kullanıcının geçmişi ile öz benliği arasında bir bağlantı görevi görür.

Karşılıklı bağımlılık (interdependence): Ürün, kullanıcının günlük rutininin bir parçasıdır. Rutin bir bağlanma durumu ortaya çıkmıştır.

Aşk bağlanması (love): Ürün ile kullanıcısı arasında, sıcaklık, tutku veya diğer güçlü duyguların duygusal bağlar bulunmaktadır.

Ürünlerin işlevsel özelliklerinden ziyade duygusal özelliklerine vurgu yapan markaların, tüketicilerini duygusal olarak bağlayabileceği kavramlardan biri de nostaljidir (Tosun, 2020). Nostalji sözcüğü, kelime anlamı olarak geçmişe dönüş ve geçmişte olma hali olarak tanımlansa da tüketici davranışlarına ait bir kavram olarak anlamı, mal ya da hizmetlere dair geçmiş deneyimlerin tüketicinin bir parçası haline gelmesidir (Goulding, 2001, s. 567). Alan yazında yer alan çalışmalar, ürünlere yönelik geç çocukluk ve ergenlik yıllarında sahip olunan olumlu tutumların, tüketicilerin ileride bu ürünlere satın almaya devam etmelerini sağladığını göstermektedir (Holbrook, 1993, s. 246).

Tüketici davranışları ile ilintili olarak nostalji kavramını ele alan çalışmalardan ilki Holbrook ve Schindler'in (1989) gerçekleştirildikleri 1932- 1986 yılları arasına ait 28 en popüler parçanın belirlenmesi ait araştırmadır. Holbrook'un (1994) yaş ve tüketici zevklerinin nostalji kavramı ile ilişkilendirdiği konuya ait başka bir çalışma bulunmaktadır. Holak ve Havlena'nın (1998) çalışmaları nostalji duygusunun bileşenlerini ortaya koyarak 164 adet nostaljik deneyimin tanımlanmasına öncülük etmiştir. Muehling ve Sprot (2004) da bu çalışmayı destekler nitelikte bir çalışma gerçekleştirmiştir. Muehling ve Paskal (2011) ise reklamlarda kullanılan kişinin kendi yaşantısına dair bir nostaljinin tarihsel bir nostaljiden o marka ya da ürüne yönelik olumlu duygular içermeye çok daha etkili olabildiğini saptamışlardır. Türkçe literatürde ise, Keskin ve Memiş (2011) çalışmalarında Migros'un 57. Yılında 50 yıl öncesine ait ambalajlar ile malları satışa koymalarını canlandırılmış başarılı bir nostalji örneği olarak ele almışlardır. Yine Türkçe literatürden bir örnek olarak da Güzel ve Okan'ın (2016) Western filmlerin nostaljisi taşıdığını iddia ettikleri "Eti Wanted" reklamlarını inceledikleri çalışmaları bulunmaktadır.

Nostaljinin sınıflandırması ile ilgili literatürde farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu çalışma için 4 farklı nostalji türü ele alınmıştır. Bu nostalji türleri (Holak , Havlena, & Matveev, 2006, s. 195):

Kişisel nostalji (direkt ve kişisel deneyimlere dayanmakta),

Kişilerarası nostalji (direkt değil ve kişisel deneyimlere dayanmakta),

Kültürel nostalji (direkt ve kolektif bir deneyime dayalı),

Canlandırılmış nostalji (direkt değil ve kolektif bir deneyime dayalı).

Kişisel nostalji, doğrudan deneyime dayanan nostaljiyi ifade eder. Kişisel anılara dayanan bireye özgü duygusal bir deneyimdir. Nostaljik kabul edilen nesne ile kişinin doğrudan deneyimini içerir. Kişilerarası nostalji, diğer bireylerin anılarına dayanan nostaljik deneyimi ifade eder. Bir kişinin kişilerarası nostaljisi, ebeveynlerinin hatırlamalarının yanı sıra, çocuğun kendi hatıralarını da içine alarak hikayenin yeniden üretilmesini içerir. Kişilerarası nostalji kişisel nostaljiye oranla daha az yoğun duygular uyandırabilir ve kişisel nostaljiden daha az karmaşık bir duygusal uyarılar içerir (Holak , Havlena, & Matveev, 2006, s. 196). Kültürel nostalji doğrudan deneyim içerir, anılar grubun üyeleri arasında önemli ortaklıklar gösteren deneyimleri kapsar. Toplu nostalji olarak da adlandırılır (Keskin &

Memiş, 2011). Türk kültüründe Ramazan ve Kurban Bayramları, fener alayları ve lunaparklar bu nostaljiyi ortaya çıkarabilir. Son olarak, dördüncü sınıf “sanal gerçekliğin” nostaljik eşdeğeri olup, nostalji fantezi ve dolaylı deneyime dayanarak kendi “sanal gerçekliğini” yaratan nostaljidir. Sanal nostalji, kitaplara, video materyallerine veya uzmanlar ve akademisyenlerle (nostalji nesnesi ile doğrudan deneyimi olmayan) görüşmelere dayanabilir (Holak , Havlena, & Matveev, 2006, s. 196).

Yöntem

Bu çalışmanın temel amacı nostalji eğilimleri yüksek ve düşük tüketicilerin saptanmasıdır. Bu saptama sonrasında ise; benlik pozisyonlarında (duygusal tepkisellik, “ben” pozisyonu, duygusal kopma ve başkalarına bağlılık) nostalji eğilimi yüksek tüketicilerin ortalamalarının, düşük nostalji eğilimine sahip tüketicilerin ortalamalarından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığının olup olmadığını belirlemektir.

Bu amaçlar doğrultusunda bir anket formu geliştirilmiştir. Tüketicilerin benlik pozisyonlarının tespiti için geliştirilen ankette 51 değişken 5’li likert tipi ölçekle kullanılarak (Kesinlikle Katılmıyorum 1 2 3 4 5 Kesinlikle Katılıyorum) ölçümlenmeye çalışılmıştır. Formda, Benliğin Ayrışmasının ölçülmesi için, Skowron ve Schmitt’in 46 soruluk “Benliğin Ayrışması” Envanteri’nden mini hali olan DSI-T kullanılmıştır. Türkçe’ye Işık ve Bulduk (2015) tarafından adapte edilen bu ölçek 20 sorudan oluşmaktadır. Nostalji eğilimin ölçümü için ise, Havlena ve Holak tarafından 2000 yılında geliştirilen “Nostalji Eğilimi” ölçeğinin Özhan ve Altuğ’un (2017) yılında Türkçeye uyarlandığı versiyonun kullanılmıştır. Bu ölçek 31 maddeden oluşmaktadır. Ayrıca formda 1 çoktan seçmeli 4 demografik özelliklerin yer aldığı sorular ile birlikte ölçekte toplamda 56 soru bulunmaktadır.

Çalışmanın ana kütlesini Türkiye’deki 18-65 yaş arası ve 18 yaşından küçük tüketicilerden oluşmaktadır. Zaman ve maliyet kısıtları sebebiyle çalışmada, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan “kolayda örnekleme” yöntemi kullanılmıştır. Gegez (2015, s. 266) bu yöntemi zaman ve bütçe darlığı durumlarında sadece ulaşılabilir olan kişilerin örneklemin içine dahil edilmesi olarak tanımlamıştır.

Çalışmada anket çevrimiçi olarak toplanmış böylece literatürde araç etkisi olarak adlandırılan; anket uygulayıcısının cevaplayanlar üzerinde ortaya çıkarabileceği etkilere böylece maruz kalınmamıştır. Veri toplama aşaması sonucunda, toplamda 567 anket elde edilmiştir. Anketler incelenerek hatalı, eksik ya da tutarlı olanları ayıklandıktan sonra kullanılabilir anket sayısı 561 olmuştur. Çalışmanın türü tanımsal bir araştırma olup, veriler SPSS 26.0 paket programı kullanılarak analize tabi tutulmuştur.

Bulgular

Araştırmaya katılan anket formunu cevaplayan 561 kişinin demografik özellikleri Tablo 1’de özet halinde yer almaktadır. Tablo 1’deki bulgulara göre, katılımcıların %35,4’ü erkek (N=197), %66’sı

ise (N=359) kadındır. Katılımcıların %93,7'nin yaşları 18 ile 65 ve üzeri yaşlar arasında dağılım göstermektedir. Geriye kalan %6,2'si ise 18 yaşından küçüktür. Yüzde olarak en yüksek oranlar %62,7'i ile (N=352) ile 18-34 yaş arasındadır. Katılımcıların gelirlerine bakıldığında, %14,1'i (N=79) 1.000 TL'den az gelire sahipken en yüksek oran %52,2'i (N=293) ile 3.000TL-7.999 TL arasındadır. Dördüncü ve son demografik değişken ise eğitimidir. Katılımcıların %33,3'ü (N=187) lisansüstü eğitime sahipken %46'si (N=258) lisans düzeyinde bir eğitime sahiptir. %20,7'si (N=116) ise ilköğretim ya da lise düzeyinde bir eğitime sahiptir.

Tablo 1: Katılımcıların demografik özellikleri

<i>Değişken</i>	<i>Düzye</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Cinsiyet	Kadın	359	%64,6
	Erkek	197	%35,4
Yaş	18'den küçük	35	%6,2
	18-34	352	%62,7
	35-64	174	%31
Gelir	100TL'den az	79	%14,1
	1.001 TL-2.999 TL	85	%15,2
	3.001TL- 7.999 TL	293	%52,2
	8.000 TL ve üzeri	104	%18,5
Eğitim	Lisansüstü	187	%33,3
	Lisans	258	%46
	Lise-İlköğretim	116	%20,7
Toplam		561	%100

Çalışmada öncelikle katılımcılar yüksek ve düşük nostalji eğilime sahip katılımcılar olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Bu ayrım için nostalji eğilimi ölçeğinin medyan değeri alınmıştır (medyan 3.74). Bu değer üzerinde nostalji eğilimi puanına sahip olan katılımcılar yüksek, düşük olan katılımcılar ise bu çalışma için düşük nostalji eğilime sahip olarak isimlendirilmiştir.

Araştırmaya katılan 561 kişinin demografik özellikleri Tablo 2'de düşük ve yüksek nostalji eğilimlerine sahip katılımcılar olarak ayrı ayrı yer verilmiştir. Cinsiyetlere göre bakıldığında 197 erkek katılımcıdan 101 tanesinin yüksek nostalji eğilime sahip olduğunu görülmektedir. Kadınlarda ise bu rakam 359 kadından 177 tanesidir. Geliri 8.000 TL'den yüksek 104 katılımcıdan 64 tanesinin düşük nostalji eğilimine sahip iken bu oran 3.000-7.999 TL gelire sahip katılımcılarda 163 kişi yüksek nostalji eğilimine sahip kişi 130 düşük nostalji eğilimine sahip şeklindedir. Lisansüstü eğitime sahip 187 katılımcıdan yalnızca 85 tanesi yüksek nostalji eğilimine sahip iken bu rakam lisans eğitime sahip 258 kişiden 143'nün yüksek nostalji eğilime sahip olduğu şeklindedir. Nostalji eğilimi ile yaş değişkenine bakıldığında, 35-64 yaş arasında bulunan 174 katılımcıdan 83'ü yüksek nostalji eğilimine sahip ile bu rakam düşük nostalji eğilimine sahip 91 kişi bulunmaktadır. 18 yaşından küçük katılımcıların sayısı toplamda 35 iken 23 tanesi yüksek nostalji eğilimine sahip ile 12 tanesi ise düşük nostalji eğilimine sahiptir.

Tablo 2: Nostalji eğilimlerine göre katılımcıların demografik özellikleri

		<i>Yüksek Nostalji Eğilimi</i>		<i>Düşük Nostalji Eğilimi</i>		<i>Toplam</i>	
		N	%	N	%	N	%
Cinsiyet	Kadın	177	%31,8	182	%32,7	359	%64,6
	Erkek	101	%18,2	96	%17,3	197	%35,4
Yaş	18'den küçük	23	%4,1	12	%2,1	35	%6,2
	18-34	177	%31,6	175	%31,2	352	%62,7
	35-64	83	%14,8	91	%16,2	174	%31
Gelir	100TL'den az	42	%7,5	37	%6,6	79	%14,1
	1.001 TL-2.999 TL	38	%6,8	47	%8,4	85	%15,2
	3.001TL- 7.999 TL	163	%29,1	130	%23,2	293	%52,2
	8.000 TL ve üzeri	40	%7,1	64	%11,4	104	%18,5
Eğitim	Lisansüstü	85	%15,2	102	%18,2	187	%33,3
	Lisans	143	%25,5	115	%20,5	258	%46
	Lise-İlköğretim	55	%9,8	61	%10,9	116	%20,7
Toplam		561			%100		

Tablo 3'de Benliğin ayrımlaşması ölçeğine ait cevapların aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların en çok katıldıkları ifadeler “İnsanlar benimle yakınlık kurmaya çalıştıklarında, bundan genellikle rahatsızlık duyarım.” (4.09), “Yaptığım şeyin doğru olduğunu düşünüyorsam başkalarının ne dediğini pek de umursamam.” (3.98) ve “Kendimi olduğum gibi kabul ederim.” (3.96) ifadeleridir. Çalışmada en düşük ortalamaya sahip ifadeler ise “İnsanlar üzerindeki izlenimimi merak ederim.” (1.96), “Duygularımı genellikle, çevremdekilerden daha yoğun yaşarım.” (2.12) ve “Başkaları tarafından incitilmek beni aşırı derecede rahatsız eder.” (2.30) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3: Benliğin ayrımlaşması ölçeğinin ortalama ve standart sapma değerleri

<i>Maddeler</i>	<i>AO</i>	<i>S</i>
Ailemin yanındayken genellikle kendimi kısıtlanmış hissedirim.	3.55	1.25
Önemli bir işe ya da göreve başlarken genellikle başkalarının cesaretlendirmesine ihtiyaç duyarım.	3.11	1.35
İnsanlar benimle yakınlık kurmaya çalıştıklarında, kendimi onlardan uzak tutarım.	3.75	1.11
İnsanlar benimle yakınlık kurmaya çalıştıklarında, bundan genellikle rahatsızlık duyarım. *	4,09	1.03
Hemen hemen hayatımdaki herkesten onay alma ihtiyacı hissedirim.	3.77	1.20
Değiştiremeyeceğim şeyler için üzülmenin bir anlamı yok	4.12	1.06
Yakın ilişkilerimde kısıtlanma kaygısı yaşarım.	3.50	1.23
Eleştirilmek beni oldukça rahatsız eder.	3.20	1.19
Anne/babamın beklentilerine göre yaşamaya çalışırım.	3.37	1.11
Kendimi olduğum gibi kabul ederim. *	3.95.	.976
Eşimle/partnerimle bir tartışma yaşarsam, tüm gün bu tartışma üzerine düşünürüm.	2.48	1.15
Başkaları tarafından baskı altında olduğumu hissettiğim zamanlarda bile onlara “hayır” diyebilirim.	3.67	1.37
Yaptığım şeyin doğru olduğunu düşünüyorsam başkalarının ne dediğini pek de umursamam. *	3.98	1.04
Bir karar alırken danışacağım birileri yoksa kolay kolay karar veremem.	3.50	1.15
Başkaları tarafından incitilmek beni aşırı derecede rahatsız eder.	2.30	1.16
Eşimin/partnerimin yoğun ilgisi beni bunalır.	3.27	1.14
İnsanlar üzerindeki izlenimimi merak ederim.	1.96	1.06
Duygularımı genellikle, çevremdekilerden daha yoğun yaşarım.	2.12	1.10
Hayatımda ne olursa olsun, kendimle ilgili düşüncelerimden asla taviz vermem.	3.49	1.17
Anne/babamın fikrini almadan karar veremem.	3.51.	1.13

(*) ile gösterilen değişkenler ölçek içerisinde en yüksek ortalamaya sahip 3 değişkendir. İtalik olarak yer verilen ifadeler ise ölçek içindeki en düşük ortalamalara sahip değişkenlerdir.

Tablo 4’de Nostalji Eğilimi ölçeğine ait cevapların aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Tabloya göre katılımcıların en çok kullandıkları nostalji eğilimi “Çocukken yediğim yiyecekleri yemekten hala hoşlanırım.” (4.44), “Ailem ya da arkadaşlarımla eskiden kullandığımız ürünler hakkında söz etmekten hoşlanırım.” (4.30) ve “Çocukken çekildiğim fotoğraflara bakmaktan hoşlanırım.” (4.29) ifadeleridir. Çalışmada en düşük ortalamaya sahip ifadeler ise “Üzgün hissettiğimde çocukluğuma dair tatları, çocukluğumdaki sahip olduğum oyuncakları düşünürüm.” (2.61), “Kendimi doğduğum dönemin değil eski zamanların tüketicisi gibi hissediyorum.” (2.76) ve “Eski çamaşır makineleri ile çamaşır yıkamamın ne kadar zor olduğu ile ilgili ailemin bana anlattığı hikayeleri sık sık hatırlarım.” (2.87) olarak tespit edilmiştir.

Tablo 4: Nostalji eğilimi ölçeğinin ortalama ve standart sapma değerleri

<i>Maddeler</i>	<i>AO</i>	<i>S</i>
Sık sık çocukluğumda yediğim yiyeceklerin tatlarını özlerim.	4.01	1.12
“Eski ürünleri” özlerim.	3.96	1.32
Geçmişten gelen ürünler benim için hala önemli.	4.21	1.03
Eski ürünlerin reklamlarından yenilerine göre daha fazla zevk alırım.	3.67	1.09
Çocukken yediğim yiyecekleri yemekten hala hoşlanırım. *	4.44	.873
Eski markaları çok sık tercih etmem	3.60	2.60
Eski ürünlerin daha iyi olduğunu düşünürüm.	3.67	1.12
Ailem ya da arkadaşlarımla eskiden kullandığımız ürünler hakkında söz etmekten hoşlanırım. *	4.30	.98
Eskiden kullandığım ürünleri kullanmayı hala tercih ederim.	4.05	.89
Kendimi doğduğum dönemin değil eski zamanların tüketicisi gibi hissediyorum.	2.76	1.16
Tatillerimi çocukken geçirdiğim yerlerde geçirmeyi tercih ederim.	3.02	1.06
Çocukken çekildiğim fotoğraflara bakmaktan hoşlanırım. *	4.29	.96
Geçmişte sahip olduğum ürünleri (oyuncak, müzik çalar vb.) hala kullandığımı hayal ederim.	3.38	1.32
Ailem ve büyüklerimin geçmişte kullandıkları ürünler hakkındaki tecrübelerini dinlemekten hoşlanmam (ters) (merdaneli çamaşır makinesinde çamaşır yıkamanın zorluğu vb.)	3.37	1.13
Bazen başka bir zamanda ve yerde yaşamış olmayı istediğim olur.	3.84	1.19
Karşılaştığım olaylarla başa çıkmak için geçmişten faydalanmam.	3.64	1.28
Şimdiki oyuncakların çocukluğumdakilerden daha iyi olduğunu düşünüyorum	3.13	1.42
Geçmiş zamanlara ait kitapları okumaktan ve filmleri izlemekten hoşlanırım.	3.77	1.12
Üzgün hissettiğimde çocukluğuma dair tatları, çocukluğumdaki sahip olduğum oyuncakları düşünürüm.	2.61	1.31
Geçmişe ait ürünleri gördüğümde kendimi kendi jenerasyonuma ait hissederim.	3.79	.94
Şimdi kullanılan tüm ürünlerin geçmiştekilere göre daha iyi olduğunu düşünürüm.	3.21	1.14
Geçmişimdiki mutlu anlarımı üzgün anlarımdan daha fazla hatırlama eğilimindeyim.	3.90	1.05
Eski çamaşır makineleri ile çamaşır yıkamamın ne kadar zor olduğu ile ilgili ailemin bana anlattığı hikayeleri sık sık hatırlarım.		1.32
Geçmişte sahip olduğum duyguları yeniden hissetmeyi arzularım.	3.62	1.01
Kendi yaş grubundaki kişilerle benzer ürün zevklerine sahibim.	3.73	.98
Anılarımı canlandıracak ürünleri severim.	4.23	.86
Geçmişte ziyaret ettiğim tatil yerlerini hatırlamaktan zevk alırım.	4.02	.97
Okulumun mezunlar toplantılarına katılmaktan hoşlanırım.	3.45	1.32
Bazı ürünler/markalar önemli tarihi olaylara imza atmıştır.	3.95	.97
Bazen geçmişe dönebilmeyi istediğim olur.	3.97	1.06
Bazı ürünler/markalar ulusumun tarihinde önemli bir yere sahiptir.	3.79	.93

(*) ile gösterilen değişkenler ölçek içerisinde en yüksek ortalamaya sahip 3 değişkendir. İtalik olarak yer verilen ifadeler ise ölçek içindeki en düşük ortalamalara sahip değişkenlerdir.

Ölçeklerin Güvenilirliği

Çalışmada kullanılan Benliğin Ayrışması ölçeğinin Cronbach' Alfa değeri 0,790 Nostalji Eğilimi ölçeğinin Cronbach' Alfa değeri ise 0,882'dir. Bu analizler ölçekler içinde bulunan tüm değişkenlerin aynı kavramı ölçmekte ne kadar başarılı olduğu göstermektedirler. Bu değerlerin 0,60- 0,79 arasında olması, ölçeğin iç tutarlılığına sahip olduğunu ayrıca güvenilir olduğunu 0.80-1.00 arasında yine ölçeğin iç tutarlılığına sahip olduğunu ve de oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir (Nunnally, 1979, s. 245).

Tüm katılımcıların cevapları değerlendirildiğinde, (N=561) nostalji eğilimi ortalaması 3.68 medyan değeri ise, 3,74 olarak hesaplanmıştır. Benliğin ayrışması ölçeğinin ortalaması ise, (N=561) 3.33 medyan değeri ise, 3,40 olarak hesaplanmıştır. Yapılan analizler sonucu saptanan medya değerinin ortalama değere oldukça yakın bir değer olması dağılımın normal olduğunu göstermektedir (Josiam vd., 2004: 142).

Benliğin ayrışması ölçeğinin Faktör analizine ait KMO örneklem yeterlilik testi sonucu 0.629, Bartlett küresellik testi sonucu ise anlamlıdır (0,000). Böylece faktör analizi sonucunda oluşan modelin anlamlı olduğu ve de örneklemin yeterli olduğu sonucuna varılabilir. Oluşan 4 faktörün toplam açıklanan varyans değeri ise 58,262 olarak hesaplanmıştır. Başka bir ifade ile 4 faktörün modelin %58'ini açıklamaktadır.

Faktör analizi sonucunda elde edilen 4 faktör literatür ile de uyumlu olarak; ben pozisyonu, duygusal kopma, başkalarına bağımlılık ve duygusal tepkisellik olmak üzere aşağıda Tablo 5'de görüldüğü gibi isimlendirilmiştir.

Hipotezlerin Test Edilmesi

Tablo 6'de benlik pozisyonları ve düşük ile yüksek nostalji eğilimi ortalama değerleri arasındaki farklılığın tespit edilebilmesi için uygulanan T-testi analizi sonuçları verilmiştir. T- testinin amacı benlik pozisyonlarının nostalji eğilimlerine göre farklılığının test edilmesini amaçlamaktadır. Bu amaç ile, farklı nostalji eğilimine sahip tüketicilerin, buldukları benlik pozisyonu olan "ben pozisyonu" açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılığının olup olmadığının saptanmaya çalışılmıştır. Bu amaca yönelik geliştirilen hipotez ise şöyledir:

Tablo 5: Nostalji eğilimi ortalama t-testi analizi sonuçları

<i>Puanlar</i>	<i>Değişken</i>	<i>Sig.</i>	<i>F</i>	<i>N</i>	<i>Mean D.</i>
	1.Ben P.	.00	34.78	559	.79
	2. Duygusal K.	.00	81.84	559	1.12
	3.Başkalarına B	.81	.055	559	.94
	4.Duygusal T.	.00	14.574	559	.74

H₁: Yüksek nostalji eğilimine sahip tüketiciler ile düşük nostalji eğilimine sahip tüketicilerin, buldukları benlik pozisyonu olan “ben pozisyonu” açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Sonuçlarına göre, “ben pozisyonu” faktörüne ait değer [t (559) =0.79, 0.00<0.05]’dir. Bu değer bize düşük ve yüksek nostalji eğilimleri ile ben pozisyonu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu göstermektedir. Böylece H₁ kabul edilmiştir.

H₂, H₃ ve H₄’te ise sırası ile duygusal kopma, başkalarına bağımlılık ve duygusal tepkisellik pozisyonların açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılığının olup olmadığının geliştirilen hipotezler ile saptanmaya çalışılmıştır.

H₂: Yüksek nostalji eğilimine sahip tüketiciler ile düşük nostalji eğilimine sahip tüketicilerin, buldukları benlik pozisyonu olan “duygusal kopma” açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Sonuçlarına göre, “duygusal kopma” faktörüne ait değer [t (559) =1.12, 0.00<0.05]’dir. Bu değer bize düşük ve yüksek nostalji eğilimleri ile duygusal kopma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu göstermektedir. Böylece H₂ kabul edilmiştir.

H₃: Yüksek nostalji eğilimine sahip tüketiciler ile düşük nostalji eğilimine sahip tüketicilerin, buldukları benlik pozisyonu olan “başkalarına bağımlılık” açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Sonuçlarına göre, “başkalarına bağımlılık” faktörüne ait değer [t (289) =0.94, 0.00>.05]. Bu değer bize düşük ve yüksek nostalji eğilimleri ile başkalarına bağımlılık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunduğunu göstermektedir. Böylece H₃ kabul edilmiştir.

H₄: Yüksek nostalji eğilimine sahip tüketiciler ile düşük nostalji eğilimine sahip tüketicilerin, buldukları benlik pozisyonu olan “duygusal tepkisellik” açısından istatistiksel olarak anlamlı farklılık vardır.

Sonuçlarına göre, “duygusal tepkisellik” faktörüne ait değer [t (559) =0.74, 0.00<0.05]’dir. Bu değer bize düşük ve yüksek nostalji eğilimleri ile duygusal tepkisellik arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu göstermektedir. Böylece H₄ kabul edilmiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmanın temel amacı nostalji eğilimleri yüksek ve düşük tüketicileri belirlenerek, nostalji eğilimi farklı bu tüketicilerin benlik pozisyonları (duygusal tepkisellik, “ben” pozisyonu, duygusal kopma ve başkalarına bağımlılık) açısından istatistiksel olarak farklılaşıp farklılaşmadığının tespit edilmesidir.

Katılımcıların demografik özelliklerine düşük ve yüksek nostalji eğilimlerine göre bakıldığında, 197 erkek katılımcıdan 101 tanesinin yüksek nostalji eğilime sahip olduğunu kadınlarda ise bu rakam 359 kadından 177 tane olduğu görülmektedir. Veriler, erkeklerin kadınlara oranla daha yüksek nostalji eğilimine sahip olduğu göstermektedir. Geliri 8.000 TL'den yüksek 104 katılımcıdan yalnızca 40 tanesinin yüksek nostalji eğilimine sahip iken bu oran 3.000-7.999 TL gelire sahip 293 katılımcıda 163 kişidir. Geliri yüksek katılımcılarda nostalji eğilimlerinin daha düşük olduğu görülmektedir. Eğitim değişkenine göre ise, lisansüstü eğitime sahip 187 katılımcıdan yalnızca 85 tanesi yüksek nostalji eğilimine sahip iken bu rakam lisans eğitime sahip 258 kişiden 143'ü yüksek nostalji eğilime sahiptir. Bu veriler bize eğitim seviyesi düşüğe katılımcıların nostalji eğilimin yükseldiğini göstermektedir. Nostalji eğilimi ile yaş değişkenine bakıldığında, 64-35 yaş arasında bulunan 174 katılımcıdan 83'ü yüksek nostalji eğilimine sahip iken 18 yaşından küçük katılımcıların sayısı toplamda 35 iken 23 tanesi yüksek nostalji eğilimine sahiptir. Bu veriler bize, her ne kadar 18 yaşından küçük katılımcılar birim olarak düşük olsa da 18 yaşından küçük katılımcılarda yüzde olarak daha yüksek nostalji eğilimi olduğunu göstermektedir.

Benliğin ayrılaşması ölçeğine ait katılımcıların en çok katıldıkları ifadeler “İnsanlar benimle yakınlık kurmaya çalıştıklarında, bundan genellikle rahatsızlık duyarım.” ifadesi duygusal kopma faktörüne ait bir ifade olup kaçınma ve kabuğuna çekinmeyi ifade etmektedir. Katılımcıların en çok katıldıkları diğer iki ifade olan “Yaptığım şeyin doğru olduğunu düşünüyorsam başkalarının ne dediğini pek de umursamam.” ve “Kendimi olduğum gibi kabul ederim.”, ifadeleri ise ben pozisyonuna ait ifadelerdir. Bu ifadeler katılımın yüksekliği, katılımcıların duygusal baskı altına iken bile kendilerine ait tutumlar geliştirdiklerini göstermektedir. Çalışmada en düşük ortalamaya sahip ifadeleri olan “İnsanlar üzerindeki izlenimimi merak ederim.”, “Duygularımı genellikle, çevremdekilerden daha yoğun yaşarım.” ve “Başkaları tarafından incitilmek beni aşırı derecede rahatsız eder.” İfadelerin 3'ü de duygusal tepkisellik alt boyutuna ait ifadelerdir. Duygusal tepkisellik alt boyutunda olan kişiler enerjilerinin çoğunu duygularını bastırmaya harcamaktadır.

Katılımcıların en çok kullandıkları nostalji eğilimi “Çocukken yediğim yiyecekleri yemekten hala hoşlanırım.”, “Ailem ya da arkadaşlarımla eskiden kullandığımız ürünler hakkında söz etmekten hoşlanırım. Ve “Çocukken çekildiğim fotoğraflara bakmaktan hoşlanırım.” Bu ifadelerin tamamı kişisel nostaljiye ait ifadelerdir. Katılımcıların kişisel tarihlerinde deneyimledikleri yiyeceklere ürünlere fotoğraflara özlem duyduklarını kendi çocukluklarını idealize ettiklerini göstermektedir. Çalışmada en düşük ortalamaya sahip ifadeler olan “Üzgün hissettiğimde çocukluğuma dair tatları, çocukluğumdaki sahip olduğum oyuncakları düşünürüm.” ve “Kendimi doğduğum dönemin değil eski zamanların tüketicisi gibi hissediyorum.” İfadeleri de yine kişisel nostaljiye ait ifadelerdir. “Eski çamaşır makineleri ile çamaşır yıkamamın ne kadar zor olduğu ile ilgili ailemin bana anlattığı hikayeleri sık sık hatırlarım.”

ifadesi ise kişilerarası nostaljiye ait bir ifadedir. Bu ifadenin düşüklüğü, katılımcıların aile yadigarı ürünlere ait hikayelere, büyükanne-babalarından aktarılan nostaljiye dair hikayelerden hoşlanmadıklarını göstermektedir.

Araştırmanın sonuçlarına göre, araştırmaya katılan kişilerin tüm benlik pozisyonlarında yüksek ve düşük nostalji eğilime sahip olmaları açısından istatistiksel olarak farklılaştığı görülmüştür. Benlik pozisyonları; ilişkilerinde “duygu- düşünce” ve “yakınlık- uzaklık” dengesinin kurulması ve kişinin kendi olabilmesi ile ilgili bir direnci temsil ettiği düşünüldüğünde, katılımcıların nostalji eğilimlerine göre bu pozisyonlarda farklılık görülmesi nostalji duygusunun kişinin benliğine etki eden bir duygu olduğunu bize göstermektedir. Sonuçlar yüksek nostalji eğilimine sahip tüketiciler ile düşük nostalji eğilimine sahip tüketiciler arasındaki benlik pozisyonlarına ait farklılığın ben pozisyonu, duygusal kopma, duygusal tepkisellik ve başkalarına bağımlılık pozisyonlarında ortaya çıktığını göstermektedir.

Alanyazında konu ile ilgili başka çalışmaların bulunmaması çıkan sonuçların önceki veriler ile karşılaştırılmasına olanak sağlamamaktadır. Bu nedenle gelecek çalışmaların farklı yaş eğitim ve gelir seviyesine ait farklı örneklemeler ile yapılması konunun derinleşmesi açısından oldukça yararlı olacaktır.

Kaynakça

- Bowen, M. (1976). Family therapy: Theory and practice. *Theory in the practice of psychotherapy* (s. 42–90). içinde New York: Garner Press.
- Gegez, A. (2015). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Goulding, C. (2001). Romancing the Past: Heritage Visiting and the Nostalgic Consumer. *Psychology & Marketing*, 565-592.
- Güzel, E., & Okan, E. (2016). Nostaljiye Genç Bakis: Nostalji İçerikli Reklamların Bireyler Üzerindeki Etkisi. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 137-154.
- Holak, S., Havlena, W., & Matveev, A. (2006). Exploring Nostalgia in Russia: Testing the Index of Nostalgia-Proneness. *European Advances in Consumer Research*, 195-200.
- Holak, S., & Havlena, W. (1998). Feelings, Fantasies, and Memories: An Examination of the Emotional Components of Nostalgia. *Journal of Business Research*, 217–226.
- Holbrook, M. (1993). Nostalgia and Consumption Preferences: Some Emerging Patterns of Consumer Tastes. *Journal of Consumer Research*, 245-256.
- Holbrook, M. (1994). Nostalgia proneness and consumer tastes. *Buyer behavior in marketing strategy* (s. 348 – 364). içinde NJ: Prentice-Hall.
- Holbrook, M., & Schindler, R. (1989). Some exploratory findings on the development of musical tastes. *Journal of Consumer Research*, 119–124.
- Işık, E., & Bulduk, S. (2015). Psychometric Properties of The Differentiation of Self Inventory-Revised in Turkish Adults. *Journal of Marital and Family Therapy*, 102–112.
- Kağıtçıbaşı, Ç., & Ataca, B. (2005). Value of children and family change: A three-decade portrait from Turkey. *Applied Psychology: An International Review*, 317–337.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1996). The autonomous-relational self: A new synthesis. *European Psychologist*, 180–186.

- Keskin, H., & Memiş, S. (2011). Retro Pazarlama ve Pazarlamada Uygulanmasına Yönelik Bazı Örnekler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 191-202.
- Kim, A., Appel, J., Newman, I., & Parr, P. (2007). Testing the Effectiveness of Bowen's concept of Differentiation in Predicting Psychological Distress in Individuals Age 62 Years or older. *The Family Journal: Counseling and Therapy for Couples*, 224-233.
- Muehling, D., & Pascal, V. (2011). An empirical investigation of the differential effects of personal, historical, and non-nostalgic advertising on consumer responses. *Journal of Advertising*, 107-122.
- Muehling, D., & Sprott, D. (2004). The power of reflection: An empirical examination of nostalgia advertising effects. *Journal of Advertising*, 25-35.
- Nunnally, J. (1979). *Psychometric Theory*. New York: McGraw Hill.
- Özhan, Ş., & Altuğ, N. (2017). Nostalji Eğilimi Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. *Social Sciences Research Journal*, 53-66.
- Skowron, E., & Schmitt, T. (2003). Assessing interpersonal fusion: Reliability and validity of a new DSI fusion with others subscale. *Journal of Marital and Family Therapy*, 209-222.
- Solomon, M. (2018). *Consumer Behavior*. ABD: Pearson.
- Tosun, N. (2020). *Marka Yönetimi*. İstanbul : Beta

İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi ve Terörizm Arasındaki İlişki: Türkiye ve Avrasya Ülkeleri Örneği

Rabia EFEOĞLU*

Öz

Çalışmada Türkiye ve Avrasya ülkelerinde 2002-2018 yılları arasında terör olaylarının iktisadi hoşnutsuzluk endeksi üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Analizde yatay kesit bağımlılığı ve heterojenliği dikkate alan ikinci nesil panel veri analiz yöntemleri kullanılmıştır. Öncelikle modelde yatay kesit bağımlılığının olup olmadığı incelenmiştir. Akabinde CADF birim kök testiyle serilerin durağanlığı araştırılmış, daha sonra homojenlik testi uygulanmıştır. Westerlund (2007) bootstrap panel eşbütünleşme testiyle değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişki analiz edilmiştir. Bootstrap panel eşbütünleşme testi sonucunda, Türkiye ve Avrasya ülkelerinde terör olayları ile iktisadi hoşnutsuzluk endeksi arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğu sonucuna varılmıştır. Panelin genelinde terör olaylarındaki artış iktisadi hoşnutsuzluğu artırmaktadır. Ülkeler bazında elde edilen bulgulara göre ise, Azerbaycan, Belarus, Gürcistan, Rusya, Ukrayna ve Türkiye’de terörün iktisadi hoşnutsuzluk endeksi üzerindeki etkisi pozitif (terör olaylarındaki artış iktisadi hoşnutsuzluğu artırmakta); Ermenistan, Kırgızistan ve Moldova’da negatiftir (terör olaylarındaki artış iktisadi hoşnutsuzluğu azaltmakta). Ancak Azerbaycan, Ukrayna ve Moldova’da istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki bulunmuştur. Son olarak Dumitrescu-Hurlin Granger panel nedensellik testi uygulanmış ve test sonucunda terör olaylarından iktisadi hoşnutsuzluk endeksine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Bu çerçevede Türkiye ve Avrasya ülkelerinde terör olaylarındaki artışın iktisadi hoşnutsuzluğu artırdığı söylenebilmektedir. Dolayısıyla Türkiye ve Avrasya ülkelerinde sosyal bir hoşnutsuzluk göstergesi olan terör olaylarının sebep olduğu ve artırdığı iktisadi hoşnutsuzluğu azaltabilmek amacıyla, terörizmin söz konusu ülkelere yüklemiş olduğu makroekonomik maliyetler tespit edilebilirse bu durum söz konusu ülkelerde sorunun çözümünde yol gösterici olabileceği şeklinde bir politika önerisinde bulunulabilir.

Anahtar Kelimeler: İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksi, Terörizm, Panel Veri Analizi

The Relationship Between Misery Index and Terrorism: Evidence From Turkey and Eurasian Countries

Abstract

In study, the impact of terrorist incidents on misery index were analyzed between 2002-2018 in Turkey and Eurasian countries. In the analysis, second generation panel data analysis methods that take into account cross sectional dependency and heterogeneity were used. Firstly, it was investigated whether there is cross sectional dependency in the model. Subsequently, the stationarity of the series was investigated with the CADF unit root test, then the homogeneity test was applied. The long-term relationship between the variables was analyzed by Westerlund (2007) bootstrap panel cointegration test. In the bootstrap panel cointegration test results, it was concluded that there is cointegration relationship between the terrorist incidents and misery index in Turkey and Eurasian countries. The increase in terrorist incidents throughout the panel increases misery index. According to the findings obtained on the basis of countries, the effect of terrorism on the misery index is positive in Azerbaijan, Belarus, Georgia, Russia, Ukraine and Turkey (the increase in terrorist incidents increases misery index); it is negative in Armenia, Kyrgyzstan and Moldova (the increase in terrorist incidents reduces misery index). However, a statistically insignificant relationship was found in Azerbaijan, Ukraine and Moldova. Later, Dumitrescu-Hurlin Granger panel causality test was applied and the test result showed that there is a one-way causality relationship from terrorist incidents to economic discontent index. In this context, it can be said that the increase in terrorist incidents increased the misery index in Turkey and Eurasian countries. Therefore, in order to reduce the misery index caused and increased by terrorist incidents, which are a social discontent indicator in Turkey and Eurasian countries, a policy proposal can be made that if the macroeconomic costs of terrorism on the said countries can be determined, this situation can guide the solution of the problem in these countries.

Keywords: Misery Index, Terrorism, Panel Data Analysis

Geliş/Received: 03.02.2021

Kabul/Accepted: 25.06.2021

*Bu çalışma, insanlardan veri ve örnek toplamayı gerektiren, anket, inceleme, alan çalışması ve deney içeren araştırmalar kapsamına girmediğinden etik kurul onay belgesi gerektirmemektedir.

* Dr. Öğr. Üyesi, Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Finans ve Bankacılık Bölümü, refeoglu@kastamonu.edu.tr, ORCID: 0000-0003-2515-1553
(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Sefalet endeksi olarak da adlandırılan iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ilk olarak Arthur Okun tarafından 1970’li yıllarda ortaya atılmıştır. Okun söz konusu endeksi enflasyon oranı ve işsizlik oranının toplamından elde etmiştir. Şüphesiz ki enflasyon ve işsizlik bir ekonominin temel makroekonomik belirleyicilerindendir. Enflasyon oranı ve işsizlik oranında meydana gelen artışlar sırasıyla satın alma gücü ve istihdam düzeyinin azalmasını ifade ettiğinden bu durumda makroekonomik performansın kötüleştiği söylenebilir ki, söz konusu durum iktisadi hoşnutsuzluğun arttığına bir göstergesidir. Ülkelerin enflasyon ve işsizlik oranları hakkında bilgi veren, makroekonomik performansın yanı sıra toplumun yaşam memnuniyetini de ölçmekte kullanılan iktisadi hoşnutsuzluk endeksinin yükselmesi artan hoşnutsuzluğu, düşmesi azalan hoşnutsuzluğu göstermektedir.

Hoşnutsuzluk endeksi kapsamında ekonomik hoşnutsuzluk endeksi parametrelerinin yanı sıra sosyal hoşnutsuzluk endeksi parametrelerinin de yer aldığı söylenebilir. Toplumlarda iktisadi olayların sosyal hayata yansması veya sosyal hayatın iktisadi olaylara yansması olabilmekte, ülkelerin ekonomik ve sosyal yaşantıları birbirini etkileyebilmektedir. Bu kapsamda ülkelerin iktisadi hoşnutsuzluk ile sosyal hoşnutsuzlukları arasında bir neden-sonuç ilişkisinin kurulması mümkün görünmektedir. İktisadi hoşnutsuzluk göstergeleri enflasyon ve işsizlik oranlarından oluşurken, sosyal hoşnutsuzluk göstergeleri göç, boşanma, intihar, suç oranları, terör eylemleri, devlet ve siyasal sisteme olan güvenin yıpranması şeklinde sıralanabilir.

Hoşnutsuzluk endeksindeki ekonomik hoşnutsuzluk parametreleri ve sosyal hoşnutsuzluk parametreleri kavramsal olarak şu şekilde açıklanabilir. İktisadi hoşnutsuzluk göstergelerinden *enflasyon*, belirli bir dönemde fiyatlar genel düzeyindeki artış olarak tanımlanmaktadır. Okun İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksinin hesaplanmasında kullanılan enflasyon değişkeni tüketici fiyatlarındaki yıllık yüzde değişimdir. Buna göre tüketici fiyatlarındaki artış, halkın alım gücünü düşürerek hane halkı reel gelir ve refahının düşmesine sebep olmaktadır. Okun İktisadi Hoşnutsuzluk Endeksinin hesaplanmasında kullanılan diğer bir gösterge *işsizlik oranı*dır. İşsizlik, cari ücret düzeyinde çalışmaya razı olunmasına rağmen iş bulunamaması durumudur. İşsizlik oranı ise işsiz nüfusun işgücüne oranıdır. Okun endeksinde işgücünün yıllık yüzdesi işsizlik oranını temsil etmektedir. İşsizliğin artışı yoksulluk düzeyini artırarak yine hane halkı gelirlerinde düşüşe ve refah kaybına neden olmaktadır. Dolayısıyla makroekonomik açıdan enflasyon ve işsizliğin artışı birleşince gelirin satın alma gücü azalmakta, reel kesimin yatırım kararları olumsuz yönde etkilenmekte, bunun sonucunda da refah kaybı ortaya çıkmaktadır.

Sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinden *göç*; iktisadi, sosyal, siyasal, dini gibi nedenlerle bireylerin ya da toplulukların buldukları, oturdukları yerleşim yerini bırakarak başka bir yerleşim yerine ya da başka bir ülkeye gitmek suretiyle yaptıkları coğrafi yer değiştirme hareketidir. Göç, hem göç edilen bölgenin hem de terk edilen bölgenin ekonomik ve sosyal yapısını değiştirmektedir. Genel olarak az gelişmiş il, bölge ve ülkelere gelişmiş il, bölge ve ülkelere nüfus hareketleri fazladır. Bu

nedenle nüfusun net göç ile ilgili bilgileri ülkelerin ekonomik görünümü hakkında bilgi vericidir. Net göç, nüfus hareketlerini açıklayan önemli bir göstergedir ve alınan göç ile verilen göç arasındaki farkı ifade eder. Ülkenin dışarıya göç vermesi negatif net göç hızı, dışarıdan göç alması pozitif net göç hızıdır (Taşcı ve Özsan, 2011: 3). Göçün nedenleri arasında iktisadi yapıdaki dönüşümler, teknolojiye gelişmeler, istihdam, sağlık ve eğitim imkânları, terör olayları, güvenlik sorunları sayılabilir. Ülkeden ülkeye hatta toplum yapısındaki değişime bağlı olarak hızı farklılaşan sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinden olan *boşanma* evliliğin bitirilmesidir. Boşanmanın genel nedenleri; şiddetli geçimsizlik, maddi sıkıntılar, zina, kısırlık, ruh ve beden hastalığı, içki, kumar, kötü muamele, evi terk etme, cana kast, akrabaların karışmasıdır. Sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinden *intihar*, kişinin psikolojik ve toplumsal sebeplerle kendi hayatına son vermesidir. En temel intihar sebepleri yoksulluk, hastalık, geçim zorluğu, aile içi geçimsizlik olarak sayılabilir. Sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinden *suç*, “topluma zarar verdiği ya da tehlikeli olduğu kanun koyucu tarafından kabul edilen ve belirtilen eylem, davranış, tavır ve harekettir” (Taşcı ve Özsan, 2011: 6). Suç sosyal yapıya zarar vererek toplumsal bütünlüğü bozup toplumda dayanışma ve yardımlaşma bağlarını koparır. Suç oranlarının artmasında kentleşme, göç, nüfus artışı, gelir eşitsizliği, alkol ve uyuşturucu alışkanlığının gelişmesi, işsizlik, aile kurumunun zayıflaması, geleneksel değer ve bağlılıkların zayıflaması, kültürel farklılığın ve çatışmanın artması gibi nedenler etkilidir (Çondur, 2016: 1315). Sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinden *devlet ve siyasal sisteme olan güvenin yıpranması*, siyasal sisteme ilgi azalışını ifade etmektedir. Daha çok kırsal kesimlerde görülen bu durumdan ekonomik, sosyal ve kültürel seviyeleri düşük olan vatandaşların daha çabuk etkilenmesi söz konusudur. Sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinden *terör eylemleri*, iktisadi, siyasi, sosyal ve kültürel alanlarda ortaya çıkan önemli bir sorundur. Böyle bir sorunun ortaya çıkmasında teröristlerin kişisel dünyalarındaki sorunları ile insanların yaşadıkları sorunlar dolayısıyla teröre yönelmeleri söz konusudur. Özellikle ekonomik ve sosyal bakımdan boşluk içinde olmaları onları bu yola yönlendiren sebeplerdendir. Buradan hareketle sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinin makroekonomik sorunlar özelinde iktisadi hoşnutsuzluk ile ilişkili olduğu söylenebilir. Genel anlamda iktisadi hoşnutsuzluğun arttığı yerde sosyal hoşnutsuzluğun da artması mümkün iken, sosyal hoşnutsuzluğun arttığı yerde iktisadi hoşnutsuzluğun artması da mümkündür.

Çalışmanın konusu kapsamında iktisadi hoşnutsuzluk ve sosyal hoşnutsuzluk göstergelerinden terör olayları arasındaki ilişki incelendiğinde; terör eylemlerinin sosyal, siyasal, psikolojik sonuçlarının yanı sıra ekonomik sonuçları da söz konusudur. Terör eylemlerinin ekonomik sonuçları kısa ve uzun vadede kendini göstermektedir. Terörün ekonomiye etkisi bakımından; can kayıpları, zarar gören altyapı tesislerinin onarımı ve yapımı gibi terörün doğrudan ekonomik maliyetlerinin hemen ortaya çıktığı, tüketici ve yatırımcılar üzerinde yarattığı güvensizlik gibi dolaylı ekonomik maliyetlerinin ise ülkelere, sektörlere ve zamana göre farklılık gösterebildiği söylenebilmektedir (Korkmaz, 2018: 76). Diğer bir ifadeyle terör-ekonomi özelinde terör ile iktisadi hoşnutsuzluk endeksi arasındaki ilişki

bakımından terör faaliyetlerinin artmasının faizleri artırması ve akabinde yatırımları engellemesi, reel geliri ve ekonomik büyümeyi düşürmesi, ülkeye yabancı sermaye girişini sınırlandırması gibi sebeplerle ülkelerdeki işsizlik ve enflasyon üzerinde olumsuz bir etki yaratması muhtemeldir. Ayrıca enflasyon ve işsizlik oranlarının artmasının da terörü teşvik etme ihtimali olasıdır.

Çalışmada ele alınacak olan Türkiye ve Avrasya ülkelerinde iktisadi hoşnutsuzluk ve terör olaylarının gelişimi incelendiğinde; 2002-2018 döneminde enflasyonun en yüksek olduğu ülke Belarus, işsizliğin en yüksek olduğu ülke Gürcistan'dır. Söz konusu yıllar arasında iktisadi hoşnutsuzluğun en yüksek olduğu ülke Belarus, terör olaylarının en yüksek olduğu ülke ise Türkiye'dir. 2018 yılına gelindiğinde ise, Ermenistan en yüksek işsizliğe, Türkiye en yüksek enflasyona, en yüksek iktisadi hoşnutsuzluk endeksine ve en yüksek terör olaylarına sahip ülke olmuştur.

Buradan hareketle çalışmada Türkiye ve Avrasya ülkelerinde iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ile sosyal hoşnutsuzluk göstergesi olan terör olayları arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Literatürde iktisadi hoşnutsuzluk endeksi üzerine yapılan çalışmalar olmakla birlikte çoğunlukla diğer makroekonomik göstergeler ile ilişkisine değinilmiş, sosyal boyut ile ilişkisi az sayıda çalışılarak ihmal edilmiştir. Bu kapsamda çalışmada iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ile sosyal hoşnutsuzluk göstergesi olan terör olayları arasındaki ilişkinin incelenmesi gereği duyulmuştur. Böylece sosyal hoşnutsuzluk göstergesi olarak terör olayları kullanılmış ve aralarındaki ilişki irdelenmiştir. Literatürde sosyal boyut anlamında iktisadi hoşnutsuzluk ile diğer sosyal göstergeler arasında ilişki araştırılmış olsa da terör eylemleri ile ilişkisinin araştırıldığı çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu yönüyle çalışma diğer çalışmalardan farklılık göstermektedir. Ayrıca iktisadi hoşnutsuzluk literatüründe Avrasya ülkeleri özelinde de herhangi bir çalışmaya rastlanılmaması çalışmanın diğer bir ayırıcı özelliğidir. Bu durum Türkiye ile birlikte Avrasya ülkelerinin çalışmada örneklem olarak seçilme sebebidir. Ayrıca yoğun terör olaylarına maruz kalan ülkelerin ekonomik olarak istikrarsız bir yapıya sahip olduğu düşüncesinden hareketle, Sovyetler Birliği'nin (SSCB) dağılmasından sonra kurulan Avrasya ülkelerinde terör olaylarına maruz kalma durumları ve Türkiye'nin tarihsel süreç içerisinde devamlı terörle mücadelesi göz önünde bulundurularak söz konusu ülkelerin incelenmesi önem arz etmiştir. Çalışmanın giriş bölümünü izleyen bölümlerde sırasıyla iktisadi hoşnutsuzluk endeksi literatürü üzerinde durulmakta, veri seti tanıtılmakta, metodoloji ve analiz bulgularına yer verilmekte ve sonuç bölümü ile çalışma tamamlanmaktadır.

Literatür Özeti

İktisadi hoşnutsuzluk endeksi literatürü incelendiğinde iktisadi hoşnutsuzluğun gerek makroekonomik göstergelerle gerekse de sosyal göstergelerle ilişkisinin araştırıldığı çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Her bir çalışmanın ülke, yöntem, dönem bakımından farklılık gösterdiği çalışmalarda sonuçların da birbirinden farklılık gösterdiği görülmektedir. Tablo 1'de konu ile ilgili literatür özeti sunulmuştur.

Tablo 1: İktisadi Hoşnutsuzluk Literatür Özeti

Yazar/Yıl	Ülke/Dönem	Yöntem	Sonuç
Lee ve diğerleri (2007)	ABD, Japonya, Kore/1967-2001	Temel bileşen analizi	Düşük iktisadi hoşnutsuzluk yüksek ekonomik performans ile ilişkilidir.
Welsch (2007)	12 Avrupa Ülkesi/1992-2002	Regresyon analizi	Okun hoşnutsuzluk endeksine göre, iktisadi hoşnutsuzluk arttıkça yaşam memnuniyeti azalmakta, Barro hoşnutsuzluk endeksine göre, iktisadi hoşnutsuzluk ve yaşam memnuniyeti arasında bir ilişki yoktur.
Lechman (2009)	27 AB Ülkesi/2001-2007	Korelasyon analizi	Okun hoşnutsuzluk endeksi ve Barro hoşnutsuzluk endeksine göre, iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ve yoksulluk oranı arasında herhangi bir ilişki yoktur.
Grabia (2012)	27 AB Ülkesi/2000-2009	Teorik çalışma	İktisadi hoşnutsuzluk yüksek gelirli ülkelerde düşük, düşük gelirli ülkelerde yüksektir.
Dadgar ve Nazari (2012)	İran/1974-2011	Eşbütünleşme ve Granger Nedensellik	Dışa açıklık ve anti demokratik gelenek iktisadi hoşnutsuzluğu artırmakta, ekonomik büyüme ve insan haklarına saygılı yönetim iktisadi hoşnutsuzluğu azaltmaktadır. İyi yönetim kötüleştiğinde iktisadi hoşnutsuzluk artmaktadır.
Beşkaya (2013)	Türkiye/1980-2010	Engle ve Granger eşbütünleşme	Dışa açıklık, gelir eşitsizliği, demokrasi, faiz oranı, büyüme arttıkça iktisadi hoşnutsuzluk artmakta, yolsuzluk arttıkça iktisadi hoşnutsuzluk azalmaktadır.
Sadeghi ve diğerleri (2014)	İran/1972-2011	STAR modelleri	İktisadi hoşnutsuzluğun belli bir eşik değeri geçmesi halinde endeksteeki artış gelir eşitsizliğini artırmaktadır.
Çondur (2016)	Türkiye/2007-2015	Teorik çalışma	Ekonomik hoşnutsuzluk arttıkça sosyal hoşnutsuzluk olumsuz etkilenmektedir.
Özcan (2016)	Türkiye ve 28 AB Ülkesi/2003-2013	Panel eşbütünleşme	Okun hoşnutsuzluk endeksine göre iktisadi hoşnutsuzluktaki artış yoksulluğu artırmaktadır. Barro hoşnutsuzluk endeksine göre, iktisadi hoşnutsuzluk ve yoksulluk arasında bir ilişki yoktur.
Saboor ve diğerleri (2016)	Pakistan/1975-2013	Granger nedensellik ve ARDL	Okun hoşnutsuzluk endeksine göre, suç oranı arttıkça hoşnutsuzluk artmaktadır. Barro hoşnutsuzluk endeksine göre, iktisadi hoşnutsuzluk arttıkça suç oranları artmaktadır.
Oskay (2018)	Brezilya, Endonezya, Hindistan, Güney Afrika, Türkiye/2008	Teorik çalışma	Okun hoşnutsuzluk endeksi ve Barro hoşnutsuzluk endeksine göre, 2008 Krizi iktisadi hoşnutsuzluğu artırmaktadır.
Özdemir ve Salihoğlu (2019)	40 ülke	En Küçük Kareler Yöntemi	İktisadi hoşnutsuzluk arttıkça insani gelişme artmaktadır.
Wang ve diğerleri (2019)	Pakistan/1989-2017	ARDL	İktisadi hoşnutsuzluk endeksindeki artış ekonomik büyümeyi azaltmaktadır.
Akay ve Oskonbaeva (2020)	16 Geçiş Ülkesi/1996-2017	Panel ARDL	Sefalet endeksindeki artış ekonomik büyümeyi azaltmaktadır.
Ülgen ve Özer (2020)	Türkiye/2000-2018	Fourier Eşbütünleşme ve Dinamik En Küçük Kareler Yöntemi	Okun hoşnutsuzluk endeksi ve Barro hoşnutsuzluk endeksine göre, cari açık arttıkça iktisadi hoşnutsuzluk azalmakta, iktisadi hoşnutsuzluk arttıkça cari açık azalmaktadır.

Veri Seti

Çalışmada Türkiye ve 8 Avrasya ülkesi (Ermenistan, Azerbaycan, Belarus, Gürcistan, Kırgızistan, Moldova, Rusya, Ukrayna) olmak üzere 9 ülkede 2002-2018 dönemi yıllık verileri kullanılarak terör olaylarının iktisadi hoşnutsuzluk endeksi üzerine etkisi analiz edilmiştir. Bu çerçevede bağımlı değişken olarak Okun iktisadi hoşnutsuzluk endeksi, bağımsız değişken olarak terör olaylarını temsilen küresel terörizm endeksi kullanılmıştır.

Çalışmada öncelikle paneli oluşturan serilerde yatay kesit bağımlılığının olup olmadığı araştırılmıştır. Bunun için Breusch-Pagan (1980) LM testi ile Pesaran ve diğerleri (2008) LM_{adj} testi kullanılmıştır. İkinci aşamada yatay kesit bağımlılığını dikkate alan ikinci kuşak birim kök testi olan Pesaran (2007) CADF testi ile birim kök sınaması yapılmıştır. Üçüncü aşamada Swamy S testi ile modelde homojenlik testi gerçekleştirilmiştir. Dördüncü aşamada seriler arasında eşbütünlüşme ilişkisinin olup olmadığı Westerlund (2007) bootstrap panel eşbütünlüşme testiyle analiz edilmiştir. Beşinci aşamada uzun dönem eşbütünlüşme katsayıları tespit edilmiş ve son aşamada Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi ile değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmıştır.

Çalışmada terör olaylarının iktisadi hoşnutsuzluk endeksi üzerine etkisini incelemek amacıyla aşağıdaki gibi bir ekonometrik model oluşturulmuştur:

$$MI_{it} = \alpha_{it} + \beta_1 GTI_{it} + \mu_{it}$$

Modelde; MI Okun iktisadi hoşnutsuzluk endeksini, GTI terör olaylarını temsilen küresel terörizm endeksini ifade etmektedir. İktisadi hoşnutsuzluk endeksine Dünya Bankası, küresel terörizm endeksine Institute for Economics and Peace Global Terrorism Database (GTD) veri tabanından ulaşılmıştır. Modelde kullanılan iktisadi hoşnutsuzluk endeksi, enflasyon oranı ile işsizlik oranının toplamından oluşmaktadır. İktisadi hoşnutsuzluk endeksini elde etmek için kullanılan enflasyon oranı tüketici fiyatlarındaki yıllık yüzde değişim, işsizlik oranı işgücünün yıllık yüzdesi olarak alınmaktadır. Terör olaylarını temsil eden küresel terörizm endeksi ise 0 ile 10 değerleri arasında olup, 0 terör etkisinin olmadığını, 10 terörizmin en yüksek etkisini göstermektedir.

Metodoloji ve Analiz Bulguları

Çalışmada ilk olarak yatay kesit bağımlılık testi yapılmıştır. Panel veri analizlerinde yatay kesit bağımlılığı test edilirken kullanılan testler genel olarak Breusch-Pagan LM testi, Pesaran LM_{CD} testi ve Pesaran ve diğerleri LM_{adj} testidir. N ülke sayısı, T zaman serisi olmak üzere; Breusch-Pagan LM testi, T'nin büyük N'nin küçük olduğu (T>N) durumda uygulanan bir yatay kesit bağımlılık testidir. Pesaran LM_{CD} testi, N'nin büyük T'nin küçük olduğu (N>T) durumda yatay kesit bağımlılığının olup olmadığını araştıran bir tahmincidir. Pesaran ve diğerleri LM_{adj} testi ise, N ve T'nin büyük olduğu (N>T veya T>N) durumda uygulanan bir testtir (Yerdelen Tatoğlu, 2017: 237). Tablo 2'de yatay kesit bağımlılık test sonuçları sunulmuştur.

Tablo 2: Yatay Kesit Bağımlılık Testi

Test	İstatistik	Olasılık
LM	79.04	0.0000
LM _{adj}	10.75	0.0000
LM _{CD}	2.203	0.0276

Tablo 2’de, LM ve LM_{adj} testlerine göre, modele ait olasılık değerleri %1’den küçük olduğu için modelde “yatay kesit bağımlılığı yoktur” şeklindeki H₀ hipotezi reddedilerek modelde yatay kesit bağımlılığının olduğuna karar verilmiştir. Serilerde yatay kesit bağımlılığının olması, serilerin durağanlığının tespitinde birim kök testlerinden ikinci nesil birim kök testlerinin kullanılması gerektiğini göstermektedir. Bu kapsamda Pesaran CADF testi ile birim kök sınaması gerçekleştirilmiştir. Pesaran CADF testi, T>N veya N>T olmak üzere her iki durumda da kullanılmaktadır. Test istatistiği, Pesaran CADF kritik tablo değerleriyle karşılaştırılmaktadır. CADF istatistiği %1, %5, %10 önem düzeyinde verilen kritik tablo değerinden büyükse serinin durağan olduğuna karar verilir (Yerdelen Tatoğlu, 2017: 87). CADF birim kök test sonuçları Tablo 3’de yer almaktadır.

Tablo 3: CADF Birim Kök Testi

Değişkenler (Düzy)	Test ist.	%1	%5	%10
MI	-1.961	-2.600	-2.340	-2.210
GTI	-1.472	-2.600	-2.340	-2.210
Değişkenler (Birinci Fark)	Test ist.	%1	%5	%10
MI	-2.857	-2.600	-2.340	-2.210
GTI	-2.690	-2.600	-2.340	-2.210

Tablo 3’deki CADF birim kök test sonuçlarına göre, seriler birinci farklarında, I(1) düzeyinde durağandır. Serilerin tümü I(1) düzeyinde durağan olduğu için eşbütünleşme testi yapılabilir. Ancak onun öncesinde Swamy S testi ile homojenlik testi yapılarak eğim katsayılarının homojenliği belirlenmeye çalışılmıştır. Böylece elde edilen sonuçlara göre uygun eşbütünleşme ve nedensellik testlerine geçilebilmektedir. Swamy S homojenlik test sonuçları Tablo 4’deki gibidir.

Tablo 4: Swamy S Homojenlik Testi

Test İstatistiği	Olasılık Değeri
173.54	0.0000

Homojenlik test sonuçlarına göre, H₀ hipotezi reddedilir ve panel heterojendir önermesi kabul edilir. Diğer bir ifadeyle seriler % 1 anlamlılık düzeyinde heterojendir. Bu durumda uygun eşbütünleşme testi ve tahmin yöntemi seçilmelidir ki, seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığı ile eşbütünleşme modelinin tahmininde yatay kesit bağımlılığı ile heterojenliği göz önünde bulunduran ikinci nesil panel eşbütünleşme analizi yöntemleri kullanılmıştır. Tablo 5’de Westerlund (2007) bootstrap panel eşbütünleşme test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 5: Westerlund Bootstrap Panel Eşbütünleşme Testi

Test	t _{test}	Z _{test}	Olasılık	Robust-Olasılık
Gt	-3.313	-5.129	0.000	0.040
Ga	-12.574	-2.974	0.002	0.110
Pt	-13.310	-8.772	0.000	0.030

Pa	-17.590	-8.653	0.000	0.050
----	---------	--------	-------	-------

Westerlund bootstrap panel eşbütünleşme testi hem grup hem de bütün paneli dikkate alan ve serilerin homojen veya heterojen olma durumlarına göre uygulanabilen bir testtir. Panelin heterojen olması durumunda G_a ve G_t değerleri, homojen olması durumunda P_a ve P_t değerleri dikkate alınmaktadır. Tablo 5’de, Westerlund (2007) eşbütünleşme testinde modelde yatay kesit bağımlılığı olduğu için bootstrap olasılık değeri dikkate alınmıştır. Panel heterojen olduğundan G_a ve G_t istatistiklerine göre yorum yapılması doğru olacaktır. Westerlund (2007) bootstrap panel eşbütünleşme testi sonuçlarından G_t istatistiğine göre eşbütünleşme ilişkisi varken, G_a istatistiğine göre yoktur. Test istatistiklerine göre H_0 hipotezi reddedilerek, iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ile terör olayları arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi olduğundan eşbütünleşme modeli tahmin edilebilir. Çalışmada yatay kesit bağımlılığı ve heterojenliğin olması sebebiyle uzun dönem eşbütünleşme katsayıları DOLSMG (Ortalama Grup Dinamik En Küçük Kareler) tahmincisi ile yapılmaktadır (Yerdelen, Tatoğlu, 2017: 233). Tablo 6’da uzun dönem eşbütünleşme katsayıları sunulmaktadır.

Tablo 6: DOLSMG Tahmincisi

Ülke	GTI	t- istatistiği
Ermenistan	-8.879	-2.896***
Azerbaycan	4.037	1.576
Belarus	6.992	2.46**
Gürcistan	1.094	2.282**
Kırgızistan	-2.707	-2.856***
Moldova	-0.1028	-0.083
Rusya	3.066	3.785***
Ukrayna	1.409	1.613
Türkiye	3.515	5.055***
Panel	0.9361	3.645***

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 seviyesinde anlamlılık düzeyleridir.

Tablo 6’da panelin geneline bakıldığında, terörizm ve iktisadi hoşnutsuzluk endeksi arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Küresel terörizm endeksindeki 1 birim artış iktisadi hoşnutsuzluk endeksini 0.94 birim artırmaktadır. Diğer bir ifadeyle terör olaylarındaki artış iktisadi hoşnutsuzluğu artırmaktadır. Terörizm ve iktisadi hoşnutsuzluk endeksi arasındaki ilişkiye ülkeler açısından bakıldığında; Azerbaycan, Belarus, Gürcistan, Rusya, Ukrayna ve Türkiye’de terörün iktisadi hoşnutsuzluk endeksi üzerindeki etkisi pozitif ancak Azerbaycan ve Ukrayna’da istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki bulunmuştur. Yani Belarus, Gürcistan, Rusya ve Türkiye’de terör olaylarındaki artışlar iktisadi hoşnutsuzluğu artırmakta; Azerbaycan ve Ukrayna’da ise terör olaylarındaki artışlar iktisadi hoşnutsuzluğu etkilememektedir. Diğer taraftan Ermenistan, Kırgızistan ve Moldova’da negatif ve Moldova’da istatistiksel olarak anlamsız bir ilişki bulunmuştur. Yani Ermenistan ve Kırgızistan’da

terör olaylarındaki artışlar iktisadi hoşnutsuzluğu azaltmakta; Moldova’da ise terör olayları iktisadi hoşnutsuzluğu etkilememektedir.

Çalışmada, Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testiyle seriler arasındaki nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi hem yatay kesit bağımlılığını hem de heterojenliği dikkate alan ve zaman boyutunun (T) kesit boyutundan (N) büyük veya küçük olduğu durumlarda kullanılan bir testtir. Değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi çıktığından Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik testi ile nedensellik analizi yapılmış ve Tablo 7’de sonuçlar sunulmuştur.

Tablo 7: Dumitrescu-Hurlin Panel Nedensellik Testi

Nedensellik Yönü	Z istatistiği	Olasılık	Karar
GTI→MI	2.2026	0.0276	Nedensellik Var
MI→GTI	1.3712	0.1703	Nedensellik Yok

Dumitrescu-Hurlin panel nedensellik test sonuçlarına göre, terörizmden iktisadi hoşnutsuzluk endeksine doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisinin olduğu görülmüştür. Böyle bir ilişkinin tespit edilmesi, Türkiye ve Avrasya ülkelerinde ilgili dönemdeki terörizmin iktisadi hoşnutsuzluğu etkilediği sonucunu göstermektedir.

Sonuç

Ülke ekonomilerinin değerlendirilmesinde makroekonomik performans göstergeleri önemli olmakla birlikte sosyal değişimlerin de ekonomi üzerinde önemli etkilerinin olduğu dikkate alınmalıdır. Bu kapsamda toplumlar üzerinde ekonomik, sosyal, siyasal ve psikolojik sonuçlar doğuran sosyal bir gösterge olan terörizmin iktisadi hoşnutsuzluk ile ilişkisi incelenmiştir. Türkiye ve Avrasya ülkelerinde terörizm ve iktisadi hoşnutsuzluk ilişkisinin araştırıldığı çalışmada 2002-2018 dönemi ele alınarak panel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular şu şekildedir: Ülkelerin iktisadi hoşnutsuzluk endeksi ve küresel terörizm endeksi ile oluşturulan modelin bütününde yatay kesit bağımlılığı vardır. Serilerde birim kökün varlığı, yatay kesit bağımlılığını dikkate alan CADF testiyle analiz edilmiş, serilerin düzeyde durağan olmadıkları ve birinci farklarında durağanlaştıkları görülmüştür. Serilerin birinci farkında durağanlaşması eşbütünleşme ilişkisinin aranması gerektiğini göstermiştir. Ancak öncesinde Swamy S homojenlik testi yapılarak ikinci nesil eşbütünleşme testi yapılmasına karar verilmiştir. Seriler arasındaki eşbütünleşme ilişkisinin varlığı, Westerlund (2007) bootstrap panel eşbütünleşme testiyle incelenmiş ve seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olduğu görülmüştür. Uzun dönem eşbütünleşme katsayıları, yatay kesit bağımlılığı ve heterojenliği dikkate alan DOLSMG yöntemiyle tahmin edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, panelin genelinde terörizm ve iktisadi hoşnutsuzluk endeksi arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır. Türkiye ve Avrasya ülkelerinde terör olaylarındaki artışlar iktisadi hoşnutsuzluğu artırmaktadır. Ülkeler açısından bakıldığında ise, Azerbaycan, Ukrayna ve Moldova ülkelerinde terörizmin iktisadi hoşnutsuzluk üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi yok iken, diğer ülkelerde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahiptir. Anlamlı etkiye sahip olan ülkelere Ermenistan ve Kırgızistan dışındaki ülkelere terör olaylarındaki artış iktisadi hoşnutsuzluğu artırmaktadır. Ermenistan ve Kırgızistan’da ise terör

olaylarının iktisadi hoşnutsuzluğu negatif yönde etkilemesi yani azaltması, söz konusu ülkelerdeki terör olayları ve yıkıcı etkileri, ülkelerin terörle mücadele politikalarındaki tutumu ve ülkelerin makroekonomik gelişme düzeyi ile ilgili olduğu düşünülmektedir. Seriler arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunduğundan sonra Dumitrescu ve Hurlin (2012) nedensellik testi ile gerçekleştirilen nedensellik analizinde terörizmden iktisadi hoşnutsuzluk endeksinde doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi bulunmuştur. Türkiye ve Avrasya ülkelerinde terör olayları iktisadi hoşnutsuzluğun nedenidir.

Sonuç olarak; ekonomik, sosyal, kültürel ve ekonomik olarak ulusal ve uluslararası bir sorun haline gelen terörizm arttıkça ülkelerin iktisadi hoşnutsuzluğu artış göstermektedir. Ülkelerde terör olaylarını önleyebilmek için yeterli rezerv olmaması emisyon hacmini artırmakta, enflasyon düzeyinin dolayısıyla da iktisadi hoşnutsuzluğun arttığı bir sürece girilmektedir. Böylece terör olaylarına bağlı olarak iktisadi hoşnutsuzluk endeksindeki artış makroekonomik istikrarsızlığına yol açmaktadır. Bu bağlamda, terör olaylarının enflasyon düzeyini yükseltmesi, dolayısıyla da iktisadi hoşnutsuzluğu artırıcı yönde bir olgunun ortaya çıktığı ifade edilebilir.

Bütün bunlardan hareketle, politika önerisi olarak; politika yapıcıları terörle mücadele politikaları oluşturarak söz konusu ülkelerdeki iktisadi hoşnutsuzluğu azaltabilirler. Ayrıca ülkelerde terör olaylarının hızını yavaşlatıcı ekonomik, sosyal ve politik tedbirlerin ivedilikle alınması ve uygulanması, ülkelerin kurumsal gelişimini sağlayan ekonomik politika önlemlerinin alınmasının yanı sıra yüksek enflasyon oranlarının düşürülmesi ve istihdam olanaklarının artırılması gerekir ki, böylece söz konusu ülkelerde terörizmin sebep olduğu iktisadi hoşnutsuzluk artışının önüne geçilebilir. Özellikle terör olayları ve iktisadi hoşnutsuzluk özelinde incelenen çalışmada bir öneri de, daha sonra yapılacak çalışmalarda terörün farklı makroekonomik göstergelere etkisinin ya da iktisadi hoşnutsuzluğu etkileyen başka sosyal hoşnutsuzluk göstergeleri kullanılarak farklı örneklem büyüklükleri ile çalışılabileceğidir.

Kaynakça

- Beşkaya, A. (2013). Political economy of economic discomfort: A time series analysis of Turkey, 1980-2010. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 1-14.
- Çağlayan Akay, E. ve Oskonbaeva, Z. (2020). İktisadi büyüme ve sefalet endeksi arasındaki ilişki: Geçiş ülkeleri örneği. *International Conference on Eurasian Economies 2020*.
- Çondur, F. (2016). Türkiye’de hoşnutsuzluk endeksi parametrelerinin gelişimi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(5), 1309-1327.
- Dadgar, Y. ve Nazari, N. (2012). The impact of economic growth and good governance on misery index in Iranian economy. *European Journal of Law and Economics*, 45(1), 175-193. DOI 10.1007/s10657-012-9327-2.
- Grabia, T. (2012). The Okun misery index in the European Union countries from 2000 to 2009. *Comparative Economics Research*, 14(4), 97-115. <https://doi.org/10.2478/v10103-011-0029-8>.
- Institute for Economics and Peace (2021). <https://www.visionofhumanity.org/public-release-data/>
- Korkmaz, Ö. (2018). Terörizm ve makroekonomi: Avrasya ülkeleri üzerine bir inceleme. *International Journal of Economics Politics Humanities and Social Sciences*, 1(2), 75-85.

- Lechman, E. (2009). Okun's and Barro's misery index as an alternative poverty assessment tool. Recent estimations for European countries. MPRA Paper, 37493, 1-10.
- Lee, S., Cheong, K. ve Suh, S. H. (2007). International comparison of economic performance index: The case of the USA, Japan and Korea. *The American Economist*, 51(1), 63-74.
- Oskay, C. (2018). Küresel kriz sonrası kırılğan beşli ülkelerin makroekonomik performansları üzerine karşılaştırmalı bir analiz. H. Sağlam ve M. E. Kenanoğlu (Ed.), *ICOPEC 2018: 10 years after the great recession: orthodox versus heterodox economics 9. international conference on political economy, abstracts & proceeding book kitabı içinde* (s. 47-55). London: IJOPEC Publication.
- Özcan, S. E. (2016). Yoksulluk göstergesi olarak hoşnutsuzluk endeksi, Türkiye için bir deneme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 48, 294-313.
- Özdemir, A. ve Salihoğlu, M. (2019). Ekonomik ve politik faktörlerin insani gelişmişlik üzerindeki etkileri. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(3), 21-35.
- Saboor, A., Sadiq, S., Khan, A. U. ve Hameed, G. (2016). Dynamic reflections of crimes, quasi democracy and misery index in Pakistan. *Social Indicators Research*, 133, 31-45. DOI 10.1007/s11205-016-1348-8.
- Sadeghi, S. K., Marvasti, M. B. ve Karbor, R. (2014). New evidence on the link between income inequality and misery index: A nonlinear time series analysis. *International Journal of Sustainable Development & World Policy*, 3(1), 25-30.
- Tatoğlu Yerdelen, F. (2018). İleri panel veri analizi stata uygulamalı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Taşcı, K. ve Özsan, M. E. (2011). Bölgesel hoşnutsuzluk endeksi. 12. Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu, 26-29 Mayıs 2011, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Ülgen, G. ve Özer, M. O. (2020). İktisadi hoşnutsuzluk endeksi ile cari açık arasındaki ilişkinin ampirik analizi: Türkiye örneği. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 15(1), 83-112.
- Wang, N., Shah, M. H., Ali, K., Abbas, S. ve Ullah, S. (2019). Financial structure, misery index, and economic growth: time series empirics from Pakistan. *Journal of Risk and Financial Management*, 12(100), 1-15. doi:10.3390/jrfm12020100.
- Welsch, H. (2007). Macroeconomics and life satisfaction: Revisiting the "misery index". *Journal of Applied Economics*, 10(2), 237-251.
- Worldbank (2021). <https://www.worldbank.org/>

Öğrenme Yönetim Sistemi Kullanımının Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında İncelenmesi: Anadolu Üniversitesi Örneği*

Barış BARAZ*
Emre ATİK†
Ezgi ATİK‡

Öz

Gelişen bilgi teknolojileri, internete kolay ve hızlı erişim olanakları sunmaktadır. İnternetin sağladığı önemli olanaklardan biri de bilgi aktarımıdır. Öğrenme yönetim sistemleri sayesinde kurumlar, internet üzerinden öğrencilere eş zamanlı veya eş zamansız olarak bilgi aktarımı yapabilmektedir. Bir öğrenme yönetim sistemi olan Anadolu eKampüs ise Blackboard işletim sistemi üzerinden çalışmaktadır. Bu çalışmanın amacı, öğrencilerin öğrenme yönetim sistemi kullanımına yönelik niyet ve davranışlarını ortaya çıkartmaktır. Teknolojinin kabulüne ilişkin bir modelden (UTAUT2) yararlanılan çalışmada, Anadolu Üniversitesi uzaktan öğretim öğrencileri araştırma evreni olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda toplam 7575 öğrenciden çevrimiçi anket ile veriler elde edilmiştir. Çalışma sonucunda, öğrencilerin eKampüs'e yönelik niyetlerini performans beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve alışkanlıkların etkilediği belirlenmiştir. Çalışmanın öğrenme yönetim sisteminin işlevlerinin ortaya konması bakımından literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Uzaktan Öğrenme, Öğrenme Yönetim Sistemi, Teknoloji Kabul Modeli.

Examination of the Use of Learning Management System within the Scope of Technology Acceptance Model: The Case of Anadolu University

Abstract

Developing information technologies offer easy and fast access to the Internet. One of the important opportunities provided by the Internet is the transfer of information. By the help of the learning management systems, institutions can transfer information to students on the internet synchronous or asynchronous. Anadolu eKampüs, a learning management system, works on Blackboard operating system. The aim of this study is to reveal the students' intentions and behaviors towards learning management system. In this study, which uses a model for the acceptance of technology (UTAUT2), Anadolu University distance education students are determined as the research universe. In this context, data were collected from a total of 7575 students by online questionnaire. As a result of the study, it was determined that the students' intentions towards eCampus affected from performance expectations, facilitating conditions and habits. It is thought that the study will contribute to the literature in terms of revealing the functions of learning management system.

Keywords: Distance Learning, Learning Management System (LMS), Technology Acceptance Model.

Geliş/Received: 27.02.2021

Kabul/Accepted: 29.06.2021

*Bu çalışma için yazarlar, Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 21.06.2017 tarih ve 69970 protokol numarası ile etik kurul izni almıştır.

* Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonu tarafından kabul edilen 1704E084 numaralı proje kapsamında desteklenmiştir.

† Prof. Dr. Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, İktisadi ve İdari Programlar Bölümü. bbaraz@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-2577-4542.

‡ Araş. Gör. Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, eatik@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9302-3794.

§ Araş. Gör. Dr. Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, easar@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-7960-1463.

(Makale türü: Araştırma makalesi)

Giriş

Bilgisayar ve internet teknolojilerinin gelişmesi hayatımızı etkilemiştir. İş yapma yöntemleri değişmiştir. Sözelimi günümüzde haberleşmek, para transferi yapmak, satış yapmak gibi birçok iş süreci eskiye göre farklı bir biçimde yürütülmektedir. Doğal olarak eğitim yöntemleri de değişmiştir. E-öğrenme adı da verilen bu yeni yöntemde, bilgisayar ve internet öğrenme sürecinde daha etkin olarak kullanılmaktadır. E-öğrenme ile eğitimin yürütülmesinde canlı ders yapma, sınav yapma, tartışma forumu yönetme gibi birçok işlevi olan gelişmiş araçlar (yazılımlar) kullanılmaktadır ve bunlara “öğrenme yönetim sistemi” (LMS) adı verilmektedir. Bu araçların hangi işlevlerinin nasıl kullanıldığı, hangilerinin kullanılmadığı ve bunların öğrenmeye katkısının ne olduğu doğru analiz edilmelidir.

Bu araştırma ile öğrencilerin öğrenme yönetim sistemi kullanımlarına etki eden unsurlar analiz edilecektir. Araştırmanın amacı, Anadolu Üniversitesi’nde uzaktan öğrenim gören öğrencilerin öğrenme yönetim sistemine (Anadolum eKampüs) yönelik kullanım davranışlarının irdelenmesidir. Araştırmanın bulguları yeni ve yerli bir öğrenme yönetim sistemi geliştirilmesi sürecinde kullanılacaktır. Halihazırda kullanılan sistem (Anadolum eKampüs) Blackboard adlı LMS üzerindeki Türkçe ara yüz ile çalışmaktadır, kaynak kodları kapalıdır ve kiralıktır. Anadolu Üniversitesi’nin kendi öğrenme yönetim sistemini geliştirme çalışmaları sürmektedir.

E-Öğrenme ve Öğrenme Yönetim Sistemleri

En genel anlamda e-öğrenme, öğrenmenin bilgisayarlar üzerinden gerçekleştirilmesidir. Clark ve Mayer (2008: 11) e-öğrenmenin hedefini, “aktarılabılır bilgi oluşturmak ve örgütsel performansa bağlı yetenekleri arttırmak veya kişilerin bireysel hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak” şeklinde açıklamaktadır. E-öğrenmenin iki temel özelliği ise sınıf ortamında veya yüz yüze gerçekleştirilen öğrenme etkinliklerini değiştirme olanağı sağlaması ve yeni öğrenme fırsatları yaratması olarak açıklanmaktadır (Henderson, 2003: 7).

E-öğrenme faaliyetlerinin etkin bir şekilde yerine getirilmesi, bu yeniliğe ilişkin kullanıcıların algı, niyet ve davranışlarını doğru şekilde tespit edilmesi ile mümkün olmaktadır. Literatürde e-öğrenme ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, teknolojinin kabulüne yönelik çalışmaların olduğu görülmüştür. Sözelimi öğrencilerin sınavlarda dizüstü bilgisayar teknolojisine yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada (Baker-Eveleth vd., 2006), bilgisayar teknolojilerinin yararlarının fazla olması ve kullanım kolaylığının, öğrencilerin tutum ve niyetlerini önemli derecede etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Masrom tarafından (2007) yapılan çalışmada ise öğrencilerin LMS’ye ilişkin davranışsal niyetlerine etki eden en önemli faktörün algılanan yararlılık olduğu bulunmuştur.

Öğretmenler üzerine yapılan bir çalışmada ise (Yuen ve Ma, 2008) algılanan kullanım kolaylığının öğretmenler için kullanım niyetini belirlemede önemli bir etmen olduğu sonucuna varılmıştır. E-öğrenme teknolojilerine yönelik yapılan çalışmaların değerlendirildiği bir diğer

araştırmada ise (Şumak, Heričko ve Pušnik, 2011) tutumu etkileyebilecek olan faktörlerin algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bir diğer araştırmada Cheung ve Vogel (2013), kullanıcıların teknolojileri benimsemesinde hangi unsurların etkili olduğu incelenmiş ve e-öğrenme sistemlerinde bilgi paylaşımının davranış niyetini ve kullanım davranışını etkilediği bulunmuştur.

Öğrenme yönetim sistemleri (LMS), bir e-öğrenme teknolojisi ögesi olarak, e-öğrenmenin yönetimine ve uygulanmasına olanak sağlamaktadır (Henderson, 2003: 73). Geleneksel e-öğrenme platformları (Dagger vd., 2007: 29; Andersan ve Buhl, 201: 74) olarak da adlandırılan öğrenme yönetim sistemleri, sistem üzerinden oluşturulmuş dijital öğrenme malzemelerinin paylaşımına ve yeniden kullanımına yardımcı olmaktadır (Miyazoe, 2008: 746).

Hem uzaktan eğitimde hem de örgün eğitimde birçok üniversite, öğrencilerin eğitimlerini desteklemek ve eğitim sürecini pekiştirmek amacıyla öğrenme yönetim sistemlerinden yararlanmaktadır (Dalsgaard, 2006). Öğrenme yönetim sistemleri, içerik oluşturma ve sunma, öğrencilerin derse katılımını izleyebilme ve öğrencinin performansını değerlendirebilme gibi olanaklar da sunmaktadır (Alias ve Zainuddin, 2005: 28).

Literatürde öğrenme yönetim sistemleri ile ilgili olarak pek çok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda sıklıkla öğrenme yönetim sistemine ilişkin değerlendirmeler (Beatty ve Ulasevic, 2006; Kakasevski vd., 2008; Wang vd., 2012; Van Vu ve Van Tu, 2018) ile öğrenme yönetim sistemlerinin öğrenmedeki rolü (Weaver, Spratt ve Nair, 2008; Jamal ve Shanaah, 2011) araştırılmıştır.

Bunun yanında literatürde öğrenme yönetim sistemi ile performans ilişkisi (McGill ve Klobas, 2009) ile öğrenme yönetim sistemine uyumu etkileyen faktörler (Gautreau, 2011) de incelenmiştir. Yapılan çalışmalardan bazılarında ise (Rapuno Zoino, 2006; Yueh ve Hsu, 2008) tasarlanan yeni öğrenme yönetim sistemleri test edilmiştir.

Teknolojinin Kabulüne İlişkin Kuramlar

Literatürde teknolojinin kabulüne yönelik geliştirilmiş birçok model bulunmaktadır. Bu modeller genel anlamda davranış kuramları temelinde şekillenmiş ve zamanla boyutları genişletilerek daha kapsamlı hale getirilmiştir. Teknolojinin kabulüne ilişkin olarak literatürde yer alan ilk kuramlar, Sebep Davranış Kuramı (Fishbein ve Ajzen, 1975'den aktaran Ajzen ve Fishbein, 2005), Yeniliklerin Yayılımı Kuramı (Rogers, 1983) ve Planlı Davranış Kuramı (Ajzen, 1991)'dir.

Teknoloji Kabul Modeli ise Davis tarafından 1989 yılında geliştirilmiştir. Teknoloji Kabul Modeli, insanların bir teknolojiye yönelik kullanım davranışlarına “algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan fayda” unsurlarının etki ettiği bulgusuna dayanmaktadır (Davis, 1989). Bu modelden sonra geliştirilen modeller ise sırasıyla Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli (Venkatesh ve Davis, 2000),

Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Teorisi (Venkatesh vd., 2003) ve son olarak Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Kuramıdır (Venkatesh vd., 2012).

Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Kuramı (Venkatesh vd., 2012) kapsamında önerilen modelde bir önceki modelde yer alan performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki ve kolaylaştırıcı koşullar boyutlarına ek olarak, hedonik motivasyon, fiyat değeri ve alışkanlıklar boyutları da yer almaktadır. Bu boyutlar şu şekilde açıklanmaktadır:

- *Performans Beklentisi*: “Kişinin kullandığı teknolojik sistemin iş performansına yardımcı olabileceğine dair inanç derecesidir” (Venkatesh vd. 2003’ten aktaran Raman ve Don, 2013: 158).
- *Çaba Beklentisi*: “Bir sistemin çaba harcamadan ne ölçüde kullanılabilirliği” (Brown vd, 2010: 13).
- *Sosyal Etki*: “Kullanıcıların önemli gördüğü kişilerin, belirli bir teknolojiyi kullanmaları gerektiğine inandıklarını algılama derecesidir” (Venkatesh vd., 2012: 159).
- *Kolaylaştırıcı Koşullar*: “Bir sistemin kullanımını destekleyen teknik olanakların bulunup bulunmadığına ilişkin algıdır” (Brown vd., 2010: 13).
- *Hedonik Motivasyon*: Kişinin bir teknoloji kullanırken hissettiği keyif veya mutluluk derecesidir (Brown ve Venkatesh, 2005).
- *Fiyat Değeri*: Kullanıcıların bir teknolojiye algıladıkları faydanın ödedikleri parasal maliyete göre üstünlüğüdür (Venkatesh vd., 2012: 161).
- *Alışkanlıklar*: Kişilerin önceki deneyimlerinin sonuçlarını yansıtan algısal bir boyuttur (Venkatesh vd., 2012: 161).

Öğrenme Yönetim Sistemlerinin (LMS) Teknoloji Kabul Modeli bileşenlerine göre analiz edildiği çalışmalar şunlardır: Yeni Zelanda’da yapılan bir çalışmada (Nanayakkara, 2007), öğrenme yönetim sistemlerine yönelik teknolojileri kabul durumları araştırılmıştır. Öğrenme yönetim sistemlerinin kabulünde “kişi, sistem ve organizasyon” olmak üzere üç faktörün etkisini inceleyen araştırma sonucunda, bireysel faktörlerin en önemli faktörler olduğu görülmüştür.

Yapılan bir diğer çalışmada (Raman ve Don, 2013), Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Kuramı bağlamında bir öğrenme yönetim sistemi olan Moodle’a yönelik öğrencilerin tutumu belirlenmiştir.

Alharbi ve Drew (2014) tarafından yapılan çalışmada, algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan faydanın davranış niyeti ve kullanım davranışına etki ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı yıl yapılan bir başka çalışmada (Çelik ve Sökmen, 2018), öğrencilerin uzaktan eğitimi kullanmaya devam etme niyetlerine kullanıcı tatmininin pozitif yönde etki ettiği belirlenmiştir. Benzer olarak yapılan bazı

çalışmalarda (Bağcı ve Çelik, 2018; Eraslan Yalçın ve Kutlu, 2019; Yörük, Akar ve Erdoğan, 2020), öğrencilerin öğrenme yönetim sistemlerine yönelik tatminlerini etkileyen unsurlar incelenmiştir.

2015 yılında Fathema vd. tarafından yapılan çalışmada, öğrenme yönetim sistemlerinin kullanımında algılanan öz yeterliliğin, sistem kalitesinin ve kolaylaştırıcı koşulların etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan bir diğer çalışmada (Efiloğlu Kurt, 2015) öğrencilerin algıladıkları fayda, memnuniyetleri ve kullanım davranışlarına etki eden unsurlar incelenmiştir. Öğrenciler üzerine yapılan bir başka çalışmada ise (Eren ve Kaya, 2017), öğrencilerin öz yeterlilikleri, normları ve eğlence algılarının tutum ve niyetlerini etkilediği model doğrulanmıştır.

Yöntem

Literatür incelendiğinde, teknolojinin benimsenmesi ile ilgili modeller kapsamında e-öğrenme ile ilgili pek çok çalışma yapıldığı görülmektedir. Öğrenme yönetim sistemlerine ilişkin çalışmalara bakıldığında ise bu sistemlerin değerlendirilmesi ve öğrenmeye etkisi gibi konularda çalışmalar bulunduğu ancak, öğrenme yönetim sistemlerine yönelik tutum ve davranışların araştırma konusu yapılmadığı görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı, bir öğrenme yönetim sistemi olan Anadolu eKampüs'e yönelik olarak öğrencilerin kullanım davranışlarına etki eden unsurları belirlemektir. Böylece yeni geliştirilen LMS'nin hangi işlevleri olması gerektiğine ilişkin önemli bilgiler elde edilecektir. Bu sayede yerli ve açık kaynak kodlu bir LMS'nin sağlıklı bir şekilde çalışmasına katkıda bulunulacaktır. Beklenen bu sonuç, araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

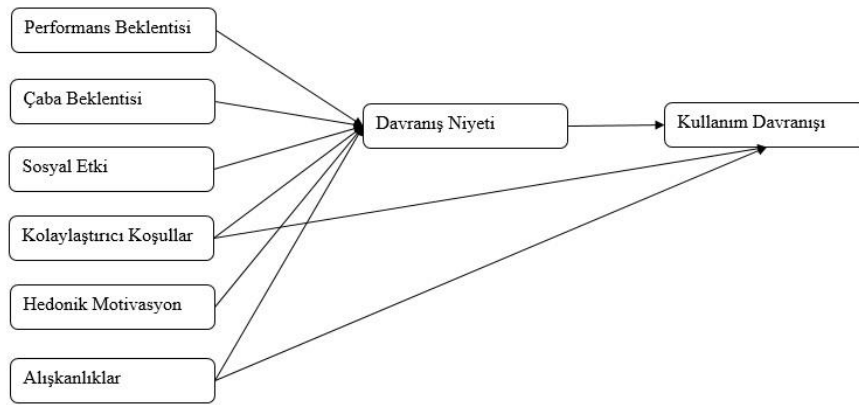
Nicel araştırma yaklaşımı ile gerçekleştirilen bu çalışmada, yapılandırılmış çevrimiçi anket formundan yararlanılmıştır. Araştırmada veri derleme aracı olarak Venkatesh vd. (2012) tarafından geliştirilen Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Modeli'nde (UTAUT2) yer alan ölçekten yararlanılmıştır. Anadolu eKampüs, Blackboard öğrenme platformu üzerinden çalışmaktadır. Sisteme öğrenciler internet sitesi üzerinden kullanıcı adı ve şifreleri ile erişim sağlamaktadır. Sistemde, öğrencilerin dönem içerisinde aldıkları derslere ilişkin çeşitli içerikler yer almaktadır. Anadolu eKampüs'te bir derse ilişkin en fazla 18 farklı içerik bulunmakla beraber, çalışmada bu içerikler yazılı, görsel, sesli ve etkileşimli içerikler ile iletişim araçları şeklinde gruplandırılmıştır.

Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Türkiye programlarına kayıtlı ve Anadolu eKampüs'ten yararlanan öğrenciler, bu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Anadolu Üniversitesi'nde uzaktan eğitim veren üç fakültede toplam 58 ön lisans ve lisans programı bulunmaktadır. Üniversitenin Mayıs 2018 verilerine göre, bu programlarda toplam 885.603 öğrenci aktif olarak eğitim almaktadır (2018-2019 Öğretim Yılı Mayıs Öğrenci Sayıları, 2018). Araştırmada evrenin tümüne ulaşıldığından örnekleme yöntemine gidilmemiştir ve araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden tüm öğrenciler

araştırmaya dahil edilmiştir. Öğrencilere araştırma hakkında bilgi verilerek katılım istekleri sorulmuş, araştırmaya katılmayı kabul eden öğrencilerden online anket ile veri toplanmıştır.

Araştırma Modeli

Araştırma, Venkatesh vd. (2012)'nin geliştirmiş olduğu Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Modeli'nden (UTAUT2) uyarlanmıştır. Araştırmada modelden farklı olarak, Anadolium eKampüs öğrenme yönetim sisteminin kullanımı için öğrencilerden herhangi bir ücret talep edilmediğinden uzman görüşleri doğrultusunda fiyat değerini ölçen üç ifade kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırma kapsamında önerilen model Şekil 1'deki gibidir:



Şekil 1: Araştırma Kapsamında Önerilen Model

Öğrencilerin, öğrenme yönetim sistemi (eKampüs) kullanım davranışlarına ilişkin geliştirilmiş olan bu modelde performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon, alışkanlıklar ve davranış niyeti boyutları yer almaktadır.

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmada, önerilen modelde de görülebileceği gibi (Şekil 1), performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon ve alışkanlıklar davranış niyetine etki etmektedir. Ayrıca modelde, davranış niyeti, kolaylaştırıcı koşullar ve alışkanlıklar da kullanım davranışına etki etmektedir. Model doğrultusunda araştırmanın hipotezleri şu şekilde belirlenmiştir:

- H1: Performans beklentisi, öğrencilerin Anadolium eKampüs'e yönelik davranış niyetlerine pozitif yönlü olarak etki etmektedir.
- H2: Çaba beklentisi, öğrencilerin Anadolium eKampüs'e yönelik davranış niyetlerine pozitif yönlü olarak etki etmektedir.
- H3: Sosyal etki, öğrencilerin Anadolium eKampüs'e yönelik davranış niyetlerine pozitif yönlü olarak etki etmektedir.

- H4: Kolaylaştırıcı koşullar, öğrencilerin Anadolu eKampüs’e yönelik davranış niyetlerine pozitif yönlü olarak etki etmektedir.
- H5: Hedonik motivasyon, öğrencilerin Anadolu eKampüs’e yönelik davranış niyetlerine pozitif yönlü olarak etki etmektedir.
- H6: Alışkanlıklar, öğrencilerin Anadolu eKampüs’e yönelik davranış niyetlerine pozitif yönlü olarak etki etmektedir.
- H7: Davranış niyeti, öğrencilerin Anadolu eKampüs kullanım davranışlarına pozitif yönlü olarak etki etmektedir.
- H8: Kolaylaştırıcı koşullar, öğrencilerin Anadolu eKampüs kullanım davranışlarına pozitif yönlü olarak etki etmektedir.
- H9: Alışkanlıklar, öğrencilerin Anadolu eKampüs kullanım davranışlarına pozitif yönlü olarak etki etmektedir.

Ölçüm Aracı

Araştırmada ölçüm aracı olarak Venkatesh vd. (2012) tarafından geliştirilen Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Modeli’nde (UTAUT2) yer alan ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek yardımıyla öğrencilerin eKampüs’e yönelik davranış niyetleri ve kullanım davranışlarına etki eden unsurların belirlenmesi amaçlanmıştır. Ölçeğin kullanımı için ölçeğin geliştiricisinden (Venkatesh vd., 2012) yazılı izin alınmış ve ölçek daha sonra eKampüs sistemine uygun olarak uyarlanmıştır. Araştırmada kullanılan ölçüm aracı Ek’te yer almaktadır.

Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Modeli’nde “performans beklentisi, çaba beklentisi, sosyal etki, kolaylaştırıcı koşullar, hedonik motivasyon, fiyat değeri, alışkanlıklar, davranış niyeti ve kullanım davranışı” olmak üzere toplam dokuz boyut yer almaktadır. Ölçekte yer alan bağımsız değişkenler eKampüs sitemine uyarlanmış, kullanım davranışı ise eKampüs sisteminin içeriği doğrultusunda yeniden düzenlenmiştir.

Araştırmada kapsam geçerliliğini sağlamak amacıyla uzaktan eğitim alanında uzman beş akademisyenden görüşleri alınmıştır. Uzman görüşleri doğrultusunda ve daha önce gerçekleştirilen çalışmalara benzer olarak (Raman ve Don, 2013, Ain vd., 2016), fiyat değeri boyutunun öğrenme yönetim sistemlerine uygun olmadığı tespit edilmiş ve bu boyut kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırmada çevrimiçi anket formu uygulanmadan önce ilk olarak Anadolu eKampüs üzerinden 30 öğrenci ile 14.06.2018 tarihinde pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışma sonucunda ölçeğe ilişkin Cronbach’s Alpha değeri 0,952 olarak hesaplanmıştır. Böylece ölçekte herhangi bir değişiklik yapılmadan çevrimiçi anket formu hazırlanmıştır.

Anketin uygulanması aşamasında ilk olarak Anadolu Üniversitesi’nden gerekli izinler (21.06.2017 tarihli ve 69970 Protokol Numaralı Etik Kurul Kararı ve Açıköğretim Verileri Kullanma

Kararı) alınmıştır. Daha sonra ise anket formu öğrencilerin TC kimlik numaraları ve öğrenci şifreleri ile erişim sağlayabildikleri eKampüs sistemi üzerinden öğrencilere ulaştırılmıştır. Oluşturulan çevrimiçi anket formu 15.06.2018 tarihinde eKampüs sistemine eklenmiş ve 03.11.2018 tarihine kadar öğrencilerin erişimine açık tutulmuştur.

Araştırmada kullanılan çevrimiçi anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Venkatesh (2012) tarafından geliştirilen ve daha önce Atik (2015) tarafından Türkçe'ye çevrilen UTAUT2 modeline ilişkin ifadeler yer verilmiştir. Bu kapsamda performans beklentisi (dört ifade), çaba beklentisi (dört ifade), sosyal etki (üç ifade), kolaylaştırıcı koşullar (dört ifade), hedonik motivasyon (üç ifade), alışkanlıklar (dört ifade) ve davranış niyetini (üç ifade) ölçen toplam 25 ifade, 7'li derecelendirme şeklinde (1: Kesinlikle katılmıyorum, 7: Kesinlikle katılıyorum) hazırlanmıştır.

İkinci bölümde öğrencilerin eKampüs kullanım davranışlarına ilişkin alt boyutlara yer verilmiş ve ne sıklıkta yararlandıkları sorulmuştur. Bu kapsamda yazılı içerikler, görsel içerikler, sesli içerikler, etkileşimli içerikler ve iletişim araçlarını ölçen beş ifadeye 7'li derecelendirme şeklinde (1: Hiçbir zaman, 7: Her zaman) yer verilmiştir. Anket formunun son bölümünde ise yaş, cinsiyet, yaşanan şehir ve okunan program gibi demografik bilgiler bulunmaktadır. Bu bilgilerden cinsiyet kapalı uçlu, diğerleri ise açık uçlu olarak anket formuna eklenmiştir.

Araştırmaya katılmayı kabul edilen toplam 8580 öğrenciden veriler elde edilmiş, ancak 1005 anket formu araştırmaya katılmayı kabul etmeme, tutarsız yanıtlar ve kayıp veri gibi çeşitli nedenlerle araştırma kapsamı dışı tutulmuştur. Bu doğrultuda, araştırmada toplam 7575 öğrenciden elde edilen verilerden yararlanılmıştır. Araştırmada verilerin analizi gerçekleştirilirken ise SPSS Statistics 25 ve AMOS Graphics 24 programlarından yararlanılmıştır.

Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular, katılımcıların genel demografik özelliklerine ilişkin bulgular, faktör analizleri sonucunda elde edilen bulgular, geçerlilik ve güvenilirlik analizlerine ilişkin bulgular ve önerilen hipotezlerin test edilmesi sonucu elde edilen bulgular olmak üzere ayrı başlıklar altında açıklanmaktadır.

Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılan öğrencilerin %52,3'ü (n=3962) kadın, %47,7'si (n=3613) ise erkektir. Öğrencilerin medeni durumlarına bakıldığında %57,5'i (n=4359) bekarken %42,5'i (n=3216) ise evlidir. Öğrencilerin yaşları ise 17 ve 76 arasında değişmekle beraber 23 yaş, 22 yaş ve 21 yaş grubundaki öğrencilerin oranı (%18,1, n=1370) diğerlerinden fazladır.

Öğrencilerin yaşadıkları şehirlere bakıldığında, her şehirden katılım olmakla beraber en fazla İstanbul (%21,8, n=1653), Ankara (%11,2, n=852) ve İzmir'den (%6,4, n=485) öğrencinin katıldığı

görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2017 yılında yayınladığı sonuçlar ile karşılaştırıldığında elde edilen bu bulgunun, genel nüfus dağılımı ile doğru orantılı olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgular, eKampüs'ü farklı demografik özelliklere sahip öğrencilerin kullandıklarını göstermektedir.

Faktör Analizleri

Modelin bağımlı değişkeni olan kullanım davranışı değişkeni araştırma amacına uygun olarak yeniden düzenlenmiştir. Bağımsız değişkenleri içeren model ise daha önce Raman ve Don (2013) tarafından öğrenme yönetim sistemleri üzerinde (fiyat değeri faktörü çıkartılarak) test edilmiştir. Bu nedenle, araştırmada ilk aşamada açıklayıcı faktör analizi, ikinci aşamada ise doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Açıklayıcı faktör analizine ilişkin sonuçlar Tablo 1'de görülmektedir.

Tablo 1: Açıklayıcı faktör analizine ilişkin bulgular

Faktör*	Faktör Yüğü								Açıkl. Vary.	Küm. Aç. Vary.
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)		
CB3	,784								12,191	12,191
CB1	,743									
CB4	,703									
CB2	,678	,353								
PB2		,793							11,907	24,098
PB3		,767								
PB4		,757								
PB1		,708								
KUL2			,782						10,097	34,195
KUL3			,764							
KUL4			,745							
KUL5			,632							
KUL1			,380							
SE2				,871					9,681	43,876
SE1				,824						
SE3				,823						
AL2					,747				8,972	52,848
AL4					,708					
AL1					,603					
AL3					,466					
HM1						,754			8,442	61,291
HM3						,749				
HM2						,745				
DN3							,729		6,388	67,679
DN2					,365		,652			
DN1							,564			
KK1								,679	6,262	73,940
KK2	,460							,629		
KK3	,374							,571		

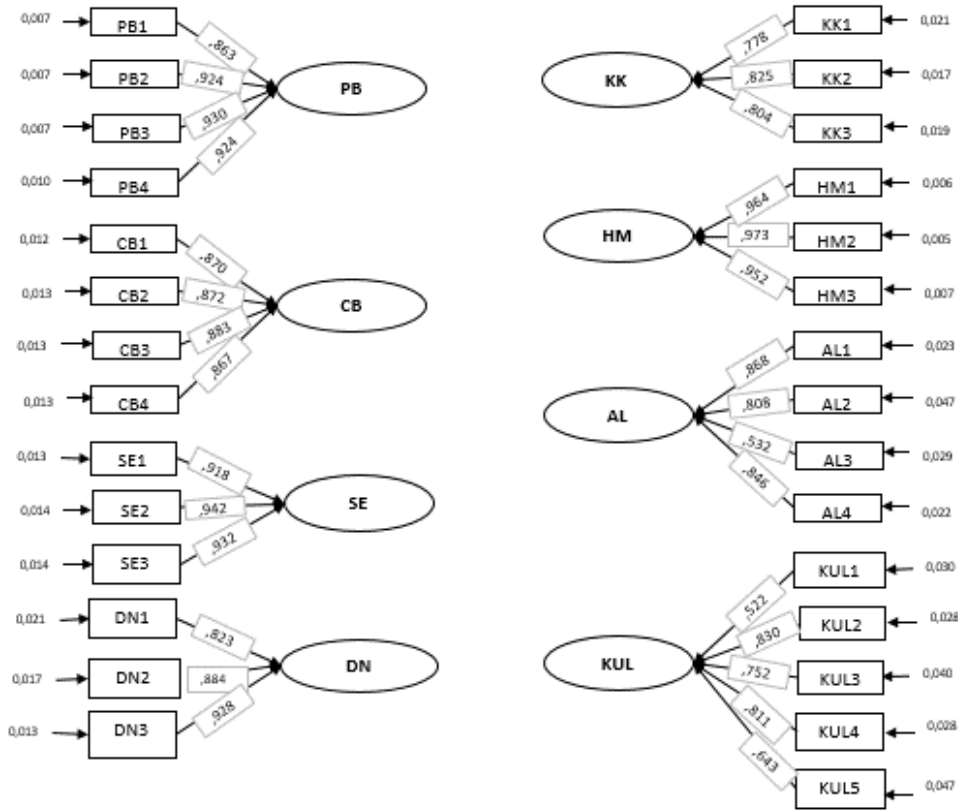
Bartlett Küresellik Testi: 203828,477 (p<0,005); KMO: 0,957

*Principal Axis Factoring yöntemi, Varimax döndürme.

** PB: Performans Beklentisi; CB: Çaba Beklentisi; SE: Sosyal Etki; KK: Kolaylaştırıcı Koşullar; HM: Hedonik Motivasyon; AL: Alışkanlıklar; DN: Davranış Niyeti; KUL: Kullanım Davranışı.

Analizde KMO değeri 0,957 olarak hesaplanmış ve Bartlett Küresellik testi sonuçlarının anlamlı olduğu ($p < 0,005$) bulunmuştur. Böylece varyansın %73,940'ını açıklayan ve sekiz boyuttan oluşan bir yapı elde edilmiştir (Tablo 1).

Araştırmada ikinci olarak, Venkatesh vd. (2012)'nin geliştirdiği ve daha önce Türkçe'ye çevrilen (Atik, 2016) ölçek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırmanın geçerlilik aşamasında ayırt edici geçerliliği bozan bir ifade (KK4) çıkartılmıştır. Yapılan analiz sonucunda modelin uyumlu olduğu (RMSEA=0,052; GFI=0,931; TLI=,968; CFI=0,965; NFI=0,964) belirlenmiştir. Analiz sonucunda elde edilen diğer veriler Şekil 2'de görülmektedir:



Şekil 2. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Şekil 2'den de görülebileceği gibi ölçekte yer alan faktörlere ilişkin faktör yükleri 0,522 ile 0,973 arasında değişmektedir. Ayrıca, faktörlere ilişkin hata varyanslarının da düşük olduğu görülmektedir.

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Ölçülen yapıya ilişkin geçerlilik, yakınsama geçerliliği ve ayırt edici geçerlilik açısından test edilmiştir. Yakınsama geçerliliği, Average Variance Extracted (AVE) ve Composite Reliability (CR) ile incelenmiştir. AVE, bir grup örtülü yapıyı temsil eden ölçülen değişkenler arasındaki ilişkiyi; CR ise

örtülü bir yapıyı temsil eden ölçülen değişkenlerin iç geçerliliğini sağlamaya yönelik bir orandır (Hair vd., 2014). Elde edilen sonuçlar Tablo 2’de görülmektedir.

Tablo 2: Ölçek verilerinin geçerliliği ve güvenilirliği

Faktör	Değişken*	Faktör Yükü	Average Variance Excracted (AVE)	Composite Realibility (CR)	Cronbach’s Alpha
<i>Performans Beklentisi</i>	PB1	,863	0,829	0,951	0,951
	PB2	,924			
	PB3	,930			
	PB4	,924			
<i>Çaba Beklentisi</i>	CB1	,870	0,762	0,927	0,927
	CB2	,872			
	CB3	,883			
	CB4	,867			
<i>Sosyal Etki</i>	SE1	,918	0,866	0,951	0,951
	SE2	,942			
	SE3	,932			
<i>Kolaylaştırıcı Koşullar</i>	KK1	,778	0,644	0,844	0,845
	KK2	,825			
	KK3	,804			
<i>Hedonik Motivasyon</i>	HM1	,964	0,927	0,974	0,974
	HM2	,973			
	HM3	,952			
<i>Alışkanlıklar</i>	AL1	,868	0,601	0,853	0,847
	AL2	,808			
	AL3	,532			
	AL4	,846			
<i>Davranış Niyeti</i>	DN1	,823	0,773	0,910	0,908
	DN2	,884			
	DN3	,928			
<i>Kullanım Davranışı</i>	KUL1	,522	0,520	0,840	0,834
	KUL2	,830			
	KUL3	,752			
	KUL4	,811			
	KUL5	,643			

Ölçülen bir yapıda faktör yüklenmelerinin 0,50’den büyük olması, ölçülen AVE değerinin 0,50’den büyük olması, ölçülen CR değerinin 0,70’ten büyük olması ve ayrıca CR değerinin AVE değerinden daha yüksek olması beklenir (Hair vd., 2014). Tablo 2’de görülebileceği gibi her bir faktör için faktör yüklerinin ve AVE değerlerinin 0,50’den büyük olduğu ve CR değerlerinin de 0,70’ten büyük olduğu görülmektedir. Ayrıca CR değerlerinin de AVE değerlerinden yüksek olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ayırt edici geçerlilik ise AVE değerinin karekökü ile korelasyon matrisi karşılaştırılması ile sağlanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3’te görülmektedir.

Tablo 3: Faktörler arası korelasyon ve AVE değerlerinin karekökü

Faktör	Ort.	St. Sapma	(PB)	(CB)	(SE)	(KK)	(HM)	(AL)	(DN)	(KUL)
(PB)	5,79	1,37	,910							
(CB)	5,55	1,46	,703	,873						

(SE)	4,51	1,91	,534	,476	,930					
(KK)	5,82	1,35	,645	,802	,409	,802				
(HM)	4,97	1,76	,646	,724	,566	,628	,963			
(AL)	4,47	1,62	,602	,609	,572	,554	,721	,775		
(DN)	5,33	1,65	,701	,587	,511	,572	,632	,764	,879	
(KUL)	4,71	1,50	,464	,393	,394	,373	,454	,497	,492	,720

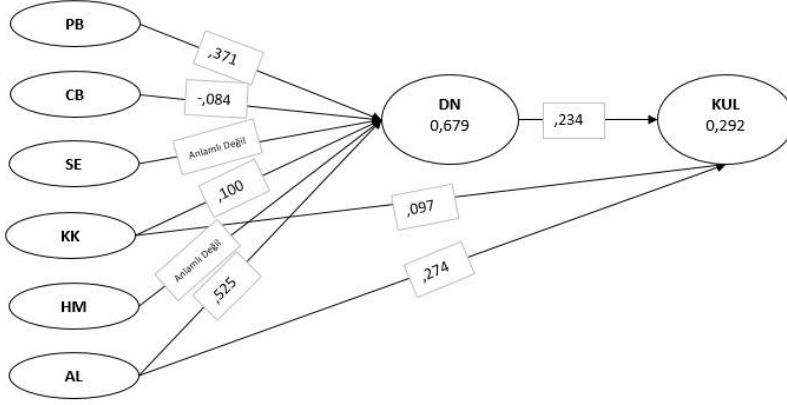
Ayırt edici geçerlilik için ise ölçekte yer alan alt boyutlar arasında korelasyon ve AVE değerlerinin karekökleri hesaplanmıştır. Fornall vd.'ne göre (1982), bir boyutun kendi içerisinde diğer yapılara ait maddelerden daha fazla yüklenmesi gerekmektedir. Bir başka ifadeyle, AVE'nin karekökünün yapılar arasında korelasyondan yüksek olması durumunda geçerlilik sağlanmaktadır.

Tablo 3'te koyu işaretlenmiş olan değerler AVE değerlerinin kareköklerini, diğer değerler ise boyutlar arası korelasyonları ifade etmektedir. Modelde yer alan boyutlara ilişkin hesaplanan AVE kareköklerinin diğer boyutlarla ilişkilerinden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Yalnızca, kolaylaştırıcı koşullara ilişkin AVE karekökü bu faktörün çaba beklentisi ile korelasyonundan elde edilen sonuçlar benzer gözükmemektedir. Ancak bu benzerlik AVE değerinin karekökü hesaplanırken yapılan yuvarlamadan (AVE'nin karekökü 0,80256; kolaylaştırıcı koşullar ile çaba beklentisi arasındaki korelasyon 0,80201 olarak hesaplanmıştır) kaynaklanmaktadır.

Son olarak araştırmanın güvenilirliği ise Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanarak sağlanmıştır (Tablo 3). Ölçekte yer alan ifadeler arasındaki iç tutarlılığı test eden bir oran olarak ölçülen Cronbach's Alpha değerinin 0,70'ten büyük olması gerekmektedir (Saruhan ve Özdemirci, 2011: 140). Faktörlere ilişkin Cronbach's Alpha değerleri 0,834 ile 0,974 arasında değişmektedir. Bu nedenle ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

Hipotez Testi

Ölçeğe ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik sağlandıktan sonra araştırmada son olarak, Venkatesh vd. (2012)'nin geliştirdiği ve Anadolium eKampüs öğrenme yönetim sistemi için yeniden uyarlanarak geçerliliği ve güvenilirliği sağlanmış model, önerilen hipotezler doğrultusunda incelenmiştir. Model, AMOS programı üzerinden Yapısal Eşitlik Modellemesi ile test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda modelin uyumlu olduğu (RMSEA=,052; GFI=,930; TLI=,959; CFI=,964; NFI=,963) belirlenmiştir. Böylece yapısal modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ortaya çıkmıştır. Analiz sonucunda ortaya çıkan yapısal model ise Şekil 3'teki gibidir.



Şekil 3. Araştırma Modeline İlişkin Bulgular

Şekil 3'te görüldüğü gibi, model istatistiksel olarak anlamlıdır. Model incelendiğinde, öğrencilerin Anadolu eKampüs'e yönelik performans beklentileri ve çaba beklentileri, algıladıkları kolaylaştırıcı koşullar ve bu sisteme yönelik geliştirdikleri alışkanlıklarının davranış niyetleri üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak ise (R^2 değeri) Anadolu eKampüs'e yönelik performans beklentisi, çaba beklentisi, kolaylaştırıcı koşullar ve alışkanlıklar, davranış niyetinin %68'ini açıklamaktadır. Buna ek olarak, davranış niyeti ise %29 oranında (R^2 değeri) öğrencilerin Anadolu eKampüs kullanım davranışlarını açıklamaktadır.

Yapılan çalışma sonucunda, öğrencilerin Anadolu eKampüs'e yönelik davranış niyetlerine ve kullanım davranışlarına en fazla etki eden faktör alışkanlıklar olmuştur. Bu sonuca göre, Anadolu eKampüs'ün öğrencilerin öğrenim hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline geldiği söylenebilir.

Elde edilen bu bulgular, Anadolu Üniversitesi öğrencilerinin Anadolu eKampüs öğrenme yönetim sistemini genel anlamda “olumlu” algıladıklarını göstermektedir. Öğrenciler Anadolu eKampüs kullanımını kolay bulmalarının yanında, bu sistemin eğitimde başarılarına fayda sağlayabileceğini düşünmektedirler. Bunun sonucunda ise Anadolu eKampüs'ü öğrenim hayatlarının ileri aşamalarında da kullanma isteklerinin oluştuğu görülmektedir. Hipotez testine ilişkin sonuçlar ise Tablo 4'de görülmektedir.

Tablo 4. Model analizi sonuçları

Hipotez	β	T Değeri	P Değeri	Sonuç
H1: PB → DN	,371	28,016	,001	Desteklendi
H2: CB → DN	-,084	-4,514	,001	Desteklenmedi
H3: SE → DN	,007	,682	,495	Desteklenmedi
H4: KK → DN	,100	5,892	,001	Desteklendi
H5: HM → DN	,008	,538	,591	Desteklenmedi
H6: AL → DN	,525	35,031	,001	Desteklendi

H7: DN → KUL	,234	11,251	,001	Desteklendi
H8: KK → KUL	,097	6,312	,001	Desteklendi
H9: AL → KUL	,274	12,999	,001	Desteklendi

Tablo 4'teki veriler değerlendirildiğinde, performans beklentisi ($\beta=,371$), kolaylaştırıcı koşullar ($\beta=,100$) ve alışkanlıkların ($\beta =,525$) davranış niyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Yani, öğrencilerin Anadolu eKampüs'e yönelik performans beklentileri, algıladıkları kolaylaştırıcı koşullar ve alışkanlıkları arttıkça, Anadolu eKampüs'ü gelecekte de kullanma niyetleri de artmaktadır. Bu sonuçlara göre H1, H3 ve H5 hipotezleri doğrulanmıştır.

Benzer olarak, Tablo 4'e göre çaba beklentisi ($\beta=-,084$) davranış niyeti üzerinde anlamlı ve negatif yönde etki etmiştir. Bu bulgu, öğrencilerin sisteme yönelik çaba beklentileri arttıkça davranış niyetlerinin azalacağını göstermektedir. Sonuç istatistiksel olarak anlamlı olmasına karşın, hipotezde istenen etki pozitif olduğundan H2 hipotezi desteklenmemiştir.

Bir diğer sonuç olarak, davranış niyeti ($\beta=,234$), kolaylaştırıcı koşullar ($\beta =,097$) ve alışkanlıkların ($\beta=,274$) da kullanım davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bulguya göre, Anadolu eKampüs'e yönelik kolaylaştırıcı koşullar, alışkanlıklar ve davranış niyeti arttıkça, öğrencilerin bu sistemi kullanım davranışları da artmaktadır. Böylece, H7, H8 ve H9 hipotezleri doğrulanmıştır.

Son olarak ise sosyal etki ($\beta=,007$) ve hedonik motivasyon ($\beta=,008$) faktörlerinin davranış niyeti üzerinde anlamlı bir etki yaratmadığı görülmüştür. Bu nedenle, H3 ve H5 hipotezleri reddedilmiştir. Anadolu eKampüs öğrencilerin eğitimine yönelik bir sistemdir. Bu nedenle, Anadolu eKampüs kullanımında sosyal çevrenin etkisinin daha az olabileceği düşünülmektedir. Ayrıca, günümüz teknolojisinde öğrencilerin eğlence amaçlı kullanabileceği farklı pek çok araç bulunmaktadır. Hedonik motivasyon unsurunun öğrencilerin Anadolu eKampüs kullanımlarında etkisinin olmamasının bu nedenden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Sonuç ve Tartışma

Yeni teknolojiler iş yapma yöntemlerini değiştirmiştir. Eğitim dünyası da bu değişimden payını almıştır. Günümüzde internet, bilgisayar hatta mobil araçlarla bilgiye erişmek kolaylaşmıştır. Bilgiye erişimin kolaylaşması bireylerin formal eğitim alma tercihlerini etkilemiş, bu nedenle de başta üniversiteler olmak üzere eğitim veren kurumlar günün koşullarına göre sundukları hizmetin içeriğini, yöntemini değiştirmişlerdir. E-öğrenme olarak adlandırılan yeni eğitim modelinin en önemli bileşeni "öğrenme yönetim sistemi" adı (LMS) verilen yazılımdır. Bu yazılımın hangi işlevleri olması gerektiği ve nasıl kullanılacağı bu araştırmada ele alınmıştır.

Araştırma sonuçlarında Genişletilmiş Birleştirilmiş Teknoloji Kabulü ve Kullanımı Modeli kapsamında öğrenme yönetim sistemlerine yönelik yapılan çalışmalara benzer olarak (Lewis vd., 2013; Raman ve Don, 2013; Ain vd.,2016) modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu doğrulanmıştır. Bu sonuç, öğrencilerin öğrenme yönetim sistemlerini kullanım davranışlarına, bu sisteme ilişkin algılarının ve niyetlerinin etki ettiğini göstermektedir.

Araştırmada uyarlanan ölçekte, uzman görüşleri doğrultusunda fiyat boyutu çıkartılıp analizler gerçekleştirilmiş ve modelin Anadolom eKampüs kullanan öğrenciler kapsamında uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun, öğrencilerin kullandıkları diğer teknolojilerden farklı olarak Anadolom eKampüs'ü kullanım için ek ücret ödemediklerinden ve bu nedenle bu öğrenme yönetim sistemini bir maliyet unsuru olarak algılamadıklarından dolayı kaynaklandığı düşünülmektedir.

Yapılan çalışma sonucunda literatürden farklı olarak (Raman ve Don, 2013; Xu, 2014; Alalwan vd., 2017) davranış niyetine en fazla alışkanlıkların etki ettiği belirlenmiştir. Bu sonuç, eKampüs'ün öğrencilerin öğrenim hayatlarının ayrılmaz bir parçası haline geldiğini göstermesi bakımından önem taşımaktadır. Aynı cep telefonundan bankacılık işlemleri yapan birinin kolaylığa alıştıktan sonra banka şubesine gitmek istememesi gibi. Bu durum aslında çok sağlıklı bir gelişmedir. Öğrencilerin sisteme erişim araçlarına bakıldığında %80,6'sının bilgisayar, %15,6'sının akıllı telefon ve %3,9'unun tablet kullandıkları görülmektedir. Bu sonuca göre, öğrencilerin teknolojiyi kullanabildikleri ve öğrenme konusundaki yeni teknolojileri içselleştirdikleri anlamı çıkmaktadır. Bulgular sadece gençlerin değil orta yaş ve üzerinin de (%62,1 öğrenci 25 yaş ve üzeri) sistemi verimli bir şekilde kullandığını ortaya koymaktadır.

Araştırma sonucunda elde edilen önemli bir diğer sonuç ise sosyal etkinin ve hedonik motivasyonun öğrencilerin eKampüs'e yönelik davranış niyetlerine etki etmediğinin belirlenmesidir. Öğrenme yönetim sistemleri, yalnızca öğrencilerin erişebildikleri, dersleriyle alakalı eğitim alabildikleri sistemlerdir. Bu bakımdan, sosyal medya gibi ortamlardan farklı olarak kurulan etkileşim, dersin öğreticisi ile öğrencileri arasında olmaktadır. Ayrıca, sistemde yer alan içerikler öğrenciye, yani öğrencinin sorumlu olduğu derslere özel olarak oluşturulmaktadır. Öğrencilerin sosyal çevreleri ile Anadolom eKampüs kullanma niyetleri arasında ilişki kurulamamasının bu nedenden kaynaklandığı düşünülmektedir. İleride daha fazla öğrencinin bu sistemi kullanması ve sistemin kullanımının teşvik edilmesi ile sosyal etkinin oluşabileceği düşünülmektedir. Hedonik motivasyonun öğrencilerin bu sistemi kullanma niyetleri ile ilişkili olmaması da benzer şekilde, sistemin esas amacının eğitim olması ile açıklanabilmektedir. Ancak, sistem içeriklerinin hem öğretici hem de eğlenceli hale getirilmesinin öğrenciler için daha motive edici olacağı düşünülmektedir.

Öğrenme yönetim sistemine yönelik kullanım davranışının ve bu davranışa etki eden faktörlerin belirlendiği bu araştırma, Anadolu Üniversitesi Anadolom eKampüs kullanan öğrenciler ile

gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle, araştırmadan elde edilen bulgular Anadolu Üniversitesi uzaktan eğitim öğrencilerini kapsamaktadır. Bu öğrenciler de yaklaşık olarak 30 yıldır Türk Yükseköğretim Sistemi'nin yaklaşık yarısını oluşturmaktadır. Bu nedenle yaklaşık 1 milyon aktif öğrencisi olan bu sistemde yapılacak olan küçük bir iyileştirme, binlerce kişinin hayatına etki yapacak ölçektedir. Ayrıca yeni geliştirilen öğrenme yönetim sisteminin işlevlerinin belirlenmesinde bu araştırmanın bulgularının önemli katkılar yapması beklenmektedir. Sözgelimi, sistemin ara yüzünde yapılacak iyileştirmeler ile öğrencilerin sistemi kullanımı daha basit hale getirilebilir. İkinci olarak, içerikler daha eğlenceli hale getirilerek öğrencilerin motivasyonları artırılabilir.

Eğitim hizmeti veren kurumlar, özellikle üniversiteler bu süreçte LMS olarak kendi geliştirdikleri ve/veya açık kaynak kodlu yazılımları tercih etmelidir. Böylece zaman içinde sunulan dersin özelliğine ve öğrencilerin değişen beklentilerine göre yazılımda güncellemeleri yapılabilir. Diğer yandan LMS performansı periyodik olarak Teknoloji Kabul Modeli vb. araçlarla denetlenmeli ve zaman içinde ne gibi değişimler yaşandığı raporlanmalı ve güncellenmelidir. Bu nedenle YÖK, TÜBİTAK vb. kamu kurumlarının açık kaynak kodlu LMS geliştirip bu yazılımları kamu üniversitelerinin hizmetine sunması, LMS satan/kiralayan firmaların genellikle yabancı firmalar olduğu göz önüne alındığında, kamu kaynaklarında önemli tasarruf sağlayacaktır.

Yazarlar Katkıları: Yazarlar çalışmanın her bir bölümüne eşit oranda katkı sağlamışlardır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Teşekkür: Araştırmanın verilerinin elde edilmesi aşamasında çevrimiçi ankete gönüllü olarak katılım sağlayan tüm Anadolu Üniversitesi uzaktan öğretim öğrencilerine teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Ain, N., Kaur, K. ve Waheed, M. (2016). The influence of learning value on Learning Management System use: An extension of UTAUT2. *Information Development*, 32 (5), 1306-1321.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50 (2), 179-211.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (2005). The influence of attitudes on behavior. *The Handbook of Attitudes*, 173 (221).
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K. ve Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International Journal of Information Management*, 37 (3), 99-110.
- Alharbi, S. ve Drew, S. (2014). Using the Technology Acceptance Model in understanding academics' behavioural intention to use Learning Management Systems. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 5 (1), 143-155.

- Alias, N. A. ve Zainuddin, A. M. (2005). Innovation for better teaching and learning: Adopting the Learning Management System. *Malaysian Online Journal of Instructional Technology*, 2 (2), 27-40.
- Andreasen, L. B. ve Buhl, M. (2010). E-ASEM white paper: e-learning for lifelong learning, Kim Bowon (Ed), Korea National Open University Press: Korea (s.29-104).
- Atik, E. (2015). Turizmde akıllı telefon kullanımının Teknoloji Kabul Modeli kapsamında değerlendirilmesi (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Bağcı, K. ve Çelik, H. E. (2018). Examination of factors affecting continuance intention to use web-based Distance Learning System via Structural Equation Modelling. *Eurasian Journal of Educational Research*, 18(78), 43-66.
- Baker-Eveleth, L., Eveleth, D. M., O'Neill, M. ve Stone, R. W. (2006). Enabling laptop exams using secure software: Applying the Technology Acceptance Model. *Journal of Information Systems Education*, 17 (4), 413.
- Beatty, B. ve Ulasewicz, C. (2006). Faculty perspectives on moving from Blackboard to the Moodle Learning Management System. *TechTrends*, 50 (4), 36-45.
- Brown, S. A. ve Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS Quarterly*, 29 (3), 399-426.
- Brown, S. A., Dennis, A. R. ve Venkatesh, V. (2010). Predicting collaboration technology use: Integrating technology adoption and collaboration research. *Journal of Management Information Systems*, 27 (2), 9-54.
- Cheung, R. ve Vogel, D. (2013). Predicting user acceptance of collaborative technologies: An Extension of the Technology Acceptance Model for E-learning. *Computers & Education*, 63, 160-175.
- Clark, R. C. ve Mayer, R. E. (2008). E-learning and the science of instruction: Proven guidelines for consumers and designers of multimedia learning, San Francisco: Pfeiffer.
- Çelik, K. ve Sökmen, A. (2018). Uzaktan eğitime devam etme niyetinin anlaşılması: Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 1-23.
- Dagger, D., O'Connor, A., Lawless, S., Walsh, E. ve Wade, V. P. (2007). Service-oriented e-learning platforms: From monolithic systems to flexible services. *IEEE Internet Computing*, 11 (3), 28-35.
- Dalsgaard, C. (2006). Social software: E-learning beyond Learning Management Systems. *European Journal of Open, Distance and E-Learning*, 9 (2).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13 (3), 319-340.

- Efiloğlu Kurt, Ö. (2015). Üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitime bakış açılarının teknoloji kabul modeli ve bilgi sistemleri başarı modeli entegrasyonu ile belirlenmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(3), 223-234.
- Eraslan Yalcin, M. Kutlu, B. (2019). Examination of students' acceptance of and intention to use Learning Management Systems using Extended TAM. *British Journal of Educational Technology*, 50(5), 2414-2432.
- Eren, A. ve Kaya, M. D. (2017). Üniversite öğrencilerinin uzaktan eğitim sistemine bakış açılarının teknoloji kabul modeli ile incelenmesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(35), 203-222.
- Fathema, N., Shannon, D. ve Ross, M. (2015). Expanding The Technology Acceptance Model (TAM) to examine faculty use of learning Management Systems (LMSs) In Higher Education Institutions. *Journal of Online Learning & Teaching*, 11 (2), 210-232.
- Fornall, C., Tellis, G. J. ve Zinkhan, G. M. (1982). Validity assessment: A structural equations approach using Partial Least Squares. *Proceedings of the American Marketing Association Educators' Conference*, 48, 405-409.
- Gautreau, C. (2011). Motivational factors affecting the integration of a Learning Management System by faculty. *Journal of Educators Online*, 8 (1), 1-25.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson New International Edition.
- Henderson, A. J. (2003). *The e-learning question and answer book: A survival guide for trainers and business managers*. AMACOM.
- Jamal, H. ve Shanaah, A. (2011). *The role of Learning Management Systems in educational environments: An exploratory case study*. Master Thesis in Information: Linnaeus University.
- Kakasevski, G., Mihajlov, M., Arsenovski, S. ve Chungurski, S. (2008). Evaluating usability in Learning Management System Moodle. In *2008-30th International Conference on Information Technology Interfaces*, 613-618, Cavtat: Croatia.
- Lewis, C. C., Fretwell, C. E., Ryan, J. ve Parham, J. B. (2013). Faculty use of established and emerging technologies in higher education: A Unified Theory of Acceptance and use of technology perspective. *International Journal of Higher Education*, 2 (2), 22-34.
- Masrom, M. (2007). Technology Acceptance Model and e-learning. *Technology*, 21 (24), 1-10.
- McGill, T. J. ve Klobas, J. E. (2009). A task–technology fit view of Learning Management System Impact. *Computers & Education*, 52 (2), 496-508.
- Miyazoe, T. (2008). LMS-based EFL blended learning: Blackboard vs. Moodle. In *JALT 2007 Conference Proceedings*, Tokyo: JALT.
- Nanayakkara, C. (2007). A model of user acceptance of Learning Management Systems: A study within tertiary institutions in New Zealand. *The International Journal of Learning*, 13 (12), 223-232.

- Raman, A. ve Don, Y. (2013). Preservice teachers' acceptance of Learning Management Software: An application of the UTAUT2 Model. *International Education Studies*, 6 (7), 157-164.
- Rapuano, S. ve Zoino, F. (2006). A Learning Management System including laboratory experiments on measurement instrumentation. *IEEE Transactions on Instrumentation and Measurement*, 55 (5), 1757-1766.
- Rogers, E. M. (1983). The innovation-decision process. *Diffusion of Innovations*, 5, 168-218.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, felsefe ve metodoloji*, İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Šumak, B., Heričko, M. ve Pušnik, M. (2011). A meta-analysis of e-learning technology acceptance: The role of user types and e-learning technology types. *Computers in Human Behavior*, 27 (6), 2067-2077.
- Van Thuong, V. ve Van Tu, P. (2018). Students' learning management system in some universities of education in Vietnam: Facts and solutions. *American Journal of Educational Research*, 6 (7), 1009-1015.
- Venkatesh, V. ve Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the Technology Acceptance Model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46 (2), 186-204.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B. ve Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27 (3), 425-478.
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. ve Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36 (1), 157-178.
- Wang, Q., Woo, H. L., Quek, C. L., Yang, Y. ve Liu, M. (2012). Using the Facebook group as a Learning Management System: An exploratory study. *British Journal of Educational Technology*, 43 (3), 428-438.
- Weaver, D., Spratt, C. ve Nair, C. S. (2008). Academic and student use of a Learning Management System: Implications for quality. *Australasian Journal of Educational Technology*, 24 (1), 30-41.
- Wood R. ve Payne T. (1998), *Competency based recruitment and selection*, London: Wiley Publication.
- Xu, X. (2014). Understanding users' continued use of online games: An Application of UTAUT2 in social network games. *The Sixth International Conferences on Advances in Multimedia*, 58-65, France: Nice.
- Yörük, T., Akar, N. ve Erdoğan, H. (2020). Öğrenme yönetim sistemi kullanımını etkileyen faktörlerin Genişletilmiş Teknoloji Kabul Modeli çerçevesinde Yapısal Eşitlik Modeli ile analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (2), 431-449.
- Yueh, H. P. ve Hsu, S. (2008). Designing a Learning Management System to support instruction. *Communications of the ACM*, 51 (4), 59-63.

Yuen, A. H. ve Ma, W. W. (2008). Exploring teacher acceptance of e-learning technology. Asia Pacific Journal of Teacher Education, 36 (3), 229-243.

2018-2019 Öğretim Yılı Mayıs Öğrenci Sayıları. (2018, 5 Mayıs). Erişim Adresi:

<https://www.anadolu.edu.tr/universitemiz/sayilarla-universitemiz/ogrenci-sayilari/2018-2019/mayis-2019>.

EK: Araştırmada Kullanılan Ölçüm Aracı ve Kısaltmalar

Faktör	İfade
<i>Performans Beklentisi (PB)</i>	PB1 E-kampüs sistemini eğitim hayatım için faydalı buluyorum.
	PB2 E-kampüs sisteminin kullanımı, derslerim için önemli olan bilgilere ulaşmamı sağlayarak, başarıma şansımı artırır.
	PB3 E-kampüs sisteminin kullanımı, eğitimim ile ilgili şeyleri daha hızlı başarmama yardımcı olur.
	PB4 E-kampüs sisteminin kullanımı eğitimimdeki verimliliğimi artırır.
<i>Çaba Beklentisi (CB)</i>	CB1 E-kampüs sisteminin kullanımını öğrenmek benim için kolaydır.
	CB2 E-kampüs sistemi ile etkileşimim açık ve anlaşılırdır.
	CB3 E-kampüs sisteminin kullanımını kolay buluyorum.
	CB4 E-kampüs sistemini kullanırken ustalaşmak benim için kolaydır.
<i>Sosyal Etki (SE)</i>	SE1 Benim için önemli insanlar, eğitimimde e-kampüs sistemini kullanmam gerektiğini söylerler.
	SE2 Benim davranışlarımı etkileyen insanlar, eğitimimde e-kampüs sistemini kullanmam gerektiğini düşünürler.
	SE3 Görüşlerine değer verdiğim insanlar, eğitimimde e-kampüs sistemini kullanmamı tercih ederler.
<i>Kolaylaştırıcı Koşullar (KK)</i>	KK1 E-kampüs sistemini kullanmak için gerekli olan kaynaklara sahibim.
	KK2 E-kampüs sistemini kullanmak için gerekli olan bilgiye sahibim.
	KK3 E-kampüs sistemi, kullandığım diğer teknolojilerle uyumludur.
	KK4 E-kampüs sistemini kullanırken sorunla karşılaştığımda, diğer insanlardan yardım alabilirim.
<i>Hedonik Motivasyon (HM)</i>	HM1 E-kampüs sisteminin kullanımı eğlencelidir.
	HM2 E-kampüs sisteminin kullanımı zevklidir.
	HM3 E-kampüs sisteminin kullanımı eğlendiricidir.
<i>Alışkanlıklar (AL)</i>	AL1 E-kampüs sisteminin kullanımı benim için bir alışkanlık haline geldi.
	AL2 E-kampüs sistemini kullanmaya bağımlıyım.
	AL3 E-kampüs sistemini kullanmak zorundayım.
	AL4 Eğitim ile ilgili işlerde e-kampüs sisteminin kullanımı benim için gündelik bir şey haline geldi.
<i>Davranış Niyeti (DN)</i>	DN1 Gelecekte de e-kampüs sistemini kullanma niyetindeyim.
	DN2 Eğitim hayatım boyunca her zaman e-kampüs sistemini kullanacağım.
	DN3 E-kampüs sistemini sıklıkla kullanmaya devam etmeyi planlıyorum.
<i>Kullanım Davranışı (KUL)</i>	KUL1 Yazılı içerik (Ders kitabı, ünite özeti, sorularla öğrenelim, yaprak test, çözümlü sorular, çıkmış sınav soruları vb.)
	KUL2 Görsel içerik (Ünite anlatım videosu, 1 soru 1 cevap video, canlı ders kaydı vb.)
	KUL3 Sesli içerik (Sesli ünite özeti, sesli kitap vb.)
	KUL4 Etkileşimli içerik (Etkileşimli e-kitap, deneme sınavları, etkileşimli video, alıştırmalar, canlı ders vb.)
	KUL5 İletişim araçları (Tartışma forumları, ekantin vb.)

Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi Yazım Kuralları

Yazılar, PC uyumlu Microsoft Office Word 2003 veya sonrası sürümler ile yazılmış olmalı, Word biçimiyle dergi sistemine yüklenmelidir. Aksi durumlarda makaleler kabul edilmeyecektir. Kelimelerin imlasında Türk Dil Kurumunun en son çıkardığı İmla Kılavuzu esas alınmalıdır. Diğer kurallar şu şekildedir:

1. Başlık: Makale ana başlığı, 14 yazı büyüklüğünde, kelimelerin ilk harfi büyük, koyu ve ortalanmış biçimde yazılmalı ve konu hakkında bilgi verici olmalıdır.

2. Yazar(lar)ın Adı, Adres(ler)i ve Orcid Bilgileri: Dergide yazar ad(lar)ı yazılırken herhangi bir akademik unvan belirtilmez. Sırasıyla yazar(lar)ın akademik unvanı, çalıştığı kurum, e-posta adresi ve Orcid bilgileri dipnot biçiminde sayfanın altına, Times New Roman 9 Punto büyüklüğünde yazılır.

3. Özet, Abstract ve Anahtar Kelimeler: Özet İngilizce ve Türkçe olmak üzere her iki dilde “Öz” ve “Abstract” başlığı altında yazılmalıdır. Çalışmanın ilk kısmında Türkçe başlık ve öze, İngilizce başlık ve öze (Abstract) yer verilmelidir. Her iki dilde hazırlanan özetler, öncesinde belirtilen kurallara göre başlıklara sahip olmalı. Öz metinleri ise 10 yazı büyüklüğünde, tek satır aralığında, her iki yana yaslı ve 200 sözcüğü geçmeyecek şekilde yazılmalıdır. Türkçe ve İngilizce hazırlanan özetlerin altına çalışmanın alanını belirtecek en az üç, en fazla beş “Anahtar Kelime” ve “Keywords” yer almalıdır.

4. Bölüm Başlıkları ve Numaralandırma: Makale başlıklarında herhangi bir numaralandırmaya yer verilmemeli, sadece ilk harfi büyük ve ortalanmış şekilde yazılmalıdır. Ana başlıklar Times New Roman 12 yazı büyüklüğünde, kelimelerin ilk harfi büyük, koyu ve ortalanmış şekilde yazılmalıdır. Alt başlıklar 11 yazı büyüklüğünde, kelimelerin ilk harfi büyük, koyu ve sola yaslı biçimde olmalıdır.

5. Ana Metin: Hazırlanan ana metin 6000 sözcüğü geçmeyecek şekilde yazılmalıdır. Sayfa yapısı A4 kağıt boyutunda, kenar boşlukları sağdan ve soldan, üstten ve alttan 3 cm, 1,5 satır aralıklı, 6 nk paragraf aralığı, 11 yazı büyüklüğünde Times New Roman yazı tipi ve iki yana yaslı olacak şekilde düzenlenmelidir. Metni oluşturan kelimeler arasından birden fazla boşluk bırakılmamalı, noktalama işaretleri bir önceki sözcüğe bitişik olarak uygulanmalı, sonrasında bir harflik boşluk bırakılmalıdır. Paragrafların giriş cümleleri, 1,25 cm girintiyle yer verilmeli, paragraf geçişlerinde satır boşluğu bırakılmamalıdır. Çalışma, genel kabul edilmiş bilimsel ilke ve kurallara uygun şekilde; konusu, amacı, kapsamı, yöntemi, gibi içeriğe sahip olmalıdır.

6. Tablo, Şekil, Grafik ve Fotoğrafların Kullanımı: Metin içinde kullanılan tablo, şekil, grafik ve fotoğraf gibi kullanımlar, metin ve sayfa bütünlüğünü bozmayacak şekilde yer verilmelidir. Şekil yazısı, şeklin altında 10 yazı büyüklüğünde koyu olarak yazılmalıdır. Eğer metnin içinde birden fazla şekil yer alıyorsa numaralı olarak verilmelidir. Şeklin adı belirtildikten sonra, şekil bir başka kaynaktan alınmış ise, alıntı yapılan kaynağa gönderme yapılır. Şekil içi yazı büyüklüğü 10 punto değerinde olmalıdır. Tablolar metin içinde, tablo yazısı tablonun üstünde ve numaralandırılarak verilmeli, içeriği tablo numarasının yanında başlık olarak açıklanmalıdır. Tablo başlıklarının sadece ilk harfleri büyük olarak düzenlenmelidir. Tabloların sağına ya da soluna herhangi bir yazı yazılmamalıdır. Tablo başlığı ve içeriği de 10 yazı büyüklüğünde olmalıdır. Fotoğraflar, şekil kullanımında belirtildiği gibi kullanılmalıdır.

7. Metinde Kaynak Gösterme: Dergide, atıf sistemi olarak APA 6 yöntemi tercih edilmektedir. Dolayısıyla yararlanılan kaynakların metin içinde soyad, yıl ve sayfa numarasına göre gösterilmesi (Örn.: Güneş, 2006: 2) istenmektedir.

Aynı yerde birden fazla kaynak gösterilmesine ihtiyaç duyulduğunda kaynaklar arasında alfabetik dizilime dikkat ederek noktalı virgül uygulanmalıdır. Örn.: (Akçay, 2002: 26; Güneş, 2006: 2).

İki ve üç yazarlı kaynaklar “ve” bağlacı ile yer verilmeli, üçten fazla yazarı olan kaynaklara gönderme yaparken ilk kullanımda tüm soyisimlere yer verilmeli, sonraki kullanımda ilk soyadın yanına “ve diğerleri” ifadesi kullanılmalıdır.

Metinde yararlanılan kaynakların yazı veya yazarlarına doğrudan yer verildiğinde, cümle sonunda kaynağın yıl ve sayfa bilgilerine yer vermek yeterli olacaktır Örn.: Özçağlara’a göre (2008: 45).

Yararlanılan bir yazarın veya yazarların aynı yıl birden fazla kaynağı bulunuyorsa eserleri ayıracak şekilde yıl bilgisinin yanına, alfabetik dizilimi dikkate alarak harf kullanımı tercih edilmelidir. Örn.: (Dağlar, 2018a: 23; Dağlar, 2018b: 564).

Dolaylı olarak bir kaynaktan yararlanıldığında şu şekilde kullanım tercih edilmelidir: (Seyidoğlu, 1987: 26’dan aktaran Usta, 2019: 56).

Alıntı 40 kelimedenden az ise cümle çift tırnak içinde belirtilmelidir, Örnek 1. “.....” (Güneş, 2006: 2).

Örnek 2. Başar (2001) öğrenmeyi “.....” (46) olarak tanımlamaktadır.

Alıntı 40 ya da daha fazla kelimeyi içeriyor ise tırnak içinde değil normal makaledeki yazıdan ayırmak için, blockformatında, her satır soldan itibaren beş boşluk olacak şekilde yazılmalıdır.

Metin içinde online kaynak kullanımında web uzantısına doğrudan yer verilmemelidir. Aşağıda örneklerine yer verildiği biçimde kullanılmalıdır.

Örnek 1: Metin içi kullanımda: (“Hacettepe Üniversitesi”, t.y.)

Kaynakçada ise: Hacettepe Üniversitesi. (t.y.). Misyon, vizyon ve değerler. Erişim adresi: <http://hacettepe.edu.tr/hakkinda/misyonvizyondegerler>

Örnek 2:Metin içi kullanımda: (“İnternette 1 saniyede”, 2017)

Kaynakçada ise: İnternette 1 saniyede neler oluyor?. (2017, 4 Ocak). Erişim adresi: http://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/internette-1-saniyede-neleroluyor,XUH_UVqM80GODfAK20z__Q/mfBzmt1kgUm2CCL1b5iFfg

8. Dipnotlar

Metin içinde yer verilen açıklamalara fazladan detay verilme ihtiyacı duyulduğunda (zorunlu olmadıkça kullanılmaması beklenmekte) Times New Roman 9 Punto büyüklüğünde dipnot yazılabilir.

9. Kaynakça

Kaynakça başlığı, ilk harfi büyük, ortalanmış, koyu, Time New Roman, 12 yazı büyüklüğünde olmalıdır. Kaynaklar arasında 1 satır aralığı boşluk bırakılmalıdır. Kaynakça kısmında metin içinde yararlanılan tüm kaynaklara yer verilmeli, metin içinde yararlanılmayan kaynaklara yer verilmemelidir. Kaynaklar alfabetik olarak sıralanmalıdır. Kaynaklara, ikinci satırdan itibaren 1,5 cm girinti uygulanmalıdır. Kaynak türleri aşağıda yer verildiği biçimleriyle kullanılmalıdır.

Kitaplar

a. Kitap

Eryılmaz, B. (2019). Kamu yönetimi. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Agranoff, R. (2007). Managing within networks: Adding value to public organizations. Washington, DC.: Georgetown University Press.

Agranoff, R. ve Mcguire, M. (2003). Collaborative public management: New strategies for

local governments, Washington, DC.: Georgetown University Press.

b. Editörlü Kitap

Alver, K. (Ed.). (2017). Taşra halleri. Konya: Çizgi Kitabevi.

c. Kitap İçerisinde Bölüm

Acar, M. (2003). Sektörlerarası işbirliği, ittifak ve ortaklıklar. M. Acar ve H. Özgür (Ed.), Çağdaş kamu yönetimi –I kitabı içinde (s.). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Agranoff, R. (2014). Bridging the theoretical gap and uncovering the missing holes. R. Keast, M. Mandell ve R. Agranoff (Ed.), Network theory in the public sector building new theoretical frameworks kitabı içinde (s.). New York ve London: Routledge.

d. Çeviri Kitap

Comte-Sponville, A. (2015). Büyük erdemler risalesi (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

e. Doğrudan Yazarı Belli Olmayan Kitap

TUİK (2019). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) sonuçları. Ankara.

f. Makale (varsa doi numaraları makalelere eklenmeli)

Bat, M. (2015). Plastik kapak toplamaya yönelik kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarının karşılaştırmalı analizi. Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, 8 (15), 1-17.

Uzun, A. ve Ersavaş Kavanoz, S. (2018). Katılım ve etkinlik boyutları açısından kent konseylerinin değerlendirilmesi: Trabzon büyükşehir kent konseyi örneği. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 9 (23), 251-271.

Bevir, M. ve Richards, D. (2009). Decentring policy networks: A theoretical agenda. Public Administration, 87 (1), 3-14. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.2008.01736.x>

g. Tez, Rapor ve Proje

Eken, M. (1993). Kamu yönetiminde açıklık ve bilgi edinme hakkı (Doktora Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

WWF (2012). Türkiye'nin ekolojik ayak izi raporu. İstanbul: Ofset Yapımevi.

Eraydın, A., Türel, A., Uzun, N., Köroğlu, B. A., Ataöv, A. ve Erkus Öztürk, H.

(2008).Kentsel bölgeler için yeni örgütlenme modelleri ve gelişme stratejileri: Türkiye'de yeni dönemde ortaya çıkan kentsel bölgelerde rekabetle sosyal bütünleşmeyi uzlaştıran çok katmanlı yönetim modellerinin geliştirilmesi. Ankara: TÜBİTAK (Proje No: SOBAG-COST 105K001).

ğ. Bildiri

Memiş, L. ve Küçük, H. (2018). Akıllı kentler ve yaşam laboratuvarları (living labs):

Başakşehir yaşam laboratuvarı örneğinde bir inceleme. III: KENTFOR'da sunulan bildiri, Karaman: Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

Köseoğlu, Ö. (2011). Kent konseyleri müzakereci demokrasi için bir fırsat mı?. E. B. Keskin

(Yay. haz.). Kent Konseyleri Sempozyumu, 6-7 Mayıs 2011, Bursa, Bildiriler kitabı içinde (s. 323-335). Bursa: Burfaş.

h. Online Kaynak

Price-Robertson, R., Bromfield, L. ve Lamont, A. (2019, Ağustos). International Approaches To Child Protection. Erişim adresi: <https://aifs.gov.au/cfca/sites/default/files/publication-documents/cfca-paper23.pdf>.

TUİK (2018, Aralık). İstatistiklerle Çocuk. Erişim adresi: <https://biruni.tuik.gov.tr/yayin/views/visitorPages/index.zul>.

Not: APA 6 ile ilgili diğer detaylar için bkz. Bilimsel Yayınlarda Kaynak Gösterme, Tablo ve Şekil Oluşturma Rehberi APA 6 Kuralları, http://www.tk.org.tr/APA/apa_2.pdf

APA'nın genel özellikleri bölümünde örnek olması amacıyla verilmiş olan referanslardan bir kısmının gerçek referanslarla ilgisi yoktur. Bu referanslardan bir kısmının bulunması gerçek olmadıklarından dolayı mümkün değildir.

Ayrıca makaleyle ilgili aşağıda yer verilen başlıklar altında bilgiler talep edilmektedir.

Etik Beyanı: TR Dizin kriterleri gereği aşağıda yer verilen içeriği kapsayan makalelerden Etik Kurul İzni talep edilmektedir. Etik Kurul İzni gerektiren çalışmalar:

* Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar

* İnsan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması,

* İnsanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar,

* Hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar,

Yukarıda belirtilen içeriği sahip çalışmalardan, makale yayınının başvurusunda ilgili etik kurulundan gerekli izinlerin alınması gerekmektedir.

2020 yılı öncesi gerçekleştirilen araştırmalarda etik kurul izni istenmemektedir. Fakat bu durum makale içerisinde belirtilmelidir.

Yazar Katkıları: Gerçekleştirilen araştırmada yer alan araştırmacıların katkı durumları ayrı ayrı belirtilmelidir. Örneğin bu çalışmanın ilk iki bölümünde birinci yazar, alan araştırmasının gerçekleştirilmesinde üçüncü yazar Ve elde edilen verilerin analizinde ise ikinci yazar katkı sağlamıştır.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması olmadığı belirtilmelidir. Ayrıca destek alınan kurum belirtilmelidir.

Teşekkür: Gerçekleştirilen araştırma sürecinde katkısı olanlara teşekkür ifadeleri burada belirtilebilir.

TR Dizin Dergi Değerlendirme Kriterleri (Etik Kurallar) 2021

1. Dergi sayılarını, yıl içinde ilan ettiği aralıklarla ve **zamanında yayınlanmalı** ve TR Dizin Online Dergi İzleme Sistemi'ne (ODİS) yüklenmelidir. Zamanında ve düzenli olarak yüklenmesi konusunda sorumluluk dergi editörlüğüne aittir. Zamanında sayılarını yüklemeyen dergiler TR Dizin'e kabul edilmez.
2. Enstitü ve kapsamı geniş dergilerde alan editörleri bulunmalıdır.
3. Dergilerde yayın diline uygun dil editörleri olmalıdır. İlgili dilin yazım kurallarına uygunluğuna dikkat edilmelidir.
4. Yayın ve Danışma Kurullarında kurumsal dağılım olmalı ve yayın kurulu en az 1/3 farklı kurumlardan oluşmalıdır. Kurul üyelerinin çalıştıkları kurum isimleri ya da en az şehir, ülke bilgileri yer almalıdır.
5. Editör ve yayın kurulu üyelerinin alanlarında yetkinlikleri, yayınları vb göz önüne alınmalıdır.
6. Farklı kurumlardan alanına uygun hakem atanmalı, tarafsızlık ve çeşitlilik ilkelerine dikkat edilmelidir.
7. Dergide yayınlanmış makalelerde kurum ve yazar çeşitliliğine özen gösterilmelidir.
8. TR Dizin, bilimsel süreli yayıncılıkta etik güvence oluşturmak amacıyla, Yayın Etiği Komitesi'nin (COPE) "Dergi Editörleri için Davranış Kuralları ve En İyi Uygulama Rehber İlkeleri" ve "Dergi Yayıncıları için Davranış Kuralları" ilkelerini benimsemektedir. TR Dizin kriterleri gereği, dergiler tarafından COPE ile birlikte uluslararası standartlara uyulması, editörlerin, her bir araştırmanın, ilgili kurul ve komisyonlar tarafından araştırma öncesinde onaylandığından emin olmaları ve belgeleri talep etmeleri beklenmektedir. Bu kapsamda, dergilerde aşağıdaki hususlara uyulmalıdır:
 1. **Etik kurul izni gerektiren**, tüm bilim dallarında yapılan araştırmalar için (etik kurul onayı alınmış olmalı, bu onay makalede belirtilmeli ve belgelendirilmelidir.
 2. Etik kurul izni gerektiren araştırmalarda, izinle ilgili bilgilere (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde, ayrıca makalenin ilk/son sayfalarından birinde; olgu sunumlarında, bilgilendirilmiş gönüllü olur/onam formunun imzalandığına dair bilgiye makalede yer verilmelidir.
 3. Dergi web sayfasında, makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğuna dair ifadeye yer verilmelidir.
 4. Dergi web sayfasında, hakem, yazar ve editör için ayrı başlıklar altında etik kurullarla ilgili bilgi verilmelidir.
 5. Dergide ve/veya web sayfasında, ulusal ve uluslararası standartlara atıf yaparak, dergide ve/veya web sayfasında etik ilkeler ayrı başlık altında belirtilmelidir. Örneğin; dergilere gönderilen bilimsel yazılarda, **ICMJE** (International Committee of Medical

Journal Editors) tavsiyeleri ile **COPE** (Committee on Publication Ethics)'un Editör ve Yazarlar için Uluslararası Standartları dikkate alınmalıdır.

6. Kullanılan fikir ve sanat eserleri için telif hakları düzenlemelerine riayet edilmesi gerekmektedir.
9. Derginin her bir sayısında yer alacak makale sayılarının orantılı olmasına dikkat edilmeli, sayı/cilt arasındaki makale sayısı dengeli olmalıdır.
10. Bir yıl içindeki toplam bilimsel araştırma makalesi, fen bilimleri konu alanı için toplam bilimsel makale (araştırma, olgu sunumu, derleme) sayısının en az %50'sini oluşturmalıdır. Sağlık bilimleri, diş hekimliği ve eczacılık konu alanları için, bir yıl içindeki toplam bilimsel araştırma yazısı en az 12 olmalıdır.
11. Dergide, makale yazım kuralları ayrıntılı biçimde verilmeli ve makaleler bu formata **kesinlikle** uygun olmalıdır. Örneğin; tablo, şekil, başlık, alt başlık, öz, kaynakça yazımları gibi.
12. Dergide, “**yayın politikası**” başlığı altında, dergi yayın süreci ve politikası (açık erişim bilgisi, varsa ücret ve ücretlendirme politikası, makale değerlendirme süresi ve süreci gibi.) ile ilgili ayrıntılı bilgiye yer verilmelidir.
13. Makale sonunda; Araştırmacıların Katkı Oranı beyanı, varsa Destek ve Teşekkür Beyanı, Çatışma Beyanına yer verilmelidir.
14. Her yıl bitiminde yeni bir cilt numarası ile başlayan dergilerde sayfa numaraları, ilk sayıda 1'den başlamalı ve aynı cilde ait diğer sayılarda birbirini takip etmelidir. Cilt olmaksızın sayı numarası ile yayınlanan dergilerin her sayısında sayfa numarası 1'den başlayabilir.
15. Hakem sayısı her makale için, farklı kurumlardan olmasına özen gösterilerek, en az iki olmalıdır.
16. TR Dizin kapsamındaki tüm dergilerden (*kabul edilen, değerlendirme için beklemede olan ya da yeni başvuran*) 2021 yılı için istenecek hakem raporu sayısı ve ilgili makaleleri dergi tam sayı PDF'sinin yüklenmesi sonrasında sistem tarafından belirlenecektir. Hakem raporları, dergi sayısındaki toplam makale sayısının (2 taneden az olmamak koşulu ile) %15'i kadar olacaktır. Örneğin, bir sayıda 10 makale yayınlanmış ise; 2 makale için, 20 makale yayınlanmış ise; 3 makale için hakem raporu yüklenecektir. Ayrıca ilk sayıdan bir adet ret makale hakem raporu talep edilecektir. Hangi hakem raporlarının isteneceği, dergi sayısı yüklendikten sonra “hakem raporları” sekmesinden görülebilir. Komite tarafından ayrıca hakem raporu talep edilmesi durumunda aynı yöntemle ODIS'e yüklenmelidir. Hakem değerlendirme raporları, şekil incelemesinin yanı sıra, bilimsel değerlendirme yapıldığını gösterecek biçimde olmalıdır (seçimli hakem formu, makale üzerinde hakem notları, değerlendirme formunda bilimsel değerlendirme notları gibi). [** ilgili makale için, tüm hakem değerlendirme sürecini gösteren 1*

*PDF dosyası halinde (makalenin ilk başvuru yapılan hâli, 1. hakem görüşü, 2. hakem görüşü, varsa düzeltmeler, **hakem isimleri, kurumları** ve **değerlendirme tarihleri** görülecek biçimde ve mümkünse imzalı) yüklenmelidir].*

17. Dergide, birleşik sayı basımı, 3 yıl içinde ardışık 2 sayı için yalnızca bir kez yapılabilir.
18. **Özel** sayı ya da **ek sayılar** da kriterlere bağlı olarak değerlendirilir. Ayrıca;
 1. Ek veya Özel sayı: Bir derginin normal aralıklarla çıkarılan düzenli sayılarına ek olarak yayınlanan sayılardır. Kongre/sempozyum vb etkinlik bildirilerinden veya belli bir konudaki makalelerden oluşmalıdır.
 2. Ek veya Özel sayıdaki sayfa numaraları, yıl içindeki düzenli sayılardan farklı şekilde numaralandırılmalıdır.
 3. Ek veya Özel sayı adedi; normal periyodun 1/3'ünden fazla olamaz. Kongre bildiri özetlerini içeren özel sayılar bu kapsama dâhil edilmezler.
 4. Ek veya Özel sayıda yayınlanan olgu sunumları, derleme ve araştırma makalesi oranları (kongre özetleri hariç), diğer sayılarda yayınlanan makale oranlarına dâhil edilecektir.
 5. Armağan sayıları, özel veya ek sayı statüsünde kabul edilmez. Normal sayı olarak numaralandırılmalı ve yüklenmelidir.
 6. Kurala uygun yayımlanmayan Ek veya Özel sayılar olması durumunda dergi dizinden çıkarılacaktır.