



GUSBİD

GÜMÜŞHANE
ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL
BİLİMLER
DERGİSİ

GÜMÜŞHANE UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

2022

Year / Yıl :

2022

Volume / Cilt :

13

Number / Sayı :

1

ISSN: 1309-7423

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Yıl: 2022 / Cilt: 13 / Sayı: 1

GÜMÜŞHANE UNIVERSITY

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Year: 2022 / Volume: 13 / Issue: 1

ISSN: 1309-7423



Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Yıl: 2022 / Cilt: 13 / Sayı: 1

Gümüşhane University Journal of Social Sciences

Year: 2022 / Volume: 13 / Issue: 1

Sahibi / Owner

Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK / Gümüşhane Üniversitesi Rektörü

Baş Editör / Editor in Chief

Doç. Dr. Salih YILDIZ (Gümüşhane Üniversitesi)

Editör Kurulu / Editorial Board

Doç. Dr. Büşra TOSUNOĞLU (Gümüşhane Üniversitesi)

Doç. Dr. Ramazan ÜNLÜ (Gümüşhane Üniversitesi)

Doç. Dr. Yıldırım Beyazıt ÇIÇEN (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Banu BOLAYIR (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Elif KÜTÜKOĞLU (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Fazıl KAYA (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Gül YEŞİLÇELEBİ (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Gülin YAZICI ÇELEBİ (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra UĞURLU (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim AVCI (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi İlter Kutlu HATİPOĞLU (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe ŞİMŞEK (Gümüşhane Üniversitesi)

Arş. Gör. Şerife DEMİRELLİ (Gümüşhane Üniversitesi)

Arş. Gör. Birol GÜVEN (Gümüşhane Üniversitesi)

Bilim ve Danışma Kurulu / Science and Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN (Sakarya Üniversitesi)

Prof. Dr. Ali UZUN (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Prof. Dr. Bayram NAZIR (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Bünyamin ER (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Cevdet YILMAZ (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Prof. Dr. Coşkun TOPAL (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Dursun Ali AKBULUT (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Fazıl KIRKBİR (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Hayati BEŞİRLİ (Gazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Kemal ÇELİK (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Musa PINAR (Valparaiso University)

Prof. Dr. Ömer TORLAK (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Gazi Üniversitesi)

İletişim Adresi / Contact Address

Sosyal Bilimler Dergisi

Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü / Bağlarbaşı 29100 / GÜMÜŞHANE

Tel: 0 456 233 00 00 Dahili: 2121 / Fax: 0456 233 12 07

<https://dergipark.org.tr/gumus>

© Her hakkı saklıdır. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (GUSBID) yılda üç kez yayınlanan bilimsel, hakemli, ulusal ve uluslararası indeksli bir dergidir. Dergide yayınlanan çalışmalarındaki görüş ve düşünceler yazarların kendilerine ait olup hiçbir şekilde derginin görüş ve düşüncesi olarak ifade edilemez. Dergideki çalışmalar referans gösterilerek kullanılabilir. Yayın dili, Türkçe ve İngilizce olan GUSBID, EBSCO ve ULAKBİM (TR Dizin) tarafından taranmaktadır.



Sayı Hakemleri / Referees of Issue

Emine Şener / Kırşehir Ahi Evren Üniversitesi

Erol Ulukök / Kırıkkale Üniversitesi

Murat Baş / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Serdar Çakan / Abant İzzet Baysal Üniversitesi

Pınar Koç / Gümüşhane Üniversitesi

Mehmet Hanefi Topal / Kırklareli Üniversitesi

Hasan Uygurtürk / Karabük Üniversitesi

Hüseyin Uslu / Erciyes Üniversitesi

İbrahim Karaaslan / Gümüşhane Üniversitesi

Fatih Aydoğdu / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Serkan Çiftçi / Milli Eğitim Bakanlığı

Betül Yanık Özger / Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniv.

Saffet Akdağ / Tarsus Üniversitesi

Alper Veli Çam / Gümüşhane Üniversitesi

Filiz Sayar / Süleyman Demirel Üniversitesi

Gökhan Şahin / Karadeniz Teknik Üniversitesi

Fatma Zeynep Bilge / Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniv

Mustafa Canlı / Karabük Üniversitesi

Onur Birol / Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Onur Keşaplı / Uşak Üniversitesi

Mehmet Akpınar / Trabzon Üniversitesi

Gürkan Alagöz / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Tülay Polat Üzüncü / Kocaeli Üniversitesi

Fatih Sinan Esen / Ankara Üniversitesi

Serpil Aytaç / Fenerbahçe Üniversitesi

İlhan Gök / Gümüşhane Üniversitesi

Ersin Kırca / Kocaeli Üniversitesi

Yaşar Kaya / İnönü Üniversitesi

Turgut Şahinöz / Ordu Üniversitesi

Mustafa Ünver / Kırıkkale Üniversitesi

Alptekin Sökmen / Ankara Hacı Bayram Veli Üniv.

Yusuf Ersoy / Muş Alparslan Üniversitesi

Müge Yılmaz / Gümüşhane Üniversitesi

Seher Balcı Çelik / Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Mehmet Üzülmaz / Gümüşhane Üniversitesi

Tahsin Tapur / Necmettin Erbakan Üniversitesi

Selim Cengiz / Çankırı Karatekin Üniversitesi

Ersin Korkmaz / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Cihat Erbil / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Ercan Ergün / Gebze Teknik Üniversitesi

Şaban Kargıoğlu / Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

İbrahim Çiftçi / İstanbul Üniversitesi

Salih Yıldız / Kastamonu Üniversitesi

Esra Bayır / İstanbul Medipol Üniversitesi

Hande Zeynep Kayan / Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniv

Yusuf Sayın / Necmettin Erbakan Üniversitesi

Cihad İslam Yılmaz / Polis Akademisi

Pelin Erden Çelik / Jandarma ve Sahil Güvenlik Akdm.

Ahmet Gökçe / Gümüşhane Üniversitesi

Ayşegül Düzgün / Bolu İzzet Baysal Üniversitesi

Osman Benk / Gümüşhane Üniversitesi

Emre Çıtak / Hitit Üniversitesi

Cenk Özgen / Giresun Üniversitesi

Serdar Kesgin / Giresun Üniversitesi

Gökhan Kenek / Gümüşhane Üniversitesi

Metin Söylemez / Muş Alparslan Üniversitesi

Sezai Öztop / İstanbul Medeniyet Üniversitesi

Ahmet Yazar / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Özgür Seçim / Adnan Menderes Üniversitesi

Hasan Turgut / Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Yasin Demir / Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi

Necdet Tozlu / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi

Oktay Berber / Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Birol Azar / Fırat Üniversitesi

Oğuz Nebioğlu / Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi

Mehmet Bahar / Kapadokya Üniversitesi

Mehmet Sağlam / İstanbul Ticaret Üniversitesi

Metehan Tolon / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Derya Yalçın / Nişantaşı Üniversitesi

Ahmet Erkasap / İstanbul Gedik Üniversitesi

Özge Habiboğlu / Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi

İçindekiler

Contents

- 1** **Serçin Şahin**
Aggregate Firm Behavior Under Uncertainty, Sentiments, and Aggregate Income
Belirsizlik Altında Toplam Firma Davranışı, Güven ve Toplam Gelir
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- 18** **Aslı Bahar İnan, Hasan Gürkan Tekman**
Influences of Fluency and Familiarity Misattribution on Autobiographical Memory Judgments
Akıcılık ve Aşinalığın Yanlış Atfedilmesinin Otobiyografik Bellek Yargılarına Etkileri
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- 30** **İbrahim Koç**
Unequal Effects of Climate Change in Maggie Gee's The Flood
Maggie Gee'nin The Flood Romanında İklim Değişikliğinin Eşit Olmayan Etkileri
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- 37** **Ramazan Çelik, Sevsen Çiçekli**
Bir Bakış Açısı Olarak Sine-Göz: Dziga Vertov'un Kameralı Adam Filmi Üzerine Bir İnceleme
Cine-Eye as A Perspective: A Review on Dziga Vertov's Man with A Movie Camera
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- 48** **Münevver Çetin, Mürüvvet Kartal Baş**
Öğretmen Adaylarındaki Kültürlerarası Duyarlılık Kazanımının Öğrenci Liderliğine Etkisinin İncelenmesi
Examination of The Impact of Intercultural Sensitivity Gain on Student Leadership in Teacher Candidates
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- 63** **Mücahit Yıldırım**
Ailelerin Şehir İçi Rekreasyonel Algı ve Eğilimlerinin Belirlenmesi: İlkadım (Samsun) Örneği
Determining Urban Recreational Perceptions and Tendencies of Families: İlkadım (Samsun) Example
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- 83** **Sibel Aybar**
Makyavelizmin Öğretim Üyelerinin Karar Verme Stilleri Üzerindeki Etkisi: Nicel Bir Araştırma
The Effect of Machiavellianism on Decision Making Styles of Faculty Members: A Quantitative Research
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Osman Taşkın

98

Şükürler Sofrası Rızıklar Kapısı: İmaretler (Ayasofya, Nuruosmaniye, Şehzade, Atik Valide, Çinili)

Thanksgiving Table, The Door of Sustenance: Public Kitchen (Ayasofya, Nuruosmaniye, Şehzade, Atik Valide, Çinili)
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Dursun Yılmaz, Mehmet Akif Günay

117

Türk Toplumunda Suriyeli Sığınmacı Algısı

Turkish Society's Perception of Syrian Refugee
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Öznur Çınar, Sevil Cengiz

140

Acil Durum ve Afetlere Müdahale Personelinin Kriz Anı Kurum İçi İletişimlerinin Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği

Evaluation of Internal Communications of Emergency and Disaster Response Personnel at The Time of Crisis: The Case of Trabzon Province
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Zümrüt Hatun Demirel

153

Yemekhane Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı Uygulamasının Öğrenci Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi

Evaluation of Outsourcing Application in Dining Hall Services in terms of Student Satisfaction
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Adem Arslan, Uğur Saruhan, Yeşim Saruhan

165

Değer Odaklı Aile Eğitime Yönelik Özel Eğitimde Görev Yapan Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi

An Examination of the Special Education Teachers' Opinions on Value-Oriented Family Education
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Halil İbrahim Zeybek, Günay Çakır, Ferkan Sipahi, Handan Çam

177

Gümüşhane Üniversitesinin Dijital Dönüşüm ve Covid-19 Pandemisine İlişkin Çalışmalarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Gümüşhane University's Actions on Digital Transformation and Covid-19 Pandemic
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Yılmaz Arı

188

Gümüşhane Dölek Köyü'nde Çarksız Çömlekçiliğin Kültürel Coğrafyası: Adaptasyon, Kültür ve Ekoloji

Cultural Geography of Wheelless Pottery Making in Gümüşhane Dölek Village: Adaptation, Culture and Ecology
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Tolga Oral, Hakan Erkuş

209

Makine Yenileme Kararlarında Geçerli Maliyet Analizi ile COPRAS Yönteminin Karşılaştırılması

Comparison of Relevant Cost Analysis and COPRAS Method in Machine Replacement Decisions
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Serdar Çakan

221

İş Tatmini ile Örgütsel Bağlılık İlişkisinde İşyeri Beceri Geliştirme Sistemlerinin Aracı Rolü: Beyaz Yaka İşgücü Örneği

The Mediator Role of Workplace Skill Development Systems in the Relationship between Job Satisfaction and Organizational Commitment: The Case of White-Collar Workforce

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Fikret Oğuz Dincerol, Erdal Yılmaz

237

Turizm Sektöründeki Yöneticilerin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Orta Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma

Determining The Financial Literacy Level of Managers in The Tourism Sector: A Research in The Central Black Sea

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Elif Acuner, Cem Keskin

255

Gastronomi Turizmi Kapsamında Lezzetin İzinde Kokulu Üzüm

Fragrant Grapes on the Trail of Flavour as part of Gastronomy Tourism

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Gamze Demirci, Burçin Cem Arabacıoğlu

272

Mekân Tasarımı Üzerine Sistematik Bir Süreç Araştırması

A Systematic Process Research on Space Design

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Eren Alper Yılmaz, Yunus Emre Özer

282

İtme Çekme Kuramı Bağlamında Türkiye'deki Suriyelilere Yönelik Bir Alan Araştırması: Aydın İli Örneği

A Field Research on Syrians Living in Turkey Within the Context of Push-Pull Theory: The Case of Aydın Province

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Ayşegül Düzgün

296

Turizm Sektöründe Duygusal Zekâ ile Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişki: Antalya Örneği

The Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Silence in The Tourism Sector: Antalya Case

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Safa Acar

311

Stratejik Yönetim Çerçevesinde Türkiye'deki Hayat Sigortası Şirketleri: Vizyon İfadelerine Yönelik Bir Analiz

Life Insurance Companies in Turkey in the Framework of Strategic Management: An Analysis of Vision Statements

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Adem Ali İren, Melike Atlı

325

Neo-Realist Perspektiften Doğu Akdeniz ve Enerji Güvenliği

East Mediterranean and Energy Security from Neo-Realist Perspective

Araştırma Makalesi [Research Paper]

343

Murat Baş

Kamu Çalışanlarının Kapsayıcı Liderlik Algısı Üzerine Bir Araştırma

A Research on the Perception of Inclusive Leadership of Public Workers

Araştırma Makalesi [Research Paper]

355

Fatih Altınpınar, Hasan Mahmut Kalkışım

Emniyet Hizmetleri Üzerinden Devlet Algısı: Erzincan İli Örneği

State Perception on Security Services: The Case of Erzincan Province

Araştırma Makalesi [Research Paper]

376

Yağmur Karadağ, İlknur Aydoğdu Karaaslan

Büyükşehir Belediye Başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter Paylaşımlarının İçeriği

The Content of Twitter Posts as a Political Communication Tool of Metropolitan Mayors During The Coronavirus Pandemic Process

Araştırma Makalesi [Research Paper]

395

Simge Ak, Seher Balcı Çelik

Evlilik Doyumu ve İş Tatmini Arasındaki İlişkinin Mükemmeliyetçilik Aracı Rolü ile İncelenmesi

Examining the Relationship Between Marital Satisfaction and Job Satisfaction with Mediating Role of Perfectionism

Araştırma Makalesi [Research Paper]

409

Erkan Dikici, Betül Şener

Erzincan Düğün Geleneklerinde Değişim

The Change in Erzincan Wedding Traditions

Araştırma Makalesi [Research Paper]

421

Bülent Demirağ, Sinan Çavuşoğlu, Kazım Dağ, Sadettin Paksoy

Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Turizm Destinasyon Seçimi Üzerindeki Etkisi: Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Bir İnceleme

The Effect of Electronic Word-of-Mouth on Tourism Destination Selection: An Investigation in The Theory of Planned Behavior

Araştırma Makalesi [Research Paper]

436

Emrah Sıtkı Yılmaz, Feride Bal

Havayolu Firmalarının Kurumsal İtibarlarının "Şikayetvar" Sitesi Üzerinden RQ Modeli ile İncelenmesi

Investigation of Airline Companies' Corporate Reputation with RQ Model Through "Şikayetvar" Website

Araştırma Makalesi [Research Paper]

450

Ümran Arslan, Mehmet Sağlam

Siyasal Pazarlamada Tutundurma Faaliyetlerinin, Sosyal Medyanın ve Referans Grupların Z Kuşağı Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri

The Effects of Promotion Activities, Social Media and Reference Groups on Generation Z Voter Behavior in Political Marketing

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Aggregate Firm Behavior Under Uncertainty, Sentiments, and Aggregate Income

Belirsizlik Altında Toplam Firma Davranışı, Güven ve Toplam Gelir

Serçin Şahin¹

Abstract

Firms hold buffer stocks such as capital stocks, inventories, liquid assets, and retained earnings to absorb the effects of uncertainties they face. However, the existence of such buffers affects both the performance of all the firms in the economy and the aggregate income. In this study, a stock-flow consistent system dynamics model is built to analyze these effects. Dynamic equilibrium solutions present that the presence of uncertainty decreases both aggregate firm profitability and aggregate income. Furthermore, the effects of a change in the sentiment of entrepreneurs and firm managers on the aggregate variables if the levels of buffer stocks were affected by this sentiment in the presence of uncertainty is analyzed. Simulation results show that a change in the sentiment index causes the aggregate income to change in the same direction.

Keywords: Uncertainty, Sentiments, Stock-Flow Consistent Modelling, System Dynamics.

Öz

Firmalar karşılaştıkları belirsizliğin olumsuz etkilerini bertaraf edebilmek için sabit sermaye, ürün envanterleri, likit varlıklar ve dağıılmamış karlar gibi çeşitli tampon stoklar tutarlar. Ancak bu tamponların mevcudiyetinin hem ekonomideki tüm firmaların performansı hem de toplam gelir üzerinde etkileri vardır. Bu çalışmada, bu etkileri analiz edebilmek için stok-akım tutarlı bir sistem dinamiği modeli kurulmuştur. Modelin dinamik denge çözümleri belirsizliğin toplam firma karlılığını ve toplam geliri düşürdüğünü ortaya koymaktadır. Öte yandan, belirsizlik altında girişimcilerin ve firma yöneticilerinin güvenlerinin bu tampon stokların düzeyini etkilemesi halinde, bu güvendeki bir değişimin ekonomi üzerindeki etkilerinin ne olacağı da araştırılmıştır. Simülasyon sonuçları güven endeksindeki bir değişimin, toplam gelirden aynı yönlü bir değişime yol açacağını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Belirsizlik, Güven, Stok-Akım Tutarlı Modelleme, Sistem Dinamiği.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: E21, E22, E23, E27

Submitted: 22 / 10 / 2021

Accepted: 29 / 01 / 2022

¹ Dr., Yıldız Technical University, Department of Economics, sesahin@yildiz.edu.tr , Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-0649-932X>

Introduction

In 1921, both Frank Knight in his *Risk, Uncertainty, and Profit* and Keynes in his *A Treatise on Probability* distinguished the concepts of risk and uncertainty. Knight referred to random events that can and cannot be represented with a probability distribution and used the term insurable risk for the first and uninsurable uncertainty for the latter (Dimand, 2021). According to him, this distinction is essential because uncertainty brings profit opportunities that would not exist in situations to which probability distributions can be assigned (Rakow, 2010). Although Keynes refers to the same phenomena as calculable and incalculable risk in his *Treatise*, he uses risk and uncertainty terms in his *General Theory* (1936) (Dimand, 2021). Keynes (1936) argues that it is not possible to represent future outcomes with a probability distribution because an exhaustive list of possible outcomes cannot be known, "black swans in the sense of Taleb (2010) are always possible" (Dimand, 2021). More recently, this distinction corresponds to the ergodic and non-ergodic processes in Post-Keynesians (Dunn, 2000). Davidson (1996) argues that even if economic agents' information about past and current events is perfect, this will not constitute a sufficient basis to form a probability distribution on the future events in non-ergodic processes.

In the presence of uncertainty, sentiments play an important role in decisions of economic agents. Because of the unknowability of the future, Keynes (1936) suggests that rational calculation can only in part justify the decisions and actions of economic agents (Marchionatti, 1999). Instead of objective calculations and optimization, economic agents form their expectations with extrapolation, and then, they complement them with what he calls animal spirits (Geiger, 2016). Animal spirits help solving the problem of decision-making under uncertainty, and they are particularly involved in long-term decisions (Franke, 2012). Pigou (1927) argued that investments are volatile because the expectation formation process of entrepreneurs is affected by their optimism and pessimism, namely, sentiments (Geiger, 2016). Schumpeter (1934) agrees that due to the absence of complete information regarding future, entrepreneurs have to rely on their sentiments along with calculations while making investment decisions (Marchionatti, 1999). Post-Keynesians even argue that animal spirits are economic agents' 'rational' response to fundamental uncertainty (Marchionatti, 1999).

As firms operate in a complex environment, uncertainty is present in all stages of the production process. Minsky and Kaufman (2008) argue that investors arrange their asset and liability structures to protect themselves against unfavorable events. Indeed, firms use buffering mechanisms to absorb the effects of uncertainties that might disrupt the production process. These buffers might take different forms towards the type of uncertainty they are built against. Firms hold capacity buffers against uncertainties such as machine breakdowns, discontinuities in capacity adjustment, or variability in the amount and composition of demand (Caputo, 1996, Caves et al., 1979). Firms hold raw material, semi-finished goods, and finished goods in inventories proportional to their sales (Tinbergen and Polak, 1950). Raw materials are needed for production, and the inability to procure them from suppliers or the market might cause a disruption in the production process. Semifinished products inventories are needed to prevent unforeseen factors from creating bottlenecks in the production process (Caputo, 1996). Finished goods inventories held against demand instability and the inflexibility of the production process (Whitin, 1952; Caves et al., 1979). Firms also hold liquid assets as a buffer stock against unexpected declines in cash flow, particularly when they have fixed commitments such as loan payments (Caves et al., 1979; Demir and Ersan, 2017; Doan et al., 2020; Baum et al., 2005). Apart from buffers on the asset side, firms hold retained earnings on the liability side to keep the company floating and make regular dividend payments in case of unexpected declines in profits (Cyert et al., 1996).

Some studies suggest that uncertainty is associated with a deterioration in firm performance. For example, using the economic uncertainty index developed by Ozturk and Sheng (2018), Doan et al. (2020) found that economic uncertainty has a negative effect on the return on equity (ROE) and return on assets (ROA) of small- and medium-sized enterprises in both developing and developed countries. Other studies used the economic policy uncertainty index developed by Baker et al. (2016). Among them, Iqbal et al. (2019) analyzed the effects of economic policy uncertainty on the performance of US-listed non-financial firms and found that uncertainty negatively affects ROE, ROA, and net profit margin. Garcia-Gomez et al. (2021) present similar results for US tourism firms. Feng et al. (2021) found that economic policy uncertainty negatively affects firm investment, employment, and revenues in China. The effects of buffers on firm performance are also analyzed in the literature. Using panel data analysis, Kovach et al. (2015) found that excess capacity and excess inventory reduce ROA of publicly-traded firms in the US. Doan et al. (2005) argue that holding more cash stock against uncertainty reduces firm performance as the proportion of firm resources used in profitable operations would decrease.

This study aims to investigate the effect of uncertainty on aggregate firm performance through buffer stock decisions. In particular, answers to two questions were sought. The first one is how the presence of uncertainty affects the aggregate firm balance sheet if firms hold buffer stocks in their assets and liabilities. The second one is how a change in the sentiments of entrepreneurs and firm managers affects firms' aggregate performance and aggregate income if the levels of buffers are functions of sentiments. To answer these questions, a stock-flow consistent system dynamics model is built, in which the level of excess capital stock, excess inventories, liquid assets, and retained assets held by business firms are

a function of the sentiment index. Then, the model is solved for both the presence of uncertainty and perfect information cases and the results are compared to see the effect of uncertainty. Finally, the model is simulated to observe the effects of an exogenous change in the sentiment index on aggregate variables.

The outline of the study is as follows: After this brief introduction, some brief information on the methodologies used in the paper is given. Section 2 presents the model. Section 3 presents the results and discussion. In the conclusion section, the findings of the study are summarized.

1. Methodology

In this study, a stock-flow consistent system dynamics model is built. In Stock-Flow Consistent (SFC) framework, each agent in an economy is represented with a balance sheet. Fund and goods flows between agents are recorded in accordance with accounting principles so that “everything comes from somewhere and goes to somewhere” (Godley and Lavoie, 2006). Then the model is simulated to understand the holistic behavior of the economy.

Similarly, System Dynamics (SD) is a methodology that tries to understand complex adaptive systems as a whole. In order to understand their dynamic behaviors, SD focuses on the structure of the systems, which consists of nonlinear causal feedback relationships (Sterman, 2000). Components of the systems can be either stocks or flows. Stocks can influence their own flows, which gives rise to feedback loops. Feedback loops can be either positive or negative. While positive loops amplify the effects of shock and work toward growing or destabilizing the system, negative loops work towards balancing the system or resist against change. The existence of time delays in the system gives rise to rich behavior such as overshooting and oscillations.

The SFC framework and SD methodology can complement each other and can be used to simulate the dynamic behavior of economic systems involving nonlinear relationships and significant time delays.

2. Model

There are three groups of agents in the model: households (h), firms (f), and banks (b). In order to focus on the dynamics resulting from firm behavior, the behaviors of households and banks are simplified. Furthermore, the price mechanism is excluded from the model and normalized the aggregate price level to 1.

The dynamic hypothesis is given in Figure 1.² The balance sheet and transaction matrices of the economy are given in Tables 1 and 2, respectively.³

2.1. Firms

Firms produce a homogenous good, demanded by households for consumption (C) and firms for investment (I). The aggregate demand (AD) is equal to the sum of consumption and investment (Equation 1).

$$AD = C + I \quad (1)$$

Firms base their production decisions on their perceived average aggregate demand (\overline{AD}), which adjusts to actual aggregate demand with a partial adjustment process over a period of T (Equation 2).

$$\frac{d}{dt} \overline{AD} = \frac{1}{T} (AD - \overline{AD}) \quad (2)$$

Firms observe the growth rate of the perceived average aggregate demand (g) over the past T periods (Equation 3). The expected growth rate of the perceived average aggregate demand (\overline{g}) is equal to the perceived average growth rate of the perceived average aggregate demand, which is updated with a partial adjustment process (Equations 4 and 5).

² In the figure, arrows between variables indicate a causal relationship. Plus and minus signs indicate the direction of causality. Double bars on the arrows indicate the existence of delays in the corresponding relationship.

³ Variables in the model can be either stock or flow, which are denoted with a boldface font and a regular font, respectively. Regarding stocks, sectors that hold them as an asset on their balance sheet are denoted with a subscript and sectors that hold them as a liability with a superscript. As for the flows, sectors for which the flow causes an increase in assets or a decrease in liabilities (use of funds) are denoted with a subscript; and sectors for which the flow causes an increase in liabilities or a decrease in assets (source of funds) with a superscript.

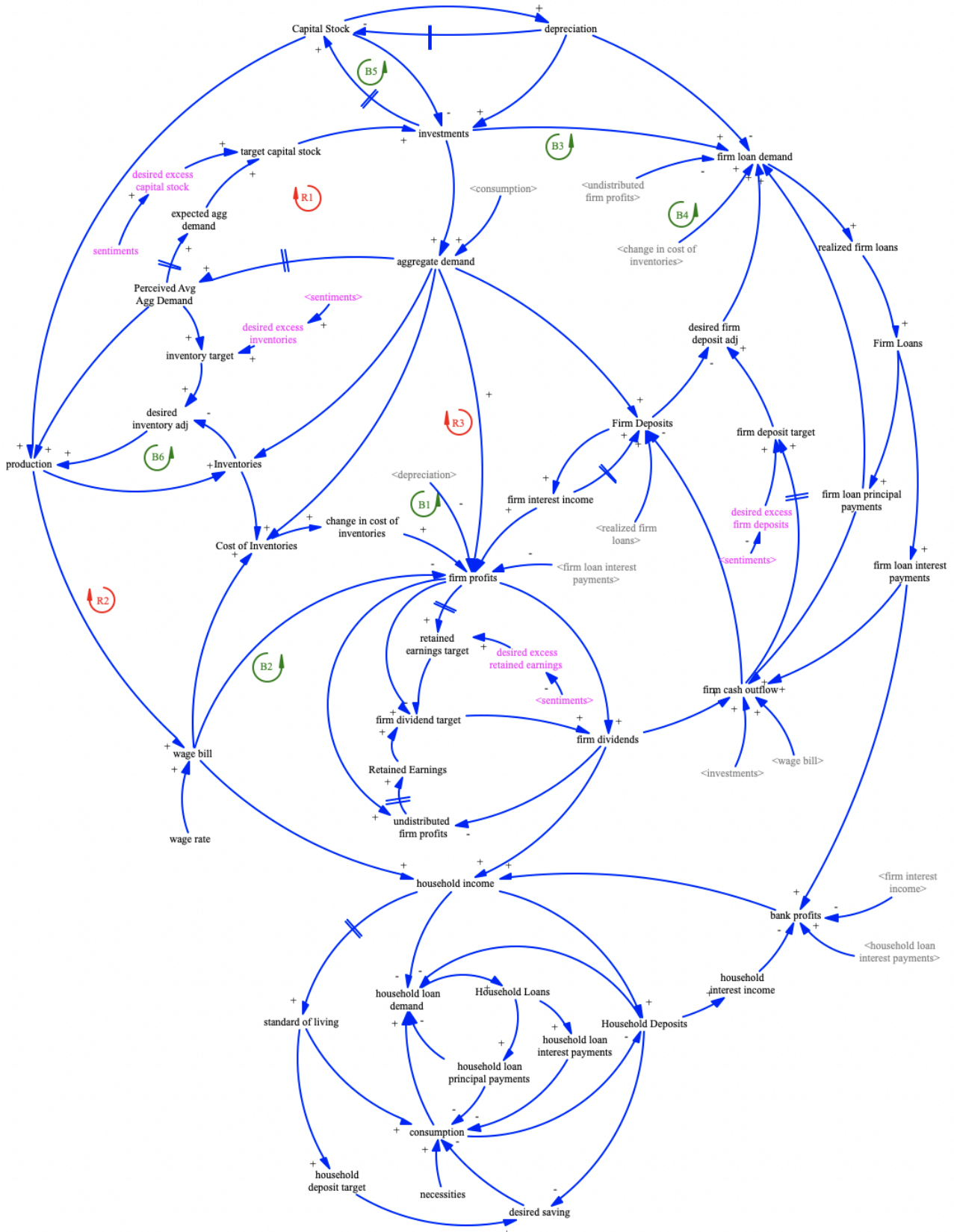


Figure 1. The Dynamic Hypothesis

Table 1. The Balance Sheet of the Economy

	Households	Firms	Banks	Σ
Capital		$+K$		$+K$
Inventories		$+IN$		$+IN$
Bank Deposits	$+DP_h$	$+DP_f$	$-DP^b$	0
Loans	$-LN^h$	$-LN^f$	$+LN_b$	0
Equities	$+EQ^h$	$-EQ^f$	$-EQ^b$	$-K - IN$
Σ	0	0	0	0

Table 2. The Transaction Matrix of the Economy

	Households	Firms		Banks	Σ
		Current	Capital		
Consumption	$-C$	$+C$			0
Investment		$+I$	$-I$		0
Amortization		$-\delta K$	$+\delta K$		0
Wages	$+WB$	$-WB$			0
Dividends	$+DV_h$	$-DV^f$		$-DV^b$	0
Undistributed Profits		$-UP^f$	$+UP^f$		0
INTEREST ON:					
Bank Deposits	$+r^{dp} DP_h$	$+r^{dp} DP_f$		$-r^{dp} DP^b$	0
Loans	$-r^{ln} LN^h$	$-r^{ln} LN^f$		$+r^{ln} LN_b$	0
CHANGE IN STOCKS OF:					
Bank Deposits	$-\frac{d}{dt} DP_h$		$-\frac{d}{dt} DP_f$	$+\frac{d}{dt} DP^b$	0
Loans	$+\frac{d}{dt} LN^h$		$+\frac{d}{dt} LN^f$	$-\frac{d}{dt} LN_b$	0
Inventories		$+\frac{d}{dt} IN$	$-\frac{d}{dt} IN$		0
Equities	$-\frac{d}{dt} EQ_h$		$+\frac{d}{dt} EQ^f$	$+\frac{d}{dt} EQ^b$	0
Σ	0	0	0	0	0

$$g = \frac{AD}{AD} - 1 \quad (3)$$

$$\frac{d}{dt} \bar{g} = \frac{1}{T} (g - \bar{g}) \quad (4)$$

$$E[\bar{AD}] = (1 + \bar{g}) \bar{AD} \quad (5)$$

Since production takes time, firms target holding a multiple of the perceived average aggregate demand in inventories (Equation 6).

$$\hat{m} = (1 + \iota) \bar{AD} \quad (6)$$

Here, ι is the excess inventory target coefficient, which indicates how much excess inventories firms want to hold as a buffer due to the inability to predict the aggregate demand with precision in the presence of uncertainty. Since firms would be willing to hold more inventories when they are more optimistic about the future of aggregate demand, this coefficient is a positive function of the sentiment index (SI) (Equation 7). The sentiment index measures the optimism of entrepreneurs and firm managers about the future of the economy and is assumed to take values between 0 and 2, with a normal value of 1.

$$\iota = \bar{\iota}(SI)^\gamma \quad (7)$$

Here, $\bar{\iota} > 0$ is the normal level of excess inventory target coefficient when sentiment index equals 1, and $\gamma > 0$ is the sensitivity parameter. Firms desire to reach their inventory target over a period of T . Therefore, firms' desired production (\widetilde{PD}) equals the perceived average aggregate demand plus the inventory adjustment (Equation 8).

$$\widetilde{PD} = \overline{AD} + \frac{1}{T}(\mathbf{in} - \mathbf{in}) \quad (8)$$

Firms use capital (K) and labor (L) as inputs in the production process. These inputs are assumed to be complementary so that the aggregate production technology can be represented with a Leontief production function (Equation 9).

$$f[PD] = \min[\alpha K, \beta L] \quad (9)$$

Here, α is the productivity of capital and β is the productivity of labor. The labor supply is assumed to be infinitely elastic at the current wage rate, w , which is exogenous to the model. Then, firms hire labor just enough to produce the planned production, and wage bill (WB) is the total amount paid to the labor hired (Equations 10 and 11).

$$L = \frac{\widetilde{PD}}{\beta} \quad (10)$$

$$WB = wL \quad (11)$$

However, firms cannot change the amount of capital they have immediately; it is fixed for the current period. Therefore, the amount of capital determines the firms' production capacity (Equation 12).

$$PD = \min\left[\frac{K}{\alpha}, \widetilde{PD}\right] \quad (12)$$

The change in inventories is equal to the difference between the aggregate demand and production level (Equation 13).

$$\frac{d}{dt}\mathbf{in} = PD - AD \quad (13)$$

Inventories are recorded with their costs on the balance sheet (Godley and Lavoie, 2006). The change in the cost of inventories is equal to the wage bill paid for production in the current period and the cost of goods sold (Equation 14).

$$\frac{d}{dt}\mathbf{IN} = wPD - \frac{\mathbf{IN}}{\mathbf{in}}AD \quad (14)$$

Firms target holding enough capital to meet the expected aggregate demand; therefore, they invest in capital. Due to uncertainty in aggregate demand, firms hold an excess amount of capital, the value of which is a function of the sentiment index (Equations 15 and 16).

$$\widehat{K} = \frac{(1 + \epsilon)}{\alpha} E[\overline{AD}] \quad (15)$$

$$\epsilon = \bar{\epsilon}(SI)^\gamma \quad (16)$$

Here, ϵ is the excess capital coefficient; $\bar{\epsilon} > 0$ is the normal level of excess capital coefficient when the sentiment index is equal to 1, and γ is the sensitivity parameter.

Firms desire to invest in capital (\dot{I}) to reach the capital target over a period of T , in addition to replacing the depreciated capital (Equation 15).

$$\dot{I} = \frac{1}{T}(\widehat{K} - K) + \delta K \quad (17)$$

Here, $\delta > 0$ is the depreciation rate of capital.

As the price of the product is normalized to 1, firms' revenues from sales are equal to the aggregate demand. In addition to sales revenues, firms receive interest income on their deposits from banks. On the other hand, the cost of products sold

equals the wage bill minus the change in inventories (Godley and Lavoie, 2006). Amortization and interest paid on loans are other costs of the firm. Firms' profit is the difference between their revenues and costs (Equation 18).

$$\pi = [AD + r^{\ln} \mathbf{DP}_f] - \left[\left(\mathbf{WB} - \frac{d}{dt} \mathbf{IN} \right) + \delta \mathbf{K} + r^{\ln} \mathbf{LN}^f \right] \quad (18)$$

Firms want to retain some of their earnings against rainy days. Firms target holding a multiple of their perceived average profits ($\bar{\pi}$), which adjusts to actual profits with a partial adjustment mechanism over a period of T (Equation 19 and 20).

$$\frac{d}{dt} \bar{\pi} = \frac{1}{T} (\pi - \bar{\pi}) \quad (19)$$

$$\widehat{\mathbf{RE}} = \rho \bar{\pi} \quad (20)$$

Here, ρ is the retained earnings target coefficient. Firms would want to hold more retained earnings when their expectations about the future state of the economy deteriorate. Therefore, this coefficient is a negative function of the sentiment index (Equation 21).

$$\rho = \bar{\rho} (\mathbf{SI})^{-\gamma} \quad (21)$$

Here, $\bar{\rho} > 0$ is the normal retained earnings target coefficient when the sentiment index is equal to 1, and γ is the sensitivity parameter. Firms desire to reach this retained earnings target over a period of T. On the other hand, they also want to stabilize the dividends they distribute over time (Lintner, 1958; Dobrovolsky, 1958). Therefore, the desired dividends (\widehat{DV}^f) reach target dividend (\widehat{DV}^f) over a period of T (Equation 22 and 23). If the current level of profits is below the target level of dividend, they can use retained earnings (Çağırır-Tuncer and Ulusoy, 2017). However, realized dividends (DV^f) cannot exceed the sum of the actual level of retained earnings and profits (Equation 24).

$$\widehat{DV}^f = \max \left[\bar{\pi} - \frac{1}{T_1} (\widehat{\mathbf{RE}} - \mathbf{RE}), 0 \right] \quad (22)$$

$$\frac{d}{dt} \widehat{DV}^f = \frac{1}{T} (\widehat{DV} - \widehat{DV}^f) \quad (23)$$

$$DV^f = \min [\max (\mathbf{RE} + \pi, 0), \widehat{DV}^f] \quad (24)$$

Then, undistributed profits (UP^f), which are also equal to the change in the retained earnings, equal the difference between actual profits and realized dividends (Equation 25).

$$UP^f = \frac{d}{dt} \mathbf{RE} = \pi - DV^f \quad (25)$$

Furthermore, firms are also required to make principal and interest payments on their outstanding loans (LP^f). Therefore, wage bill, dividends, investment, and loan payments constitute their total cash outflow (Equation 26).

$$CO^f = \mathbf{WB} + DV^f + LP^f + I \quad (26)$$

Due to uncertainties, firms want to hold some cash in their bank deposits. Firms target holding a multiple of their perceived average cash outflow, which adjusts to the actual cash outflow with a partial adjustment mechanism over a period of T (Equations 27 and 28).

$$\frac{d}{dt} \bar{CO}^f = \frac{1}{T} (CO^f - \bar{CO}^f) \quad (27)$$

$$\widehat{\mathbf{DP}}_f = \lambda \bar{CO}^f \quad (28)$$

Here, λ is the firm deposit target coefficient. Firms would want to hold more in bank deposits when their expectations about the future state of the economy deteriorate. Therefore, λ is a negative function of the sentiment index (Equation 29).

$$\lambda = \bar{\lambda} (\mathbf{SI})^{-\gamma} \quad (29)$$

Here, $\bar{\lambda}$ is the normal firm deposit target coefficient when the sentiment index is equal to 1, and γ is the sensitivity parameter. Firms want to adjust the level of their bank deposits to the target level (\widehat{DC}_f) over a period of T (Equation 30).

$$\widehat{DC}_f = \frac{1}{T} (\widehat{\mathbf{DP}}_f - \mathbf{DP}_f) \quad (30)$$

Firms demand loans from banks (LD^f) equal to the difference between cash outflows and cash inflows, in case this difference is positive (Equation 31).

$$LD^f = \left[I + \frac{d}{dt} \mathbf{IN} + \widehat{D}C_f + \varphi LN^f \right] - [\delta \mathbf{K} + UP^f] \quad (31)$$

Firms' equity is equal to the sum of a fixed paid-up capital (\mathbf{PC}^f) and retained earnings (Equation 32).

$$\mathbf{EQ}^f = \mathbf{PC}^f + \mathbf{RE}^f \quad (32)$$

Firms' leverage (LV) is calculated as the ratio of liabilities to equity (Equation 33).

$$LV = \frac{LN^f + \mathbf{EQ}^f}{\mathbf{EQ}^f} \quad (33)$$

Firms' return on equity (ROE) is calculated as the ratio of firm profits to equity (Equation 35).

$$ROE = \frac{\pi^f}{\mathbf{EQ}^f} \quad (34)$$

Finally, firms' return on assets (ROA), is calculated as the ratio of firm profits to their assets (Equation 34).

$$ROA = \frac{\pi^f}{\mathbf{K} + \mathbf{IN} + \mathbf{DP}_f} \quad (35)$$

2.2. Households

Households receive wages (WB^f) from firms and interest income on their deposits from banks. As they own firms and banks, their profits accrue to households in the form of dividends (DV^f, DV^b). (Equation 36)

$$Y_h = WB^f + DV^f + DV^b + r^{dp} \mathbf{DP}_h \quad (36)$$

As the government is excluded from the model, there is no tax, and household disposable income equals their income (Equation 37).

$$YD_h = Y_h \quad (37)$$

Households' behaviors are based on their standard of living. The standard of living is assumed to be determined by their perceived average disposable income (\overline{YD}_h), which adjusts to their actual disposable income with a partial adjustment mechanism over a period of T (Equation 38).

$$\frac{d}{dt} \overline{YD}_h = \frac{1}{T} (YD_h - \overline{YD}_h) \quad (38)$$

Households target holding a multiple (ϖ) of their standard of living as their wealth (Equation 39). Households are assumed to preserve their wealth only in the form of bank deposits (Equation 40).

$$\widehat{W}_h = \varpi \overline{YD}_h \quad (39)$$

$$\widehat{W}_h = \widehat{DP}_h \quad (40)$$

Households desire to save (\tilde{S}) out of their disposable income to close the gap between their target and actual levels of bank deposits over a period of T (Equation 41).

$$\tilde{S} = \frac{1}{T} (\widehat{DP}_h - \mathbf{DP}_h) \quad (41)$$

Households also have to make payments on their loans (LP^h). Consumption demand (C) equals the perceived average disposable income remaining after desired saving and loan payments. However, a minimum amount of consumption for survival is assumed to be necessary for households. These are called necessities (CN), and consumption demand cannot be less than this amount (Equation 42).

$$C = \max[(\overline{YD}_h - \tilde{S} - LP^h), CN] \quad (42)$$

Households' total spending (TS^h) equals the sum of consumption and loan payments (Equation 43). Realized saving (S) is the difference between household disposable income and total spending (Equation 44).

$$TS^h = C + LP^h \quad (43)$$

$$S = \overline{YD}_h - TS^h \quad (44)$$

Households are assumed to be willing to pay their debt as soon as possible. Hence, if realized saving is positive, households first repay their loans and deposit the remaining amount, if any. If realized saving is negative, households first use their deposits for expenditures. In case their deposits are not sufficient, they demand consumer loans from banks for the remaining amount (Equation 45).

$$LD = \begin{cases} \min[S, (1 - \varphi)LN^h] & , \text{if } S > 0 \\ \min[(S + DP_h), 0] & , \text{otherwise} \end{cases} \quad (45)$$

2.3. Banks

Banks issue deposits to households and firms and grants loans to them. Banks are assumed to grant all the loans demanded by households and firms (Equation 46).

$$LR_b = LD_f + LD_h \quad (46)$$

Bank loans are amortized loans. The principal is paid at a fixed rate (φ) of the outstanding loans (Equation 47). Total loan payments due equals the sum of principal payments due and interest payments due (Equations 48 and 49).

$$\widetilde{PP} = \varphi LN \quad (47)$$

$$\widetilde{IP} = r^{ln} LN \quad (48)$$

$$\widehat{LP} = \widetilde{PP} + \widetilde{IP} \quad (49)$$

Here, φ is the loan principal payment rate, and r^{ln} is the loan interest rate. The deposit interest rate is assumed to be exogenous to the model, and banks determine the loan interest rate with a markup over the deposit interest rate (Equation 50).

$$r^{ln} = (1 + \mu)r^{dp} \quad (50)$$

Banks collect loan payments and pay interest on deposits. Banks' profits are equal to the difference between loan interest payments and deposit interest payments. As banks are owned by households, they distribute all the profits to households in the form of dividends (Equation 51).

$$DV^b = r^{ln}(LN^f + LN^h) - r^{dp}(DP_f + DP_h) \quad (51)$$

3. Dynamic Equilibrium

The dynamic equilibrium is the state in which all stocks and flows in the economy are constant. First, the dynamic equilibrium conditions for the presence of uncertainty case are solved, then the dynamic equilibrium conditions for the perfect information case are derived as a special case of the former.

In what follows, the dynamic equilibrium values of variables are indicated with a single star superscript in the presence of uncertainty case and with a double star superscript in the perfect information case.

3.1. The Presence of Uncertainty

First of all, aggregate demand is constant and equal to the perceived average aggregate demand and expected aggregate demand (Equation 52).

$$AD^* = E[AD] = \overline{AD} \quad (52)$$

As inventories are constant, production equals aggregate demand, and inventories are equal to their target (Equations 53, 54, and 55).

$$PD^* = AD^* \quad (53)$$

$$in^* = (1 + \iota)AD^* \quad (54)$$

$$IN^* = w(1 + \iota)AD^* \quad (55)$$

As capital stock is constant and equal to its target, investment is equal to depreciation (Equations 56 and 57).

$$K^* = \frac{(1 + \varepsilon)}{\alpha} AD^* \quad (56)$$

$$I^* = \frac{(1 + \varepsilon)\delta}{\alpha} AD^* \quad (57)$$

Household income is constant and equal to their standard of living and consumption. Household deposits are at their target level. As household income is the total of the wage bill, dividends, and interest income (Equation 36), consumption can be written as a function of the wage bill, profits, and deposit interest income. If this is substituted in the aggregate demand equation (Equation 1), firm profits can be written as in Equation 58.

$$\pi^{f*} = \left[\left(1 - \frac{(1 + \varepsilon)\delta}{\alpha} \right) (1 - \varpi r^{dp}) - \frac{w}{\beta} \right] AD^* \quad (58)$$

If Equation 58 is substituted in the aggregate income equation (Equation 1), household income can be written as in Equation 59. Moreover, household deposits are equal to their wealth target (Equation 60), and household loans are equal to zero.

$$Y^* = \overline{YD}^* = \left[1 - \frac{(1 + \varepsilon)\delta}{\alpha} \right] AD^* \quad (59)$$

$$DP^{h*} = \varpi \left[1 - \frac{(1 + \varepsilon)\delta}{\alpha} \right] AD^* \quad (60)$$

As the firm loan stock is constant, realized firm loans equal firm loan principal payments (Equation 61).

$$LR^{f*} = \varphi LN^{f*} \quad (61)$$

Even though bank profit could be equal to any number, for the sake of simplicity, bank profits are assumed to be zero. Furthermore, household loans are equal to zero at the dynamic equilibrium. When these are substituted in the bank profit equation (Equation 51), the dynamic equilibrium level of firm loans can be written as a function of household and firm deposits (Equation 62).

$$LN^{f*} = \frac{(DP^{f*} + DP^{h*})}{1 + \mu} \quad (62)$$

As bank deposits are equal to their target value in the dynamic equilibrium, when the values of cash outflow items are substituted in Equation 26, firm deposits can be written as in Equation 63.

$$DP^{f*} = \frac{\rho [\alpha(1 + \mu) + \varpi\varphi(\alpha - \delta(1 + \varepsilon))]}{\alpha[(1 + \mu)(1 + \lambda r^{dp}) - \lambda\varphi]} AD^* \quad (63)$$

Finally, firm retained earnings are at their target level (Equation 64).

$$RE^{f*} = \rho \left[\left(1 - \frac{(1 + \varepsilon)\delta}{\alpha} \right) (1 - \varpi r^{dp}) - \frac{w}{\beta} \right] AD^* \quad (64)$$

3.2. Perfect Information

If there is no uncertainty about the future, firms do not hold any excess capacity and inventories. Furthermore, firm deposits and retained earnings are equal to zero. In our model, this situation corresponds to the case in which parameters ε , ι , λ , ρ are all zero.

$$K^{**} = \frac{\varepsilon}{\alpha} AD^{**} \quad (65)$$

$$IN^{**} = wAD^{**} \quad (66)$$

$$\pi^{f**} = \left[\left(1 - \frac{\delta}{\alpha} \right) (1 - \varpi r^{dp}) - \frac{w}{\beta} \right] AD^{**} \quad (67)$$

$$Y^{**} = \overline{YD}^{**} = \left[1 - \frac{\delta}{\alpha} \right] AD^{**} \quad (68)$$

$$DP^{h**} = \varpi \left[1 - \frac{\delta}{\alpha} \right] AD^{**} \quad (69)$$

$$LN^{f**} = \frac{\varpi}{1 + \mu} \left[1 - \frac{\delta}{\alpha} \right] AD^{**} \quad (70)$$

4. Results

The model is simulated for different scenarios. In each simulation the time unit is chosen as quarters and the model is simulated for 1000 periods. The aggregate demand is normalized to 1 in both uncertainty and perfect information cases for easier comparison ($AD^* = AD^{**} = 1$). Other parameters are calibrated with reasonable values, as given in Table 3.

4.1. Comparison of the Perfect Information and the Presence of Uncertainty Cases

The model is simulated for the dynamic equilibriums of uncertainty and perfect information cases. Values of the key variables in both scenarios are given in Table 4.

In both cases, aggregate production equals aggregate demand, which is 1. However, as firms hold more capital in the presence of uncertainty to make the same level of production, depreciation is higher. Even though investments are higher to replace the depreciated capital, profits are lower due to the increase in firm saving in the form of amortization expenses. As a result, aggregate income is lower, which causes lower standard of living, wealth, and consumption levels for households. Therefore, the welfare of households is lower in the presence of uncertainty.

Moreover, the presence of uncertainty lowers firms' performance in terms of the value they generate for their investors comparing to the sources invested. Firms' funding requirements increase with the increased holdings of fixed capital, inventories, and bank deposits. Even though part of the increase in assets are funded through additional bank loans, firm equity also increases in the form of both paid capital and retained earnings. As a result, firm leverage decreases. Furthermore, with the effect of decreased profits and increased assets, return on assets decreases. As the return on equity equals the multiplication of firm leverage and return on assets, firms' aggregate return on equity decreases in the presence of uncertainty.

Table 3. Parameter Values

Parameter	Value
AD^*, AD^{**}	1
α	0.25
β	1
ι	1
ε	0.1
ρ	1
λ	4
w	0.75
δ	0.025
φ	0.05
ϖ	8
CN	0.2
r^{dp}	0.005
μ	1
T	6

Table 4. Values of Key Variables in Simulation Runs

Variable	Perfect Information	Uncertainty
PD	1	1
K	4	4.4

<i>in</i>	1	2
<i>IN</i>	0.75	1.5
<i>DP_f</i>	0	1.21443
<i>LN^f</i>	3.6	4.16722
<i>RE</i>	0	0.4176
<i>PC</i>	1.15	2.52962
<i>EQ^f</i>	1.15	2.94722
<i>I</i>	0.1	0.11
<i>δK</i>	0.1	0.11
<i>LR_f</i>	0.18	0.208361
<i>PP^f</i>	0.18	0.208361
<i>IP^f</i>	0.036	0.0416722
<i>WB^f</i>	0.75	0.75
<i>DV^f</i>	0.114	0.1044
<i>LV_f</i>	4.13043	2.41395
<i>ROA_f</i>	0.024	0.0146744
<i>ROE_f</i>	0.0991304	0.0354233
<i>DV^b</i>	0	0
<i>Y</i>	0.9	0.89
<i>DP_h</i>	7.2	7.12
<i>LN^h</i>	0	0

4.2. A Change in the Level of Sentiment Index in the Presence of Uncertainty

In this subsection, the effect of a change in the sentiment index on aggregate income, investment, and leverage in the presence of uncertainty is analyzed. In each scenario, the simulation started at the dynamic equilibrium under uncertainty. Then, at period 100, an exogenous shock was given to the sentiment index. Particularly, the effects of 0.25 and 0.50 drops and rises in the sentiment index on the aggregate variables are observed. The simulation results are shown in Figures 2 and 3. The dynamic equilibrium case is also shown in graphs for easier comparison.

An increase in the sentiment index means that firms are more optimistic regarding the future course of the economy, and they are willing to be prepared for a higher level of aggregate demand. The immediate effect of an increase in the sentiment index is the increase in the buffer capital stock and buffer inventories. First off, investments increase to reach the new target level of capital stock, and therefore the aggregate demand increases, reinforcing the increases in investments (R1). Simultaneously, firms increase production using their existing excess capacities to meet the increased investment demand and desired inventory adjustment. The increase in production increases household income through the wage bill, increasing household consumption and, therefore, aggregate demand (R2). Increased aggregate demand increases firms' profits and, therefore, firm dividend payments, reinforcing the increase in household income, consumption, and aggregate demand (R3).

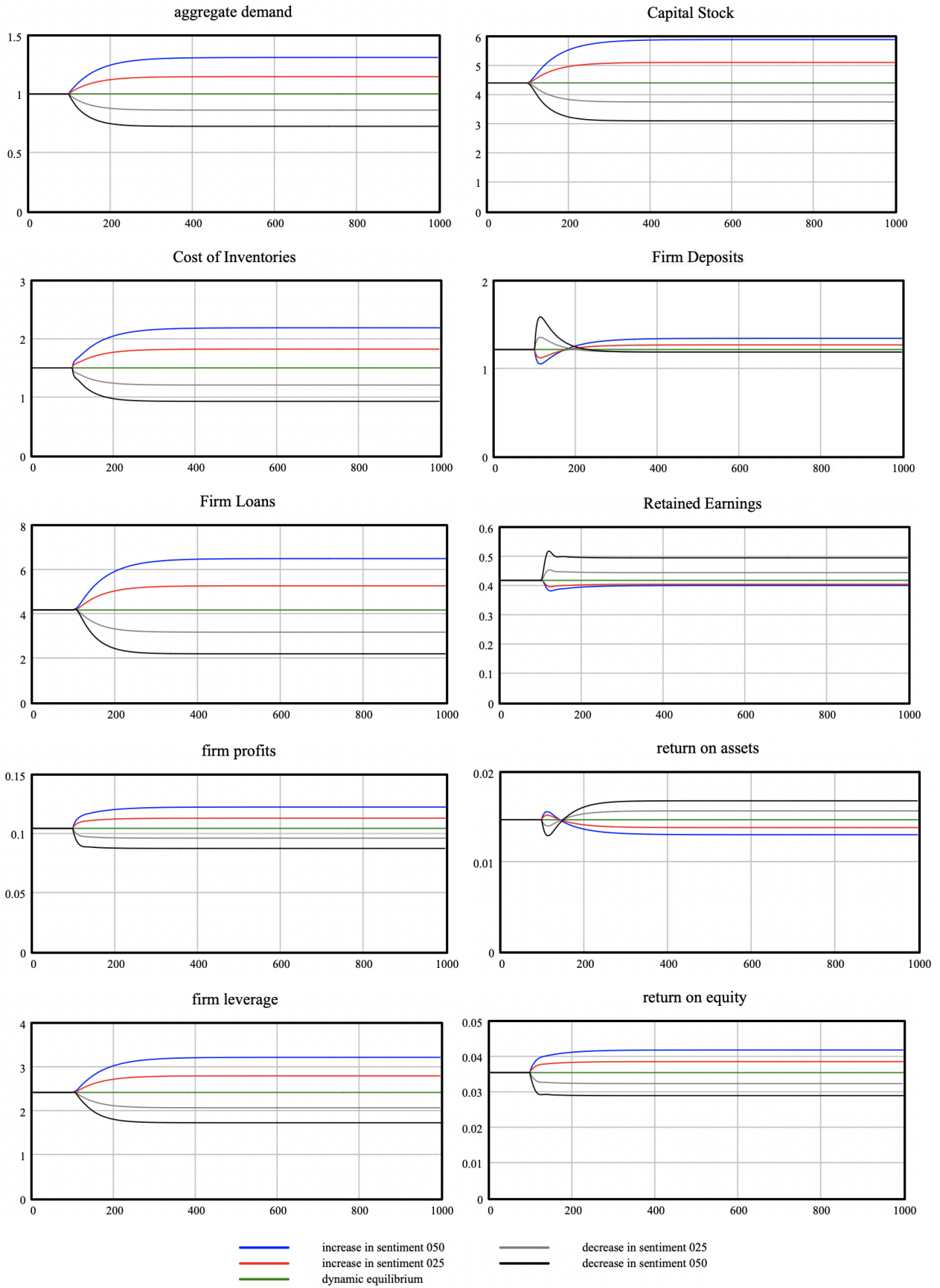


Figure 2. The Effect of a Change in the Sentiment Index on Firm Variables

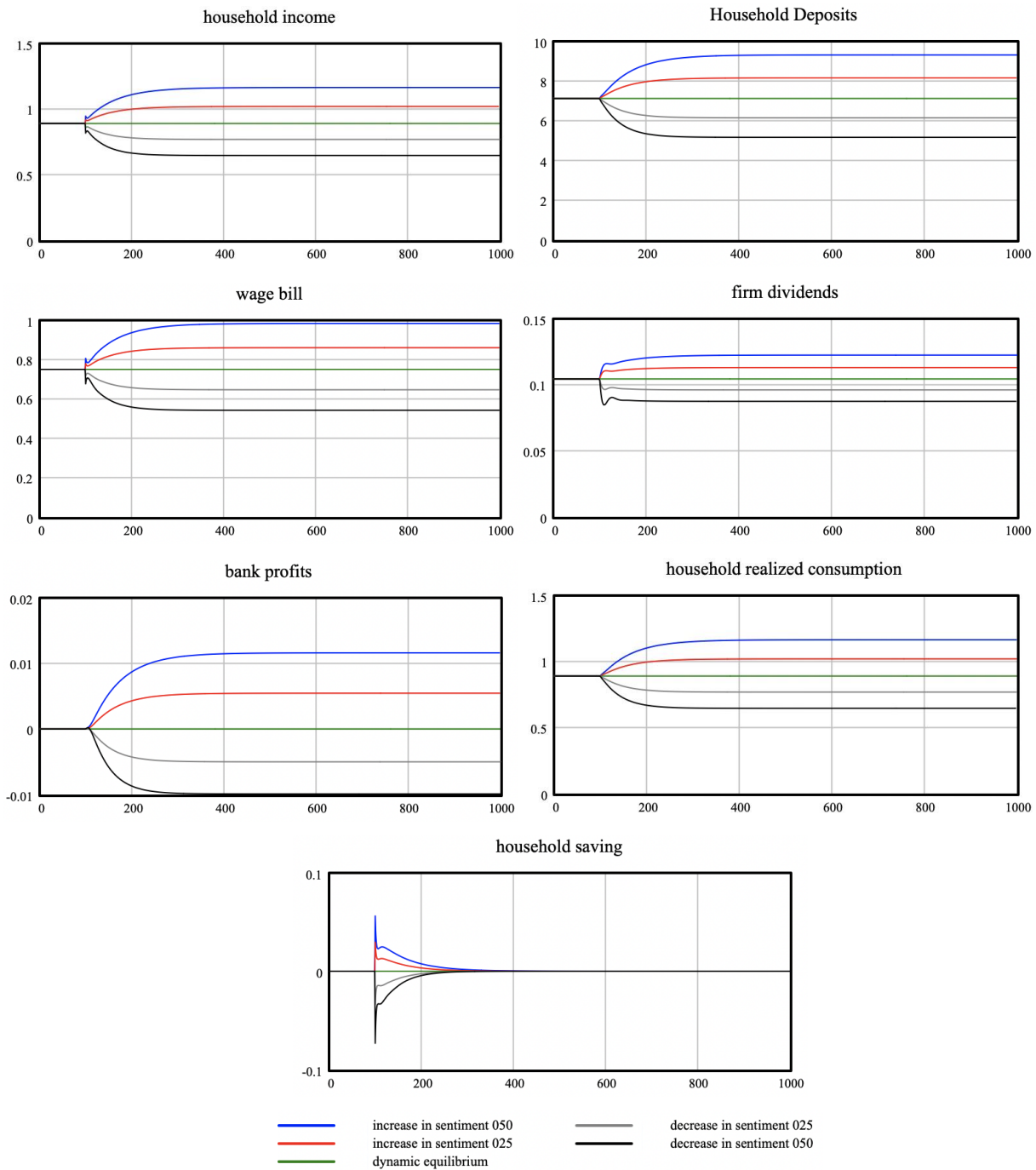


Figure 3. The Effect of a Change in the Sentiment Index on Household Variables

Two other immediate effects of the increase in the sentiment index are the decrease in the target level of firm deposits and the target level of retained earnings. These two changes have opposing effects on firms' cash balance. As a result of the decrease in the target level of firm deposits, some part of the cash outflow can be met from the decrease in firm deposits. On the other hand, the decrease in firm retained earnings target causes an increase in firm dividend payments and a decrease in undistributed profits, which increases cash outflow. Since the latter effect dominates, cash balance deteriorates, and therefore, loan demand increases. Firms' loan stock, hence, firms' loan principal and interest payments due increase accordingly.

Negative feedback loops are working in the background as well. With the increase in capital stock, depreciation increases, which puts negative pressure on firm profits (B1). Supporting this effect, the increased wage bill resulting from the increase in production reduces profits (B2). Finally, the increase in funding requirement with the increased level of investments (B3) and the increased cost of inventories (B4) causes an increase in the firm loan stock, decreasing firm profits with the increase in the firm loan interest payments. As these negative feedback loops gain power with the increases in the capital stock and inventories, firm profits level off. On the other hand, with the capital stock being closer to its target level (B5)

and the inventories being closer to its target level (B6), the increase in production and, therefore, wage bill slows down, which slows down the increase in the aggregate household income. Eventually, the effects of balancing feedback loops neutralize the effects of positive feedback loops, and the aggregate income and aggregate demand stabilize at higher levels than the dynamic equilibrium.

An overshooting behavior is observed in firm deposits and retained earnings. The firm deposit target coefficient decreases with the increase in the sentiment index. Therefore, part of the cash outflow resulting from increased investments and cost of inventories is met from the firm deposits, and firm deposits decrease for a while. However, with the decrease in the retained earnings target and increased profits, firm dividend target increases, and firm dividends are soon adjusted to higher levels. In addition, with the increase in firm investments due to higher capital stock, increase in wage bill due to higher levels of production, and increase in firm loan principal and interest payments due to higher firm loan stock, the cash outflow increases. As the increase in cash outflows dominates over the effect of the decrease in the firm deposit coefficient, the firm deposit target starts to increase once again, until balancing slightly above its dynamic equilibrium level, eventually.

Similar behavior is observed in firms' retained earnings. The retained earnings target coefficient decreases with the increase in the sentiment index. However, with the increased profits but lagging dividends, undistributed profits turn positive, and retained earnings increase for a short period of time. As dividends adjust to the higher levels of the firms' dividends target, undistributed profits turn negative, and retained earnings start to decrease. On the other hand, the level of retained earnings target starts to increase once again with the increase in firm profits. Firm dividends target and dividends decrease accordingly. Undistributed profits turn positive, and retained earnings start to increase once again until leveling off below their dynamic equilibrium level.

The dynamics of firms' return on equity is influenced by firms' leverage and firms' return on assets. While firm equity decreases due to the decrease in firms' retained earnings, firms' total liabilities increases. Therefore, firm leverage increases. On the other hand, firms' return on assets increases at the beginning due to the fact that firm profits increase faster than firm total assets. However, as depreciation expenses increase with the increase in the fixed capital stock and the loan interest payments increase with the increasing firm loan stock, profits increase more slowly than the increase in firm total assets. Therefore, return on assets start to fall until balancing slightly below its dynamic equilibrium level. This means that firms cannot use their assets as efficiently as before. However, due to the dominating effect of firm leverage, almost a smooth increase in firms' return on equity is observed.

When it comes to banks, their profits increase with the increase in firm loan stock and the decrease in firm deposits. As a result of all the aforementioned effects, household income, standard of living, and consumption increase. Therefore, an increase in the sentiment index increases the welfare of households.

As Figures 2 and 3 suggest, the dynamics resulting from a decrease in the sentiment index is the mirror image of that of the increase in the sentiment index.

Conclusion

In order to deal with uncertainty, firms hold different kinds of buffers as their assets and liabilities. In this study, a stock-flow consistent system dynamics model is built to investigate how uncertainty and sentiments affect the aggregate firm performance and aggregate income through buffers firms hold.

The simulation results of our model have shown that the presence of uncertainty decreases aggregate firm efficiency and profitability in the dynamic equilibrium. Namely, in order to make the same level of production, firms use more resources under uncertainty. As a result of the higher fixed capital stock, depreciation is higher, requiring a higher proportion of aggregate production to be allocated to investments to maintain the capital stock. Aggregate profits are lower because of the amortization allowances; therefore, aggregate income, household standard of living, household wealth, and consumption are lower in the dynamic equilibrium under uncertainty. On the other hand, in the presence of uncertainty, an increase (decrease) in the level of the sentiment index causes an increase (decrease) in the aggregate income, leverage, and return on equity. However, the return on assets is lower (higher) in the new equilibrium because of the increases (decreases) in the depreciation expenses and loan interest payments. Therefore, the resource efficiency of firms decreases (increases) in the presence of uncertainty.

These results point out to the fact that the presence of uncertainty causes a reduction in the performance of the economy. While it is impossible to establish a business environment with perfect foresight, policymakers can improve the macroeconomic performance with policy and regulations that make the future course of the economy more foreseeable.

References

- Baker, S.R., Bloom, N., and Davis, S.J. (2016). Measuring economic policy uncertainty. *The Quarterly Journal of Economics*, No.131, pp.1593-1636.
- Baum, C.F., Caglayan, M., Ozkan, N., and Talavera, O. (2006). The impact of macroeconomic uncertainty on non-financial firms' demand for liquidity. *Review of Financial Economics*, Vol.15, No.4, pp.289-304. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.rfe.2006.01.002>
- Caves, R.E., Jarrett, J.P., and Loucks, M.K. (1979). Competitive conditions and the firm's buffer stocks: an exploratory analysis. *The Review of Economics and Statistics*, Vol.61, No.4, Doi: <https://doi.org/10.2307/1935780>
- Caputo, M. (1996). Uncertainty, flexibility and buffers in the management of firm operating system. *Production Planning and Control*, Vol.7, No.5, pp.518-528.
- Cyert, R., Kang, S., and Kumar, P. (1996). Managerial objectives and firm dividend policy: a behavioral theory and empirical evidence. *Journal of Economic Behavior and Organization*, Vol.31, pp.157-174.
- Çağırın-Tuncer, S, and Ulusoy, Y. (2017). Yedek akçeler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Vol.19, Special Issue: Prof.Dr. Şeref ERTAŞ'a Armağan, pp.1971-1996.
- Davidson, P. (1996). Reality and economic theory. *Journal of Post Keynesian Economics*, No.18, pp.479-508.
- Demir, E., and Ersan, O. (2017). Economic policy uncertainty and cash holdings: Evidence from BRIC countries. *Emerging Markets Review*, No.33, pp.189-200.
- Dimand, R.W. (2021). Keynes, Knight, and fundamental uncertainty: a double centenary 1921-2021. *Review of Political Economy*, Vol.33, No.4, pp.570. Doi: <https://doi.org/10.1080/09538259.2021.1924>
- Doan, A-T, Le, A-T, and Tran, Q. (2020). Economic uncertainty, ownership structure and small and medium enterprises performance. *Australian Economic Papers*, No.59, pp.102-137. <https://doi.org/10.1111/1467-8454.12174>
- Dobrovolsky, S.P. (1958). Economics of corporate internal and external financing. *The Journal of Finance*, Vol.13, No.1, pp.35-47.
- Dunn, S.P. (2000). Fundamental uncertainty and the firm in the long run. *Review of Political Economy*, Vol.12, No.4.
- Franke, R. (2012). Microfounded animal spirits in the new macroeconomic consensus. *Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics*, Vol.16, No.4, Doi: <https://www.doi.org/10.1515/1558-3708.1898>
- Garcia-Gomez, C.D., Demir, E., Chen, M.H., and Diez-Esteban, J.M. (2021). Understanding the effects of economic policy uncertainty on US tourism firms' performance. *Tourism Economics*. <https://doi.org/10.1177/1354816620983148>
- Geiger, N. (2016). Psychological elements in business cycles theories: old approaches and new insights. *The European Journal of the History of Economic Thought*, Vol.23, No.3, pp.478-507.
- Godley, W. and Lavoie, M. (2006). *Monetary economics: an integrated approach to credit, money, income, production, and wealth*. Springer.
- Iqbal, U., Gan, C., and Nadeem, M. (2020). Economic policy uncertainty and firm performance. *Applied Economic Letters*, Vol.27, No.10, pp.765-770.
- Keynes, J.M. (1921). *A treatise on probability*. London: Macmillan.
- Keynes, J.M. (1936). *The general theory of employment, interest, and money*. London: Macmillan.
- Knight, F.H. (1921). *Risk, uncertainty, and profit*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kovach, J.J., Hora, M., Manikas, A., and Patel, P.C. (2015). Firm performance in dynamic environments: The role of operational slack and operational scope. *Journal of Operations Management*, Vol.37, pp.1-12.
- Lintner, J. (1956). Distribution of incomes of corporations among dividends, retained earnings, and taxes. *The American Economic Review*, Vol.46, No.2, pp.97-113.
- Marchionatti, R. (1999). On Keynes' animal spirits. *Kyklos*, Vol.52, No.3, pp.415-439.
- Minsky, H.P., and Kaufman, H. (2008). *Stabilizing an unstable economy* (Vol.1). New York: McGraw-Hill.
- Ozturk, E.O., and Sheng, X.S. (2018). Measuring global and country-specific uncertainty. *Journal of International Money and Finance*, No.88, pp.276-295.

- Pigou, A.C. (1927). *Industrial fluctuations*. London: Macmillan.
- Rakow, T. (2010). Risk, uncertainty, and prophet: the psychological insights of Frank H. Knight. *Judgement and Decision Making*, Vol.5, No.6, pp.458-466.
- Schumpeter, J.A. (1934). *Theory of Economic Development*, Cambridge: Harvard University Press.
- Sterman, J.D. (2000). *Business dynamics: system thinking and modeling for a complex world*. Irwin/McGraw-Hill.
- Taleb, N.N. (2010). *The black swan: the impact of the highly improbable. 2nd Edition*, New York: Random House.
- Tinbergen, J., and Polak, J.J. (1950). *The Dynamics of Business Cycles: A Study of Economic Fluctuations*, New York: Routledge.
- Whitin, T.M. (1952). Inventory control in theory and practice. *The Quarterly Journal of Economics*, Vol.66, No.4, pp.502-521.
- Feng, X., Luo, W., and Wang, Y. (2021). Economic policy uncertainty and firm performance: Evidence from China. *Journal of Asia Pacific Economy*. Doi: <https://doi.org/10.1080/13547860.2021.1962643>

Influences of Fluency and Familiarity Misattribution on Autobiographical Memory Judgments¹

Akıcılık ve Aşinalığın Yanlış Atfedilmesinin Otobiyoğrafik Bellek Yargılarına Etkileri

Aslı Bahar İnan², Hasan Gürkan Tekman³

Abstract

Familiarity caused by fluent processing may be misattributed to past experiences if the source of fluency cannot be determined. This explanation has been presented as the misattribution hypothesis of familiarity to explain the effects of fluency and familiarity in studies using recognition tests on episodic memory. In this study repetition priming was used for autobiographical memory to test the familiarity misattribution hypothesis, which states that familiarity caused by fluent processing can be misattributed to past experience if the source of fluency cannot be identified. The participants' awareness of the source of fluency was manipulated by presenting either a subliminal or a supraliminal prime before they responded to a Life Event Inventory (LEI) item. The prime was either the same as the verb of the LEI sentence or a different verb. Participants gave higher confidence ratings if subliminal primes were identical to, rather than different from, the verb of the sentence. Consistent with the hypothesis, if the participants were aware of seeing the primes, this difference disappeared. The results of the experiment showed that manipulating fluency, that is, the ease of processing, could affect confidence ratings about whether an event occurred in the respondents' past.

Keywords: Autobiographical memory, Repetition priming, Fluency, Familiarity misattribution, Life Event Inventory

Öz

Akıcı işlemenin neden olduğu aşinalık, akıcılığın kaynağı belirlenemezse geçmiş deneyimlere yanlış atfedilebilir. Bu akıcılık ve aşinalık etkisi epizodik bellek çalışmalarında aşinalığın yanlış atfedilmesi hipotezi olarak sunulmuştur. Bu çalışmada akıcı işlemeden kaynaklanan aşinalığın yanlış atfedilmesi hipotezi otobiyoğrafik bellek için test edilmiştir. Bu hipotezi test etmek için tekrarın ön hazırlama etkisi kullanılmıştır. Akıcılığın kaynağına ilişkin farkındalık ön hazırlayıcının eşik üstü ya da eşik altı sunulması ile belirlenmiştir. Yaşam Olayları Envanteri insanların başlarından geçen olaylar hakkında güven derecelendirmesi yapmalarına imkan sağlayan ve otobiyoğrafik bellek çalışmalarında kullanılan bir yöntemdir. Bu çalışmada katılımcılara bir Yaşam Olayları Envanteri maddesine yanıt vermeden önce eşik altı ya da eşik üstü bir ön hazırlayıcı sunulmuştur. Ön hazırlayıcı Yaşam Olayları Envanteri cümlesinin yüklemine aynı ya da farklı bir yüklem olarak gösterilmiştir. Katılımcıların eşik altı ön hazırlayıcıların cümlelerin yüklemine aynı olduğu olaylar için eşik altı ön hazırlayıcıların cümlelerin yükleminden farklı olduğu olaylara kıyasla daha yüksek güven derecelendirmesi verdikleri gözlemlenmiştir. Aşinalığın yanlış atfedilmesi hipotezi ile tutarlı olarak, ön hazırlayıcıların eşik üstü olması dolayısıyla katılımcıların ön hazırlayıcıları gördüklerinin farkında olmaları durumunda güven derecelendirmesinde görülen bu fark ortadan kalkmıştır. Deneyin sonuçları, daha akıcı işlemenin diğer bir deyişle işleme kolaylığının artmasının, katılımcıların geçmişlerinde bir olayın olup olmadığına ilişkin verdikleri güven derecelendirmelerini etkileyebileceğini göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Otobiyoğrafik bellek, Tekrarın ön hazırlama etkisi, Akıcılık, Aşinalığın yanlış atfedilmesi, Yaşam Olayları Envanteri

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 26 / 10 / 2021

Accepted: 13 / 01 / 2022

¹ Bu çalışma ilk yazarın yayınlanmamış doktora tezindedir.

² Dr. Öğretim Üyesi, Çankaya Üniversitesi, aslibahar@cankaya.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9350-5643>.

³ Prof.Dr., Uludağ Üniversitesi, tekman@uludag.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0859-6836>.

Introduction

How do people decide if a certain event happened to them in childhood; what kinds of factors affect the final decision? For instance, if you were questioned about whether you broke the wheel of your toy car as a child, do you base this judgment on detailed visual recollection or can factors that influence how fluently you process this statement affect your judgment? Fluency, which is defined as the ease of processing of a present activity (Jacoby, Kelley, & Dywan, 1989; Jacoby & Whitehouse, 1989; Jacoby, 1991; Lindsay & Kelley, 1996; Kelley & Rhodes, 2002; Oppenheimer, 2008; Rajaram, 1993; Whittlesea & Leboe, 2000; Whittlesea, 1993) is found to be influential for episodic memory judgments. We are trying to find an answer to whether fluency is also contributing to these autobiographical memory judgments. For episodic memory, dual process model of recognition suggests that true recognition judgments are based on recollection and familiarity (Jacoby, 1991; Yonelinas, 2002). The dual process model of recognition have also been supported by neuropsychological and neuroimaging studies (Addante, Ranganath, Olichney, & Yonelinas, 2012; Bastin et al., 2019). According to this account, familiarity is a fast, automatic process that is associated with feelings of remembering, while recollection requires conscious retrieval of past experiences leading to a kind of feeling of reliving (Yonelinas, 2002). To dissociate the two processes of recognition, Tulving (1985) has developed the Remember-know (R – K) procedure, which requires the participants to give a Remember (R) or a Know (K) judgment when they decide that a test item is from the study list. According to the Remember – Know procedure, R judgments require retrieval with details and therefore reflects recollection. On the contrary, K judgments are based on the belief that the item is from the study list without retrieval and correspondingly reflect familiarity. An alternative account for recognition memory, the Fuzzy-trace theory proposes that there are two independent memory representations of studied items that are stored (Reyna & Brainerd, 1995). According to this account, the verbatim representation contains the details of the events, while the gist representation represents the meaning content. When a new item has a gist representation that is falsely attributed to experience it can lead to false recollection, which is also called phantom recollection (Brainerd, Reyna, & Mojardin, 1999; Brainerd, Wright, Reyna, & Mojardin, 2001; Higham & Vokey, 2004; Kurilla & Westerman, 2008). According to Fuzzy-trace theory, false recognition can result from gist based representations leading to phantom recollection. According to the dual process model of recognition, familiarity, which is used for true recognition judgments, can be one of the reasons for false recognition, when familiarity that arises from fluency is misattributed to past experience (Jacoby et al., 1989; Jacoby & Whitehouse, 1989; Mecklinger & Bader, 2020; Whittlesea, 1993). Does familiarity misattribution cause false recognition also for autobiographical memory judgments? To find some answers to these questions, in the present study, we investigated the role of fluency and familiarity misattribution on decisions about autobiographical memory and autobiographical belief by using a Life Event Inventory (LEI).

The effects of fluency and familiarity misattribution on recognition judgments in episodic memory tests have been investigated in a number of studies (Jacoby et al., 1989; Jacoby & Whitehouse, 1989; Lucas, Taylor, Henson, & Paller, 2012 ; Whittlesea, 1993). Attributional model of memory proposes that the judgment that a recognition test item is from a study list, in other words judging that the item is old does not arise from the activation of memory traces. Instead, the subjective feeling of “oldness” arises from nonconscious decision processes through which cognitive processes at test are attributed to memory (Jacoby et al., 1989; Mecklinger & Bader, 2020). This hypothesis is based on the idea that prior exposure to an item facilitates the processing of an item when it is encountered again. Therefore, the attributional approach to memory proposes that our cognitive system has the nonconscious assumption that if something is processed fluently; it seems familiar, and this apparent familiarity should be caused by a past experience. This nonconscious assumption works when people are oriented to make a memory judgment. According to the attributional approach to memory, fluency can be a useful cue for memory judgments (Jacoby et al., 1989; Jacoby & Whitehouse, 1989; Jacoby, 1991; Lindsay & Kelley, 1996; Kelley & Rhodes, 2002; Oppenheimer, 2008; Rajaram, 1993; Whittlesea, 1993; Whittlesea & Leboe, 2000). However, when the source of fluency is present conditions that is misattributed to past experience, it can lead to memory errors and can be a basis for memory illusions (Brown & Marsh, 2008, 2009; Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea, Jacoby, & Girard, 1990; Whittlesea, 1993).

Support for the attributional approach to memory came from studies on episodic memory (Jacoby & Whitehouse, 1989; Mecklinger & Bader, 2020; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993), which indicated that the recognition judgments may be based on the ease of perceptual processing. Jacoby and Whitehouse (1989) hypothesized that fluency of processing results in a feeling of familiarity, which would be attributed to past experience when subliminal primes were used, in other words, when the participants were unaware of the real source of the fluency. However, if the participants were aware of the source of fluency, that is, seeing the tested item before as a prime, they would discount the familiarity and would not misattribute it to past experience. To test this fluency hypothesis, Jacoby and Whitehouse (1989) conducted a study on episodic memory in which participants were first given a study list to be remembered for a recognition test and at retrieval they were either presented by prime words identical to the tested words or by a string of letters like xoxoxo subliminally for 50 msec. In this condition, the participants were more likely to give old judgments after the identical primes compared to the meaningless string of letters. The opposite results were obtained when the exposure times of the primes were

extended to 200 ms. The results support the viewpoint that a sense of subjective familiarity that results from fluent processing is misattributed to past experience if there is no other source to be attributed.

Whittlesea et al. (1990) conducted a similar study also on episodic memories to test the attribution-based fluency account. Participants were presented with a list of seven words at the rate of one word every 60 ms, and at test they were shown target words and asked to decide if each word was in the study list. Target words were shown either in light or heavy visual noise. After the experiment, the participants were questioned if they were aware of the manipulation of the clarity. Only the data from those participants who were unaware of the manipulation were analyzed. The results showed that participants were more likely to judge that the target words were repeated if they were presented in light visual noise compared to targets presented with heavy visual noise. If the participants were informed at the beginning of the experiment about the manipulation of clarity, the increase of repetition judgments for light masking disappeared. Therefore, the important factor in recognition judgments was not the fluent processing of the items, but attribution of the fluency to repetition was required. When the participants were aware that the source of the fluency was presentation conditions at the time of test, they no longer misattributed it to past experience.

The possibility of extending the familiarity misattribution findings from episodic memories to autobiographical memories was mostly investigated using Life Event Inventories (LEI). A Life Event Inventory is a questionnaire that requires the participants to give a confidence rating about the occurrence of the events described by the LEI items. For studies investigating autobiographical memory with LEI, since the researchers cannot check the accuracy of the memory report, studies concentrated on the effects of manipulations done during the retrieval phase of recognition for autobiographical memory. Some examples for these retrieval phase manipulations are the imagination inflation studies (Garry, Manning, Loftus, & Sherman, 1996; Heaps & Nash, 1999; Sharman, Garry, & Beuke, 2004; Sharman & Barnier, 2008) and the studies conducted on the revelation effect for autobiographical memory (Bernstein, Whittlesea, & Loftus, 2002; Bernstein, Godfrey, Davison, & Loftus, 2004; Bernstein, Rudd, Erdfelder, Godfrey, & Loftus, 2009). In imagination inflation studies, participants are required to imagine the occurrence of half of the LEI items before making a confidence judgment about the occurrence of the events in their childhood described by the LEI items. Imagination inflation research showed that requiring participants to imagine a childhood event enhanced confidence that the event occurred in childhood (Garry et al., 1996; Heaps & Nash, 1999; Sharman et al., 2004; Sharman & Barnier, 2008). For the revelation effect studies, anagram solving was used as the revelation task (Bernstein et al., 2002, 2004, 2009). For half of the LEI items that were presented with an anagram in them, participants were required to solve the anagram before making a confidence judgment about the occurrence of the events in their childhood described by the LEI items. Requiring participants to solve an anagram before making a confidence judgment about the occurrence of the event led to an enhancement in confidence that the event occurred in childhood, similar to imagination inflation (Bernstein et al., 2002, 2004, 2009).

Fluency of processing appears as an important aspect of how the imagination inflation effect (Sharman et al., 2004) and the revelation effect for autobiographical memory are explained (Bernstein et al., 2002, 2004). It is proposed that a feeling of familiarity arises from fluent processing and this is misattributed to the occurrence of the events described by the LEI items in the distant past of the person.

Brown and Marsh (2008) conducted experiments using photographs in order to extend the familiarity misattribution findings from episodic memories to autobiographical memories by using a method other than using LEIs. They found misattributions of familiarity by exposing participants to unfamiliar campus photos on a cross-detection task prior to making decisions about visiting those locations in real life. Their results indicate that prior shallow processing of unfamiliar campus photos led to an increase in false visit judgments for those photos and they reported that within their knowledge their results were the first successful example of implicit effects of brief laboratory experience on autobiographical memories. Brown and Marsh (2009) also used novel symbols to show familiarity misattribution effects for a distant time and they replicated the result of subliminal priming condition of Jacoby and Whitehouse's (1989) study. They presented either same or different novel symbols subliminally as primes or no primes between masks. Then the participants were presented with a test symbol and made a decision about whether they have encountered this symbol prior to the experiment. The participants judged encountering the novel symbols prior to the experiment if the symbols were preceded by the same primes subliminally. This finding indicates how influential familiarity misattribution is, since its effects can even be observed for novel symbols, which could not have been encountered before. These findings demonstrated the extension of misattributions of familiarity to a more distal time by using Jacoby and Whitehouse's (1989) subliminal priming condition.

In the present experiment we further extended the misattributions of familiarity by using Jacoby and Whitehouse's (1989) subliminal and supraliminal priming on autobiographical memory by using an LEI. The aims of the present study were to test the possibility of changing autobiographical belief by manipulating processing of fluency during retrieval using repetition priming and to test the effect of the awareness of the source of fluency on autobiographical belief judgments. We investigated if repetition priming effects, which were found in episodic memory, could also be extended to autobiographical memories (Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993). The repetition priming

effects for episodic memories (Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990), the revelation effect of autobiographical memories (Bernstein et al., 2004), the imagination inflation effect (Sharman et al., 2004) and the increase in false visit judgments to college campuses (Brown & Marsh, 2008) were explained by the familiarity misattribution hypothesis. By using subliminal and supraliminal primes before presenting LEI items, the same familiarity misattribution hypothesis proposed for these effects was tested for beliefs about the occurrence of remote autobiographical memories.

1. Experiment

According to the familiarity misattribution hypothesis, fluent processing that results from subliminal primes would cause familiarity misattribution. Also, according to the familiarity misattribution hypothesis, if people are aware of the source of the fluency, they do not misattribute familiarity caused by fluency to past experience (Bernstein et al., 2004; Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993). Presenting the verb of the LEI as a subliminal prime would cause more fluent processing compared to a different verb. Therefore, an increase in confidence judgments when the subliminal prime was the same as the verb of the LEI would be expected. For half of the participants the primes were presented subliminally, for 35 ms, while for the other half the primes were presented supraliminally, for 200 ms. Fluency was manipulated in a way that the source of fluency was obvious to half of the participants, while it was not obvious for the other half of the participants. We expected that, with primes exposed for 200 ms average confidence levels would be the same regardless of the relation of the prime to the sentence, like Jacoby and Whitehouse's (1989) findings for episodic memories, because the participants were aware of the source of the familiarity, which was seeing the verb as a prime before the sentence. They would not misattribute this familiarity to the occurrence of the event. Such results would be extending the effects of sub- and supraliminal priming on judgments of episodic recognition (Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993) to autobiographical memories by using LEIs.

1.1. Method

1.1.1 Participants

One hundred sixty students of Atilim University who volunteered, participated in the experiment. The participants' age range was 17 to 26. The mean age of the participants was 22.5. All participants were tested individually.

1.1.2 Materials

The LEI items used for this study were selected from among 163 sentences that were taken from the work of Bernstein et al. (2004) or constructed by asking to a group of people what kind of events could have happened to a child before the age of ten. Plausible but vague and not too salient events were selected according to the responses of 895 undergraduate and graduate university students, who did not participate in the present experiment. They were asked to rate the probability that that event would happen to a child and the probability that it would be remembered if it had happened. Impossible events and events sure to happen to any child were eliminated. In addition, to ensure the vagueness condition, events that were either unforgettable or impossible to remember if they happened were not included either. Sixty six sentences that satisfied these conditions were selected. There were some sentences, which ended with the same verbs. Therefore, one of each pair of sentences, which had the same verb, was discarded. After removing 10 sentences from the LEI, all of the sentences ended with distinct verbs and 56 sentences were used in this study, which is given in the Appendix.

1.1.3 Procedure

The experiment was performed by using Super Lab Pro for Windows Software. The participants' task was to give confidence ratings for the occurrence of the events described by the LEI items in their childhood, which were presented on the computer screen. Before the presentation of each LEI item, participants were exposed to a verb for 35 ms or 200 ms between a premask and a postmask, which consisted of &&&&&&&&&, presented for 75 ms. The verb was either the same as the verb of the LEI item or an unrelated verb that did not match the verb of that sentence. The sentences primed by related and unrelated verbs were counterbalanced across participants.

After the presentation of each prime between masks a sentence was displayed on the screen. The participants were to give a confidence rating for the occurrence of the event described in the sentence. They were to enter a digit between 1 and 8 from the keyboard: "1" indicated that they were absolutely sure that the event did not happen to them before age of 10 and "8" indicated that they were absolutely sure that the event happened to them before age of 10. Illustrations of a trial for the Subliminal and Supraliminal prime conditions are given in Figure 1 and Figure 2, respectively.

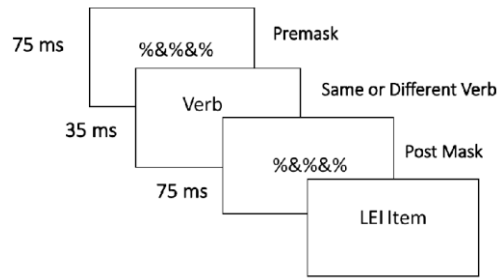


Figure 1. Illustration of a Trial Presented in the Subliminal Prime Condition

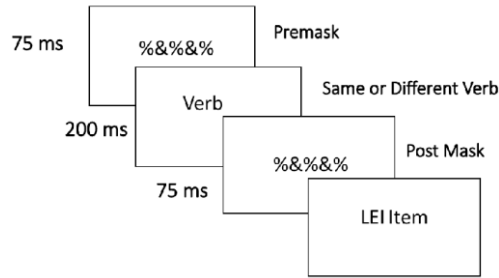


Figure 2. Illustration of a Trial Presented in the Supraliminal Prime Condition

2. Results

The average confidence ratings for LEI items, followed by subliminal and supraliminal primes, when the prime was the same as the verb of the sentence and the average confidence ratings for LEI items, followed by subliminal and supraliminal primes when the prime was an unrelated prime were calculated for each participant.

A two-way ANOVA with prime duration (subliminal vs. supraliminal) as the between-subjects factor and prime type (same vs. different) as the within-subjects factor revealed a significant interaction between prime duration and prime type, $F(1, 158) = 6.273, p < .05, \eta^2 = .038$. A paired-samples t-test was conducted to compare the confidence ratings given for LEI items after identical subliminal prime and unrelated subliminal prime conditions. There was a significant difference in the confidence ratings for sentences when the subliminal prime was the same as the verb of the sentence ($M = 4.668, SD = 0.976$) and confidence ratings for sentences with unrelated subliminal primes ($M = 4.466, SD = 1.103$) conditions; $t(79) = 2.507, p = .014, r = 0.27$. These results suggest that participants gave higher confidence ratings for sentences when the subliminal prime was the same as the verb of the sentence ($M = 4.668$) when compared to confidence ratings for sentences with unrelated subliminal primes ($M = 4.466$).

These results indicate that when the participants were unaware of the source of fluency, which was caused by being exposed to subliminal primes, they misattributed the familiarity caused by this fluency (Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993) to the occurrence of the events described by the sentences. These results were important for autobiographical memory research since they provided further support to the other studies (Bernstein et al., 2004), which showed that autobiographical beliefs about the occurrence of events in distant past are subject to distortion without the person's awareness.

A paired-samples t-test was conducted to compare the confidence ratings given for LEI items after identical supraliminal prime and unrelated supraliminal prime conditions. There was not a significant difference in the confidence ratings for sentences when the supraliminal prime was the same as the verb of the sentence ($M = 4.622, SD = 0.878$) and confidence ratings for sentences with unrelated supraliminal primes ($M = 4.719, SD = 1.088$) conditions; $t(79) = -1.10, p = .274, r = -0.12$. These results suggest that participants did not give higher confidence ratings for sentences when the supraliminal prime was the same as the verb of the sentence when they were aware of the presentation of the prime ($M = 4.622$) compared to confidence ratings for sentences with unrelated supraliminal primes ($M = 4.719$).

The results were consistent with the hypothesis that if the participants were aware of the source of fluency, they would not misattribute the familiarity caused by this fluency to past experience (Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993). These results indicate that the familiarity misattribution account proposed for episodic memories held for autobiographical beliefs about the occurrence of the events also. That is, if people process information about events

that could have happened to them more fluently without being aware of the source of fluency, they incorrectly attribute this fluency to having experienced that event in the past. This illusion can be eliminated by making the source of fluency available to people.

Discussion

The present study investigated if familiarity misattribution would affect participants' confidence judgments about autobiographical memories using an LEI. Familiarity misattribution and the contribution of the nonconscious processing of familiarity to memory judgments have already been shown for episodic memory (Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993) and also for autobiographical memory judgments (Bernstein et al., 2002, 2004, 2009; Brown & Marsh, 2008; Sharman et al., 2004). In the present study, the effect of familiarity misattribution for autobiographical memory was investigated by using repetition priming. Either the verb of the sentence or a different verb was presented as a prime between masks before the presentation of the LEI items subliminally and supraliminally. Since its source was not known, fluent processing created by subliminal primes, which in turn caused familiarity was expected to be misattributed to past experience (Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993). Subliminally presented primes that matched the verbs of the sentences caused an increase in the confidence levels of the judgment of the occurrence of the childhood event described by the LEI item compared to the non-match primes. Our results supported the effects of familiarity misattribution on memory judgments by extending the repetition priming findings on episodic memory (Jacoby & Whitehouse, 1989) to autobiographical memory (Bernstein et al., 2002, 2004, 2009; Brown & Marsh, 2008; Sharman et al., 2004).

Finding similar results for recognition decisions for both recent and remote episodic memories, point out that the same processes may be acting for both of them. According to the dual process model of recognition the processes that determine the production of a positive or a negative recognition judgment are recollection and familiarity (Jacoby, 1991; Yonelinas, 2002). Recollection is conscious recovery of an item accompanied by detailed information such as when and how it was encoded, while familiarity is the assessment of processing fluency. Finding familiarity misattribution effects in the present study, suggests that people use familiarity as a cue for their judgments about their autobiographical memories as they do for episodic memory judgments.

A facilitation effect that results from subliminal priming in autobiographical memory judgments brings a different insight to our knowledge about autobiographical memory, because it points out that when people are making a recognition judgment for their remote past experiences, they may base this decision more on the familiarity of the event that depends on personal-semantic knowledge, than recollection (Mendelsohn, Furman, Navon, & Dudai, 2009). That is, when people are making recognition judgments about their distant past, they may base this judgment more on the belief of the occurrence of the event compared to vivid recollection of the instance. Until recently there was an implicit assumption that LEI was a measure of memory for events. However, what LEI requires from the participants is to make a decision of whether the events have occurred rather than whether they remember the occurrence of the events. Therefore, the answer to the question could be based on a memory or another source. Scoboria, Mazzoni, Kirsch, and Relyea (2004) have introduced the idea of autobiographical belief which is closely related to autobiographical knowledge (Conway & Pleydell-Pierce, 2000; Conway, 2005). According to Scoboria et al. (2004) autobiographical belief is all of the autobiographical information, which may be both accurate and inaccurate about oneself. Scoboria, Mazzoni, Kirsch, and Jimenez (2006) made a distinction between autobiographical memory and autobiographical belief such that autobiographical memory refers to recollecting an event and autobiographical belief is believing that an event occurred whether or not it is remembered. What Scoboria et al. (2004) propose is that by using LEI researchers do not actually measure the autobiographical memory, instead they measure autobiographical belief. In studies using LEI, researchers have the tacit assumption that autobiographical beliefs are based on autobiographical memory and are using one construct, which is the autobiographical belief as an indication of a measurement of autobiographical memory (Scoboria et al., 2004, 2006; Smeets, Merkelbach, Horselenberg, & Jelicic, 2005). Therefore, finding differences in the confidence levels due to retrieval manipulations using LEI research may not be an indication of a change in autobiographical memory, instead it shows that these manipulations changes the beliefs of the people about the occurrence of the events.

The results we obtained also replicated previous findings that indicated that fluency itself was not sufficient to cause a memory illusion (Bernstein et al., 2004; Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993). The source of the sense of subjective familiarity that accompanies fluent processing should not be obvious so that it would be misattributed to past experience. Otherwise, it could be attributed to its correct source (Bernstein et al., 2004; Jacoby & Whitehouse, 1989; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993). Decisions we make about our memories are sometimes the results of nonconscious processing, which causes misattributions and the state of awareness during making these

decisions affects the final outcome (Bernstein et al., 2004; Jacoby & Whitehouse, 1989; Jacoby et al., 1989; Kelley & Rhodes, 2002; Whittlesea et al., 1990; Whittlesea, 1993).

A large number of laboratory studies using forms of suggestions or misinformation about the occurrence of events (Alpar, Er, & Uçar Boyraz, 2007; Er, Alpar, & Uçar, 2005; Göz, Tekin, & Ayçiçeği-Dinn, 2015; Lindsay, Hagen, Read, Wade, & Garry, 2004; Loftus & Pickrell 1995; Loftus 2003) exhibits the alterability of confidence levels about autobiographical memories. By using repetition priming we contributed further evidence to the manipulability of confidence levels about autobiographical memories, which was already demonstrated by imagination inflation studies (Garry et al., 1996; Sharman et al., 2004; Sharman & Barnier, 2008) and by the revelation effect found for autobiographical memories (Bernstein et al., 2002, 2004).

A fluency effect for autobiographical memories shows that people's confidence judgments or beliefs about their memories can be changed by retrieval manipulations. The results of the present study demonstrated that when people were not aware of the source of fluency, they could misattribute the familiarity caused by fluent processing to past occurrence. However, when the source of the fluency was obvious they did not make this misattribution. The results also demonstrated that people's ratings of confidence in the occurrence of an event can be manipulated with the ease of processing of the memories to be remembered. However, there is one important factor in this process: awareness. For this manipulation to increase the participants' confidence level for the occurrence of events, the participants must not be aware of the source of the fluency. Our results support the viewpoint that remembering is a subjective experience. People mostly judge the occurrence of an event through an evaluation of the subjective familiarity that is caused by the present conditions. Therefore, memory is not only related to past experience, but it also involves processing of the present conditions. Memory judgments are results of attributions (Jacoby et al., 1989).

References

- Alpar, G., Er, N., & Uçar Boyraz, F. U. (2007). Görgü tanıklığında bellek hataları: Olay sonrası bilginin ve tuzak soruların hatırlama ve kaynak izleme üzerindeki etkisi. *Türk Psikoloji Yazıları*, 10(20), 1-17.
- Addante, R.J., Ranganath, C., Olichney, J., & Yonelinas, A.P. (2012). Neurophysiological evidence for a recollection impairment in amnesia patients that leaves familiarity intact. *Neuropsychologia* 50–13, 3004–3014.
- Bastin, C., Besson, G., Simon, J., Delhay, E., Geurten, M., Willems, S., & Salmon, E. (2019). An integrative memory model of recollection and familiarity to understand memory deficits. *Behavioral and Brain Sciences*, 42, 1–60.
- Bernstein, D. M., Whittlesea, B. W., & Loftus, E. F. (2002). Increasing Confidence in remote autobiographical memory and general knowledge: Extensions of revelation effect. *Memory and Cognition*, 30, 432-438.
- Bernstein, D. M., Godfrey, R. D., Davison, A., & Loftus E. (2004). Conditions affecting the revelation effect for autobiographical memory. *Memory and Cognition*, 32, 455-462.
- Bernstein D.A, Rudd M.E, Erdfelder E, Godfrey, R., & Loftus E.F (2009). The revelation effect for autobiographical memory: A mixture-model analysis. *Psychonomic Bulletin and Review*, 16, 463-468.
- Brainerd, C. J., Reyna, V. F., & Mojardin, A. H. (1999). Conjoint recognition. *Psychological Review*, 106, 160–179.
- Brainerd, C. J., Wright, R., Reyna, V. F., & Mojardin, A. H. (2001). Conjoint recognition and phantom recollection. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 27, 307–327.
- Brown, A.S., & Marsh, E.J. (2008). Evoking false beliefs about autobiographical experience. *Psychonomic Bulletin & Review*, 15, 186–190.
- Brown, A.S., & Marsh, E.J. (2009). Creating Illusions of Past Encounter Through Brief Exposure. *Psychological Science*, 20(5), 534-538.
- Conway, M. A. (2005). Memory and the self. *Journal of Memory and Language*, 53(4), 594–628.
- Conway, M. A., & Pleydell-Pearce, C.W. (2000). The construction of autobiographical memories in the self-memory system. *Psychological Review*, 107(2), 261–288.
- Er, N., Alpar, G., & Uçar, F. (2005). Görgü tanığının bellek yanılsamaları ve güven kararları: Bağımsız bellek bildiriminden sonraki test ve soru türü değişkenlerinin etkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 20(56), 45-56.
- Garry, M., Manning, C. G., Loftus, E. F., & Sherman, S. J. (1996). Imagination inflation: Imagining a childhood event inflates confidence that it occurred. *Psychonomic Bulletin & Review*, 3, 208–214.

- Göz, İ., Tekin, S., & Ayçiçeği-Dinn, A. (2015). Görgü tanıklığında olay sonrası yanlış bilginin etkisi kategori kuvvetine göre değişir mi? *Türk Psikoloji Dergisi*, 30(75), 36-43.
- Heaps, C., & Nash, M. (1999). Individual differences in imagination inflation. *Psychonomic Bulletin & Review*, 6, 313-318.
- Higham, P. A., & Vokey, J. R. (2004). Illusory recollection and dual-process models of recognition memory. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 57A, 714-744.
- Jacoby, L. L., & Dallas, M. (1981). On the relationship between autobiographical memory and perceptual-learning. *Journal of Experimental Psychology-General*, 110(3), 306-340.
- Jacoby, L. L., & Whitehouse, K. (1989). An illusion of memory - False recognition influenced by unconscious perception. *Journal of Experimental Psychology-General*, 118(2), 126-135.
- Jacoby, L. L., Kelley, C. M., & Dywan, J. (1989). Memory attributions. In H. L. Roediger III & F. I. M. Craik (Eds.), *Varieties of memory and consciousness: Essays in honour of Endel Tulving* (pp. 391-422). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Jacoby, L.L. (1991). A process dissociation framework: Separating automatic from intentional uses of memory. *Journal of Memory and Language*, 30, 513-541
- Kelley, C.M., & Rhodes, M.G. (2002). Making sense and nonsense of experience: attributions in memory and judgment. *Psychology of learning and motivation: advances in research and theory*, 41, 293-320.
- Kurilla, B.P., & Westerman, D.L. (2008). Processing fluency affects subjective claims of recollection. *Memory & Cognition* 36, 82-92.
- Lindsay, D. S., Hagen, L., Read, J. D., Wade, K. A., & Garry, M. (2004). True photographs and false memories. *Psychological Science*, 15, 149-154.
- Loftus, E. F., & Pickrell, J. E. (1995). The formation of false memories. *Psychiatric Annals*, 25, 720-725.
- Loftus, E.F. (2003). Make-believe memories. *American Psychologist*, 58, 864-873.
- Lucas, H.D., Taylor, J.R., Henson, R.N., & Paller, K.A. (2012). Many roads lead to recognition: electrophysiological correlates of familiarity derived from short-term masked repetition priming. *Neuropsychologia* 50, 3041-3052.
- Mendelsohn A., Furman O., Navon I., & Dudai, Y. (2009). Subjective vs. documented reality: A case study of long-term real-life autobiographical memory. *Learning and Memory*, 16(2), 142-146.
- Mecklinger, A., & Bader, R. (2020). From fluency to recognition decisions: A broader view of familiarity-based remembering. *Neuropsychologia*, 146, 107527.
- Oppenheimer, D.M. (2008). The secret life of fluency. *Trends in Cognitive Sciences*, 12 (6), 237-241.
- Rajaram, S. (1993). Remembering and knowing: Two means of access to the personal past. *Memory & Cognition*, 21, 89-102.
- Reyna, V. F., & Brainerd, C. J. (1995). Fuzzy-trace theory: An interim synthesis. *Learning and Individual Differences*, 7, 1-75.
- Scoboria, A., Mazzoni, G., Kirsch, I., & Relyea, M. (2004). Plausibility and belief in autobiographical memory. *Applied Cognitive Psychology*, 18, 791-807.
- Scoboria, A., Mazzoni, G., Kirsch, I., & Jimenez, S. (2006). The effects of prevalence and script information on plausibility, belief, and memory of autobiographical events. *Applied Cognitive Psychology*, 20, 1049-1064.
- Sharman, S.J., Garry, M., & Beuke, C. J. (2004). Imagination or exposure causes imagination inflation. *American Journal of Psychology*, 117(2), 157-168.
- Sharman S.J., & Barnier A.J. (2008). Imagining nice and nasty events in childhood or adulthood: Recent positive events show the most imagination inflation. *Acta Psychologica*, 129(2), 228-233.
- Smeets, T., Merkelbach, H., Horselenberg, R., & Jelicic, M. (2005). Trying to recollect past events: Confidence, beliefs and memories. *Clinical Psychology Review*, 25(7), 917-934.
- Tulving, E. (1985). Memory and consciousness. *Canadian Psychology*, 26, 1-12.
- Whittlesea, B. W. A., Jacoby, L. L., & Girard, K. (1990). Illusions of immediate memory - evidence of an attributional basis for feelings of familiarity and perceptual quality. *Journal of Memory and Language*, 29(6), 716-732.

- Whittlesea, B. W. A., & Leboe, J. P. (2000). The heuristic basis of remembering and classification: Fluency, generation, and resemblance. *Journal of Experimental Psychology-General*, 129(1), 84-106.
- Whittlesea, B. W. A. (1993). Illusions of familiarity. *Journal of Experimental Psychology-Learning Memory and Cognition*, 19(6), 1235-1253.
- Yonelinas, A. P. (2002). The nature of recollection and familiarity: A review of 30 years of research. *Journal of Memory and Language*, 46(23), 441-517.

Appendix

LEI Used in The Experiment

1. Hit your head and had to stop what you were doing.
2. Forgot your lunch box and were left hungry.
3. Died your clothes while trying to dye your shoes.
4. Broke glasses by hitting them to each other.
5. Got on a ferris wheel in your dream.
6. Lost some pieces of the puzzle.
7. Had to get help to get down a tree you climbed.
8. Recorded sound.
9. Could not get out of where you were locked.
10. Caused your friend to fall by pulling his/her chair.
11. Tried to push your finger to the plug.
12. Got out of your house and got lost trying to go somewhere.
13. Ate the cake your mother made for the guest before they came.
14. Had a sunstroke because you stayed under the sun for a long time.
15. Broke the wheel of your toy car.
16. Had a dream about what you read before going to sleep.
17. Pushed and knocked of your friend while playing during the brake.
18. Got some complaints from your neighbors because you played ball in the house.
19. Fell off the swing and got injured.
20. Were punished by your teacher because you did not do your homework.
21. Changed your mind to get on a toy at the last minute because you were scared.
22. Made pictures with pencils on the walls of your house.
23. Cut your hair with a scissor.
24. Scared the birds while playing in the park.
25. Spilled a drink at a birthday party.
26. Wore different colors of socks and went to school.
27. Tried to walk down the escalator, which was going up.
28. Tore out your teddy bear's fur.
29. Helped your mother to prepare a cake.
30. Looked for a four-leaved clover.
31. Left the exterior door of your house open while you were alone in the house.

32. Mixed the sugar in the sugar cup and the salt in the salt cup.
33. Dropped the frame on the wall.
34. Thought you would suffocate while taking out your sweater.
35. Hit your finger with a hammer.
36. Broke down the radio while examining it.
37. Hid an electronic device you ruined from your father.
38. Ran away after spitting on people's head from the balcony.
39. Spared something you loved for someone else.
40. Laughed so hard that you were almost choking.
41. Pulled off the leaves of the flowers in your house.
42. Regretted killing a bug.
43. Starting running across the street after letting go of your mother's hand.
44. Got chewing gum stuck in your hair.
45. Got a piece of glass stuck in your foot.
46. Went to a theater with your classroom.
47. Put the blame on your sibling after you broke something in the house.
48. Got worried and cried because your sibling was ill.
49. Forgot the half of the poem you memorized while reading it at school.
50. Dropped the net curtain with the cornice because you pulled it harshly.
51. Got embarrassed because the back of your pants were ripped.
52. Soaked your clothes while trying to wash your hands in the washbowl.
53. Fell asleep while watching a movie.
54. Found 100 TL in a parking lot.
55. Got your classmate's pencil, because you liked it, without permission.
56. Burned your hand on the oven.

Çalışmada Kullanılan Yaşam Olayları Envanteri

1. Kafanızı çarpıp yaptığınız işi bırakmak zorunda kaldınız.
2. Beslenme çantanızı evde unutup aç kaldınız.
3. Ayakkabı boyasıyla ayakkabılarınızı boyamaya çalışırken üstünüzü başınızı boyadınız
4. Bardakları birbirine vurup kırdınız
5. Rüyanızda lunaparkta bir dönme dolaba bindiniz.
6. Puzzle'in parçalarını kaybettiniz.
7. Bir ağaçta mahsur kaldınız ve inmek için yardım almanız gerekti.
8. Bir ses kaydı yaptınız.
9. Bir yerde kilitli kalıp çıkamadınız.
10. Arkadaşınızın sandalyesini çekip düşmesine sebep oldunuz.
11. Prize parmağınızı sokmaya çalıştınız.
12. Bir yere gitmek için evden çıktınız ve kayboldunuz.
13. Annenizin yaptığı pastayı misafirler gelmeden yediniz.

14. Güneşte fazla kaldığınız için başınıza güneş geçti.
15. Oyuncak arabanızın tekerleğini kırdınız.
16. Bir masal okuyup yattığınızda rüyanızda o masalla ilgili birşeyler gördünüz.
17. Tenefüste oynarken arkadaşınızı itip düşürdünüz.
18. Evde top oynadığınız için komşudan şikayet geldi.
19. Salıncaktan düşüp yaralandınız.
20. Ev ödevinizi yapmadığınız için öğretmeniniz tarafından cezalandırıldınız.
21. Lunaparkta bir oyuncuğa korktuğunuz için son anda binmekten vazgeçtiniz.
22. Evdeki duvarlara kalemlerle resim yaptınız.
23. Makasla saçınızı kestiniz.
24. Parkta oynarken kuşların yanına gidip onları kaçırdınız.
25. Bir doğumgünü partisinde bir içecek döktünüz.
26. Birbirinin eşi olmayan farklı renk çoraplar giyip okula gittiniz.
27. Yukarı çıkan yürüyen merdivenlerden aşağıya inmeye çalıştınız.
28. Oyuncak ayınızın tüylerini yoldunuz.
29. Annenize pasta pişirmesinde yardım ettiniz.
30. Bahçede dört yapraklı yonca aradınız.
31. Evde yalnızken dış kapıyı açık bıraktınız.
32. Şeker kabındaki şekerle tuz kabındaki tuzu karıştırdınız.
33. Duvardaki bir çerçeveyi uzanıp düşürdünüz.
34. Kazağınızı çıkarırken boynunuza takıldığı için boğulacağınızı zannettiniz.
35. Parmağınıza bir çekiçle vurdunuz.
36. Radyoyu kurcalarken bozdunuz.
37. Bir elektronik eşyayı bozup babanızdan sakladınız.
38. Balkondan aşağıya insanların kafasına tükürüp kaçtınız.
39. Sevdiğiniz birşeyi başkası için de ayırdınız.
40. O kadar çok güldünüz ki, neredeyse boğuluyordunuz (katılıyordunuz).
41. Evdeki çiçeklerin yapraklarını kopardınız.
42. Bir böcek öldürüp sonradan pişmanlık duyduunuz.
43. Yolda karşıdan karşıya geçerken annenizin elini bırakıp koşmaya başladınız.
44. Saçınıza sakız yapıştı.
45. Ayağınıza bir cam parçası saplandı.
46. Sınıfça bir çocuk oyununa gittiniz.
47. Evde bir eşyayı kırıp suçu kardeşinizin üstüne attınız.
48. Kardeşiniz hastalandığı için telaşlanıp ağladınız.
49. Okulda ezberlediğiniz şiiri okurken yarısını unuttunuz.
50. Tül perdeyi hızla asılıp kornejiyle birlikte yere düşürdünüz.
51. Pantolonunuzun arkası yırtıldığı için çok utandınız.
52. Lavaboda elinizi yıkamak isterken bütün üstünüzü ıslattınız.

53. Sinemada uyuya kaldınız.
54. Bir otoparkta 100 bin lira buldunuz.
55. Sınıf arkadaşınızın kalemını beğenip izinsiz aldınız.
56. Ocakta elinizi yaktınız.

Unequal Effects of Climate Change in Maggie Gee's *The Flood*¹

Maggie Gee'nin *The Flood* Romanında İklim Değişikliğinin Eşit Olmayan Etkileri

İbrahim Koç²

Abstract

The Flood is generally labelled as a post-apocalyptic dystopia and a social and political satire due to the realistic details that connect it to the agenda of the days it was written and the deteriorating environmental conditions that can be related to global warming and climate change. There are direct references to the extreme weather conditions like excessive precipitation, flash flooding and droughts that have been seen more frequently both in England and in many other regions of the world. Excessive rainfall causes permanent floods in low-lying areas of the city. This situation creates a great problem especially for economically disadvantaged social classes. Besides, because of the floods, schools are closed in most places, but the children of the well-off families are not deprived of education opportunity even under these conditions. This situation evokes inequalities during the Covid-19 when schools are closed for face-to-face education in many parts of the world. *The Flood* provides examples for the negative impacts of inequality of income distribution both local and international levels, and at the same time conveys a strong message that the climate crisis is a global problem and whether rich or poor all humans share the same planet.

Keywords: Maggie Gee, *The Flood*, ecocriticism, climate change, socioeconomic inequality

Öz

The Flood, yazıldığı günlerin toplumsal gündemi ile ilişkilendirilebilecek gerçekçi ayrıntılara ilaveten küresel ısınma ve iklim değişikliğinin bir sonucu olan çevresel bozulmanın izlerini taşıyan bir ortam sunması nedeniyle de genellikle bir kıyamet sonrası distopya ve sosyopolitik hiciv olarak etiketlenilmektedir. Romanda gerek İngiltere'de gerekse dünyanın birçok bölgesinde artık daha sık görülen aşırı yağış, ani sel ve kuraklık gibi aşırı hava koşullarına doğrudan göndermeler bulunduğu görülür. Aşırı yağışlar şehrin alçak kesimlerinde kalıcı sellere ve su birikintilerine neden olmaktadır. Bu durum özellikle ekonomik olarak dezavantajlı sosyal sınıflar için büyük bir sorun oluşturmaktadır. Ayrıca seller yüzünden çoğu yerde okullar kapalıdır ancak hali vakti yerinde ailelerin çocukları bu koşullarda bile eğitim fırsatından mahrum kalmamaktadırlar. Bu durum, Avrupa'da ve dünyanın birçok yerinde okulların yüz yüze eğitime kapatıldığı Covid-19 dönemindeki eğitim imkanlarındaki eşitsizlikleri düşündürüyor. Bu özellikleri ile *The Flood* hem yerel hem de uluslararası düzeyde gelir dağılımı eşitsizliğinin olumsuz sonuçlarına örnekler sunmakta ve aynı zamanda iklim krizinin küresel bir sorun olduğuna ve zengin ya da fakir tüm insanların aynı gezegeni paylaştığına dair güçlü bir mesaj vermektedir.

Anahtar Kelimeler: Maggie Gee, *The Flood*, ekoeleştiri, iklim değişikliği, sosyoekonomik eşitsizlik

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: Q53, Y30, Z13

Submitted: 22 / 10 / 2021

Accepted: 03 / 02 / 2022

¹ This paper is taken from my thesis "Representations of nature and environment in post-apocalyptic dystopias: an ecocritical reading of Maggie Gee's *The Flood*, Cormac McCarthy's *The Road* and Margaret Atwood's *The Year of the Flood*" done in 2021 at İstanbul Aydın University under the direction of Asst. Prof. Öz ÖKTEM.

² Lect. Dr., Ordu University Faculty of Arts and Sciences, Department of English Language and Literature, Ordu, Turkey. ibrahimkoc@odu.edu.tr
Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-9510-3376>

Introduction

As one of the first definitions of the term points out “ecocriticism is the study of the relationship between literature and the physical environment” (Glotfelty, 1996: xviii), ecocritics almost habitually look at the impact of climate change on the environmental conditions in fictional works in which this impact can be clearly seen. To this end ecocritics combine the traditional literary methodologies with ecological perspectives: “Just as feminist criticism examines language and literature from a gender-conscious perspective, and Marxist criticism brings an awareness of modes of production and economic class to its reading of texts, ecocriticism takes an earth-centred approach to literary studies” (xviii). According to ecocritical premises physical environment and human culture are interwoven and there is a mutual interaction between them. Regarding this issue Evernden (1996) argues that “Rather than thinking of an individual spaceman who must slurp up chunks of the world resources into his separate compartment, we must deal instead with the individual-in-environment, the individual as a component of, not something distinct from, the rest of the environment” (97). This immediate focus on the interconnectedness of life on Earth, that ecocritics equally share with ecologists, as in Commoner’s first rule of ecology: “Everything is connected to everything else (Egan, 2007: 141), is undoubtedly related to the increasing environmental consciousness that occurs simultaneously with the increase in the observable negative effects of global climate change. In other words, with the inspiration and support of modern environmentalism and studies in ecology science, ecocriticism has emerged as a form of cultural criticism that examines literary texts with an emphasis on the language used in representations of nature and environment so as to explore whether the characters and the plots of literary works are compatible with the ecological principles.

Today ecocritical studies has a wider scope than in its early years, dealing with all kinds of popular and high culture representations of all branches of art, from cinema to painting, music to theatre, essentially any work that has certain environmental implications. British novelist Maggie Gee’s dystopian novel *The Flood* (2004) is apparently a work of this kind: it features an environmental apocalypse that has many common characteristics with the natural disasters our planet has frequently experienced in recent years. This puts the novel among the list of literary works that have explicit references to the current environmental issues, especially to global warming and climate change. It is, however, the first of Gee’s novels that distinctively reflects the impacts of the post 9/11 agenda and employs several themes regarding the political and economic conditions of the period. The novel provides examples for the negative consequences of inequality of income distribution in the face of major environmental catastrophes. In the light of these considerations, this paper deals with the traces of climate change in *The Flood* in order to determine interrelation of socioeconomic inequalities and environmental problems. A close reading of its environmentalist content shows that *The Flood* emphasizes the interconnectedness principle of environmental movements and globalized aspect of the climate crisis.

1. Climate Change and Social Inequality in *The Flood*

The Flood offers a rich set of themes and motifs that enable a broad critical perspective for literary analysis. For example, according to Dillon (2007) *The Flood* covers “such issues as racism, homophobia, global capitalism, the ever-increasing disparity between rich and poor, religious fundamentalism, humankind’s destruction of the environment, pre-emptive wars in the name of national security, and fears of terrorist response” (385). In *The Flood* the natural disaster that destroyed the world as we know it, also put an end to social and environmental problems. In this way, the novel gives the message that ‘the true dystopia is here’ - in the world we live in. Particularly for this reason, Zirange (2014) regards the novel as “a socio-political satire in the apocalyptic mode” (p. 1). According to him, Gee, “satirizes the Western society for its racism, the religious fundamentalism, imperial jingoistic politics, political oppression, the divide between the rich and the poor, the fear of terrorism” (p. 7). Above all, environmental conditions, which always make their presence felt in the background of the events, have an undeniable effect on the preferences of the characters. *The Flood* offers vivid and realistic examples of global warming and climate change that can be considered one of the negative consequences of the interaction between humans and nature. In this context Johns-Putra (2018) argues that *The Flood* is “set in near future(s) dominated by climate change (though, this is never named as such)” and she categorizes the novel as “dystopian” because it “adopts a conventional dystopian motif” (91). The most important part of the storyline involves a flood disaster that devastates the city and its inhabitants, and for this reason, the novel “might also be termed apocalyptic” (91).

In *The Flood* (2004), Gee makes use of a collection of characters imported from her previous novels. Besides, it has obvious similarities with *The White Family* (2002) which mostly deals with racism, violence, and domestic family issues. This thematic affinity and use of common characters reflect the novel’s tendency to communicate with the reader on current issues. Events in *The Flood* take place in an unnamed city state similar to London in many ways. The novel begins with a chapter named “before” and continues for eighteen more chapters and more than three hundred pages. In this part of the novel, an unnamed narrator tells the events until the apocalyptic event, a catastrophic tsunami caused by a meteorite impact which quickly floods the whole city. As it is only a few pages long, the “after” part does not contain much detail, but

it is long enough to understand that after the apocalypse, everyone who had lived in this city (there are very few details about the rest of the world and nothing about what happened to other countries after the apocalypse) died and opened their eyes in a heaven-like place which has significant differences with the one described in the biblical canon; a new order is established in which all social, economic and political dynamics are different, wherein issues such as class conflict, economic and cultural differences, racial discrimination and homophobia have disappeared.

In *The Flood* Gee has obviously benefited from some real-life events to show the impact of environmental problems on society. The details about the physical setting, especially the environmental conditions of the city, constitute the novel's speculative aspects and make it an example of eco-fiction by speculating about the eco-realities of today's world. The number of major floods that may cause loss of life and property has been on the rise in the last three decades due to growing populations, rapid and disorganized urbanization and, most importantly, the climate change that has started to have an increasingly noticeable impact in recent years (CRED 2020)³. It is known that England, which is located in a geographically rainy region, has already experienced many major flood disasters since the earliest times in history. Not long before the publication of *The Flood*, there were a few major floods in England which caused serious loss of life and damage to property. For example, during the spring rains of 1998, the disaster known as the Easter Floods killed five people and thousands of people living in central England were forced to leave their homes. The autumn 2000 flood affected the whole of Western Europe and is known as the all-time worst for England (POST 2012). The water levels of rivers such as Thames, Trent, Severn, Wharfe and Dee rose to a record level and large parts of the country were affected from severe floods. The similarities between the images that emerged during these natural disasters and some of Gee's descriptions in *The Flood* are evident. After the publication of *The Flood* there have been more flood disasters almost every year and these have reach catastrophic level every few years. For example, 13 died during the floods in 2007, and in 2012 precipitation levels broke new records.

Similarly in *The Flood*, climate change is manifested mostly as rainy weather of increasing frequency and severity. The word 'rain' is used more than a hundred times, including in different parts of speech and derivatives such as 'rain-washed', 'rain-drenched' and 'rain-drop'. The words 'water', 'wet', 'moisture', 'damp', 'drizzle', 'drench' and, of course, 'flood', are also mentioned many times. A few examples that imply the amount and effect of the rains are: "That year in the city it was always raining." (Gee, 2005: 9); "After months of rain, the sun broke through." (11); "Light shears between blackened towers in the east, scraping against the rain-washed sky." (16); "the drenched car park" (28); "The sun had disappeared. It was raining again." (29); "Some of the paths were blocked off, with the flooding." (63); "The drenched grass round the lake" (48); "Some time after sunset, the rain began" (74); "more rains predicted" (81); "More rain was forecast for later that day" (105); "the floods threatened Headstone House" (115); "the waters had risen above the doorstep. Letters and papers had got wet; boxes of documents were actually afloat" (130); "the city was sinking into the flood" (149); and "the floodwaters entered the lower floors of the city prison" (246). All these and similar examples are scattered all over the novel: Emphasizing the dominant influence of climatic conditions may or may not be the only reason for this. Yet, the novel also presents a panorama of a world divided on class and economic grounds. For example, in Loya, the underdeveloped Muslim country and perhaps an ex-colony of the western city state, climatic conditions are the opposite. In this country, a severe drought negatively affects human life. There is a deep contrast in all areas of life, thus, climate and environmental conditions can be seen as a symbolic expression of this situation.

Environmental issues related to Loya, which also add an anti-imperialist touch to *The Flood*, are presented with two parallel stories. The one about Mohammed and Rhuksana Habib, a young middle-class couple from the Muslim minority, reveals the correlation between the negative effects of the climate crisis and economic class. They are educated people working in respectable jobs and there is no detail in the story that they were affected by the floods as much as those living in the poor neighbourhoods of the city. People like them are usually defined as "elite migrants who are skilled workers or professionals and who are often encouraged by western countries to migrate from poorer countries" (McLaverly-Robinson, 2020: 349). Though they left Loya, the poor middle eastern country, and came to live in a rich and safe western country, regarding the imperialist attacks against their homeland, they were obviously offended. On the other side, there is Mohammed's sister, Jamila's story taking place in the war-ridden Loya. In the novel, Jamila does not speak with her own voice, except for a quote from one of her letters; her name is only mentioned in a few places that refer to her negative living conditions. We learn the environmental situation in Loya from Rhuksana's reflections on her sister-in-law: "Last week her water had been cut off. It was back on now, but her tree had suffered, which Jamila usually watered every day, the desert rose that grew in her courtyard: the first pink flowers had fallen off, leaving it 'grey as an elephant'. 'I hope it's alive,' she had written. 'If only we could have some of your rain.'" (pp. 114-5). Here, Jamila's ill fate and the withering flowers

³ "a sustained rise in climate-related events (mainly floods and storms) pushed total occurrences significantly higher. Since 2000, EM-DAT recorded an average of 341 climate-related disasters per annum, up 44% from the 1994-2000 average and well over twice the level in 1980-1989." (CRED, 2020: 7).

explicitly create a symbolic unity. Her story reminds us that there are thousands of 'withering desert roses' like Jamila in many underdeveloped countries and refugee camps located all over the world.

In the western city-state where most of the story takes place, due to the constant rains, rivers overflow, the sea level rises, drainage system fails, and the lower floors of the high-rise residential buildings and the streets between these buildings are covered with water. Throughout the novel, with frequent use of certain words that evoke rain, wetness, and floods, the author keeps the reader's attention alert to the physical conditions of the city. Especially in the low-lying neighbourhoods, "basements [are] left flooded" and "drains left blocked" (81). On the other hand, the northern part of the city is at a higher altitude, and people living there also have economic means that make them less vulnerable to these problems. In some cases, the differences between these two classes are so great that they can be explained by the concept of "Two Nations" living in the same country, as in the well-known analogy from the novel *Sybil, or The Two Nations* (1845) depicting Victorian English society. Gee's fiction, by selecting details that are in accordance with real life examples illustrates how economic inequalities in society become more dramatic during environmental crises and how anthropogenic climate change causes other social problems to become increasingly visible.

The climatic conditions do not affect everyone with the same severity; when the signs of this "modern-day Noah's flood" begins to be noticed, as Liz Hoggard (2004) stated, "The rich are safe on high ground, while the poor founder in the drowned no-man's land of the Towers". In the city, especially in the poor districts "Some schools were shut because buildings were flooded. All over the city, houses felt smaller, mothers were more desperate, more children got slapped, because the rain was closing schools." (Gee, 2005: 115). During the coronavirus (COVID-19) lockdowns, we have seen similar situations in many parts of the world. Studies on physical school closures due to COVID-19 (Maldonado and De Witte, 2020; Hammerstein et al., 2021) shows that students from families with low socioeconomic status were more affected than students from families with high socioeconomic status. Furthermore, the privileged classes in almost every society hardly had trouble finding leisure activities to spend their time and they apparently did not have much trouble running their businesses from their homes. In contrast, it has been reported that the poor have had many difficulties in terms of housing and other vital needs during the lockdowns. In times of epidemic diseases, as well as the natural catastrophes such as those in *The Flood*, socioeconomic inequities become more visible. Certainly, the poor did not have perfect facilities before the floods; yet it can be observed that, as in reality, the deteriorating environmental conditions due to climate events have caused serious difficulties in housing, nutrition, transportation, public health, and education opportunities. In the schools that are still open, children plays "have to be wet play"⁴ (114) due to the flooded playgrounds. Teachers occasionally complain about this situation because on rainy days children cannot go out during the breaks, they must spend time in closed areas, and they "missed the break they usually got while the children roared around the playground outside" (115). It is known that sudden climate changes cause psychological problems as well as various health problems. The fact that children cannot spend enough time outdoors due to extreme climatic conditions is of course a serious deprivation not only for their teachers and their families but also for their intellectual and physical development. In *The Flood* the children, who are generally neglected politically and economically by policymakers, experience various problems depending on the deterioration of climate. It is frequently stated by experts that children who have had to stay at home during the lockdown have had their healthy development interrupted. Gee, with this and similar details, increased the visibility of both the issues of childcare and climate change, by establishing a direct relationship between them.

There is a more important aspect of the wet play days at schools that illustrates the nature of the social issues Gee handles in this novel. It draws a tangible image of the negative effects of extreme rainfall due to climate change, while at the same time there is a hidden detail regarding the opportunity gap in this society; even under these extraordinary conditions, while some schools had to stop education, the children of the middle and upper class are not affected by the adverse consequences of school closures. Although they have to spend their recess time inside the buildings, they are not completely deprived of educational opportunities. The schooling prospects of the children of a medical doctor (Elroy and Shirley's twins) or an award-winning author (Angela's daughter Gerda) would not be the same, as is the real case in any parts of the world, with the children who live around the Towers, the poorest and the lowest-lying part of the city. With this example it is seen that the class structure in a capitalist society creates a cultural diffusion that blinds us to the real reasons for such differences. Based on this, the negative effects of environmental conditions and economic inequalities on school education can be clearly demonstrated.

Except for a nameless girl carrying passengers among the buildings in a small boat, possibly to contribute to the family budget, there is no direct example of the situation of the poor children living in the Towers. In a few other places in the novel there are examples of child poverty that are given without being associated with the Towers region. The children in these examples are again nameless. Readers mostly need to base their understanding about the living standards of the poor on the observations of May, a 70-year-old melancholic woman, which are often in the form of sighs – some of which

⁴ "wet play" is not a game in which children get wet; they are games played in indoor spaces during the break time. They are called "wet" because they are only played when it is wet outside.

were voiced directly by the old woman, the rest are reported as free indirect speech narration – about how environmental conditions, that are already deteriorated due to floods, are below her middle-class standards. When she is about to reach the Towers with the boat, she thinks that “she is stepping off the edge of the world” (214). Obviously, she shares the outlook of the privileged in her society; theirs is a different world from that of the poor.

In the first chapter, while thinking about her son-in-law, Elroy, who “had a good job in the public health service” (13), May adds a comment, “the poor old struggling Public Service” (13) in a way that expresses her sympathy with those receiving health services from there. In the next paragraph, there is a comparison between the poor and rich parts of the city: “Away in the prosperous north of the city, nobody uses the Public Service. There is higher ground, better services” (14). While Public Services for the poor suffer from funding problems, the services that rich people benefit from include:

...trichologists, reflexologists, manicurists, chiropodists, naturopaths, osteopaths, homeopaths, and chic small shops with tiny pots and parcels of exquisitely expensive animal parts, lungs, roes, embryos, fractions of hoof and horn and tail, which people offer each other as gifts; and silvered or gilded brocade clutch-bags, minuscule cards with jokes and mirror-lets, frail silk peonies, porcelain teddy bears, toys too delicate and dangerous for children. Because there is money, objects can be useless. (14)

This paragraph draws attention to the health care gaps between rich and poor segments of the society; and furthermore, shows another aspect of unbalanced distribution of income; luxury consumption businesses. These are organised to make wealthy people spend more money for objects and services they do not need. In *Capital Volume II*, Marx defines such expenses as “Articles of luxury, which enter into the consumption of only the capitalist class and can therefore be exchanged only for spent surplus-value, which never falls to the share of the labourer” (1956: 246). Such consumption habits increase demand for energy and raw materials and thus the pressure on natural resources. Luxury consumption not only increases environmental damage, but also brings additional difficulties to the lives of those who lack the financial means to cope with the effects of environmental problems.

At the beginning of the fourth chapter, there is another example of the opportunities rich and poor families can offer their children. This part describes how Lottie's daughter, Lola and her friend Gracie spent time after returning home from school, which, in its still being open, indicates that it is in a location not affected by the floods. They were “ecstatic to discover” that they were alone “in the cavernous house” because it means that “they could eat mountains of ice-cold cheesecake, sample the juices, the smoothies, the thickies, plunder the chocolates, catch up with their e-mails, and watch TV at deafening volume” (Gee, 2005: 51). A comparison with the other half of society is given in the next paragraph; “(Elsewhere, south and east of the city, children come home to cold houses, rattle the tin for cheap biscuits, care for other, younger children, put the washing on to please their mothers, then watch TV at the same volume. TVs blink and blare all over the city.)” (51-52). This sentence, separated from the main text by putting it in brackets, deemphasises the information it conveys and could be read as a symbolic reference to the lesser importance of the poorer people in this society. The named characters of *The Flood* are generally from the middle and upper classes in the socioeconomic context. Tyson, in *Critical Theory Today* (2006), defines “the poor” as a socioeconomic group, “whose limited educational and career opportunities keep them struggling to support their families and living in fear of becoming homeless” (55). None of the main characters in *The Flood* precisely matches Tyson's definition.

Among the main characters the only poor family consists of Faith, a single Irish mother serving as a maid for wealthy families and from time to time committing minor thefts from the houses she works in, and her daughter Kilda. However, Gee does not give much information about how Faith has raised Kilda, who is a teenager in the timeframe of events, and there is no indication that they live in poverty as in the above definition. It is known that there are poor people living in this city and elsewhere in the world, but they are mentioned either without names or in brackets. Another example of the inequality of opportunity among children caused by imperialism, a product of capitalism, is a fictionalized version of a human tragedy that we have occasionally seen on TV, during the Gulf War and the conflicts that have followed. Mohammed's young sister, Jamila, who lives in Loya, has “been shot through the head in a ricochet from a soldier's bullet, walking through the streets in search of bread” (Gee, 2005: 252). Gee takes a brief look at Jamila's story in several places of the novel, but the author allocates more space to the break time problems of the middle- and upper-class children, and much more space for the teenage problems of Lottie's daughter, Lola, who belongs to one of the richest family in the city.

The author might not underestimate such important problems on a universal scale; rather this approach stems from the fact that Gee focuses on issues from the perspective of her own society. To put it more clearly, it's possible to say that Gee's realism deals with the more hygienic problems of the developed Western societies of the 21st century, such as being unable to go out during the breaks, and by adopting this style, the novel exemplifies the indifference of the society (the middle and upper classes) to the problems of the lower classes or global issues such as climate change and global warming. Although there are some hints and short references, Gee's novel does not primarily give voice to the problems of minorities or ‘othered’ social groups; on the contrary, it is about the privileged (Caucasian) subjects such as Lottie who

has inherited a great fortune from her merchant father; or Shirley, who has a comfortable life with her new husband and twin sons with the money left from her ex-husband; or May who leads a decent life with her grandsons, among her poetry and mythology books, and memories of her racist husband; (or the Great Britain which is still one of the few countries that believes it has some control over parts of the rest of the world based on the legacy of its colonial ancestors).

The floods have a serious impact on the transportation system of the city state that increase the visibility of socioeconomic inequalities. For example, "The City Airport" is flooded and closed to all flights: "the planes had vanished", "no more planes coming into the city. The skies had gone back to clouds and birds." (112). Instead, helicopters, which are the only available air transport for those who can afford, become a life and death issue towards the end of the novel. Inside the city most public transport has been cancelled and the inhabitants must start using watercraft instead of land vehicles. Some subway stations have been closed because of the floods, "there aren't any trains. The track was flooded" (105). This situation complicates the living conditions for those who must use the subway to go to work or home. In some places rich people are transported by "the gondolas" (138), between the flooded buildings and un-flooded streets, or to their land vehicles, while the poor should take "Derelict water-buses" (188). In the Towers due to the flooded streets, people can only board these boats from the windows of upper floors of the high-rise housing estates. The floor on which the pier is situated changes depending on the water level.

The Flood informs the readers about how insufficient the water buses included in the public transport system as a temporary solution are. These boats are used to travel to the Towers from different parts of the city, but since the neighbourhood is completely covered with water, a separate system is needed for round trips between the buildings. The residents find a solution for this: transportation between buildings is provided by "the local taxi" (214) service, the only example of which is given from May's perspective while she is searching for her son. We understand from May's observation that a girl is carrying passengers between the buildings in a small boat: "The amount she mentions is pitiable. Her boat is tiny and ramshackle; there is a silt of dirty water in the bottom" (214). This description also shows that the state does not provide the same service for poor and wealthy neighbourhoods. We can see another example of the same issue during a conversation between Delorice and her sister Viola. While chatting in Viola's apartment in the Towers, they are also listening to the radio, which informs them that it would be easy to reach the Gala from any part of the city; the voice goes on to say that people can travel with the "fancy river buses" for this purpose. Viola reacts in a bad-temper: "Did you hear him? Where are these fancy river-buses? I can't even go to work on time" (166). Examples like these show that climatic conditions in *The Flood* have changed the usual flow of life; constant rains and the subsequent floods influence the psychological states and decisions of the characters. Anger, hostility, and violent behaviours have started to be seen more frequently in the society. The city administration spends public finance for setting up huge greenhouses to keep rare trees or for military interventions in overseas countries; however, they have reservations about public spending on infrastructure in poor neighbourhoods. This proves the insensitivity of the politicians about unequal effects of climate change.

Conclusion

As it is known climate change mostly affects the underdeveloped countries due to both their geographical locations and lack of financial resources to build their infrastructure and superstructure that are strong enough to withstand natural disasters caused by extreme weather events. This situation can be clearly seen when we consider the loss of life and property in natural disasters, the frequency and severity of which have increased in recent years. They must deal with the pollution caused by old-fashioned production facilities, as well as the additional risks posed by climate change. Their economic insufficiency reduces their ability to tackle environmental risks so it can be said that no matter the location, no matter what country they are citizens of, the poor will suffer most from climate change. However, the city described in *The Flood* does not have an underdeveloped or a developing economy, but it is an imperialist rich country with relatively better economic opportunities than the rest of the world. As developed western countries have technological and financial resources to cope with natural disasters, their losses can be expected to be less. However, there is a similar proportion among the rich and the poor living in the same countries. Safe food and luxury housing are not among the priorities of low-income groups who can barely meet their basic needs such as nutrition and shelter. Even within the rich countries low-income groups are more vulnerable to rare climatic conditions. In conclusion *The Flood* provides examples for the negative consequences of inequality of income distribution both within local and international levels, and at the same time conveys a strong message that the climate crisis is a global problem whether rich or poor all humans share the same planet.

References

- The Centre for Research on the Epidemiology of Disasters (CRED) 2020, *Human Cost of Disasters An overview of the Last 20 Years (2000-2019)*, The UN Office for Disaster Risk Reduction, UCLouvain, Belgium, viewed in 29 January 2021, <https://cred.be/sites/default/files/CRED-Disaster-Report-Human-Cost2000-2019.pdf>
- Dillon, S 2007. 'Imagining Apocalypse: Maggie Gee's "The Flood"', *Contemporary Literature*, Vol. 48, no. 3 (fall, 2007). pp. 374-97.
- Egan, M. (2007). *Barry Commoner and the Science of Survival the Remaking of American Environmentalism*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Evernden, N. (1996). 'Beyond Ecology'. in *The Ecocriticism Reader: Landmarks in Literary Ecology*, Glotfelty, C & Fromm, H (eds.), University of Georgia Press, Athens, pp 92–104.
- Gee, M. (2005). *The Flood*. London: Saqi
- Glotfelty, C 1996, 'Introduction: Literary Studies in an Age of Environmental Crisis' in *The Ecocriticism Reader: Landmarks in Literary Ecology*, Glotfelty, C & Fromm, H (eds.), University of Georgia Press, Athens, pp. xv–xxxvii
- Hammerstein, S., König, C., Dreisoerner, T., & Frey, A. 2021, 'Effects of COVID-19-Related School Closures on Student Achievement', *A Systematic Review*. <<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.746289>>
- Hoggard, L 2004, *Damp if you do...*, book review, 15 February, The Guardian International Edition, viewed 10 October 2019, <<https://www.theguardian.com/books/2004/feb/15/fiction.features3>>
- Johns-Putra, A 2018, 'Maggie Gee's *The Ice People* (1998) and *The Flood* (2004) – State of the Nation Cli-Fi', in Goodbody A & Johns-Putra, A (eds.), *Cli-Fi: A Companion. Genre Fiction and Film Companions*, Peter Lang, Oxford, pp. 91-5.
- Maldonado, J. E., and De Witte, K. 2020, 'The effect of school closures on standardised student test outcomes' *Discussion Paper Series*, KU Leuven Faculty of Economics and Business. <<https://lirias.kuleuven.be/retrieve/588087>>
- Marx, K. (1956). *Capital: A Critique of Political Economy, Volume II*. Moscow: Progress Publishers
- McLavery-Robinson, A. (2020). *Homi Bhabha – An Introduction and Critique. Volume 2: Colonialism and Inbetweenness*. Morrisville: Lulu Press.
- POST (The Parliamentary Office of Science and Technology) 2012, *The Autumn 2000 Rains and Floods*, UK Parliament briefing paper, London, viewed 19 February 2020, <<https://post.parliament.uk/research-briefings/post-pn-151/>>
- Tyson, L. (2006). *Critical Theory Today*. New York: Routledge
- Zirange, R. S. 2014, 'Maggie Gee's *The Flood*: A Socio-Political Satire in the Apocalyptic Mode', *The Indian Review of World Literature in English*, Vol. 10, no. 1, pp. 1-8.

Bir Bakış Açısı Olarak Sine-Göz: Dziga Vertov'un Kameralı Adam Filmi Üzerine Bir İnceleme

Cine-Eye as A Perspective: A Review on Dziga Vertov's Man with A Movie Camera

Ramazan Çelik¹, Sevsen Çiçekli²

Öz

Sinemanın Lumiere Kardeşler ile başlayan serüveni zamanla yaşadığı değişiklik ve görmeye yüklenen yeni anlamlarla tartışılmaya devam etmektedir. Bu tartışmalardan biri de sinemadaki gerçekliğin "bakış" ve "görme" eylemleri üzerinden nasıl değerlendirilebileceği ile ilgilidir. Hayatımıza fotoğraf makinesi ile giren yeni bakış açısı, görme ve anlamlandırma çabası sinema ile mekanikleşerek çok farklı boyutlara evrilmiştir. Sinemanın senaryo, kurgu ve anlatım teknikleri ile insanlara sunulan yapay bir dünya olduğunu belirten Rus Yönetmen Dziga Vertov, yayınladığı manifestolarda açıkladığı sine-göz ile yeni ve gerçekçi bir bakış açısı kazandırarak buna karşı çıkmıştır. Bu çalışma görsel kültürde bakmak, görmek ve bunu anlamlandırmak adına sinemada mekanikleşme, bakma ve gerçeklik kavramlarını Vertov'un bakış açısıyla değişen kameranın konumu üzerinden değerlendirmektedir. Çalışmada Kameralı Adam Filmi incelenerek Vertov'un bakış açısı ile görmenin ve bakışın anlamlandırılması üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Kelime: Medyada Görme Biçimleri, Sine-Göz, Sinema ve Gerçeklik, Dziga Vertov, Kameralı Adam.

Abstract

The adventure of cinema that started with the Lumiere Brothers continues to be discussed with the changes it has experienced over time and the new meanings attributed to seeing. One of these discussions is about how reality in cinema can be evaluated through the actions of "looking" and "seeing". The new perspective that entered our lives with the camera, the effort to see and make sense has evolved into many different dimensions by mechanizing cinema. Russian Director Dziga Vertov, who stated that cinema is an artificial world presented to people through script, fiction and narrative techniques, opposed this by giving a new and realistic perspective with the sine-eye, which he explained in his published manifestos. This study evaluates the concepts of mechanization, gazing and reality in cinema through the position of the camera that changes with Vertov's perspective in order to look, see and make sense of it in visual culture. The study focuses on the interpretation of seeing and looking from Vertov's point of view by examining the film of the Man With A Movie Camera.

Keywords: Ways of Seeing in The Media, Cine-Eye, Cinema and Reality, Dziga Vertov, Man with A Movie Camera

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 11 / 01 / 2021

Accepted: 15 / 12 / 2021

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Trakya Üniversitesi Edirne Sosyal Bilimler MYO, ramazancelik@trakya.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-6957-5297>

² Yüksek Lisans, Trakya Üniversitesi SBE, sevsencicekli@trakya.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-1994-9198>

Giriş

Görme eylemi insanoğlunun doğumu ile başlar. İnsan konuşmadan ve işittiğini anlamlandırmadan önce çevresini görerek algılar, keşfeder ve öğrenir. İnsan gördüğünü taklit eder ve bunu gelecek nesillere aktarılacak olan mağara duvarlarına resmederek kalıcı hale getirir. Bu tarih boyunca yazı, resim, heykel, müzik gibi sanat dalları ile geleceğe aktarılır. İnsanın dünyayı algılama ve yorumlara süreci görmeyle mümkün olmuştur. Göz ve görme eylemi fotoğrafın icadı ile farklı bir boyut kazanmaya başlamıştır. Resim ve heykel gibi sanat dallarında sanatçının bakışı, kültürü ve perspektifi eserlerine yansıyan bir yorum olarak algılanmaktaydı. Fakat bu eserlerin tüm dünyaya yayılması fotoğrafın icadıyla mümkün oldu. Böylece farklı algılanma ve yorumlanma biçimleri oluşmaya başladı. Fotoğraf makinasını takip eden kameranın icadı ile göz ve görme eylemine algılama yorumlama ve gerçeklik boyutu da eklenmiş oldu.

Kamera ile insan gözü birbirinden farklıdır. Kamera her yere kolaylıkla taşınabilir, konumlandırılabilirken ve her şeyi görmesi mümkün kılınırken göz arkasını görmeyebilir. Fakat yine de kamera ve insan gözü arasında sıkı bir bağ vardır. Kameranın keşfettikleri insan gözünün keşfettiklerinden ne az ne de daha fazladır. Bundan dolayı insan gözü ve kamera arasında sürekli ve dolaylı bir ilişki vardır.

Görmenin ve bakışın gücü yönetmenin anlatımı ve hikâyesini seyredildiğinde anlama/alımlama açısından önemlidir. Yönetmenin hikâyesini anlatma teknikleri onun anlatım tarzını ve bakışını belirler. Bu seyirciye hangi bilgiyi nasıl ve nerede vereceğinin belirlenmesi anlamına gelir. Polonya asıllı Rus yönetmen Dziga Vertov'un sine-göz kavramı örnek olarak ele alındığında insan gözünün zayıf olduğu sonucu ortaya çıkacaktır. Bu yüzden Vertov, insanların teleskop ve mikroskopu geliştirdiğini, gözün göremediği nesnelere yaklaşıp-uzaklaştırarak, büyütüp-küçülterek bunun mümkün kılındığını belirtir. Vertov (2007:16) "Gözlerimizin yapısını geliştiremeyiz ama kamerayı sonsuzca kusursuzlaştırabiliriz" der. İnsan gözünün aynı anda göremeyeceği gerçekliğin kusursuz bir montaj ile görülmesi sağlanabilir. Kamera insana farklı zaman, mekân ve görüntüleri görebilme imkânı sağlar.

Vertov: Hayatı 'habersiz' olması için değil, insanları maskesiz, makyajsız göstermek, onları rol yapmadıkları bir anda kameranın gözüyle yakalamak, kameranın gözler önüne serdiği düşüncelerini okumak için 'habersiz çekmek' tekniğini kullanarak ve bu teknik ile gerçek hayatı gözlemleyerek izleyiciye kendini sunması sayesinde hayatın doğallığını kaybetmeyeceğini belirtmektedir. Filmlerinde bununun mümkün olması için: "Görünmeyeni görünür, açık olmayı açık, gizliyi aleni, oyuncularla oynananı oyuncusuz kılma; yalanı gerçeğe dönüştürme ihtimali olarak sine-gözü ortaya koymuştur" (Vertov, 2007:48).

Vertov'un sine-göz kavramı çerçevesinde "Kameralı Adam" filminin inceleneceği bu çalışmada, filmin çekim teknikleri ile tamamen kurgusal hayal ve yapay dünyadan uzak seyircinin arasında gezen kamera ile var olan gerçek irdelenmektedir. Hayatı seyirciye tüm çıplaklığı ile gösterdiğini savunan bu film ile "görmek", "bakış", seyircinin filmdeki karakter ile özdeşleşmesi üzerinden değil, film içinde olmasının özellikle tercih edildiği düzlem üzerinden değerlendirilmektedir.

1. Bakmak, Görmek ve Anlam

İnsanın görme eylemi konuşmadan önce gelmiştir. İnsan doğumundan sonra konuşmayı öğrenmeden önce etrafına bakıp tanımayı ve algılamayı öğrenir. Dünyamızı, çevremizi görerek keşfeder, tanır ve kendi yerimizi görerek buluruz. Kendimizi sözcüklerle ifade ederiz. Uzun bir süre gördüklerimizi, algımızı söz ve yazı ile ifade ettiğimiz için bu kültürün ürünü olan homo sapiens (bilen insan) ; görüntünün ve sesin icadından sonra yerini homo-videns'e (gören insan) bırakmıştır. Tele (görmek) artık insan doğasını değiştirmektedir. İnsan hayatına başka bir göz olan kamera girmiştir.

Yalnızca baktığımız şeyleri görürüz. Bakmak bir seçme edimidir. Bu edimin bir sonucu olarak gördüğümüz nesne—her zaman elimizle dokunabileceğimiz bir nesne anlamında olmasa da—ulaşabileceğimiz bir alana getirilmiş olur. (Berger, 1995: 14) Berger'in ifade ettiği gibi görmek eylemi bize sadece baktığımızı, algılamamızı ve anlamlandırmamızı sağlar.

1.1. Medyada Görme Biçimleri

Binlerce yıl sadece sözlü kültür odaklı bir iletişim ortamında varlığını sürdüren insan, yazının icadından itibaren, ama asıl olarak çizimin, resim ve görsel ifadelerin yaygınlaşmasından itibaren yaygın bir görsel kültürün içine girmiş ve iletişim sürecindeki görsel nitelik, çağlar ilerledikçe artmış, matbaanın, fotoğrafın, sinemanın icadından sonra da hayatın vazgeçilmezleri arasına girmiştir. (Çakır, 2010: 21). Fotoğraf makinesinin icadıyla gelişen bakış John Berger'in "Görme Biçimleri" kitabında ifadeleri ile daha da anlam kazanmıştır. Fotoğraf makinesi, anlık görüntüler birbirinden ayrıldı; böylece imgelerin zamana bağlı olmadıkları fikri ortadan kalktı. Başka bir deyişle makine geçen zaman kavramının (yağlıboya resmi dışında) görünen şeylerin algılanışından ayıramayacağını gösterdi. Görüşümüz neyi nerede gördüğümüze bağlıydı. Her şeyin kayma noktası olarak kabul edilen insan gözü üzerinde toplandığını düşünmek olanaksız artık.(Berger, 1995: 25). Artık görmek sadece bakmak ile yetinmeyip gördüğünü anlamlandırmak ve yorumlamak ile kendini daha belirgin göstermektedir.

Kitle iletişim araçları ya da genel tanımı ile medya araçlarının yazının icadından yüzyıllar sonra 19.yüzyılın devrimsel gelişmelerinin de etkisi ile çok hızlı bir şekilde gelişmesi, medya üzerinden bakışın ya da görme biçimlerinin de farklılaşmasını ve çeşitlenmesini sağlamıştır. Özellikle bakmak ve görmek eylemleri fotoğraf, televizyon ve sinema alanında daha da belirgin bir ortamın oluşmasına sebebiyet vermiş ve bir bakıma bu alanı daha önemli bir konuma getirmiştir.

İnsan fotoğrafın ve bunun akabinde sinemanın icadıyla çevresindekileri görmeyle sınırlı kalmayıp kendinden çok uzak kültürleri tanıma fırsatı bulmuştur. Farklı toplumları ve yaşamları gözlemleme şansı oluşan insanda görme eylemi bakmaya ve bunu anlamlandırmaya yönelmiştir. Fakat tam bu nokta da insana gösterilenin doğruluğu, saflığı ve belirli kodları taşıyıp taşımadığı konusunda bir hassasiyet oluşmuştur. Berger'in de ifade ettiği gibi bir resim, çeşitli imgelerini yeniden canlandıran bir film, seyirciyi resmin içinden geçirek film yapımcısının istediği sonuçlara götürür. Resim, film yapımcısının buyruğuna girmiştir. Çünkü film zaman içinde yayılır, oysa resim yayılmaz. Filmde bir imgenin öbürünü izleyişi, imgelerin ardı sıra sıralanışı, tersine çevrilmeyecek bir değiş biçimi kurar (Berger, 1995: 35-36).

Vertov'un sine-göz ile karşı çıktığı durum tam burada ortaya çıkmaktadır. Vertov, seyirciyi senaryo, oyunculuk ile tiyatro ve romanlarda olduğu gibi gerçek dışı yapay bir hayat ile oyalamak olarak betimler. Ayrıca seyircinin gördüğünün gerçek olması gerekliliğini bir zorunluluk olarak gören Vertov, "kinoklar³" adını verdiği topluluğu oluşturur. Bu topluluk kendini bir mühendise benzetir ve film üretmeyi gerçekliği bir yaratma süreci olarak görürler. Kinoklar kendilerini filme şiir yazar gibi görüntüyü yazarak seyirciyi filmin içine alarak gerçekliği üretme görev edinirler. Böylece bakmak edimini üzerinden seyirciyi izleyici konumunda bırakmadan, onların filmin içinde yer alarak doğal bakış açısıyla etrafı görmeleri sağlanır.

2. Sinemada Bakış ve Gerçeklik

Sinemanın oluşmasını sağlayan en önemli özellik gözdür. Gözün görmesini sağlayan ağ tabakası aynı zamanda bugün sinemayı izlememizi sağlamıştır. Sinemanın icadından bu döneme kadar sinema yönetmenlerinin bakış açısından, bu süreçte belli dönemlerdeki sinema akımlarının var olmasıyla görmek, bakmak ve anlamak süreçleri farklılaşmıştır. 1895 yılında Auguste ve Louis Lumiere kardeşlerin sinematografi icadıyla sinema serüveni başlamış sayılmaktadır. İlk yayınladıkları filmler hayatın içinden olan görüntüler ile belgesel tarzıdır. Seyircilerin izlediği ilk film görüntüsünde gara giren bir tren vardır. Bunu gören seyirciler görüntüleri gerçek sanıp salonda kaçışmaya başlamıştır. O zamandan günümüze kadar sinemada akış ve gerçeklik kavramlarına her dönem farklı anlamlar yüklenmiştir.

Sinemada klasik anlatı tarzı edebiyatta olduğu gibi giriş-gelişme ve sonuç bölümlerinden oluşmaktaydı. Görüntüleri bir anlam bütünlüğünde peş peşe montajlamak ile yetinirken çeşitli görüş ve yeni sinema teknikleri ortaya koyularak bu yön geliştirilmiştir. Vertov'un da kullandığı sinema teknikleri sinemada bakışı ve gerçeklik algısını değiştirmiştir. Fakat Vertov görüntüleri hızlandırma ya da yavaşlatma tekniklerinin gerçeği daha iyi görmeyi ve ona odaklanabilmeyi sağladığını savunmuştur. Bu da Vertov'un aynı zamanda sinemadaki yeniliklere kapalı kalmadığını ve bunu kendi bakış açısına eklemeyerek filmlerinde kullandığını göstermiştir.

Hareketli görüntünün kesilip birbirine eklenmesi fikri 1896 yılında Fransız yönetmen Georges Melies'in bir filmini çekerken tesadüf eseri ortaya çıkmıştır. Bu sinema tarihi için önemli bir dönüm noktasıdır. Sinemada kurgu alanında önemli çalışmalar yapan Rus yönetmen ve kuramcı Sergey Eisenstein (Ayzenştayn) kurgunun filmin yaratıcı bir gücü olduğunu söyler. Eisenstein, filmlerdeki ana olaylardan bağımsız olarak belirli bir düzen ya da sıra olmaksızın rastlantısal seçilmiş görüntülerin izleyiciler üzerinde en güçlü psikolojik etkinin yaratılmasına dayalı "çarpıcı kurgu" anlayışını ortaya atmıştır. (Özarlan, 2019:113). Vertov'un filmlerini çektiği ve izlettiği süre boyunca onu takip edip filmlerini izleyen yönetmenler aynı zamanda onun bu belgesel gerçekçilik filmlerini eleştirmişlerdir. Vertov Amerikan ve Alman sinemasını ve filmlerini örnek alan diğer yönetmen arkadaşlarını eleştirmiş ve yayınladığı manifesto ile onlara karşı çıktığını ifade etmiştir.

Genç Sovyet sinemacılar LevKuleshov, Sergei Eisenstein, Vsevolod Pudovkin ve Dziga Vertov film sanatının temelini kurguyu yerleştirdiler. Bu görüşlerini destekleyen yapıtlarında da sessiz sinema döneminde görsel anlatımın zenginliğini başarıyla kullandılar (Eraydın, 2010).

Vertov'a göre (2007: 80) "Büyücü-yönetmen ile büyülenmiş halk arasındaki danışıklı dövüşe karşıyız. Her tür büyüün etkisine ancak bilinç karşı koyabilir. Sağlam görüşlü, sağlam kanatlı bir insanı ancak bilinç ortaya çıkarabilir. Bütün önerilere boyun eğen bilinçsiz bir kitleye değil, bilinçli insana ihtiyaç var. Yaşasın gören gözlerle ve duyan kulaklara sahip olan sağlıklı insanların sınıf bilinci! Kahrolsun öpücüklerin, cinayetlerin, güvercinlerin ve hokkabazların arsız peçesi. Yaşasın sınıf vizyonu! Yaşasın sine-göz". Bu sözleri ile Vertov, sanatsal dramalara karşı çıkmıştır. Sinema tarihi boyunca çeşitli bakış açıları görmek mümkündür. Günümüze kadar bu sürekli değişmiş gelişmiş ve yönetmenler arasında

³ Vertov'un bulduğu bu yeni terim, kino (sinema ya da film) ve oko'dan (göz anlamına gelen eski ve şiirsel bir kelime) türetilmiştir.

tartışılmıştır. Bu yönü ile sinemada “bakmak”, “görmek” eylemi halen gelişmekte, değişmekte ve farklı anlam ve boyutlar kazanmaya devam etmektedir.

Vertov eksenli Sovyet Sineması'nda kurgu ya da montaj kuramı anlayışının kökeninde LevKuleshov'un deneysel çalışmalarının olduğunu da belirtmekte fayda bulunmaktadır. Zira Sovyetlerde sinemanın gelişmesine büyük katkıda bulunan LevKuleshov, atölyesinde deneysel çalışmalar gerçekleştirerek, “Tek bir görüntü, izleyicilere farklı şeyler düşündürülebilir mi?” tezinden yola çıkarak, film kurgusunun ilk kanunlarını ortaya koymuş olup, kurgunun duygusal ve psikolojik etkisine dikkat çekmiştir (Demir, 2019).

2.1. Bakışın Mekanikleşmesi

“Ben Sine-gözüm, mekanik bir gözüm. Bir makine olan ben, size dünyayı ancak benim görebileceğim şekilde gösteriyorum” (Vertov,2007: 18) sözleri ile Vertov kameranın insan gözünden daha gelişmiş ve donanımlı olduğunu ifade etmektedir. İnsanın gözünün göremediğini gözünün arkasında bir göz olduğunu ve bunun sayesinde çok boyutluluk olduğunu söyler. Mekanik göz insan gözünü önemsizleştirmeyi reddeder. Sadece görünen her şeyi kaydeder fakat bunu montaj yardımı ile düzenler ve anlamlandırır. İnsan gözünü karmaşadan kurtararak sonucu daha net ve açık gösterir.

İnsan gözü anlık etrafındaki ve zamanındakileri görür. Mekanik göz (kamera) farklı zaman ve yerlerdeki görüntüleri çekerek montaj ile belli bir kronolojik sıraya sokarak gerçekliğini yitirmeden seyirciye sunar. Bu konuda Vertov şu çarpıcı tespiti yapmaktadır: “Şimdi ve sonsuza dek, kendimi insan hareketsizliğinden azat ediyorum, daima hareket halindeyim, nesnelere yaklaşıyor, sonra uzaklaşıyorum, sürünerek altlarına giriyor, üzerlerine tırmanıyorum. Dört nala giden bir atın ağızıyla aynı hızda hareket ediyorum, son hız kalabalığın içine dalıyorum, koşan askerleri geride bırakıyorum, sırt üstü düşünüyorum, bir uçakla birlikte göğe yükseliyorum, suya dalan ve gökyüzünde süzülen insanlarla birlikte suya dalıyor, gökyüzünde süzülüyorum. Şimdi bir kamera olan ben, onların vektörü üzerinde savuruyorum, hareket kaosunda manevralar yapıyor, en karmaşık kombinasyonlardan oluşan hareketlerle başlayarak, hareketleri kaydediyorum” (Vertov:2007: 18).

Dünyanın neresinde olursa olsun çekilen görüntüler kaydedilerek bir anlam bütünlüğü içerisinde gerçek dünyaya çevrilen bir bakış açısı ile seyirciye sunuluyor. Böylece mekanik göz insan gözünün gördüğü görüntüleri değiştirmeden sadece insan gözünün ulaşamadığı mekân ve zamanı çekerek onlara sunmaktadır. Mekanik göz diğer sinema yönetmenlerinin aksine seyirciye doğru ve gerçek bir mekanik bakış sunmaktadır.

Perspektifte görsel alan, sanki ideal olan buymuş gibi düzenleniyordu. Perspektifle yapılmış her resim, seyirciye, dünyanın asıl ve biricik merkezinin, kendisi olduğunu söylüyordu. Fotoğraf makinası ve sonrada kamera, aslında böyle bir merkezin olmadığını gösterdi. İmgelerin zamana bağlı olduğunun anlaşılmasına yol açtı. Yani makina, akıp giden zaman kavramının “görünen şeylerin algılanışından ayırlamayacağını gösterdi”. Görme biçimimiz neyi nerede gördüğümüze bağlı idi (Berger, 1995:16-18). İnsanların bir resmi bir heykeli görme şansları orijinallerinin tutulduğu ülkelerde müzelerde mümkündü. Fakat fotoğrafın icadı ile eserlerin örneklerinin çoğaltılması ve farklı ülkelerden, kültürlerden insanların görme şansının olması mümkün kılındı.

Farklı zamanlardaki eserleri görme ve yorumlama mekanikleşmeyle mümkün hale geldi. Yaratılan bir eserin kendi kültür ve döneminde görülüp anlamlandırılması ile farklı bir çağ ve kültürde mekanik bir bakış sayesinde görülmesi farklı anlamlar yüklenmesini de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla mekanik bakış görüş açımızı genişletmiş, eserlere farklı anlamlar ve görüşler yüklememizi sağlamıştır. Geçmişe, günümüze ve belki de geleceğimize bakmamızı ve görmemizi gördüğümüzü anlamlandırmamızı sağlamıştır.

3. Dziga Vertov Sinemasında Sine-Göz Bakışı

Dziga Vertov 1917 yılında Ekim devriminden sonra sinema ile ilgilenmeye başlamış ve sinema kuramını dönemin Bolşevik iktidarının kendini halka anlatma ihtiyacı ve isteği üzerine şekillendirmiştir. Vertov'un birçok filmi Bolşeviklerin sosyalizmi ve çarlığı anlatmak için ülkenin her yerini Agit-tren adı verilen bir tren ile gezerek göstermiştir. Bu da meşhur Rus Propaganda Sineması⁴nın sistemi savunmak adına önemli bir iletişim aracı olarak kullanıldığının bir göstergesi olarak ifade edilebilir.

Dziga Vertov, 1918 yılında Moskova Film Komitesi'nin haber filmi departmanına katıldı. İlk olarak haftalık haber filmlerinin yapımında görev aldı. Daha sonraki üç yıl boyunca farklı belgesel projelerinin içinde yer aldı. Vertov, sinema izleyicisinin

⁴ Devrim Sineması, 1917 Ekim Devrimi'nden Sonra oluşan ve birçok açıdan sinemayı etkileyen bir olaydır. 1917 yılında Lenin önderliğinde yapılan Rus Devrimi ile Çarlık Rejimi yıkılmış yeni bir yönetim biçimi oluşturulmuştur. Her alanda olduğu gibi sinemada bundan çok etkilenmiştir. Bu dönemde yapılan filmler ilk yıllarda propaganda amacıyla yapılmış filmlerdi. Bu filmlerin amacı tahmin edilebildiği üzere Ekim Devrimi'nin ideolojisini yaymaktı (Çoban, 2008).

“uyuşmuş” bilincine ulaşabilecek ve hem izleme anında hem de sonrasında etkin bir ruhsal katılımı besleyebilecek yeni bir sinema biçimi yaratmak için, yazınsal ve teatral gelenekleri reddeden yoldaş film yapımcılarına gereksinim duymuştur. En öncelikli görev olarak da, burjuva melodramlarının yerine, günlük yaşamı yansıtan devrimci belgesellerin olması gerektiğini açıklamıştır (Vlada, 2000: 16).

Vertov kendi gibi uğraşlarını sinemaya adanmış olan “Kameralı Adam” filmini kurgulayan eşi Elizaveta Svilova, filmin kameramanı ve aynı zamanda oyuncusu sayılan kardeşi Mihail Kaufman ile “kinoks” (kinoklar, kinoki) diye adlandırdığı meslektaşlar grubunu oluşturur. Vertov bu grup için şöyle der: “Biz kendimize, paçavralarını pazarlayan bir çöpçü sürüsü olan ‘sinemacıların aksine, kinoklar diyoruz” (Vertov, 2007: 3). Sinema gözlü adamlar anlamına gelen bu terim etrafında toplanan bu grup, kendilerini sürekli haber filmi akışı sağlayan yerel sinema-amatörlerinden oluşan ulusal bir ağın Moskova birimi olarak görüyorlardı. Bundan sonra çektiği filmlerde 1920’lerde Avrupa ve Rusya’da ortaya çıkan avant-garde⁵ (tüm sanatçılarda olduğu gibi yönetmenler içinde oldukça özgürleştirici bir akım) akımı etkisini göstermiştir. Bu akım sayesinde kamera diline bir şiirsellik gelmiş ve Vertov’un da yeni bir sinema dili oluşturmasına öncülük etmiştir.

Sinema-Gerçek (Kino-Pravda 1922-25), Sine-Göz (Kino-Glaz 1924) ve Film Kameralı Adam (Man With a Movie Camera/ Chelovek s Kinoapparatom 1929) gibi filmlerini çekerek “sinema-gerçek” kuramını oluşturmuştur. Bu filmleri belgesel film tarzında olduğu için Vertov da belgesel film yapan yönetmenler arasına böylelikle dâhil olmuştur. Yenilikçi bir film anlayışını benimseyip aynı zamanda kendi bakış açısını yaratmıştır.

Vertov Sine-Gözün doğuşunu şöyle ifade eder: “1918 baharında bir gün ...bir tren istasyonundan dönerken. Kalkan trenden yükselen ses ve gürültüler kulağımda kaldı...küfür eden biri... bir öpücük... birinin haykırışı... kahkaha, bir ısıklık, sesler, istasyon çanının çalışması, lokomotifin çıkardığı çuf-çuf sesi... fısıltılar ağlaşmalar, vedalaşmalar...” (Vertov, 2007:46). Vertov kısaca bu betimlemeler ile hayatın kendisini ifade etmiş, bunu nasıl kaydedip kalıcı hale getirebileceğini düşünmüştür. Her şey çok hızlı akıp gitmektedir. Zamanı kayıt altına almak, fakat sesleri değil görsel dünyayı kaydedip montaj ile düzenleyerek seyirciye sunmak istemiştir. Sine-gözün doğuşu bu şekilde başlamış ve insan gözünün ulaşamadığı yerlere ve zamana ulaşarak tüm gerçekliği ile her şeyi kayıt altına almıştır. Vertov bu yönü ile sine-göz kavramını genişleterek tüm kamera hareket ve tekniklerini, sinemanın tüm araçlarını, icatlarını içine dahil eden yeni sinemasal bir bakış kazandırmıştır.

Aslında Vertov bir yandan o dönemde tüm dünyada sinemanın bir görüşe ve politikaya hizmet ederek propaganda amacı için kullanıldığını söyler ve buna ciddi bir eleştiri getirir. Fakat Vertov sine-gözün amacının tüm dünyadaki işçi sınıfının “tek bir bilinç, tek bir bağ, komünizm mücadelesindeki tek bir kolektif irade aracılığıyla birleştirmek” (Vertov,2007: 59) olduğunu ifade eder. Bu da Vertov’u bir çelişkiye sürükler. Zira diğer tüm yönetmenleri propagandaya hizmet etmekle eleştirirken aslında kendisinin de dönemindeki görüşlerden etkilendiğini ve bunu sinemasında işlediğini görmek mümkündür. Bunu çektiği belgesel film serisi Sinema-Gerçek’te (Kino-Pravda 1922-25) gösterir ve işçi sınıfının hayatlarından kesitler sunarak fakirlik, açlık ve sınıf ayırımı konularını ele alır.

Aynı zamanda işçilerin sürekli çalıştığı görüntüleri çekerek toplumun devamının sağlanması için bunun bir zorunluluk olduğunu da mesajını verir. Bunun sürekli çalışıp emek ederek olabileceğini ve var olan sistem için bir destek olduğunu gösterir. Bu hem işçi sınıfının durumunu tüm çıplaklığı ile gösterirken aslında yönetimin propagandasını da işlemektedir. Bir yandan eleştirdiği propaganda sinemasına dahil olurken bunu gerçekliği sunarak yaptığını ve herhangi bir senaryo-yapaylık olmadığını göstermiş olur. Vertov filmlerindeki amacını sine-göz olarak tanımlar. Sanatı bir kenara koyar çünkü sanatın insanları oyaladığını, uyuttuğunu ve gerçeklerden uzaklaştırdığını savunur.

Sine-göz ile ilgili belli başlı güncel çalışmalara bakıldığında alan yazında; Mylnikov’un (2017) “Cine-Eye: The Concept of Conventionality in Dziga Vertov's Documentaries” (Sine-göz: Dziga Vertov’un Filmlerinde Geleneksellik Kavramı) adlı makalesi, Vertov’un hem sinema filmi gelenekselliğinin nedenlerini hem de görsel algının nesnel yasalarından yola çıkan film teorisinin ana yönlerini incelemektedir. Bir başka önemli çalışmada göçmenlik üzerinden sine-gözü Vertov ekseni anlatmaya çalışan Trencsényi ve Naumescu’nun (2021) “Migrant Cine-Eye: Storytelling in Documentary and Participatory Filmmaking” (Göçmen Sine-göz: Belgesel ve Katılımcı Film Yapımında Hikâye Anlatıcılığı) adlı çalışmasıdır. Söz konusu çalışma ile Trencsényi ve Naumescu, Vertov’un sine-göz bakışı üzerinden göçmenlerin ana akım medyanın silikleşmiş özne olmaktan çıkarak, katılımcı film yapımı ile kendi hikâyelerini daha gerçekçi nasıl ele aldığı ile ilgili önemli değerlendirmelerle ile gerçeklik algısını yeniden yorumlamaktadırlar.

⁵ Avant-Garde (Fransızca): Fransızcada askeri bir terim olan öncü birlik anlamındadır. Türkçeye ‘Avangart’ olarak girmiştir. Fransızcada, Türkçede ve diğer dillerde kültür, sanat, politika ile bağlantılı olarak “yenilikçi” kişiler ve “deneysel” işler anlamına gelmektedir. 1921-1931 arasında sinematografideki sanatsal hareket “avant-garde” olarak ifade edilir. Bu plastik sanatlardaki dışavurumculuk, fütürizm, kübizm ve dadaizm gibi hareketlerle paraleldir. Sinema filmlerine yansıyan bu akımların genel adı avant-gardedir.

3.1. Çalışmanın Kapsam ve Yöntemi

Bu çalışmada sinemada anlatı tekniği yöntemi kullanılmaktadır. Vertov'un Kameralı Adam filmi; sinema ile ilgili unsurlar olan karakter, nesne, mekân, ışık, kostüm ve kurgu ile baştan sona değerlendirilmekte ve Vertov'un sinemada gerçekliği görme ve görme biçimleri üzerinden üç bölüm halinde incelenmektedir. Bu bağlamda, filmde yer alan tüm görsel ve işitsel unsurların nasıl kullanıldığı, kullanılan unsurların nasıl harmanlandığı, tüm bu unsurların filmin başından sonuna kadar nasıl verildiği değerlendirilmektedir.

Sovyet avangart sineması ve kurgu montaj kuramı bağlamında güncel olan çalışmalardan biri olan Tefvik Rada'nın 2019 yılında kaleme aldığı "Ekim Devriminin İlk Yıllarında Demiryolu Organizasyonu ve İmajların Organizasyonu Arasındaki İlişki: Dziga Vertov'un Politik Estetiği" başlıklı makale Vertov Sineması hakkında çarpıcı ve kapsamlı bilgilere yer vermektedir. Rada makalesinde Vertov'un politik estetiği ve gözün özgürleşmesinden sine-gözün doğuşuna kadar Vertov ile ilgili birçok görüşe yer vermektedir.

Petric'e göre (2000), Vertov'un filmleri, özellikle de Kameralı Adam, kare kare analiz edilmesi gereken formel ve sanatsal yenilikler anlamında önemlidir (Petric'ten aktaran, Rada, 2019: 218). Sahne arası geçişler, aralıklar, filmde akışkan hareketlerin kompozisyonu vs. Jeremy Hicks'in görece yeni yayımlanan çalışmasında ise Vertov, bugünkü anlamda belgesel sinemayı başlatan yenilikçi bir yönetmendir (2019: 218).

Kameralı Adam Filmi Vertov'un 1929 yılında çektiği belgesel türünde siyah-beyaz sessiz bir filmidir ve Vertov filmin hem yazarı hem de yönetmeni olarak yer almaktadır. Filmin görüntü yönetmeni ve aynı zamanda oyuncusu Vertov'un kardeşi Mihail Kaufman'dır. Filmin montajını Vertov eşi Elizaveta Svilova ile birlikte yapmıştır. Film dönemin yeni kurulan Sovyetler Birliğini, oluşmakta olan sosyalist bir ülkeyi ve orada yaşayan insanların gündelik hayatını anlatmaktadır. Film şehirleşme, makineleşme, insanın makinelerle olan uyumunu ve yeniden yapılanmayı eskiyle yeniyi kıyaslayarak göstermektedir.



Görsel 1. Kameralı Adam film afişi

Filmin afişinde kamera sehpasının üzerine oturtulan kamerayı ve lensinin içinde bir insan gözünü görürüz. Bu bize gerçekliğin insan gözünde gözüktüğü gibi tüm çıplaklığı ile yansıtıldığını ifade etmektedir. Arkadaki siyah fotoğrafta bir adamın sanki teleskop ile uzaktakini yakından görmeye çalıştığını göstermektedir. Burada da kameranın mekanik bir göz olma aracılığı ile insan gözünün göremeyeceği uzaklıktaki görüntüleri bile görmesini sağlayarak insan gözünden daha mükemmel olduğunu savunmaktadır.

Vertov'un bu filmdeki amacı, sanat sinemasına tepki olarak sine-göz aracılığı ile senaryosuz, oyuncusuz sinema-gerçeği yansıtan bir film yaparak yayınladığı manifestolarının bir örneğini oluşturmaktır. Aslında film Vertov'un bakış açısıyla yapılan bir deneydir. Vertov'un yapmak istediği seyirciyi oyalamak, eğlendirmek değil tamamen gerçek hayatı sunarak yeni bir film dili yaratmak ve filme yazarak sinemayı tiyatro ve edebiyattan tamamen ayırmaktır.

Vertov, Kameralı Adam'ın girizgâhında, belgesel formların görsel olguları tam anlamıyla enternasyonal ve eksiksiz bir dille örgütleyebildiğini ve bu dilin, dünya işçileri arasında optik bir bağlantı kurabileceğini ileri sürmüştü. Vertov, Adem'in diline benzer bir dil tahayyül ediyordu; izleyicilerini bilgilendirmek ya da eğlendirmekle kalmayan, aynı zamanda, örgütleyen bir tür komünist görsel dil... Bu dil, mesaj iletmekle yetinmeyecek; izleyicisini, sinir sistemlerinin içinden akıp geçen evrensel bir enerji dolaşımına da bağlayacaktı. Vertov, görsel olguları eklemleyerek, bizzat şeylerin diliyle, maddenin titreşen enerjisiyle izleyicisine kısa devre yaptırmak istiyordu (Steyerl, 2008).

3.1.1. Kameralı Adam Film Başlangıcı

Filmde ses kaydı olmağı için yazılarla destek verilmiştir. Aslında bu bize filmin tamamen görsele dayanarak bize sunulduğunu göstermektedir. Film siyah bir fon üzerine akan şu yazılarla başlar:

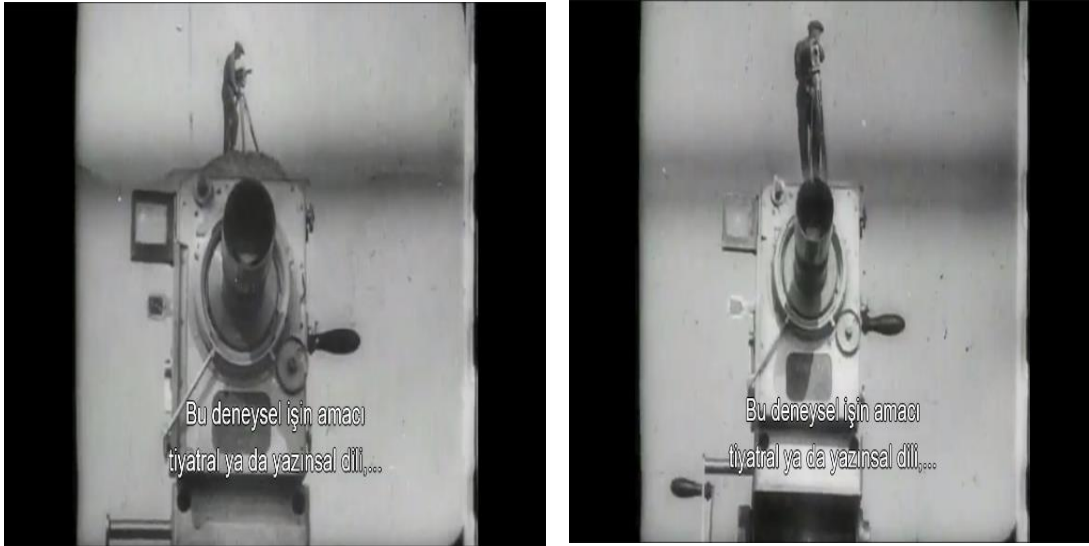
"Kameralı Adam", "6 film makarasıyla kaydedilmiştir." "1929 Vufku Yapımı" "Film kameranın seyir defterinden elde edilmiştir." Bu ifadeyle Vertov seyirciye kameranın kamera gözlü adam aracılığı ile gerçek hayatta gezinerek çekim yaptığını ve bu gerçekliği tüm çıplaklığı ile izleyiciye yansıttığını anlatmaktadır.

"İzleyicinin dikkatini izlemek üzere olduğunuz film görsel sahnelerin sinemasal bir dille vücut bulmasıdır." *"Konuşma metni olmaksızın."* Filmde konuşma metni yoktur. Bu da Vertov'un seyirciye her şeyi görsellerle anlatacağını ifade etmektedir.

"Senaryo olmaksızın." Bu ifade de yönetmenin karşı çıktığı senaryo ile hikâyeler yazılmış sanat sinemasının aksine filmde senaryo olmadığını, doğal akışa müdahale edilmediğini göstermektedir. Kurmacanın bir "afyon" olduğunu ifade eden Vertov, bu kurmacanın seyirciyi sarhoş ettiğini, daha sonra seyirciyi bilinçsizleştirdiğini bu sayede çarpıtılmış gerçekleri kabul ettirmenin kolaylaştırıldığını söyler. Bu yüzden Kameralı Adam filmi gerçeği çarpıtmadan olduğu gibi yansıttığı için sinema tarihinde önemli bir yer tutmaktadır.

"Sahne olmaksızın." Burada da yönetmenin karşı çıktığı bir başka unsur olan filmde set, aktör, dekor, ışık vs. olmaksızın filmin kayıt altına alındığını söylemektedir.

"Bu deneysel filmin amacı tiyatral ya da yazınsal dili, ... saf evrensel sinema diliyle ortaya koymaktır." Vertov seyirciye filmin en başında alışık oldukları kurgusal, hikâye olan bir film izlemeyeceklerini bu filmin onları eğlendirip uyutmayacağını, kendilerinin filmdeki karakter ile bağdaştırıp bir hayal dünyasına dalmayacaklarını, filmin içinde kendi hayatlarının ve yaşadıklarının olacağını söylemektedir.



Görsel 2. Kameralı Adam Filmi'nin ilk sahnesi

Filmin ilk sahnesinde çarpıcı bir görüntü izleriz. Filmin kameramanı olan Mihail'in elinde kamerası ile büyük bir film kamerasının üzerine çıkarak çekim yapması seyircinin filmin kamera arkası ve aslında filmin aynı zamanda kendisi olduğunu fark etmesini sağlar. Vertov burada kameranın sabit olmayacağını ve karşısında kurmaca bir hikâye ile oyuncuların olmayacağını belirtmektedir.

3.1.2. Kameralı Adam Film İçeriği

Filmin devamında kameraman omzunda kamera ile bir sinema salonuna girer. Kesme ile ayrılan peş peşe görüntüler boş sinema koltuklarını ve sinema perdesine görüntüyü aktaran film kamerasını ve kameraya filmi takan makinisti

göstermektedir. Ardından sinema salonuna giren seyirciler gösterilir. Burada Vertov'un göstermek istediği insanların gerçek hayatında yaptıklarını yansıtarak seyirciyi filmin içine almaktır. Aynı zamanda seyirciler arasında kadın, erkek ve çocukların ayrıca farklı statüde insanların olduğu görülür. Bu aynı zamanda o dönemde insanların yeni kurulan sosyalist düzenin özgür ve eşitlikçi yapılanmasını da göstermektedir.

Film gün doğumunu, uyanan insanları, tarlada işine erken saatte başlayan işçileri, erken olması sebebiyle boş şehrin sokaklarını, bankta yatan kıyafetleri yırtık insanları kesit kesit gösterir. Burada üstü yırtık bankta yatan insanın görüntüsü evsiz olmayı ve yoksulluğu ifade eder. Bu görüntü burjuvaziyi temsil eden ve daha çok refahı ifade eden filmlere bir eleştiri niteliği taşır. Ayrıca gün doğumunu, hastanedeki yeni doğan bebeklerin görüntüsü ile yeniden uyanışı ve insanları afyonla sersemletip uyuttuğuna inandığı kurmaca filmlerin artık bunu yapamayacağını belirterek, insanlara gerçekleri gösterip yanlış yolda olduklarını fark ettirip gördükleri rüyadan onları uyandıracağını göstermektedir. İnsan uyandığında gözünü açar, kamerada gözünü açar ve kayda başlar. İnsan doğumundan itibaren etrafını görmeye ve algılamaya başlar. Görüntülerin devamında Mihail kamerasını alarak bir arabaya biner ve şehri dolaşarak çekim yapmaya devam eder. Bu da kameranın durağan olmadığını hayat gibi sürekli hareket halinde olduğunu ve akan zamanı kaydettiğini göstermektedir.

Sanat filmlerinin aksine filmde insanlar bir oyuncu olmadıkları için kameraya alındıklarının farkındadırlar. Görüntülerin bazılarında insanlar kameraya bakmaktadır. Bazıları gülümseyip umursamazken hayatlarından mutlu olduklarını, rahat olduklarını göstermektedirler. Fakat bazıları bunu bir röntgencilik olarak algılayıp rahatsız olur ve kameradan uzaklaşırlar. Bu bankta yatan bir kadının görüntüsünü göstererek ardından kameranın objektifinde gözükken bir insan gözüyle hemen ardından görüntünün bankta yatan kadının bacaklarına yakınlaşmasıyla görülür. Ardından kadın hemen ayağa kalkar ve hızlıca uzaklaşır. Burada bakan gözün röntgenci (teşhirci bakış) bakış açısı olabileceğini söylemek mümkündür. Filmde bakışın, görmek eyleminin ve algılamının nasıl anlamlandırıldığını açıkça tahayyül etmek mümkündür.

Kameranın lensinin açılıp kapandığı bazı sahnelerde görülmektedir. Bu insan gözü ile eşdeğer olduğunu, insan gözünün kapandığı zaman kameranın da kapandığını, açıldığı zaman ise açılıp kayda devam ettiğini göstermektedir. Şehir yavaş yavaş uyanmaya başlar. Hayat tüm hızıyla akar. Bunu görüntülerdeki sokağı süpüren işçiden, etrafta hızlıca yürüyerek bir yerlere giden insanlardan, havalanmaya hazırlanan uçaklardan ve hareket halindeki trenlerden de anlamak mümkündür. Aslında bu bir toplumun uyandığını, tepki verdiğini, yaşadığını da gösteren çarpıcı bir betimlemedir.

Filmde uyanan şehir, tüten fabrika bacaları, ocak başındaki işçi, iplik fabrikasında çalışan kadın, insanların makinelerle uyumu ve işçilerin yüzündeki mutluluk görülür. Çalışmakta, emek ederek topluma katkı sağlamaktan memnun olduklarını gösteren yönetmen oluşan yeni düzenin devamlılığı ve halkın huzur ve refahı için bunun bir gereklilik olduğunu ifade etmektedir. İşte tam burada Vertov eleştirdiği propagandayı uygular, gerçekçi bir bakış açısıyla aslında sosyalist düzeni savunur, destekler ve bunu da halka bir gereklilik olarak gösterir.

Filmin ilerleyen sahnelerinde film şeridini kesip birleştiren bir kadın görürüz. Filmin montajını yapan Svilova da filme dahil olmuştur. Farklı zaman ve mekânlarda çekilen gerçek görüntülerin birleştirilerek seyirciyeye nasıl sunulduğu gösterilmektedir. Bu görüntü herhangi bir kurgunun olmadığı gerçekliğin olduğu gibi filmde gösterildiğini ifade etmektedir.

Yönetmen filmde çeşitli zıtlıkları da kullanmıştır. Nikâh kıyan mutlu bir çift görünür filmde ve hemen ardından boşanan yüzleri asık bir çift daha görünür. Bu görüntü toplumda var olan başlangıç ve sonları ifade eder, hayatın içinde olan ve her şekilde hayatın akışının devam ettiğini gösterir. Ayrıca Vertov sinemadaki yeniliklere ve gelişmelere açık olduğunu da buradaki zıtlık gibi çeşitli film çekim teknikleri kullanarak gösterir.

Devam eden görüntülerde insan gözünün sağa sola hareketi yakın çekimde verilir, ardından da kameranın aynı hareketlerle çevrede çektiği görüntüler gösterilir. Art arda kesmelerle bu görüntüler tekrarlanır. Burada insan gözüyle kameranın özdeşik olduğu ve bir bakış açısıyla görünen görüntünün nasıl açıldığının ifadesi gerçeklik üzerinden verilmektedir. Çalışan, kir içinde kalmış bir kadın kameraya bakar ve gülümser, işini yapmaktan mutludur. Ardından kuaförde bakımlı güzel giyimli bir kadın görünür. Kameraya bakıp gülümser. Her sınıftan insanların hayatın içinde ve akışına dahil olduğunu gösteren bir başka zıtlık ise bu örnekte verilmiştir.

Ayakkabıcının ayakkabıyı boyayıp parlatmasının görüntüsü gelir perdeye. Burada yönetmen boyanan ayakkabının kirinin kapatıldığı, gizlendiği ve bir maske takar gibi boyandığını, gerçeklerin böylece örtüldüğü ve seyirciyeye gösterilmediğini belirtmek amacıyla sanat sinemasına ve sinemacılarına da bir gönderme yapar.

3.1.3. Kameralı Adam Film Sonu

Daha sonra fabrikalarda seri üretim yapan makineler durur. Çalışan işçiler yavaşça işlerini bitirip hazırlanmaya başlar. Artık günün işte olan kısmı bitmiş sıra eğlenceye gelmiştir. Sahilde güneşlenen dinlenen ve yüzlerinde mutluluk ifadesi olan insanların görüntüleri görülür. Görüntülerin arasında kameraman sürekli bir yerden bir yere gider. Elinde kamera ile yürür, arabaya biner, köprünün, binaların üzerine çıkıp çekimler yapar. Sürekli insanların içindedir. Yüzen, spor yapan, luna parka giden insan görüntüleri ekrana gelmeye devam eder. İnsanlar sadece çalışan işçiler değildir. Gezen eğlenen

beraber vakit geçiren insanlarda vardır. Vertov burada mutlu, huzurlu ve yeni yaşam tarzına alışmakta olan insanların gerçek hayatta da böyle olduğunu anlatmaya çalışır. Yönetmenin görüntüsü gelir. Kültür anketi yazar perdede, yönetmen büyük bir kartona bu anketin kupürlerini dizer. Ardından duvar gazetesi öneri kutusuna bir zarf atıldığı görülür. Burada toplumun artık daha özgür olduğunu, fikirlerinin önemsendiği ve işçi sınıfının da yönetime dahil olduğunu seyirciye gösterilmek istenir. İnsanlar spor müsabakalarını izler, gece kulüplerinde eğlenir yemek yer, içki içer. Kamera bir örüntüde sarhoş olan bir insanın gözü ile görür. Görüntü sallanır, dengesini kaybeder, bulanıklaşır. Bu yönü ile film, hayatın içindeki tüm bakış ifadelerini ele almaya çalışır.

Bir kadının elindeki silah ile Nazi sembolünün olduğu bir karikatüre ateş ettiği görülür. Elinde bıçak olan hedefi tutturur ve ardından karton üzerinde bir yazı görünür "Faşizmin Babası"!, kadın gülümser. Burada dönemin Almanya ile olan sorunları ve Adolf Hitler'in saldırgan tutumu ifade edilir. Fakat halkın gücü ve dirayeti sayesinde bunun aşılabileceği izleyiciye gösterilir.

Filmde halkın bakış açısı ile dönemi tüm gerçekliği ile görmek mümkündür. Kameraman Lenin'in kulübüne gelir ve ardından Lenin'in at üzerindeki figürü perdeye yansır ve daha sonra da taşları dizili bir satranç tahtası gösterilir. Satranç oynayan iki sıradan insan görünür. Ardından Lenin'in figürünün önündeki aynada müzik çalan bir enstrüman gösterilir. Bu da zaferin işaretidir. Burada "zafer bir önderin etrafında toplanan halk sayesinde gerçekleşir" mesajı verilmektedir.

Perdeye yeniden sinema salonundaki insanların görüntüsü gelir. Kutusundan kendi kendine çıkan kamera sehpanın üzerine yerleşerek sürekli hareket halinde çekim yapmaya devam eder. Salondaki insanların gülümsediği görülür. Yeniden şehrin birbirine giren akışı ve artık günün bittiği görülür. Vertov burada insanların gerçekleri izleyerek eğlenebileceğini, aynı zamanda hakikatten mahrum kalmayacağını göstermeye çalışmıştır. Hızlandırılmış çekimler kullanarak hayatın ritmini yakalamaya çalışmıştır.

Vertov Kameralı Adam Filmi'nde sanat filmlerinin sahteliğini eleştirmiştir. Filmlerin insanların gözünden gerçek hayatın içinden olması gerektiğini savunmuştur. Bununla ilgili yayınladığı manifestoların görüntü ile yazılan bir örneği olarak bu filmi yapmıştır. Hızla akan hattaki olayları, yaşananları, var olan zıtlıkları, sevinçleri, hüznüleri, doğumu, ölümü kısacası yaşamın kendisini, insanın çıplak gözünün aynı anda tüm bunları göremeyeceğini bu yüzden de mekanik göz olan kameranın bunları görmeyi mümkün kıldığını belirtir. Böylece sine-bakış ile görmenin sinemada gerçeklik adına önemli bir eylem olduğuna da bu eseri ile cevap vermiş olur.

Sonuç ve Değerlendirme

Görme eylemi insanın doğumuyla başlar. İnsan bu şekilde hayatı öğrenir, algılar ve yorumlar. Görsel kültür ile de gördüklerini taklit ederek başladıkları öğrenme sürecini mağara duvarlarına kaydeder. Sonrasında ise ortaya çıkardığı yeni aktarma biçimleri ile öğrendiklerini, deneyimlerini bir sonraki nesle aktarmaya başlar. Bu süreç resim, heykel gibi sanat dalları ile gelişir, yazının bulunması ile çoğalır ve teknoloji devrimi ile gelişen fotoğraf, sinema gibi alanlar ile de devam eder. İletişim tarihinde her dönemde görme, gördüğünü algılama ve anlamlandırma farklı boyutlar ve yorumlar kazanmıştır. Çok kapsamlı olan ve tarihsel akışın tamamının verilemeyeceği bilinci ile bu çalışma, görmenin fotoğraf makinesinin icadı ile başlayan ve kameranın dolayısı ile sinemanın doğmasıyla mekanikleşen yönüne odaklanmaktadır.

Her dönemde görselliğin algısı, tanımı, kültüre işlenen sanat dalına ve sanatçının bakış açısına göre değişmiştir. Fotoğraf makinesinin ve kameranın kayıt yapmaya başlamasıyla üretilen sanat eserleri sonraki nesillere aktarılmış ve dünyanın her yerine yayılmıştır. Bu sebeple farklı bakış açıları farklı kültürlerle karşılaşır birçok farklı bakış açısı tarafından yorumlanmıştır. Bununla beraber sinema çok farklı bir sanat dalı olarak tüm sanatları içinde harmanlamış kendine özgün içerikler bakışlar, görseller oluşturmuştur. Sinema da diğer tüm sanat dalları gibi çok hızlı ilerlemiş ve gelişmiştir. Birçok dönemi görmüş, yeni akımlara dahil olmuş, propaganda aracı olarak kullanılmış, sansüre uğramış ve böylelikle özgür ve özgün olmayan görme biçimlerini de içinde eritmiştir. Sinemanın özgürleşmesini savunan ve bunun için her ülkede, kültürde bazen birbirini etkileyen birçok akım ise birbirinden beslenmiş günümüze kadar gelişerek sinema tarihine iz bırakmıştır.

Dziga Vertov sinemanın bağımlı olduğuna inanmış ve özgürleştirilmesi için gerçekçi bir bakış açısına kavuşması gerektiğini savunmuştur. Yayınladığı manifestolarla sine-göz kuramını ve sinema-gerçek kavramını anlatmıştır. Sinemanın tiyatro ve edebiyattan bağımsız bir bakış açısı olduğunu ifade etmiştir. Halkı hikâye ve senaryolarla uyutmanın yanlış olduğunu ve tamamen gerçekliği onlara göstermek için Kameralı Adam Filmi'ni çekmiştir.

Kamerayı omzuna alan kameraman sinema salonundan çıkarak şehre karışıp insanların yaşadığı her alana girerek hayatı tüm çıplaklığı ile yansıttığını ifade etmiştir. Birçok yönetmen gibi o da dönemin siyasi görüşünden etkilenmiştir. Filmlerinde bu etkiler bakış açısında rahatlıkla görülebilir. Vertov geliştirdiği gerçekçi bakış açısıyla belgesel sinemaya da öncülük etmiş ve birçok yönetmeni etkilemiştir. Bakmak, görmek ve bakış açısını ifade ederek görsel kültüre sinema bakışı

açısından farklı bir pencere açmıştır. İnsan gözü ile mekanik gözü yani kamerayı eşleştirerek kameranın avantajlarını, farklı dönem ve zamanı kaydederek izleyiciye aynı anda göremeyecekleri birçok bakış kazandırabileceğini göstermiştir. Sinema sürekli gelişmekte olan bir alandır ve üretilen yeni teknikleri kullanarak insanın doğumuyla başlayan görme, öğrenme ve bilme edimine bu yönüyle birçok yenilik katmaktadır. İnsanların bakışını değiştirmekte, var olan doğruyu ve gerçeği çok farklı biçimlere sokarak değiştirmektedir. Vertov her zaman gerçekliği savunmuş ve doğrunun gerçeğin yansıtılması ile bulunacağını ifade ederek izleyiciyi filmin içine alarak seyirci konumundan çıkarmıştır. Böylece Kameralı Adam Filmi tüm gerçekleri "sine-göz" ile aktarmayı başarmış ve sinemada gerçeklik akımına önemli katkılar sunmuştur.

Kaynakça

- Baker, U. (2015). *Kanaatlerden İmajlara Duyular Sosyolojisine Doğru*, İstanbul: İletişim Yayıncılık Birikim Kitapları.
- Baker, U. (2015). *Beyin Ekran*, İstanbul: Birikim Yayınları.
- Berger, J. (1988). *Ve Yüzlerimiz, Kalbim Fotoğraf Kadar Kısa Ömürlü*, İstanbul: Adam Yayınları.
- Berger, J. (1995). *Görme Biçimleri*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Berger, J. (2015). *Fotoğrafı Anlamak*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Crary, J. (2004). *Gözlemcinin Teknikleri On Dokuzuncu Yüzyılda Görme ve Modernite Üzerine*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Çakır, M. (2010). *Görsel Kültür ve Küresel Kitle Kültürü*, Ankara: Küre yayınları.
- Çoban, O. (2008). Rus Devrim Sineması. https://www.onurcoban.com/2008/10/rus-devrim-sinemas_1806.html, Erişim Tarihi: 30.12.2020.
- Demir, B. (2019). Sovyet Montaj Sineması'na Kısa Bir Bakış, <https://www.evrensel.net/haber/384399/sovyet-montaj-sinemasina-kisa-bir-bakis>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Eraydın, A. (2010). Biçimci Sovyet Sineması, <http://alpereraydin.blogspot.com/2010/10/bicimci-sovyet-sinemas.html>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Mylnikov, DY. (2017). "Cine-Eye: The Concept of Conventionality in Dziga Vertov's Documentaries", Russian Institute of Art History, Vol 9, No 2, pp. 34-44.
- Özarslan, Z. (2019). *Sinema Kuramları1 Beyazperdeyi Aydınlatan Kuramcılar*, İstanbul: Su Yayınları.
- Özarslan, Z. (2016). *Sinema Kuramları2 Beyazperdeyi Aydınlatan Kuramlar*, İstanbul: Su Yayınları.
- Petric, V. (2000). *Dziga Vertov: Sinemada Konstrüktivizm*, Ankara: Öteki Ajan.
- Rada, T. (2019). Ekim Devriminin İlk Yıllarında Demiryolu Organizasyonu ve İmajların Organizasyonu Arasındaki İlişki: Dziga Vertov'un Politik Estetiği. *sinecine: Sinema Araştırmaları Dergisi*, 10 (2) , 207-240. DOI: 10.32001/sinecine.639684
- Steyerl, H. (2008). Pratiğin Dili: Belgesel, Gerçeklik, Kültür Savaşları, <https://www.e-skop.com/skopbulten/pratigin-dili-belgesel-gerceklik-kultur-savaslari/5331>, Erişim Tarihi: 25.11.2021.
- Vertov, D. (2007). *Sine-Göz*, İstanbul: Agora Kitaplığı.
- Zizek, S. (2019). *Yamuk Bakmak Popüler Kültürden Jacques Lacan'a Giriş*, İstanbul: Metis Yayınları.
- Trencsényi K., Naumescu, V. (2021). Migrant Cine-Eye: Storytelling in Documentary and Participatory Filmmaking. In: Nikielska-Sekula K., Desille A. (eds) *Visual Methodology in Migration Studies*. IMISCOE Research Series. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-67608-7_7

Extended Abstract

Aim and Scope

The aim of this study is to examine the act of seeing and looking with reality in cinema through Dziga Vertov's movie *Man With a Movie Camera*. Vertov, who made the first examples of reality in cinema, acts with the aim of giving the real thing in his films and criticizes his artistic point of view. Vertov, emphasizes reality in cinema by opposing artistic trends in his manifesto on reality in cinema with the movie *Man With a Movie Camera* in 1929. This study gives Vertov's film analysis through the actions of seeing and looking in this context.

Methods

This study has been done using the narrative technique method in cinema. The film is evaluated from beginning to end through character, object, space, light, costume and fiction, which are elements related to cinema, Vertov's actions to seeing and looking through reality in cinema are examined in three parts.

In this context, how all the visual and auditory elements in the movie Man With a Movie Camera are used, how the used elements are blended, all the elements are examined in depth from the beginning to the end of the film.

Findings

In the context of the study, it is seen that Dziga Vertov Cinema opposes the artistic cinema movement. For this reason, he argued that his works should have a realistic perspective in order to liberate individuals. He explained the cine-eye theory and the concept of cinema-reality with the manifestos he published. The cameraman, who took the camera on his shoulder with the film Man With a Movie Camera, exited the movie theater, joined the city and entered every area where people lived, reflecting life in all its nakedness. In this study, it is possible to see Vertov's films open a different window to the visual culture from the point of view of cinema by looking, seeing and expressing his point of view.

Conclusion

Dziga Vertov believed that cinema was dependent and argued that it needed to get a realistic perspective to be liberated. He explained the cine-eye theory and the concept of cinema-reality with the manifestos he published. He stated that cinema is an independent point of view from theater and literature. He made the film Man With a Movie Camera to show the reality and that it is wrong to put the public to sleep with stories and scripts. He stated that the cameraman, who took the camera over his shoulder, left the movie theater, joined the city and entered every area where people lived, reflecting life in all its nakedness. As many directors, he was influenced by the political view of the period. These effects can easily be seen in his films. Vertov pioneered documentary cinema with his realistic perspective and influenced many directors. As can be seen this study, he showed that by pairing the human eye with the mechanical eye. So that is the advantages of the camera, recording different periods and times, can give the viewer many views that they cannot see at the same time.

Öğretmen Adaylarındaki Kültürlerarası Duyarlılık Kazanımının Öğrenci Liderliğine Etkisinin İncelenmesi

Examination of The Impact of Intercultural Sensitivity Gain on Student Leadership in Teacher Candidates

Münevver Çetin¹, Mürüvvet Kartal Baş²

Öz

Araştırmada, öğretmen adaylarındaki kültürlerarası duyarlılık becerisinin öğrenci liderliğiyle olan ilişkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve öğrenci liderliği ölçeklerinden aldıkları toplam puanların diğer değişkenlere göre anlamlı bir farklılık göstermekte olup olmadığı ve öğretmen adaylarında kültürlerarası duyarlılık ve öğrenci liderliği arasında anlamlı bir ilişkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modelinden yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'nde farklı branşlarda öğrenim gören ve araştırmaya gönüllü olarak katılım gösteren 201 öğretmen adayı oluşturmaktadır. Verileri toplanma aşamasında Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ve Öğrenci Liderliği Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde, ilk önce betimleyici istatistik (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) hesaplamaları yapılmış, sonra kültürlerarası duyarlılık ve öğrenci liderliği değişkenlerinin birbiriyle olan ilişkisi Pearson korelasyon analizi ile, bunların demografik değişkenlere göre farklılaşp farklılaşmama durumları Tek Yönlü Anova ile sınanmıştır. Kültürlerarası Duyarlılık değişkeniyle "farklı ülke veya kültürden arkadaşı olma" değişkeni arasında anlamlı bir fark ortaya çıktığı ve bu farka göre kız öğrencilerin öğrenci liderlik davranış seviyelerinin erkek öğrencilerin seviyelerine göre daha yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılıklarıyla öğrenci liderliği arasında orta seviyede, pozitif yönde manidar bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültürlerarası Duyarlılık, Öğrenci Liderliği, Eğitimde Liderlik

Abstract

In this study, it was aimed to examine the relationship between intercultural sensitivity skills and student leadership in teacher candidates. According to this purpose, it was investigated whether the total scores of the teacher candidates from the intercultural sensitivity and student leadership scales differ significantly compared to other variables and whether there is a significant relationship between intercultural sensitivity and student leadership in teacher candidates. This research was designed according to relational screening model. Sample of the research consists of 201 teacher candidates who are studying in various departments of Marmara University Atatürk Faculty of Education and participating to the research voluntarily. Intercultural Sensitivity Scale and Student Leadership Scale were used at the data collection stage. Descriptive statistics, Pearson's correlation analysis, and One-Way Anova tests were used to analyze the data. It was concluded that there was a significant difference between the variable of Intercultural Sensitivity and the variable of "having friends from a different country or culture" and that the student leadership behavior levels of female students were higher than that of male students. It is seen that there is a moderate, positive and meaningful relationship between the intercultural sensitivities of teacher candidates and student leadership.

Keywords: Intercultural Sensitivity, Student Leadership, Leadership in Education

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: I20, I29, I23

Submitted: 11 / 01 / 2021

Accepted: 09 / 02 / 2022

¹ Prof. Dr. Marmara Üniversitesi, mctetin@marmara.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1203-9098>

² MEB, Şehit Salih Aışkan Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi, muruvvetbas@stu.aydin.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-7023-3761>

Giriş

Kültür, insanlığın ilk andan bugüne kadar biriktirdiklerini taşıyarak getirdiği yaratılardır. Kültür bilimcilerin kabul ettiği tanıma bakıldığında kültürün, insanlığın biriktirdiklerinin, bugüne ait değerlerinin, ürettiklerinin, gelecekle ilişkili tasarladıklarının ve birikimi veya anlatımı olduğu sonucuna ulaşılır. Kısaca tanımlamak gerekirse kültür, insanoğlunun evrene katmış olduğu maddeten ve manen olan birikimler toplamıdır. Bu bağlamda, insanın yaratımı olan, tüm varlıklar ve tüm ahlaki kurallar birer "kültür ögesi" olarak kabul edilir (Kongar, 1996).

John Tomlinson da kültürü "insanların sembolik temsil pratikleri yoluyla anlam inşa etmeye çalıştıkları bir yaşam düzeni" olarak tanımlamaktadır (Tomlinson, 1999: 18).

İçine doğulan kültür, bireyin yaşamını bir fanus gibi çevreler; bireyin doğumundan ölümüne kadar davranışlarını, tutumlarını, inançlarını, değerlerini çoğunlukla fark ettirmeden içselleştirmesini sağlar ve yaşam düzenini oluşturur.

Kültür kavramını tanımlarken ortak inançlara, değerlere ve normlara değinmek, aktarımdan bahsetmek çokkültürlülük ve kültürlerarasılık kavramlarının da doğumuna yardımcı olur.

Kültür kavramını tanımlarken çok kültürlülük ve çeşitlilik terimleriyle karşılaşmaktadır. Çokkültürlülük terimi birden fazla kültürü göz önünde bulunduran bir yaklaşımdır. Yalnızca Afrikalı, Amerikan, Asyalı vb. gibi birden fazla kültürün varlığını değil; ırk, cinsiyet, etnik köken ve cinsel yönelim gibi alt kültürlerin varlığını da ifade eder.

Modern anlamda çokkültürlülük, Kuzey Amerika çıkışlı bir kavramdır. ABD ve Kanada'da farklı bir dili konuşan ve kendilerine ait olduğunu düşündükleri topraklarda yaşayan insanlar, kültürel kimliklerinin tanınmasını istemiş ve Çokkültürlülük kavramı da bu tanınma talebinin bir yanıtı olarak ortaya çıkmıştır (Özensel, 2012).

Çokkültürlü bakış açısı, birbirini tamamlayan üç görüşü kapsamaktadır: Birincisi, insanların kültürle iç içe olduğu, ikincisi, kültürel çeşitlilik ve kültürler arası diyalogun kaçınılmaz ve arzu edilir olduğu, üçüncüsü ise, tüm kültürlerin iç çoğulculuğa sahip olduğu görüşlerinin yaratıcı etkileşiminden oluşur (Parekh, 2002:430)

Avrupa Konseyi, kültürel mozaik için demokrasiyle yönetilmesi gerekliliğini sıklıkla ifade ederek üye olan ülkelerin desteğini alarak sahada sayısız çalışmada kendini göstermektedir. Kültürlerarası iletişimin ilerleyişi, Avrupa'nın varmak istediği yer olan insan hak ve hukukunun ayrıca demokratik yönetim anlayışının da gelişmesini desteklemektedir. Böylelikle, demografik yapısı çokkültürlü olan Avrupa okullarının nihai hedefi insan haklarına, farklılıklarına ve çeşitliliklerine saygıyı öğretmek, diğer kültürlerle karşı esnek fikirliliği önererek bireylerin demokrasiye uygun yaşam değerleri edinmesini sağlamaktır. Bu duruma Türkiye'de bakıldığında, diğer kültürlerle karşı saygılı, hoşgörülü olmayı ve farklı kültürlerden insanlarla etkili iletişim kurma becerisine sahip bireylere farklı sebeplerden ihtiyaç duyulduğu söylenebilir.

Çeşitli demografik yapıya sahip toplumların yönetimleri ifade edilirken açıklanması gereken en temel bir diğer kavram da liderliktir. Liderlik, bir organizasyonun amaçlarına ulaşması için astlarının gönüllü katılımını sağlayan liderin içinde bulunduğu bir sosyal etki sürecidir. Bu süreç aracılığı ile bir kişi grubun diğer üyeleri üzerinde sosyal etki oluşturur, etkileme süreci belirli durumlarda bireysel ya da amaçların başarılması için çaba sarf eden bir grubun etkinlikleri şeklinde olmaktadır (Bhatti vd., 2012).

Bir kişinin başkalarını etkileyebilmesi liderlik sürecinin temelini oluşturmaktadır. Bu süreçte lider, kişisel becerisi ile takım arkadaşlarını etkiler ve takımın hedefe ulaşmasını sağlar. Kritik kararlar vererek örgütün amaçları doğrultusunda gelişmesini sağlamada yaratıcı bir rol üstlenir (Kuşaklı-Yılmaz, 2008, s.52).

Kültürel normlar ve normların çeşitliliği toplumlarda ne tür bir liderlik davranışına ihtiyaç duyulduğunu, hangi liderlik davranışının daha uygun olduğunu belirlemede büyük rol oynamaktadır. Bugün artık günümüz liderleri farklı kültürlerden kişileri etkisi altına alabilmek için o kültürleri yakından tanımak durumundadırlar. Hatta liderler farklı kültüre sahip insanların onları nasıl bir lider olarak gördüklerini ve liderlik davranışlarını nasıl yorumladıklarını da bilmek zorundadırlar. Bu noktaların kolaylıkla anlaşılması için önce bir kültür içerisinde kabul gören bir liderlik anlayışının başka bir kültürde kabul olmayabileceğinin farkında olmak gerekmektedir (Yukl, 2008: 455).

Küreselleşmeyle birlikte kültürel farklılıkların liderlik performansını nasıl etkilediğini anlama ihtiyacı doğmuştur. Artık liderlerin kültürlerarası farkındalık ve uygulamada yetkin olmaları gerekmektedir. Liderler diğer kültürlerde yaşayabilmeli ve iletişim kurmaya adapte olabilmelidir. Kültürel farkındalığın önünde iki büyük engel vardır: Etnik merkezcilik ve önyargı. Bu iki engel çok kültürlü toplumlarda liderin diğerlerinin niteliklerini görmelerini zorlaştırır. Etnik merkezçiliğin karşıt yaklaşımı olarak kültürlerarasılık ise bireylerin kendi kültürlerini ve diğer kültürleri analiz etmek, eleştirel bir bakış açısıyla incelemek ve tanımak için etkileşim kurdukları aktif bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Liderlerin kültürlerarası duyarlılık becerisi liderliklerini etkilemektedir.

Toplumdaki başarı ve düzen bireylerin donanımlı bir şekilde yetişmeleri ile ilgilidir. Bireylerin toplumun bir parçası olmak üzere hazırlandığı ve zengin bir donanımla yetiştiği alanların başında okullar gelmektedir. Hızlı değişimlerin yaşandığı

kritik öğrencilik döneminde, bireylerin liderlik özellikleri ile donanmış olmaları ve dünyaya hazırlıklı olmaları günümüzde daha önemli bir hale gelmiştir (Cansoy vd., 2016).

Yetişkinler için olan liderlik programları katılım, fikir ifade edebilme, karar alabilme, yetki sağlayabilme ve güç dengeleri konularına yoğunlaşmaktadır. Ergenlik sürecinde olan öğrencilerinin liderlik nitelikleri araştırıldığında bu özelliklerin yetenekle, beceri ve bilgiyle donanmış olmalarına odaklandığı görülmektedir (Dempster ve Lizzio, 2007).

Liderlik araştırmalarından eğitim üzerine yapılmış olanlar, idarecilerle birlikte öğretmenlerle ilgili olmuştur. Öğrenci düzeyinde yapılan araştırmalar ise üstün yetenekli olan, ergenlik dönemindeki öğrencilerin liderlik özellikleri olarak incelenmektedir (Kosutic, 2010).

Öğrenci gruplarıyla yapılmış liderlik çalışmaları ele alındığında öğrencilerin liderlik niteliklerinin "Marland Raporu" (1972) ile üstün yetenekliler bağlamında çalışılmaya başlandığı görülmektedir. Bu araştırmalar, liderlik özelliklerinin yalnızca belli yetenek ve becerilere sahip olan öğrencilerde sıklıkla görülebileceği yahut bu özelliklerin kalıtımla kazanılan nitelikler olduğu fikrini meydana getirmektedir. Bununla birlikte liderlik özellikleri sonradan elde edilebilecek kazanımlar şeklinde kabul edilebilir. Öğrenci liderliği programlarının desteklenmesi ve çoğaltılması geleceğin büyük liderlerinin yetiştirilmesi ve toplumsal ilerleyişe hız kazandırmak adına önemli bir adım olacaktır (Büyükoğlu ve Polat, 2017). Morrison'a göre (1994), liderlik insanları; önceden belirlenmiş bir hedef için etkilemek ve eğilimi pratiğe dökülebilmek şeklinde tanımlanabilir.

Türkiye'deki öğrenci liderliği çalışmaları incelendiğinde, bu çalışmaların; öncelikle üstün yetenekli öğrenciler, sonrasında askeri okullar ve üniversitelerdeki genç öğrencilerle yapıldığı görülmektedir (Başoğlu, 2006; Tüysüz, 2007; Babacan, 2008; Çelik ve Sünbül, 2008; Durmuş, 2011; Güneş, 2010; Ogurlu, 2012; Cansoy, Dincel ve Türkoğlu, 2013; Kabakçı, 2013; Cansoy, 2015).

Türkiye'de kültürlerarası iletişim becerilerinin geliştirilmesi, aynı topraklarda birlikte yaşam süren türlü etnik ve kültürel kökenleri olan yurttaşlar için saygıyı, toleransı ve ilişkileri ilerletmek için oldukça önem arz etmektedir. Kültürlerarası etkileşime yönelik kazanımlar ve göstergelerin öğrencilere başarıyla iletilebilmesi için ilgili ders öğretmenlerine oldukça sorumluluk düşmektedir.

Çok kültürlülük, etnik çeşitlilik, kültürlerarası duyarlılık ve liderlik kavramları gerek iş piyasası ve ekonomi gerek eğitim alanında üzerinde çalışılmış ve araştırma yapılmış konulardır. Ancak öğrenci liderliği henüz bu kadar zengin bir araştırma çerçevesine sahip değildir. Ülkemizin zaten sahip olduğu çok renkli kültür motiflerini göz önüne aldığımızda farklı kültürel özellikteki nüfusa hizmet ve liderlik edebilmek, eğitim sunabilmek ve kültürlerarası duyarlılığın kültürlerarası iletişim becerisinin bir parçası olması nedeniyle öğretmen adaylarındaki bu beceri özelliklerinin tespit edilmesinin ve öğrenci liderliğiyle ilişkisinin incelenmesinin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan benzer çalışmalara bakıldığında, öğretmen adaylarıyla çalışma yapılmasının gerekli olduğu söylenebilir. Üniversite son sınıf öğrencilerindeki kültürlerarası duyarlılık becerisinin ve öğrenci liderliği özelliklerinin tespit edilmesinin ve geliştirilmesinin alana katkı sağlayacağı düşünüldüğünden, bu araştırma öğretmen adaylarındaki kültürlerarası duyarlılık becerisinin öğrenci liderliğiyle olan ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Bu amacın doğrultusunda araştırmanın alt amaçları şu şekilde belirlenmiştir:

1. Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve öğrenci liderliği ölçeklerinden aldıkları toplam puanlar bölüm, yaş, cinsiyet, yaşadıkları bölge ve yerleşim yerleri, daha önce yurtdışında bulunma durumları ve farklı kültürden arkadaş sahibi olmaları değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
2. Öğretmen adaylarındaki kültürlerarası duyarlılık kazanımıyla öğrenci liderliği arasında manidar bir ilişki var mıdır?

1. Yöntem

1.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada kültürlerarası duyarlılık ve öğrenci liderliği değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkisi incelendiğinden nicel yöntemlerden biri olan ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Tarama modelinde, geçmişte olmuş veya günümüzde hala varlığını sürdüren durum, olduğu haliyle değiştirilmeden tanımlanır. İlişkisel tarama modelinde ise, bazen iki bazen ikiden fazla değişkenin arasındaki değişimin birlikteliği ve seviyesinin belirlenmesi amaçlanır (Karasar, 2000).

1.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın örnekleme, 2019-2020 eğitim öğretim yılının güz döneminde Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'nin çeşitli bölümlerinde öğrenim gören ve araştırmaya gönüllülikle katılım gösteren 201 öğretmen adayından oluşmaktadır.

Örneklem grubu belirlenirken basit seçkisiz örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Basit seçkisiz örnekleme yapılırken evren birimleri listelenerek örneklem büyüklüğüne ulaşıncaya kadar ilgili birimlerden rastgele seçim yapılır (Büyüköztürk vd., 2016:86).

Araştırmaya gönüllü katılan öğretmen adaylarının demografik özellikleri Tablo 1'de verilmiştir. Buna göre araştırmaya katılan 201 öğretmen adayının 142'sini kadınlar 59'unu erkekler oluşturmuştur. Yüzde 75'lik bölümü ise 20-25 yaş aralığında olup, Okul öncesi öğretmenliği ve İngilizce öğretmenliği alanları örneklemin yaklaşık %70'ini oluşturmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Cinsiyet	Sayı	Yüzde
Erkek	59	29.4
Kadın	142	70.6
Toplam	201	
Yaş Durumu		
20-25	152	75.6
26-30	33	16.4
30+	16	8
Toplam	201	
Bölüm		
İngilizce Ö.	78	38.8
Almanca Ö.	35	17.4
Fransızca Ö.	10	5
PDR Ö.	20	10
Okul Öncesi Ö.	58	28.9
Toplam	201	
Yetiştiginiz Coğrafi Bölge		
Marmara	132	65.7
Karadeniz	15	7.5
İç Anadolu	14	7
Akdeniz	10	5
Ege	4	2

Güneydoğu Anadolu	6	3
Doğu Anadolu	7	3.5
Türkiye Dışı	13	6.5
Toplam	201	
Yetiştiginiz Yerleşim Birimi		
Köy	9	4.5
İlçe	40	19.9
İl Merkezi	152	75.6
Toplam	201	
Yurtdışında Bulunma Durumu		
Evet	85	42.3
Hayır	116	57.7
Toplam	201	201
Farklı Ülkeden veya Kültürden Arkadaş Sahibi Olma		
Evet	173	86.1
Hayır	28	13.9
Toplam	201	

2. Veri Toplama Araçları

Öğretmen adaylarının sahip olduğu kültürlerarası duyarlılığı belirlemek amacıyla Chen ve Starosta (2000) tarafından geliştirilen ve ölçeğin dilsel eşdeğerlik, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Elif Üstün (2011) tarafından yapılan Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği ile, öğrenci liderliği davranışlarını belirlemek için ise 2006 yılında Kouzes ve Posner tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması 2018 yılında Sinem Konuk tarafından hazırlanan Öğrenci Liderliği Uygulamaları Ölçeği üniversite öğrencilerinin liderlik davranışlarını ölçmek için ve kullanılmıştır. Ayrıca öğretmen adaylarının öğrenim gördüğü bölümleri, cinsiyetleri, yetiştikleri coğrafi bölgeler ve yerleşim yerleri, sahip oldukları yurtdışı deneyimleri ve farklı ülke ve/veya kültürden arkadaşına sahip olma değişkenlerinin onların kültürlerarası duyarlılık kazanımlarının üzerindeki etkisi incelenmiştir.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği (KDÖ), 23 maddelik 5'li Likert tipi bir ölçekken, "Öğrenci Liderliği Uygulamaları" ise yine beşli Likert skalasında olup beş faktör [(i) model olma, (ii) paylaşılan bir vizyona ilham verme, (iii) sürece meydan okuma, (iv) insanları harekete geçirme ve (v) yüreklendirme] ve toplam otuz (30) maddeden oluşmaktadır.

3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verileri 2019 yılında, Kasım ayı içerisinde toplanmıştır. Verilerin toplanması yaklaşık 3 hafta sürmüştür. Araştırma verileri 2020 yılından önce toplandığından o dönemdeki uygulama gereği etik kurul onayı gerekmediğinden etik kurul iznine başvurulmamıştır. Araştırmada veri toplama araçları olarak kullanılan ölçekler katılımcılara yüz yüze ulaştırılmıştır.

Elde edilen verilerin analizi SPSS22 (Statistical Package for Social Sciences) programıyla yapılmıştır. Verilerin analizi yapılırken ilk olarak betimleyici istatistik (Frekans, Yüzde, Ortalama, Standart sapma) kullanılmıştır.

Araştırmadan elde edilen verilerin dağılımlarının normal özellik gösterip göstermedikleri Shapiro-Wilk Testi ile saptanmıştır. Ölçeklerden alınan puanların dağılım normallik durumunu belirlemek amacıyla uygulanan Shapiro-Wilk testi sonucuyla verilerin normal dağıldığı sonucuna ulaşılmıştır ($p > .05$).

Çalışmanın bağımlı değişkenlerini, öğretmen adaylarındaki kültürlerarası duyarlılık kazanımı ve öğrenci liderliği becerisi oluştururken bağımsız değişkenlerini ise okudukları bölüm, cinsiyetleri, yetiştikleri coğrafi bölge ve yerleşim birimleri, yurtdışı deneyiminin olması gerekliliği ve farklı bir kültürden ve/veya ülkeden arkadaşına sahip olup olmadığı şartları oluşturmaktadır.

Araştırmada kültürlerarası duyarlılık ve öğrenci liderliği değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkisi Pearson korelasyon analizi ile, değişkenlerin demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediği ise Tek Yönlü Anova ile tespit edilmiştir.

4. Bulgular

4.1. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Demografik Verilere Göre İncelenmesi

Katılımcıların kültürlerarası duyarlılık ölçeğinden aldıkları toplam puanın cinsiyet, bölüm, yaş, yaşadıkları bölge ve yerleşim yerleri, daha önce yurtdışında bulunma durumları ve farklı kültürden arkadaş sahibi olmaları değişkenleri ile anlamlı bir şekilde farklılaşıp farklılaşmadığı Tek Yönlü Anova ile sınımlanmıştır. Analizin bulguları Tablo 2'de verilmektedir.

Tablo 2. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği'nin Demografik Veriler Doğrultusunda Analiz

	N	X	Sd.	t/F	p
Cinsiyet					
Kadın	59	3,2424	,28179	,010	,920
Erkek	142	3,2385	,23846		
Yaş					
20-25	152	3,2397	,26755	,002	,998
26-30	33	3,2411	,20250		
30+	16	3,2364	,18307		
Bölüm					
İngilizce Ö.	78	3,2414	,25281	2,014	,094
Almanca Ö.	35	3,2311	,17511		
Fransızca Ö.	10	3,1217	,20475		
PDR Ö.	20	3,1457	,25791		
Okul Öncesi Ö.	58	3,2954	,28163		
Yetişilen Coğrafi Bölge					
Marmara	132	3,2444	,994	,437	
Karadeniz	15	3,1971	,201		
İç Anadolu	14	3,2826	,15607		
Akdeniz	10	3,1174	,15068		

Ege	4	3,3696	,19605		
Güneydoğu Anadolu	6	3,2319	,17750		
Doğu Anadolu	7	3,1242	,35538		
Türkiye Dışı	13	3,3144	,21678		
Yetiştirdiğiniz Yerleşim Birimi					
Köy	9	3,1014	,29004	1,698	,186
İlçe	40	3,2207	,23700		
İl Merkezi	152	3,2529	,25146		
Yurtdışında Bulunma					
Hayır	116	3,2455	,27302	,147	,702
Evet	85	3,2317	,21939		
Farklı Ülke veya Kültürden Arkadaşı Olma					
Evet	173	3,2558	,23243	5,255	,023
Hayır	28	3,1398	,33372		

Araştırmada kültürlerarası duyarlılıkla yalnızca “farklı ülke veya kültürden arkadaşı olma” değişkeni arasında manidar bir fark olduğu görülmüştür. ($p < 0.05$)

Bu durumda farklı ülke veya kültürden arkadaşı olan öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılıkta da daha yüksek beceri sahibi olduğu yorumu yapılabilir.

4.2. Öğrenci Liderliği Ölçeği'nin Demografik Verilere Göre İncelenmesi

Adayların “Öğrenci Liderliği Davranışları” ölçeğinden aldıkları toplam puanların cinsiyet, okudukları bölüm, yaş, yaşadıkları bölge ve yerleşim yerleri, daha önce yurtdışında bulunma durumları ve farklı kültürden arkadaş sahibi olmaları değişkenlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığı tek yönlü ANOVA yöntemi ile sınanmıştır. Analizin bulguları Tablo 3'te verilmektedir.

Tablo 3. Öğrenci Liderliği Ölçeği'nin Demografik Veriler Doğrultusunda Analizi

	N	X	Sd.	t/F	p
Cinsiyet					
Kadın	59	4,1444	,52746	5,476	,020
Erkek	142	3,9605	,45576		
Yaş					
20-25	152	4,0953	,53072	,262	0,770
26-30	33	4,4040	,47264		
30+	16	4,1479	,43733		
Bölüm					

İngilizce Ö.	78	4,0085	,56078	3,382	,011
Almanca Ö.	35	4,1695	,34074		
Fransızca Ö.	10	4,0000	,45812		
PDR Ö.	20	3,8550	,51284		
Okul Öncesi Ö.	58	4,2496	,51284		
Yetiştirilen Coğrafi Bölge					
Marmara	132	4,0819	,53829	,136	,995
Karadeniz	15	4,1289	,43055		
İç Anadolu	14	4,2071	,47397		
Akdeniz	10	4,0667	,65715		
Ege	4	4,0500	,60522		
Güneydoğu Anadolu	6	4,0778	,38161		
Doğu Anadolu	7	4,0381	,29340		
Türkiye Dışı	13	4,0718	,47645		
Yetiştirdiğiniz Yerleşim Birimi					
Köy	9	4,3185	,43433	,993	,372
İlçe	40	4,0542	,56015		
İl Merkezi	152	4,0865	,50440		
Yurtdışında Bulunma					
Hayır	116	4,0828	,55081	,061	,805
Evet	85	4,1009	,46009		
Farklı Ülke veya Kültürden Arkadaşı Olma					
Evet	173	4,0987	,50320	,322	,571
Hayır	28	4,0393	,57892		

Araştırmada öğrenci liderliğinin cinsiyet ve bölüm değişkenlerine göre anlamlı farklılaşma gösterdiği görülmektedir. Kız öğrencilerin öğrenci liderlik davranış düzeylerinin erkek öğrencilere göre daha fazla olduğu sonucu elde edilmiştir. ($p < 0.05$)

Yine Tablo 3'te görülebildiği gibi Öğrenci Liderliği Ölçeği'nden alınmış olan en yüksek ortalama Okul Öncesi Öğretmenliği'ne aitken en düşük ortalama ise Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Öğretmenliği öğrencilerine aittir.

Bölüm değişkeninde anlamlı farklılaşmayı sağlayan değişkenleri belirleyebilmek için Post Hoc analizi yapılmıştır. Varyanslar homojen dağılım gösterdiğinden ($p > 0.05$) Bonferroni ile analiz yapılmış ve farklılaşmayı "Okul Öncesi Öğretmenliği" bölümüyle "PDR" bölümünün sağladığı görülmüştür.

4.3. Kültürlerarası Duyarlılık ve Öğrenci Liderliği Arasındaki İlişkiye Dair Bulgular

Kültürlerarası Duyarlılık ve Öğrenci Liderliği arasındaki ilişkinin varlığı "Pearson Korelasyon Analizi" ile belirlenmiştir.

İki ölçekten elde edilen puanların arasındaki ilişkisi Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 4. Kültürlerarası Duyarlılık, Öğrenci Liderliği Arasındaki İlişki

Değişkenler	Öğrenci Liderliği	Kültürlerarası Duyarlılık
Öğrenci Liderliği	,053	
Kültürlerarası Duyarlılık		,053
r= ,053		

Yapılan analize göre öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılıklarıyla öğrenci liderliği arasında orta seviyede, pozitif yönlü ve manidar bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Kültürlerarası duyarlılık kazanımının öğrenci liderliğini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Araştırmadaki ilk alt problem “Öğretmen adaylarındaki kültürlerarası duyarlılık kazanımı ile öğrenci liderliği ölçeklerinden aldıkları toplam puanlar cinsiyet, bölüm, yaş, yaşadıkları bölge ve yerleşim yerleri, daha önce yurtdışında bulunma durumları ve farklı kültürden arkadaş sahibi olmaları değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermekte midir?” şeklinde ifade edilmiştir.

Araştırmanın Kültürlerarası Duyarlılıkla değişkeniyle yalnızca “farklı ülke veya kültürden arkadaşı olma” değişkeni arasında manidar bir farkın ortaya çıktığı görülmüştür. ($p < 0.05$)

Bu durumda farklı ülke veya kültürden arkadaşı olan öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılıkta da daha yüksek beceri sahibi olduğu yorumu yapılabilir. Üstün (2011) tarafından yapılan araştırma da cinsiyet, bölüm, yaş, yaşadıkları bölge ve yerleşim yerleri, daha önce yurtdışında bulunma durumları ve farklı kültürden arkadaş sahibi olmaları değişkenlerine göre incelenmiş ve farklı kültürden arkadaş sahibi olma değişkeni kültürlerarası duyarlılık düzeyiyle anlamlı bir farklılık göstermiştir. Bu bakımdan araştırmaların örtüştüğü söylenebilir.

Ancak yine Üstün (2011)' nün araştırmasında bir diğer değişken olan yurtdışında bulunmuş olma değişkeni öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Bu sonuçlar ise örtüşmemektedir.

Analiz sonucunda anlamlı bir fark olarak kabul edilemeye de bölüm değişkeni incelendiğinde kültürlerarası duyarlılık düzeyi en yüksek olan bölüm okul öncesi öğretmenliği iken, adayların yetiştikleri coğrafi bölgeye bakıldığında kültürlerarası duyarlılık düzeyi en yüksek bölge ege bölgesi olarak sonuç vermiştir. “Okul Öncesi Öğretmenliği” bölümünde okuyan öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ölçeğinden aldıkları toplam puanlar dil bölümü okuyan öğretmen adaylarının ortalamalarının daha fazla olarak bulunmuştur. Yabancı dil bölümü okuyan adayların puanlarının düşük olması Cangil (2010)'in sonucuyla örtüşmemektedir. Cangil'in 2010 yılında yapmış olduğu araştırma sonucuna göre, İngilizce öğretmenlerinin, iki farklı etnik grubun bir araya geldiği bir yerde etraflıca düşünebilme alışkanlığı ve kültürel çeşitlilik edinmiş olan, kendi kültürünün ayırımında, ama bu kültürü çok yönlü bir bakış açısıyla analiz edebilen ve yabancı olana da tolerans gösterebilen kültürlerarası iletişim becerisini kazanmış öğretmenler olmaları beklenmektedir. Ancak bilhassa hayatın temelini atıldığı erken çocukluk dönemindeki çocuklara eğitim veren okul öncesi öğretmenlerinin, bu tarz etkinlik uygulamalarına yer vermeleri çocukların toplumdaki çeşitliliklere saygı duymalarını sağlamaktadır. Sezer ve Kahraman'ın 2017 yılında yapmış oldukları araştırmada da bu analizle örtüşen bir sonuca ulaşılmıştır: Araştırmada sınıf öğretmenliği ve okul öncesi öğretmenliği bölümlerinde öğrenim gören adayların çok kültürlü eğitime yönelik tutumları ile kültürlerarası duyarlılık düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.”

Öğretmen adaylarının öğrenci liderliği ölçeklerinden aldıkları toplam puanlar cinsiyet, bölüm, yaş, yaşadıkları bölge ve yerleşim yerleri, daha önce yurtdışında bulunma durumları ve farklı kültürden arkadaş sahibi olmaları değişkenlerine göre incelendiğinde ise öğrenci liderliğinin cinsiyet ve bölüm değişkenlerine göre anlamlı farklılaşma gösterdiği görülmektedir. Kız öğrencilerin öğrenci liderlik davranış düzeylerinin erkek öğrencilere göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. ($p < 0.05$) Benzer bir netice de, 2008 yılında Çelik ve Sünbül'ün araştırmasıyla elde edilmiştir. Yaptıkları “Liderlik Algılamalarında Eğitim ve Cinsiyet Faktörü” araştırmasında elde edilen liderlik boyutunda cinsiyet faktörüne göre farklılıklar bulunmuş olup, kız öğrencilerin liderlik algılamalarının erkek öğrencilere nazaran yüksek bir puan ortalamasına sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Öğrenci Liderliği Ölçeği'nden alınmış olan en yüksek puan Okul Öncesi Öğretmeni adaylarına aitken; en düşük puan ise Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Öğretmeni adaylarına aittir.

Bölüm değişkeninde anlamlı farklılaşmayı sağlayan değişkenleri belirleyebilmek için Post Hoc analizi yapılmıştır. Varyanslar homojen dağılım gösterdiğinden ($p>0.05$) Bonferroni testi ile analiz yapılmış ve farklılaşmayı "Okul Öncesi Öğretmenliği" bölümüyle "PDR" bölümünün sağladığı görülmüştür. Okul Öncesi Öğretmeni adaylarının puanlarının PDR adaylarından anlamlı bir şekilde yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Yapılan analize göre öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılıklarıyla öğrenci liderliği arasında orta seviyede, pozitif yönlü ve manidar bir ilişki olduğu sonucuna ulaşıırken, kültürlerarası duyarlılık kazanımının öğrenci liderliğini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler

Bu çalışmada, Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi'nde Okulöncesi Öğretmenliği, İngilizce Öğretmenliği, Psikolojik Danışmanlık ve Rehberlik Öğretmenliği, Almanca Öğretmenliği ve Fransızca Öğretmenliği bölümlerinde öğrenim gören üniversite son sınıf öğrencileriyle çalışılmıştır. Benzer çalışmalar farklı örneklem gruplarıyla, öğretmenlerle veya öğrencilerle çalışılırsa farklı bulgulara ulaşılabilir.

Araştırma nicel desenle çalışılmıştır. Bundan sonra yapılacak araştırmalar için nitel desenler de kullanılarak katılımcıların kültürle ilgili düşünceleri ve yaklaşımları daha derinlemesine belirlenebilir. Ayrıca değişkenlerde, kültürlerarası duyarlılık üzerinde etkisi olabilecek daha farklı değişkenler belirlenerek üzerinde çalışılabilir.

Öğrenme teorilerini göz önünde bulundurarak öğrencilerin liderlik donanımlarının zenginleştirilmesine yönelik çalışmalar yapılabilir. Öğrencilerin sahip oldukları liderlik özelliklerini fark etmelerine yönelik rehberlik programları hazırlanabilir. Üniversitelerin eğitim fakültelerindeki eğitim programlarına bu konunun ayrı bir ders olarak eklenmesi önerilebilir.

Bu ve diğer birçok araştırmanın bulgularından birinin farklı ülke ve/veya kültürden arkadaşı olma değişkenin kültürlerarası algının gelişmesine katkısı olmuştur. Elde edilen sonuca göre, ülkemizdeki üniversite okuyan öğrenciler ile farklı ülkelerde öğrenim gören öğrenciler arasında iletişimi destekleyecek uygulamaların oluşturulmasının ve sürdürülebilirliğinin; öğrencilerle birlikte, öğretmenlerinin de çeşitli ülkelerden öğretmenler ile iş birliği yapmalarının kültürlerarası duyarlılık kazanımını geliştirmeye katkısı olacağı söylenebilir.

Kaynakça

- Babacan, H. (2008). Demeter kırsal alan liderlik programı (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli
- Bhatti, N., Maitlo, M. G., Shaikh, N., Hashmi, A. M., ve Shaikh, M. F. (2012). The impact of autocratic and democratic leadership style on job satisfaction. *International Business Research*, 5(2), 192-201.
- Başoğlu, U.D. (2006). Askeri liselerde eğitim-öğretim gören takım sporu yapan, bireysel spor yapan ve spor yapmayan öğrencilerin liderlik özellikleri (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Büyükoğlu, H. ve Polat, G. (2017, Mart). Öğrenci Liderliği Uygulamaları Ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(26), 303-317.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2016). Bilimsel araştırma yöntemleri (22. Baskı). Ankara: Pegem Akademi
- Cangil, B. (2010). Kültürlerarası İletişimde Beden Dili. *Töder, Tüm Özel Öğretim Kurumları Derneği Dergisi*, 29-30.
- Cansoy, R., Türkoğlu, M. E., & Parlar, H. (2016). Liderlik Özellikleri: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması Ve Öğrencilere Yönelik Bir Araştırma. *Milli eğitim dergisi*, 45(212), 139-159.
- Cansoy, R. (2015). Türkiye'de ortaöğretim okullarındaki öğrencilerin gençlik liderlik özelliklerinin incelenmesi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Cansoy, R., Dinçel, S. & Türkoğlu, M.E. (2013, Kasım). Öğrencilerin liderlik algıları: Türk kültürüne uyarlama çalışması, 8. Ulusal Eğitim Yönetimi Kongresi bildiri kitabı, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Chen, G. M., ve Starosta, W. J. (1996). Intercultural communication competence: A synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 19(1), 353-383.
- Chen, GM ve Starosta, WJ (2000). Kültürlerarası duyarlılık ölçeğinin geliştirilmesi ve doğrulanması.

- Coşkun, H. (2006). Türkiye'de kültürlerarası eğitim. *Türkiye'de eğitim bilimleri: Bir bilanço denemesi*, 1.
- Çelik, Y. & Sünbül, A. (2008). Liderlik Algılamalarında Eğitim Ve Cinsiyet Faktörü: Mersin İlinde Bir Alan Araştırması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (3), 49-66.
- Dempster, N. & Lizzio, A. (2007). 'Student leadership: Necessary research', *Australian Journal of Education*, 51(31), 276-285.
- Durmuş, Ö. (2011). İlköğretim ve lise öğrencilerinde görülen liderlik davranışlarının araştırılması (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Çanakkale 18 Mart Üniversitesi.
- Güneş, A. (2010). İlköğretim çağındaki üstün yetenekli öğrencilerle normal gelişim gösteren öğrencilerin liderlik becerilerinin karşılaştırılması: Kırşehir ili örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri
- Kabakçı, Ö.F. (2013). Karakter güçleri açısından pozitif gençlik gelişiminin incelenmesi (Yayımlanmamış doktora tezi). Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Karasar, N. (2000). Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kongar, E. (1996). Kültür ve bilim insanının sorumluluğu. Yıldız teknik üniversitesi açılış dersi. [Online]: http://www.kongar.org/makaleler/mak_kulb.php adresinden 20 Aralık 2019 tarihinde indirilmiştir.
- Konuk, S. (2018). Kouzes ve Posner'ın liderlik modeline dayalı öğrenci liderliği programının etkililiği. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Kosutic, I. (2010). Constructing youth leadership (Doctoral dissertation) Retrieved from ProQuest Dissertations and Theses. (UMI No. 3464339).
- Kouzes, J. M. ve Posner, B. Z. (2006). Student Leadership Practices Inventory. Student Workbook, 2nd. Edition. SanFrancisco: Jossey-Bass
- Kuşaklı-Yılmaz, B. (2008). Yönetici Hemşirelerin Duygusal Zeka Yetenekleri ve Liderlik Davranışları. (Yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi/Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Morrison, E. K. (1994). Leadership Skills: Developing Volunteers for Organizational Success. Tucson: Fisher Books
- Ogurlu, Ü. (2012). Liderlik becerileri geliştirme programının üstün zekalı olan ve olmayan öğrencilerin liderlik becerilerine etkisi (Yayımlanmamış doktora tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Özensel, E. (2012). Çokkültürlülük uygulaması olarak Kanada çokkültürlülüğü. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 7(1), 55-70.
- Parekh, B. (2002). Rethinking Multiculturalism: Cultural Diversity and Political Theory, Harvard.Kültürlerarasılık, Çokkültürlülük ve Etnisite: Eskişehir'deki Çerkeslerin Kültürlerarası İletişim Pratikleri1
- Sezer, G. O., & Kahraman, P. B. (2017). Sınıf ve okul öncesi öğretmen adaylarının çokkültürlü eğitime yönelik tutumları ile kültürlerarası duyarlılıkları arasındaki ilişki: uludağ üniversitesi örneği. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(2), 550-560.
- Tomlinson, John. (1999). Globalization and Culture. Cambridge: Polity Press
- Tüysüz, B. (2007). Öğrenci liderliği programının 6.sınıf öğrencilerinin liderlik rolleri ve davranışlarına etkisinin incelenmesi. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Üstün, E. (2011). Öğretmen adaylarının kültürlerarası duyarlılık ve etnikmerkezcilik düzeylerini etkileyen etmenler.
- Yukl, Gary. Leadership in Organizations, (7'nci Baskı), New Jersey, Prentice Hall, 2008.

Extended Abstract

Aim and Scope

Intercultural communication skills need to be developed in order to develop respect, tolerance and interaction between citizens of different ethnic and cultural backgrounds living together in Turkey. Teachers of the relevant courses have a great task in transferring the general goals and achievements for intercultural communication skills in primary and secondary education programs to students. Therefore, programs for the training of teachers, , diversity, discrimination, racism, xenophobia, and gender discrimination caused by new cases of managing and working methods should include strategies to solve conflicts peacefully and to prepare training (Council of Europe, 2008: 33). The concepts of multiculturalism, ethnic diversity, intercultural sensitivity and leadership have been studied and researched in the fields of

labor market, economy and education. However, student leadership does not yet have such a rich research framework. When we consider the multi-colored cultural motifs that Turkey already has, it is thought that determining these skill traits in teacher candidates and examining their relationship with student leadership will contribute to the field, since being able to serve and lead the population with different cultural characteristics, to provide education and to intercultural sensitivity are a part of intercultural communication skills. The aim of this study is to examine the relationship between intercultural sensitivity skills and student leadership in candidate teachers trained to work in primary and secondary education institutions.

Methods

Since the relationship between intercultural sensitivity and student leadership variables was examined in the study, relational screening model was used, which is one of the quantitative research methods. The study group of the research is the teacher candidates who study in various departments of Marmara University Atatürk Faculty of Education in the fall semester of 2019-2020 and participate in the research voluntarily. Of the 201 teacher candidates surveyed, 142 were women and 59 were men. 75% of them are between the ages of 20 and 25, and preschool teaching departments and English teaching departments account for about 70% of the sample.

Findings

While analyzing the data, descriptive statistics (Frequency, Percentage, Average, Standard deviation) were first performed, then the relationship between intercultural sensitivity and student leadership variables was tested with Pearson correlation analysis and whether the variables differ according to demographic variables was tested with One-Way Anova.

In the study, it was observed that there was a significant difference between intercultural sensitivity and only the variable of "having friends from a different country or culture". ($p < 0.05$) Also it can be interpreted that teacher candidates who have friends from different countries or cultures also have higher skills in intercultural sensitivity.

In the study, it is seen that student leadership significantly differentiates according to gender and department variables. It has been found that female students' student leadership behavior levels are higher than male students. ($p < 0.05$) Lastly that there is a moderate, positive and meaningful relationship between the intercultural sensitivities of teacher candidates and student leadership.

Conclusion

In the study, it was observed that a significant difference emerged between the variable of Intercultural Sensitivity and the variable "having friends from a different country or culture". ($p < 0.05$)

In this case, it can be interpreted that teacher candidates who have friends from different countries or cultures also have higher skills in intercultural sensitivity. In the study conducted by Üstün (2011), the variables of gender, department, age, region and place of residence, their previous experience abroad and having friends from different cultures were examined according to the variables, and the variable of having friends from different cultures showed a significant difference with the level of intercultural sensitivity. In this respect, it can be said that the studies overlap. When the total scores of the teacher candidates from the student leadership scales are examined according to the variables of gender, department, age, region and place of residence, their previous experience abroad, and having friends from different cultures, it is seen that student leadership significantly varies according to gender and department variables. It was concluded that female students' student leadership behavior levels were higher than male students. ($p < 0.05$) A similar result was obtained by Çelik and Sünbül (2008). In the "Leadership Perceptions of Education and Gender Factor" research, differences were found in the leadership dimension according to the gender factor, and it was found that the leadership perceptions of female students had a higher average than male students. According to the analysis, it is seen that there is a moderate, positive and significant relationship between the intercultural sensitivities of teacher candidates and student leadership. It was concluded that intercultural sensitivity acquisition positively affected student leadership.

This research was carried out with senior students who are attending Preschool Teaching, English Language Teaching, Psychological Counseling and Guidance Teaching, German Teaching and French Teaching departments of Marmara University Atatürk Education Faculty. The fact that similar research is carried out on teachers and students instead of teacher candidates with different working groups can provide different findings. This research has been studied with a quantitative design. In future studies, it can be tried to determine the participants' thoughts and attitudes towards cultural differences by using qualitative methods.

Student leadership should be considered as a lesson in the curriculum of faculties that train teachers.

It is one of the findings of this research and other studies that making friends from different cultures and / or countries contributes to the development of intercultural sensitivity. Developing and disseminating projects that will ensure interaction between higher education students and students in other countries; It can be thought that participation of teachers in

projects that require collaboration with colleagues from different cultures besides students will contribute to the development of intercultural sensitivity.

Ek 1. Anket Formu

Kişisel Bilgiler

1. Cinsiyetiniz: Kadın () Erkek ()

2. Bölümünüz:

İngilizce Öğretmenliği () Almanca Öğretmenliği () Fransızca Öğretmenliği ()

Okul Öncesi Öğretmenliği () Psikolojik Danışma ve Rehberlik ()

3. Yetiştirdiğiniz Coğrafi Bölge: Bu soruyu cevaplarken yaşamınız boyunca en uzun süreyle kaldığınız coğrafi bölgeyi işaretleyiniz.

Marmara () Karadeniz () İç Anadolu () Akdeniz () Ege ()

Güneydoğu Anadolu () Doğu Anadolu () Türkiye Dışı ()

4. Yetiştirdiğiniz Yerleşim Birimi: Bu soruyu cevaplarken yaşamınız boyunca en uzun süreyle kaldığınız yerleşim birimini işaretleyiniz.

Köy () İlçe () İl Merkezi () Diğer _____

5. Hiç yurt dışında bulundunuz mu? Cevabınız evet ise ne amaçla ve ne süreyle?

Hayır () Evet () Amaç _____

Süre _____

6. Farklı ülkelerden ve/veya kültürlerden hiç arkadaşınız var mı?

Evet () Hayır ()

Ek 2. Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeği

Aşağıdaki ifadeleri hızlıca okuyunuz ve ilk izleniminize göre cevap veriniz. Cevaplarınızı 1 ile 5 arasında, düşüncenizi en iyi tanımlayan numara ile gösteriniz. Bu ölçekte “doğru” veya “yanlış” cevaplar <u>olmadığını</u> unutmayınız ve mümkün olduğu kadar içten cevaplar vermeye özen gösteriniz. 1- Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum						
Teşekkürler						
1.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurmaktan zevk alırım.	1	2	3	4	5
2.	Bence, diğer kültürlerin insanları dar görüşlüdür.	1	2	3	4	5
3.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurma konusunda kendimden oldukça eminim.	1	2	3	4	5
4.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken istediğim kadar sosyal olabilirim.	1	2	3	4	5
5.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken söze nasıl başlayacağımı daima bilirim.	1	2	3	4	5
6.	Farklı kültürlerden insanların önünde konuşmak bana çok zor gelir.	1	2	3	4	5
7.	Farklı kültürlerden insanlarla vakit geçirmekten hoşlanmıyorum.	1	2	3	4	5
8.	Farklı kültürlerden insanların değerlerine saygı duyarım.	1	2	3	4	5
9.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken çabuk gerilirim.	1	2	3	4	5
10.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken kendime güvenirim.	1	2	3	4	5
11.	Kültürleri farklı akranlarım hakkında bir izlenim oluşturmadan önce bekleme eğiliminde olurum.	1	2	3	4	5
12.	Farklı kültürlerden insanlarla birlikteyken sık sık cesaretim kırılır.	1	2	3	4	5
13.	Farklı kültürlerden insanlara karşı açık görüşlüyümdür.	1	2	3	4	5
14.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken çok iyi gözlem yaparım.	1	2	3	4	5
15.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken sıklıkla kendimi işe yaramaz hissedirim.	1	2	3	4	5
16.	Farklı kültürlerden insanların davranış biçimlerine saygı duyarım.	1	2	3	4	5
17.	Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim kurarken mümkün olduğu kadar çok bilgi edinmeye çalışırım.	1	2	3	4	5
18.	Farklı kültürlerden insanların fikirlerini kabul etmem.	1	2	3	4	5
19.	Bence, benim kültürüm diğer kültürlerden daha iyidir.	1	2	3	4	5
20.	Etkileşimimiz sırasında kültürel olarak farklı akranıma sık sık olumlu tepkiler veririm.	1	2	3	4	5
21.	Kültürel olarak farklı insanlarla uğraşmak zorunda kalacağım durumlardan kaçınırım.	1	2	3	4	5
22.	Kültürel olarak farklı akranıma, sözlerimle ve hareketlerimle onu anladığımı sık sık belli ederim.	1	2	3	4	5
23.	Kültürel olarak farklı olduğum akranımla aramdaki farklılıklardan zevk alırım.	1	2	3	4	5

Ek 3. Öğrenci Liderlik Davranışları Ölçeği Türkçe Formu

Değerli Katılımcı,					
Bu araştırmanın amacı üniversite öğrencilerinin liderlik davranışlarının düzeyini belirlemektir. Sizden istenen her bir maddeyi okuyarak ne derece katılım gösterdiğinizi; asla katılmıyorsanız (1); her zaman katılıyorsanız (5) aralığını kullanarak belirtmeniz. Toplanan veriler, bu araştırma dışında hiçbir yerde kullanılmayacaktır. Değerli katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.					
Lütfen 1 (Asla) – 2 (Nadiren) – 3 (Bazen) – 4 (Sıklıkla) – 5 (Her Zaman) arası değerlendirme yapınız.					
1. Örnek teşkil ederim.	1	2	3	4	5
2. İleri görüşlüyüm ve geleceği görürüm.	1	2	3	4	5
3. Beceri ve yeteneklerimi geliştiririm.	1	2	3	4	5
4. İşbirlikçi ilişkileri güçlendiririm.	1	2	3	4	5
5. İnsanları takdir ederim.	1	2	3	4	5
6. İlke ve standartlarımla arkadaşlarımı yönlendiririm.	1	2	3	4	5
7. İdeal yeterlilikleri tanımlarım.	1	2	3	4	5
8. Arkadaşlarımın risk almasına yardım ederim.	1	2	3	4	5
9. Aktif bir şekilde dinlerim.	1	2	3	4	5
10. Arkadaşlarımı cesaretlendiririm.	1	2	3	4	5
11. Sözümde dururum.	1	2	3	4	5
12. Vizyonum hakkında konuşurum.	1	2	3	4	5
13. Gündemi takip ederim.	1	2	3	4	5
14. Diğerlerine saygı gösteririm.	1	2	3	4	5
15. Arkadaşlarımı destekler ve takdir ederim.	1	2	3	4	5
16. Yaptıklarım hakkında dönüt alırım.	1	2	3	4	5
17. Ortak noktaları bulurum.	1	2	3	4	5
18. Hatalarımdan ne öğrenebileceğimi sorarım.	1	2	3	4	5
19. Arkadaşlarımın aldığı kararlarını desteklerim.	1	2	3	4	5
20. Açıkça değerlere uyum sağlarım.	1	2	3	4	5
21. Değerler üzerinde uzlaşma sağlarım.	1	2	3	4	5
22. Neşeli ve iyi bir iletişimcimim.	1	2	3	4	5
23. Hedef koyar ve projeler için plan yaparım.	1	2	3	4	5
24. Arkadaşlarıma özgürlük ve seçim şansı tanırım.	1	2	3	4	5
25. Başarıları tebrik ederim.	1	2	3	4	5
26. Değerler ve ilkeler hakkında konuşurum.	1	2	3	4	5
27. Amaç ve ortak anlam hakkında konuşurum.	1	2	3	4	5
28. Uygulamada girişimcimim.	1	2	3	4	5
29. Liderlik fırsatları sunarım.	1	2	3	4	5
30. İnsanları anlarken yaratıcı olurum.	1	2	3	4	5

Ailelerin Şehir İçi Rekreasyonel Algı ve Eğilimlerinin Belirlenmesi: İlkadım (Samsun) Örneği

Determining Urban Recreational Perceptions and Tendencies of Families: İlkadım (Samsun) Example

Mücahit Yıldırım¹

Öz

İnsanların birincil ihtiyaçlarını karşılama haricindeki tüm zamanlarında yaptıkları faaliyetler olan rekreasyon, gözle görünür bir şekilde arazi ve mekan kullanışlarını ifade etmektedir. Bu mekân kimi zaman akarsu, göl, deniz, dağ, vadi, orman gibi doğal çevre elemanları olurken; kimi zaman da kent içerisindeki park, bahçe, müze, tarihi yapı ve cadde ve sokaklar da olabilmektedir. Özellikle büyük kent merkezlerinde şehirleşme ve nüfus yoğunluğuna bağlı olarak ortaya çıkan trafik, görüntü, gürültü gibi sorunlara karşı insanlar, öncelikle kendi çevrelerinde kısa süreli ve gün içerisinde streslerini atabilecekleri rekreasyon alanlarına ihtiyaç duymaktadır. Bu çalışma, Samsun ilinin en yoğun nüfuslu ilçesi olan İlkadım'da yaşayan ailelerin ilçelerindeki rekreasyon alanlarına yönelik algı ve eğilimlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli uygulanmış ve uygun/kazara örnekleme yöntemi ile belirlenen 259 katılımcıya 2021 yılı Ocak-Şubat ayları içerisinde anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Böylece İlkadım ilçesinin rekreasyon alanlarının ilçe halkı tarafından tanınırlığı ve tercih edilirliliğinin belirlenmesi için uygulanan anket verileri ışığında İlkadım ilçesinin rekreasyonel görünümü ortaya çıkarılmıştır. Buna göre İlkadım ilçesinde aile bireyleri ile birlikte gidilebilecek şekilde kent mekânlarının sayıca yetersiz olduğu ve fonksiyonel anlamda da ihtiyaçları karşılayamadığı tespit edilmiştir. İlçe sakinlerinin, özellikle çocuk sahibi olan ailelerin kendi ilçelerindeki rekreasyon alanlarını yetersiz buldukları ve fazla tercih etmedikleri, çocuklarıyla birlikte gezinti yeri olarak İlkadım dışındaki mekânları tercih ettikleri gözlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Rekreasyonel Alanlar, Kent Mekânları, İlkadım, Samsun

Abstract

Recreation, which is the activities that people do at all times other than meeting their primary needs, visibly refers to the use of land and space. While this place is sometimes natural environment elements such as rivers, lakes, seas, mountains, valleys and forests; sometimes it can be a park, garden, museum, historical building and avenues and streets in the city. Especially in big city centers, against problems such as traffic, visual and noise that arise due to urbanization and population density, people primarily need recreation areas in their own environment where they can relieve their stress for a short time and during the day. This study aims to reveal the perceptions and tendencies of families living in İlkadım, the most densely populated district of Samsun province, towards recreation areas in their districts. In this direction, a survey model, which is one of the quantitative research methods, was applied and a questionnaire was created and published with Google forms in January-February 2021, with 259 participants determined by the appropriate/accidental sampling method. Thus, in the light of the survey data applied to determine the recognition and preference of the recreational areas of İlkadım by the people of the district, the recreational view of İlkadım district was revealed. According to this, it has been determined that the urban spaces in İlkadım district, which can be visited with family members, are insufficient in number and cannot meet the needs in a functional sense. It is observed that the residents of the district, especially families with children, find the recreation areas in their own districts insufficient and do not prefer them much, and they prefer places other than İlkadım as a promenade with their children.

Keywords: Recreational, Recreational Areas, Urban Spaces, İlkadım, Samsun

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 01 / 04 / 2021

Accepted: 08 / 10 / 2021

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Samsun Üniversitesi İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi Coğrafya Bölümü, mucahit.yildirim@samsun.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-5781-449X>

Giriş

Kentsel yaşam kalitesini artıran önemli göstergelerden biri olan kent içi rekreasyonel alanlar, özellikle çocuk sahibi ailelere yönelik güvenli ve eğlenceli yaşam imkânı sunmaları açısından aileler tarafından tercih edilen kent mekânları arasında yer almaktadır. Hareketli ve stres yüklü kent yaşamının getirmiş olduğu yoğunluktan uzaklaşmak isteyen kent sakinleri, çalışma saatleri dışındaki serbest zamanlarında güven ve huzur içerisinde hareket edebilecekleri ve aynı zamanda eğlenebilecekleri alanlara yönelmektedir. Çocuk sahibi olan ailelerin de çocukları ile birlikte yakın çevrede bulunan kısa mesafedeki bu alanlara yönelme eğilimleri, şehir içerisinde veya yakın çevrede bulunan rekreasyon alanlarının önemini daha da artırmakta; rekreasyon hareketlerine yönelik çalışmaları önemli kılmaktadır.

1. Rekreasyon Kavramı

Rekreasyon, insanların var olma (yeme-içme, uyuma gibi) ve geçim (çalışma, işe gidip gelme, ev işler gibi) için ihtiyaç duydukları zamanların dışında kalan tüm boş zamanlarında yaptıkları faaliyetleri ifade eder (Özgüç, 2007: 3). Sanayileşme ve şehirleşme sonucunda nüfus artışına da paralel olarak şehirlerdeki yapı yoğunluğu, hızlı, yorucu ve stresli yaşam, rekreasyon ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Bu sorunların sonucunda artık kent, insanların yaşayabilecekleri mekânlar olmaktan ziyade yaşamak zorunda kaldıkları mekânlara dönüşmüştür (Şimşek ve Korkut, 2009: 316). Kentlerde yaşayan insanlar, birbirlerini tanımamaya ve birbirlerinden uzaklaşmaya başlamışlar, bu durum kişisel ilişkilerin zayıflamasına ve yüzeysel kalmasına sebep olmuştur. Meslek hayatlarındaki yoğun iş temposu ve katı kuralların mevcudiyeti de insanların yıpranmasına yol açmıştır (Yüksel ve Yeşil, 2017: 356). İnsanlar, şehrin ortaya çıkardığı bu ve bunun gibi olumsuz sonuçlar karşısında gün içerisinde yorgunluklarını atacakları ve kendilerini tazeleyecekleri bir takım faaliyetler içerisinde bulunma ihtiyacı hissetmektedirler. Bu ihtiyaçlarını kısa sürede, kendi yaşam alanlarına en yakın yerde bulunan açık ve kapalı, kentsel veya kırsal mekânları ziyaret ederek karşılamaya çalışmakta ve bu ziyaretlerinde aktif veya pasif olarak faaliyetin içerisinde yer almaktadır. Bu doğrultuda sinema ve tiyatrolar, eğlence mekanları, açık veya kapalı spor tesisleri, hayvanat bahçeleri, farklı niteliklere sahip olan parklar, müze ve sanat galeri gibi birçok açık ve kapalı alanda rekreasyon faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Öyle ki günümüzde alışveriş merkezleri ve hipermarketler, alışveriş imkânının yanı sıra mağaza bünyesinde gün içerisinde gidilip stres atılabilecek ve eğlence aktiviteleri barındıran alternatifler sunmaktadır. Böylece insanlara daha zevk ve neşe verici ve tatmin edici özgür (Karaşah, 2017: 59) bir ortam oluşturmaktadır. Kentlerin insanlara sunmuş olduğu farklı alan ve niteliklere sahip açık ve kapalı kamusal mekânlarının varlığı, şüphesiz kentleri daha çekici kılmakta ve yerleşilmesi daha cazip bir yer haline getirmektedir. Ayrıca bu kamusal alanlar (özellikle açık kamusal alanlar), birçok faydasının yanı sıra kentin hava kalitesini iyileştirmek ve estetik değerleri artırmak suretiyle şehirlerdeki yaşam kalitesini artırarak daha kaliteli bir yaşam sunmaktadır (Poudyal vd., 2009: 975).

Günümüzde ekonomik, teknolojik, siyasal ve sosyal gelişmelere bağlı olarak kentleşme eğilimlerinin ortaya koyduğu sonuçlar doğrultusunda insanların rekreasyonel faaliyetler konusundaki talepleri ve kentin onlara sunduğu arz çeşitliliği konusunda değişimler ve gelişmeler yaşanmaktadır (Akten ve Gül, 2014: 130). İnsanların teknolojik gelişmelerle birlikte serbest zamanlarında ve gelir düzeylerinin de yükselmesi ile rekreasyonel faaliyetlere olan ilgi ve katılımlarında artışa sebep olmaktadır (Mansuroğlu, 2002: 53). Buna karşın bireylerin rekreasyon faaliyetlerini etkileyen ve kısıtlayan birtakım faktörler de bulunmaktadır. Bunlar hava koşulları, rekreasyon olanaklarının çeşitliliği, niteliği, maliyeti ve erişilebilirliği gibi çevresel faktörler ile gelir düzeyi, yaş, meslek, serbest zamanın niteliği, gelenek, görenek, toplumsal rol ve davranışları gibi bireyin özel koşullarından kaynaklanan faktörlerdir (Yılmaz vd., 2003: 353). Bu faktörlerin kendilerini etkilediği ve engellediği oranda insanlar, rekreasyon faaliyetlerine katılım sağlamakta ve özellikle kent içi rekreasyonel hareketler içerisinde yer almaktadırlar.

Kent içerisinde kent mekanlarına yönelik bu rekreasyon hareketi, yeni bir çalışma alanını da oluşturmaktadır. Son yıllarda kentsel alanlardaki seyahat talebi önemli oranda artış göstermektedir. Kentler günümüzde, ekonomik faaliyetlerin hemen hepsini içerisinde barındırmasının yanı sıra sakinlerine sunduğu rekreasyonel mekânları ile kent turizminin oluşmasına da katkı sağlamaktadır. Kentsel alanlar, şehirlerdeki ekonomik, sosyal, kültürel, idari ve siyasi fonksiyonlar için kullanılan şehir mekânlarıdır. Bu mekanlar, kentsel yol ağları, eski ve yeni yerleşmeler, sanayi kuruluşları, parklar, rekreasyon alanları ve diğer çekici alanlardır. Müzeler ve anıtlar, parklar, lunaparklar, alışveriş merkezleri, spor tesisleri ile tarihi ve kültürel alanlar da kentsel alanlardaki turistik yerler olarak kabul edilmektedir (Zeinizadeh, 2016: 30).

2. Çocuk Gelişimi ve Kent Mekânları

Toplumun değer yargılarının, normatif kuralların ve sosyalleşmenin en ciddi ve yoğun olarak yaşandığı toplumsal yapı olan aile (Sayın, 1991: 2), bireyin doğduğu andan itibaren içinde yer aldığı, ona yaşamını devam ettirebilmesi için ihtiyacı olan bakım ve desteğin sunulduğu sosyal bir ortamdır (Bayer, 2013: 102). Bu nedenle de toplumun temel yapı taşı ailedir. Aile kurumu ne kadar sağlam ve dinamik olursa toplum da aynı oranda sağlam bir yapıya bürünür. Ailenin sağlamlığı ise aile

bireylerinin birbirine karşı sevgi, saygı ve güven ilişkilerinin had safhada olduğu bir etkileşimi gerektirmektedir. Bu etkileşim aile bireylerinin sahip olduğu duygusal yoğunlukların sürekliliğini sağlar ki bu da bireylerin bir arada güven içinde sağlıklı vakit geçirmeleri sayesinde gerçekleşmektedir. Aile bireylerinin sağlıklı vakit geçirmeleri açısından mekân, önemli bir etkidir. Zira bireylerin kendilerini güvende hissettikleri bir mekân, birbirleri ile iletişimi sağlıklı kılmaktadır. Kentlerde de ailelerin çocukları ile gidip hoşça vakit geçirebilmeleri için aile ortamına uygun ve güvenli mekânların varlığı, aile kurumunun devamı açısından önem arz etmektedir. Bireylerin toplumsallaşması kadar kentlerin var olabilmesi için de yaşam kalitesi, sosyalleşme, hareket etme, kolektif, kültürel, politik ve sosyal yaşam gibi unsurların varlığı gereklidir. Kamusal alanlar olarak karşımıza çıkan bu tür mekânlar kentlerdeki hareketlilik, sosyalleşme ve kimlik alanlarıdır (Gökgür, 2008: 16; Bahçeci, 2018: 116). Meydanlar, sokaklar, kentlerin kültür, tarih ve mimarlık hatırasını barındıran kesimleri, yeşil ve açık alanlar, eğitim, sanat ve kültür tesislerinin yer aldığı semtler kamusal alanların en çok bilinen örnekleridir (Keleş, 2012: 11). Kent içinde insanların bir araya geldiği bu alanlarda kent yaşamının gizemini, sakinlerinin kolektif bilinçaltını ve gizli dünyalarının simgesel kodlarını bulmak mümkündür. Kentin tarihine tanıklık ettikleri gibi, toplumun ruhunu, estetik anlayışını ve bilinç haritasını da yansıtır (Aytaç, 2007: 223). Zira kentın mekânsal kartografyası içinde kentın sosyal, kültürel yüzeyini yansıtan kentsel mekânlar (sinemalar, eğlence yerleri, restoranlar, oteller, müzeler, galeriler, parklar vs.) birer kültürel birliktelik adası olmakla kalmayıp kentın tanımlayıcı gösterenleri, kültürel kimlikleri ya da tarihsel yüzlerini oluştururlar (Aytaç, 2013: 138). Bu nedenle bu mekânlar, kent sakinlerinin sosyalleşme ve toplumsallaşma aracı olarak kent içerisinde önemli işlevlere sahip alanlardır. Bu işlevlerinden biri de bireylerin yanı sıra aile bireylerine sunmuş olduğu uygun ortam ve aktivite alanlarıdır.

Aile kurumunun en önemli birleştirici ve bütünleştirici unsuru olan çocuğun davranışları, kişilik ve zekâdan ziyade içinde bulunduğu mekân ve fiziksel çevresi tarafından belirlenmektedir. Bunun için topluma ait bir birey olmasında ve sosyalleşmesinde çocuğun etkileşim içinde olduğu ev, yakın çevresi, okul ve çocuk oyun alanları gibi kentsel mekânlar büyük öneme sahiptir (Tandoğan, 2014: 19). Bu nedenle özellikle gelişmiş ülkelerde aile dostu kent ve çocuk dostu kent gibi kentsel fonksiyonları içeren kavramlar ortaya atılmaktadır. Başta Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa ülkeleri olmak üzere gelişmiş ülkeler bu aile dostu kentlere yönelmekte, konu ile ilgili çeşitli kongreler organize etmekte ve ailelerin ve çocukların ihtiyaçlarını karşılayan aile dostu kent tasarımları planlamaktadır (Doğan, 2014: 426). Yeme içme mekânları, çocuk oyun alanları, doğa gezinti alanları, kültürel mekânlar, piknik alanları, sosyal ve spor alanları gibi ortak kullanım alanlarının dâhil edildiği kent planlamalarının felsefesini oluşturduğu aile dostu kent anlayışı, son yıllarda daha da farkındalığın olduğu bir kavram haline gelmiştir. Aile kurumunun toplum yapısı üzerindeki etkisi ve öneminin daha da belirgin hale geldiği günümüzde, ailenin devamı için yerel yönetimler kent planlamalarında aileye ve ihtiyaçlarına yönelik planlamalar yapmakta ve buna göre şehri dizayn etmektedirler. Buna karşın özellikle büyükşehirlerde artan nüfusla birlikte konut ihtiyacından dolayı betonlaşmanın had safhada olması, alışveriş merkezi kültürünün giderek yaygınlaşması ile birlikte büyük alışveriş merkezlerinin inşa edilmesi; yeşil alan, çocuk oyun alanı, eğlenme ve dinlenme alanları gibi kamusal mekânların azalmasına ve ailelerin birlikte vakit geçirebilecekleri mekânların yetersiz kalmasına sebep olmaktadır. Kent merkezlerinin yeterince sosyal alana sahip olmamaları nedeniyle de çocuk sahibi olan aileler kendilerine merkez dışında yaşam ve rekreasyon alanları seçmektedir (Turğut, 2015: 62). Bu nedenle çocuk sahibi olan aileler, çocuklarıyla birlikte vakit geçirebilme imkânlarına sahip olan kent merkezlerinde ikamet etmeyi tercih etmektedirler. Bunun sonucunda da şehir içerisinde bu özelliklere göre farklılık gösteren ilçeler arasında tercih edilebilirlik açısından nüfusun dengesiz dağılımı ortaya çıkmaktadır.

3. Konu Hakkında Yapılmış Çalışmalar

Samsun şehri, rekreasyon potansiyeli yüksek bir şehirdir. Hem kıyı bölgesi, hem de kıyı ardı bölgesinde farklı niteliklerde rekreasyon alanlarına sahip olan kent, sakinlerine alternatif rekreasyon çeşitliliği sunmaktadır. Nitekim Gül ve Yılmaz (2019: 336), Gülez yöntemi ile Samsun kentinin kıyı şeridinin rekreasyon potansiyelini ortaya çıkardıkları çalışmalarında kentın sadece kıyı şeridinde 78 rekreasyon potansiyeli puanı ile çok yüksek rekreasyon potansiyeline sahip olduğunu belirtmektedir. Gülez Yöntemi, bir alanın veya mekânın beş farklı unsurdan (peyzaj değeri, iklim değeri, ulaşılabilirlik, rekreatif kolaylık ve olumsuz etkiler) yola çıkılarak puanlanması sonucu o alan veya mekânın rekreasyonel değerinin ölçülmesidir (Akten ve Akten, 2011). Alkan vd. (2016) ise, Samsun kent halkının rekreasyon alanlarına yönelik talep ve eğilimlerinin belirlenmesi sonucunda örnek bir rekreasyon alan tasarımı ortaya koymuşlardır. Benzer konunun farklı şehirlerde de çalışıldığı ve benzer sonuçlara ulaşıldığı, yapılan literatür çalışmasında ortaya çıkarılmıştır. Yılmaz vd. (2003), Kars kent halkının rekreasyonel talep ve eğilimlerini belirledikleri çalışmalarında kentteki rekreasyon alanlarının yetersiz olduğu ve halkın taleplerini karşılamadığı sonucuna ulaşmıştır. Erzurum kent insanların rekreasyonel davranış biçimlerini araştırdıkları çalışmalarında Demircan vd. (2018), Erzurum kent insanların parklara gitme sıklıklarını ve açık/yeşil alan ihtiyaçlarını ortaya koymaktadır. Yüksel vd. (2017) ise, yaş, cinsiyet, eğitim, gelir gibi değişkenlere göre farklılık gösterse de, genel olarak Ordu şehrinde rekreasyon alanlarının yetersiz olduğunu dile getirmektedirler. Kardeş

(2017) ise Artvin kentinde insanların rekreasyonel faaliyetlere katılma sıklıklarının, bu faaliyetlerde tercih ettikleri etkinlikleri ve mekanları tespit ederek rekreasyon alanlarının planlama ve tasarımlarına yönelik önerilerde bulunmaktadır.

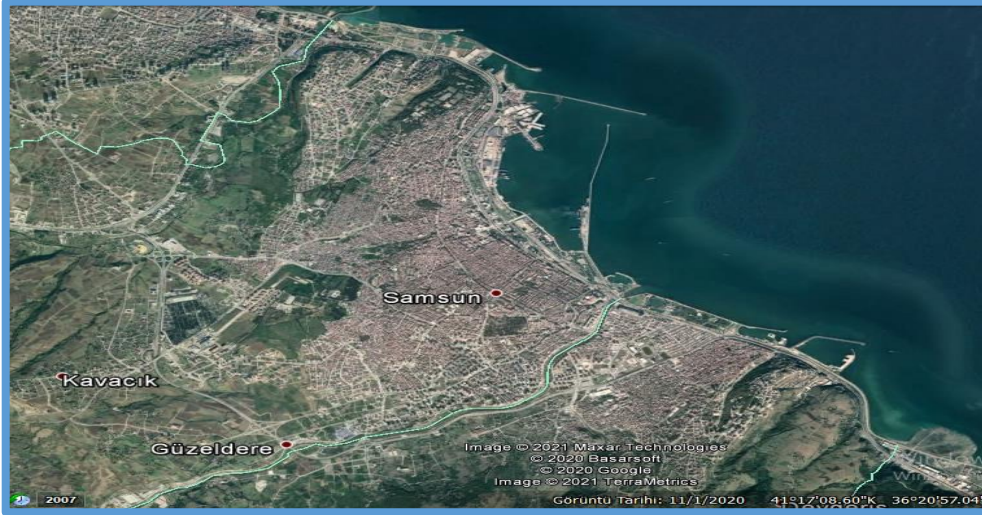
4. İlkadım İlçesinin Rekreasyonel Potansiyeli

İlkadım ilçesi, Samsun ilinin ilk kuruluş yerini de içerisinde barındıran merkez ilçesidir. Bu nedenle yerleşme tarihi olarak uzun bir geçmişe sahiptir. Samsun ilinin nüfusu en fazla ilçesi olmasının (338.614 kişi) yanı sıra şehirleşmenin de yoğun olarak görülmesinden dolayı yapılaşmanın fazla olduğu ilçede (Fotoğraf 1) sahildeki dolgu alanları hariç yeşil alanlar olarak mezarlıkların kalması dikkat çekmektedir (Fotoğraf 2).



Fotoğraf 1. İlkadım İlçesinin Günay Batı Yönünden Görünümü

Kaynak: URL1



Fotoğraf 2. İlkadım İlçesi Yerleşim Alanındaki Yapılaşmanın Google Earth'tan Görünümü

Kaynak: URL2

İlkadım ilçesi rekreasyon alanları ve çeşitliliği açısından farklı alternatifler barındıran bir ilçedir. Bu çalışmanın konusu kapsamında yer alan birçok açık ve kapalı rekreasyon alanları bulunmaktadır (Tablo 1). İlçede bulunan rekreasyon alanları, içerisinde birden fazla eklenti ve fonksiyon barındırmaktadır. Batı Park Piknik alanı içerisinde halkın piknik yapacağı yeşil alan ve kamelyaların yanı sıra çocuk oyun alanları, bisiklet ve yürüyüş yolları, ufak motorlu yarış arabası pisti, sahil yürüyüş bandı, Amazon Köyü Müzesi, Amazon kadınları Anıtı, spor alanları, açık hava tiyatrosu ve teleferik bulunmaktadır (Fotoğraf 3). Batı Parktan daha önce denizin doldurulması ile elde edilen Doğu Park piknik alanında (Fotoğraf 4) ise yine çocuk oyun alanları, spor tesisleri, Büyükşehir Belediyesine ait tesisler, Samsunspor kulübüne ait tesisler, yürüyüş ve bisiklet yolları ve açık hava tiyatrosu bulunmaktadır. İlçede farklı fonksiyon ve faaliyetlere yönelik bulunan bu rekreasyon

alanlarının içinde 8 adet müze, 3 adet anıt, 1 adet arkeolojik alan, biri cadde AVM şeklinde oluşturulan 4 adete alışveriş merkezi, 4 adet geniş alana sahip piknik ve oyun alanı, 1 adet hayvanat bahçesi bulunmaktadır.

Tablo 1. İlkadım İlçesinde Rekreatyon Alanları

Rekreatyon Alanı	Türü	Açık/Kapalı Alan	Rekreatyon Alanı	Türü	Açık/Kapalı Alan
Doğu Park Piknik Alanı	Piknik ve oyun alanı	Açık Alan	Samsun Kent Müzesi	Müze	Kapalı Alan
Batı Park Piknik Alanı	Anıt, Müze, Piknik ve oyun alanı	Açık Alan	Bandırma Vapuru Müzesi	Anıt, Müze	Kapalı Alan
Bulvar AVM	Alışveriş Merkezi ve Yaşam Alanı	Açık/Kapalı Alan	Gazi Müzesi	Müze	Kapalı Alan
Piazza AVM	Alışveriş Merkezi ve Yaşam Alanı	Kapalı Alan	Şeyh Sadi Tekkesi Kuvay-i Milliye Ruhü Külliyesi	Müze	Kapalı Alan
Çiftlik Cadde AVM	Cadde	Açık Alan	Panorama Samsun Dijital gösterim merkezi	Müze	Kapalı Alan
Amisos Tepesi	Arkeolojik Alan	Açık Alan	Amazon Köyü Müzesi	Müze	Açık/Kapalı Alan
Atatürk Parkı	Anıt, Park, Oyun Alanı	Açık Alan	Samsun Atatürk Evi	Müze	Kapalı Alan
Sevgi Gölü Parkı	Park, Oyun Alanı	Açık Alan	Hayvanat Bahçesi	Hayvanat Bahçesi	Açık Alan
Tütün İskelesi, Sahil yürüyüş yolu ve Yabancılar pazarı	Anıt, AVM	Açık/Kapalı Alan	Gençlik Parkı	Park, Oyun Alanı	Açık Alan

Kaynak: URL3



Fotoğraf 3. Batı Park Piknik Alanında Bulunan Amazon Köyü Müzesi (Alttaki Fotoğraf), Anıtı (Sol üstteki Fotoğraf) ve Teleferik (Sağ Üstteki Fotoğraf)



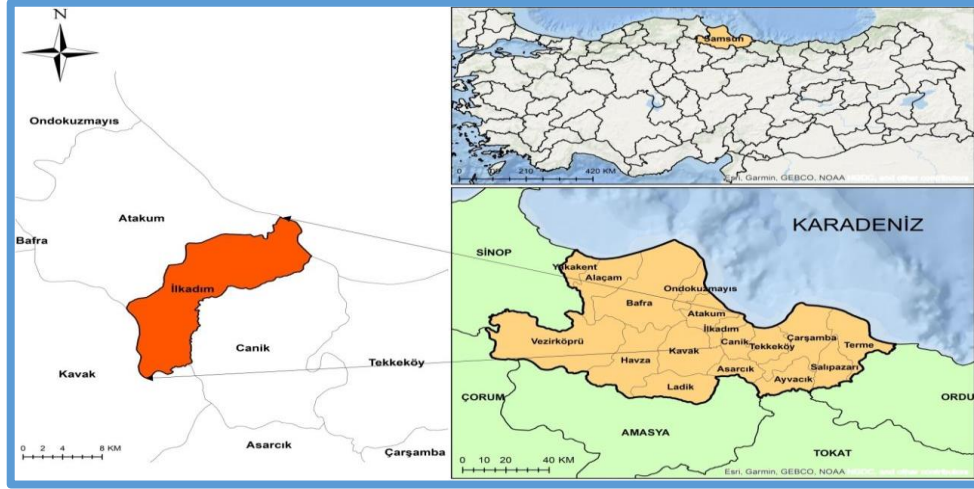
Fotoğraf 4. Doğu Park (1. Fotoğraf) ve Batı Park (2. Fotoğraf) Rekreasyon Alanları

Kaynak: URL3

5. Yöntem

5.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kent mekânlarının kullanımı, tasarımı, kent sakinlerinin ilgi, istek ve ihtiyaçlarına göre tasarlanması, bu mekânların sürdürülebilirliği ve halkın aidiyeti açısından önem arz etmektedir. Bu nedenle çalışma, İlkadım ilçesindeki kamusal kent mekânlarına yönelik ilçe sakinlerinin algı ve eğilimlerinin belirlenmesi ve bunun doğrultusunda mekânların iyileştirilmesi bakımından önem arz etmektedir. Bu çalışmada Samsun ili İlkadım ilçesinde (Şekil 1) yaşayan ailelerin rekreasyonel faaliyetleri ile İlkadım ilçesindeki rekreasyon alanlarına yönelik algı ve eğilimlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Yine bu mekânların niceliksel ve niteliksel olarak değerlendirilmesi ile olumsuz yanlarına yönelik çözüm önerilerinin sunulması çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır. Bu amaçlar doğrultusunda İlkadım ilçesinde yaşayan ailelerin bölgelerindeki kamusal kent mekânları algılarına yönelik anket çalışması yapılarak ailelerin kent mekânlarını ziyaret yaklaşımları ve tercihleri ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.



Şekil 1. İlkadım İlçesi Lokasyon Haritası

Araştırmada bilimsel araştırma yöntemlerinden olan nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli uygulanmıştır. Tarama modelleri, geçmişte ya da şu anda devam etmekte olan bir durumu olduğu şekliyle betimleyen bir araştırma biçimi olup, araştırılan konu kendi koşullarında olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır ve herhangi bir şekilde değiştirme, etkileme çabası gösterilmez (Karasar, 2016: 77). Bu doğrultuda, Samsun ili İlkadım ilçesinde yaşayan ailelerin şehir içi rekreasyon algısı ve eğilimlerini belirlemeye yönelik bir anket formu hazırlanmıştır. Araştırmaya başlamadan önce, hazırlanan anket uygulaması için Samsun Üniversitesi Etik Kurulu'ndan onay alınmıştır.

5.2. Veri Toplama Araçları

Araştırma sürecinde araştırmacı tarafından hazırlanan "Samsun İli İlkadım İlçesinde Ailecek Gidilebilecek Kent Mekânları Farkındalık Anketi" veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Anket on dört soru ve iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların cinsiyetleri, yaş, eğitim durumu, meslek bilgileri ve sahip oldukları çocuk sayıları gibi değişkenlerin tanımlanması amaçlanmıştır. İkinci bölümde ise katılımcıların İlkadım ilçesindeki kent mekânlarına karşı ilgi ve eğilimlerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Bu soruların sekiz tanesini ilgi ve eğilimi belirlemeye yönelik alternatif cevaplı

yönlendirmeli sorular oluştururken, son soru ise katılımcıların görüş ve önerilerini belirttikleri açık uçlu soru şeklinde katılımcılara yöneltilmiştir.

Araştırmanın amacına uygun olarak sadece betimsel analizler (frekans ve yüzde) gerçekleştirileceği için geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları gerçekleştirilen bir ölçek değil, araştırmacı tarafından hazırlanan bir anket veri toplama aracı olarak tercih edilmiştir. Anket soruları hazırlanırken konu ile ilgili literatür taraması yapılarak (Yılmaz vd., 2003; Sağlık, 2014; Yüksel ve Yeşil, 2017; Karaşah, 2017; Demircan vd., 2018; Eren ve Koçyiğit, 2020) madde havuzu oluşturulmuştur. Araştırmanın amacına ve çalışma grubuna uygun olarak bu havuzdan uygun sorular seçilmiştir. Hazırlanan soruların araştırmanın amacına uygunluğunu teyit edebilmek için 3 farklı alan uzmanından görüş alınmıştır. Ayrıca dilbilgisi kurallarına uygunluğunu belirleyebilmek için Türk Dili ve Edebiyatı uzmanından görüş alınmıştır. Son olarak anket sorularının araştırma grubu açısından anlaşılır olup olmadığını belirleyebilmek için farklı demografik özelliklere sahip 10 kişi ile bir ön uygulama gerçekleştirilmiştir. Geri bildirimler doğrultusunda ankete son hali verilmiş ve uygulama aşamasına geçilmiştir.

5.3. Verilerin Toplanması

Araştırmanın evrenini (n) Samsun ili İlkadım ilçesinde yaşayan aileler oluşturmaktadır. Örneklem grubunu ise (n) uygun/kazara örnekleme yöntemi ile belirlenen ve aileyi temsil eden 259 evli birey oluşturmaktadır. Uygun/kazara örnekleme, zaman, işgücü ve para kaybını önlemeyi hedefleyen bir yöntemdir (Büyüköztürk vd., 2012: 92). Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde ise farklı yaklaşımlar olduğu görülmektedir. Bazı araştırmacılar soru sayısının dört katı (MacCallum vd., 2001), bazıları on katı olması gerektiğini (Nunnally, 1978) belirtmektedir. Bazı araştırmacılar (Comrey ve Lee, 1992; Tabachnick ve Fidel, 1996; De Vellis, 2014) ise 300 kişinin yeterli olduğunu ileri sürmektedir. Literatürdeki tavsiyeler ışığında bu çalışma kapsamında 259 kişiye ulaşılmış ile ankette yer alan soru sayısının (14 soru) 10 katından fazla kişiye ulaşıldığından dolayı örneklem sayısının yeterli olduğu düşünülmektedir.

Gönüllülük esasına dayalı olarak katılım sağlanan ankette, form yönergesinde kişisel verilerin gizliliğinin sağlanacağı ve tamamen gönüllülük esasına göre katılım sağlanacağı beyan edilmiştir. Veri toplama işlemi elektronik ortamda gerçekleştirilmiştir. Pandemi süreci içerisinde bulunulması ve zaman ve maliyet açısından daha uygun olması nedeniyle veri toplamada elektronik ortam tercih edilmiştir. Anket uygulaması katılımcılara 2021 yılının Ocak ve Şubat ayları içerisinde elektronik ortamda ve sosyal medya üzerinden link gönderilerek ulaştırılmıştır. Anket uygulaması için belirlenen süre içerisinde ankete 259 kişi katılım sağlamıştır.

5.4. Verilerin Analizi

Araştırmanın amacı doğrultusunda elde edilen verilere yönelik betimsel istatistikler gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların İlkadım ilçesindeki kent mekânlarına yönelik algı ve eğilimlerinin ortaya çıkarıldığı analiz sonucunda ailecek ev dışına çıkma sıklıkları ve tercih ettikleri ilçeler ile gittikleri mekânlar tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda ailelerin kent mekânları algı ve eğilimleri yorumlanarak İlkadım ilçesindeki kent mekânlarının tercih edilebilirliği ve bu tercihi karşılayabilme özellikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

6. Bulgular

6.1. Demografik Bulgular

Ankete katılanların % 57,3'ünü erkekler, % 42,7'sini kadınlar oluşturmaktadır. Demografik açıdan incelendiğinde katılımcıların % 24,1'i 18-25 yaş aralığını, % 9,2'si 26-30 yaş aralığını, % 10,8'i 31-35 yaş aralığını, % 16,9'u 36-40 yaş aralığını, % 36,1'i 41-55 yaş aralığını, % 2,8'i 56-60 yaş aralığını ve % 24,1'i ise 60 yaş ve üzerini oluşturmaktadır. Ankete katılanların eğitim durumları incelendiğinde ise; % 1,2'sinin ortaokul, % 19'unun lise, % 10,9'unun ön lisans, % 54'ünün lisans ve % 14,9'unun ise lisansüstü mezunu oldukları görülmektedir.

Tablo 2. Demografik Özellikler

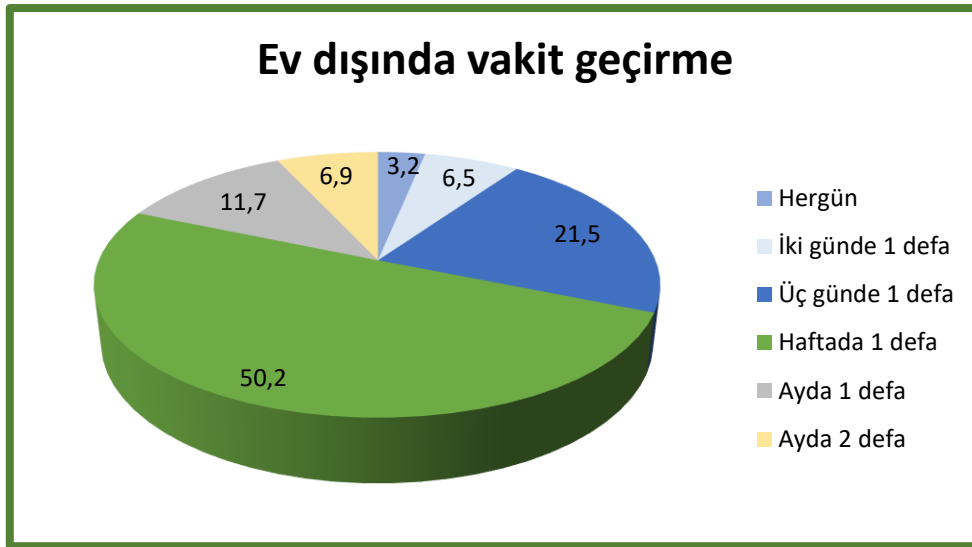
Cinsiyet	Erkek		Kadın				
	42.7	57.3					
Yaş	18-25	26-30	31-35	36-40	41-55	56-60	60 ve üzeri
	24.1	9.2	10.8	16.9	36.1	2.8	24.1

Eğitim	İlkokul	Ortaokul	Lise	Ön lisans	Lisans	Lisansüstü
	-	1.2	19	10.9	54	14.9
Çocuk sayısı	-	1	2	3	4	5 ve üzeri
	34.4	14.2	40.5	9.3	0.8	0.8

Ankete katılanların sahip oldukları çocuk sayıları incelendiğinde yarıya yakın katılımcının (% 40,5) 2 çocuğa sahip oldukları görülmektedir. % 14,2'sinin 1 çocuğu, % 9,3'ünün 3 çocuğu bulunmaktadır. % 0,8'inin 4 çocuk sahibi ve yine % 0,8'inin de 5 ve üzeri çocuk sahibi oldukları görülmektedir. % 34,4'ünün ise çocuk sahibi olmadığı görülmektedir.

6.2. Anket Verilerinin Değerlendirilmesi

Katılımcılara sorulan ilk olarak "Ailece mesai sonrasında veya hafta sonlarında hangi sıklıkla ev dışında vakit geçirirsiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Verilen yanıtlara göre mesai sonrasında veya hafta sonlarında katılımcıların yarısından fazlası (% 50,2), haftada bir defa ev dışında vakit geçirdiklerini belirtmektedir. Bunun yanı sıra katılımcıların % 6,5'i iki günde bir, % 21,5'i ise üç günde bir defa ev dışında vakit geçirdiklerini beyan etmektedir (Grafik 1). Bu durum İlkadım'da yaşayan ailelerin ev dışında sıklıkla vakit geçirdiklerini ortaya çıkarmaktadır. Ailelerin bu sıklıkla ev dışında vakit geçirmeleri sosyal, kültürel ve ekonomik anlamda şehirde hareketli bir yaşam modelinin de varlığını işaret edebilmektedir. İlçe sakinlerinin ev dışındaki vakit geçirme potansiyellerinin fazlalığı, ilçedeki mekânların ziyaret edilme potansiyelini de ortaya koymaktadır. Kalabalık nüfuslu bir ilçe olması ve sakinlerinin ev dışında vakit geçirme sıklığının fazla olmasının bir sonucu olarak ilçede rekreasyon alanlarının da ihtiyacı karşılama bakımından hem nicelik hem de niteliksel anlamda belirli bir seviyede olması gerektiği ortaya çıkmaktadır.



Grafik 1. Evde Dışında Vakit Geçirme Sıklıkları

İlkadım, Samsun şehrinin en merkezi ilçesi olmasından dolayı sınırları içerisinde farklı alternatifli kent mekânları barındırmaktadır. Nüfusun bu ilçede yoğunlaşması, merkezi iş alanları ile büyük bulvar ve caddelerin varlığı, kurum il müdürlüklerinin yoğunluğunun ilçe sınırları içerisinde yer almasından dolayı çeşitli sosyal, sportif ve kültürel içerikli mekânların İlkadım'da yer almasından dolayı ilçede birçok farklı fonksiyona sahip kentsel mekân bulunmaktadır. Aynı zamanda Karadeniz kıyısında denize sıfır konumda olmasından dolayı da yaklaşık 8,5 km uzunluğunda bir sahil şeridinde sahiptir. Bu özellikleri ile İlkadım, sahip olduğu nüfusa ve komşu ilçe sakinlerine farklı fonksiyonlarla sunacağı birçok mekân potansiyeline sahiptir.

Alışveriş merkezleri açısından İlkadım önemli konumda yer almaktadır. Samsun şehrinin en büyük alışveriş merkezi olup Doğu park sahilinin gerisinde yer alan Piazza AVM (Fotoğraf 5) ile şehrin göbeğinde bulunan Cumhuriyet Meydanı'nın bitişiğindeki eski tekel binalarının aslını korumak suretiyle restoran edilmesiyle ortaya çıkarılan Bulvar AVM (Fotoğraf 6, Fotoğraf 7) ilçedeki en önemli kapalı alışveriş merkezleri konumundadır. Özellikle 34 bin m² alan üzerine kurulu olan Piazza AVM sadece ilçe sakinlerine değil, Samsun'a ve Karadeniz Bölgesi'ne hitap eden bir çekim merkezidir. Şehrin göbeğinde yer alan Bulvar AVM ise, hem merkezi iş alanlarının ortasında yer alması hem de tüm ulaşım çeşitlerinin bağlantı noktasında yer alması nedeniyle rekreasyonel anlamda önemli bir çekim alanı halindedir. Her iki alışveriş merkezinin

bünyesinde birçok farklı mutfak ve lezzetlere ait restoran seçeneği bulunmaktadır. Bu seçeneklerin varlığı da vatandaşların yeme içme ihtiyacı ve tercihlerinin bu yöne doğru kaymasına sebep olmaktadır. Bu açıdan da alışveriş merkezleri, vatandaşın ilgi ve eğilimleri doğrultusunda önemli bir çekim merkezi konumundadır. Ayrıca özellikle Piazza AVM'nin bünyesinde bulundurduğu eğlence sektörüne ve kültürel etkinliklere yönelik hizmetler de yine vatandaşların bu alışveriş merkezini tercih etmelerine sebep olmaktadır.



Fotoğraf 5. Piazza AVM'den Bir Görünüş



Fotoğraf 6. Bulvar AVM (Panoramik Görünüm)



Fotoğraf 7. Bulvar AVM İçerisinde Bir Görünüm

İlçe yaklaşık olarak 8,5 km uzunluğunda bir sahil şeridine sahip olduğundan dolayı, en önemli rekreasyon alanlarından birini de bu sahil alanları ile içinde barındırdığı piknik alanları oluşturmaktadır (Fotoğraf 8). Özellikle Canik ilçesi ile İlkadım ilçesi sınırlarında yer alan ve denizin doldurulması ile elde edilen Doğu Park ile yine Baruthane Mevkiinde denizin doldurulması ile elde edilen Batı Park, ilçenin açık alan ve piknik alanı ihtiyacına karşılık vermeye çalışmaktadır. Ancak bu iki alanın haricinde ilçe merkezinde başka bir rekreasyonel açık alan bulunmamaktadır.

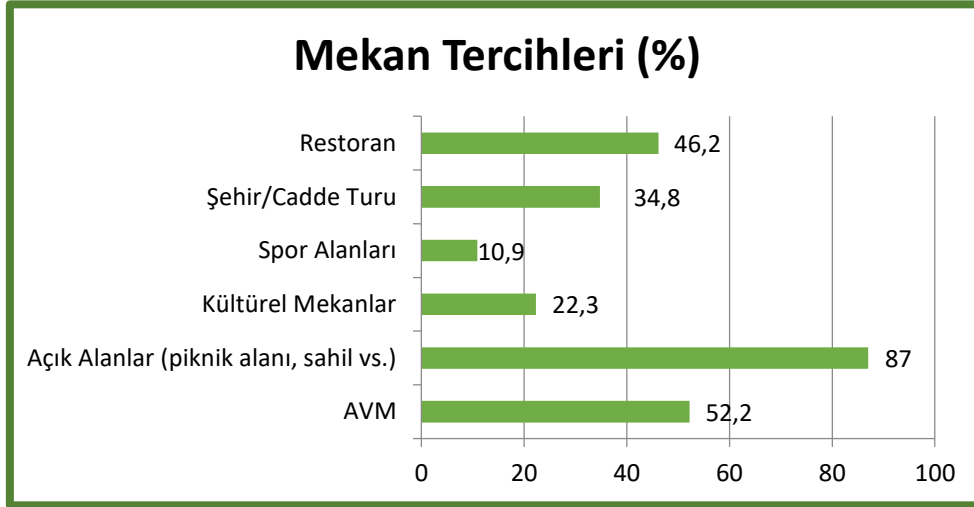


Fotoğraf 8. İlkadım İlçesi Sahil Rekreasyon Alanı

Kaynak: URL4

İlkadım, tarihi ve kültürel mekânların da yoğunlaştığı bir ilçe olarak dikkati çekmektedir. İlçede Arkeoloji-Etnografya Müzesi, Samsun Gazi Müzesi, Samsun Kent Müzesi, Samsun Panorama Müzesi, Samsun Amazon Köyü Müzesi, Sadi Tekkesi Kuvay-i Milliye Müzesi ve hemen Canik ilçesi sınırında olup Doğu Park başlangıcında olan Bandırma Vapuru Müzesi bulunmaktadır. Bu mekânlar aynı zamanda şehir ve bölge halkına da hizmet vermektedirler. Ayrıca ilçe sınırları içerisinde birçok taşınmaz kültür varlığı (Amisos II. ve III. derece arkeolojik sit alanı, Öksürük Tepe I. ve II. derece Arkeolojik sit alanı, Baruthane Tümülüsleri I. derece Arkeolojik Sit Alanı), dini ve kültürel yapı (Büyük Camii, Yalı Camii, Pazar Camii, Kale Kuyumcular Camii, İsa Baba Camii ve Türbesi, Şeyh Seyyid Kutbiddin Camii ve Türbesi, Kılıçdede Camii ve Türbesi), anıtlar (Atatürk Anıtı ve İlkadım Anıtı) ile çeşitli sivil mimari örnekler (Taşhan, Bedesten, Eski Belediye Binası gibi) bulunmaktadır.

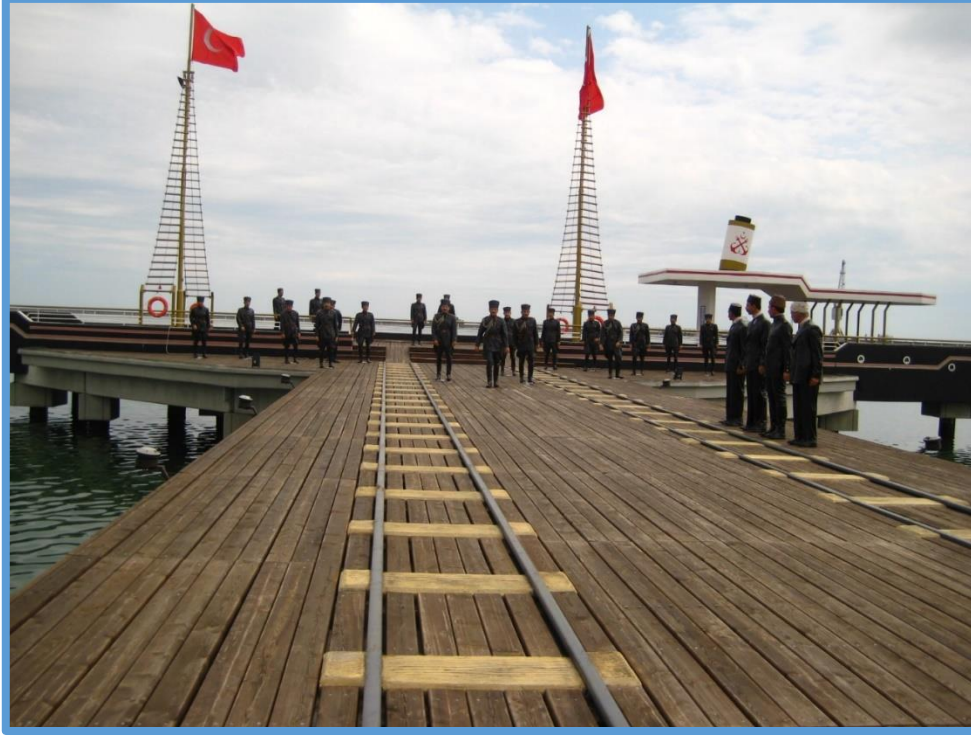
Katılımcılara "Ailece mesai sonrasında veya hafta sonlarında hangi mekânlara gitmeyi tercih edersiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların ailecek mesai sonrasında ve hafta sonlarında gitmeyi tercih ettikleri mekânlar (Grafik 2) incelendiğinde en fazla açık alanları (piknik alanı, sahil gibi) tercih ettikleri görülmektedir.



Grafik 2. Ailece Gitmek İçin Tercih Edilen Mekânlar

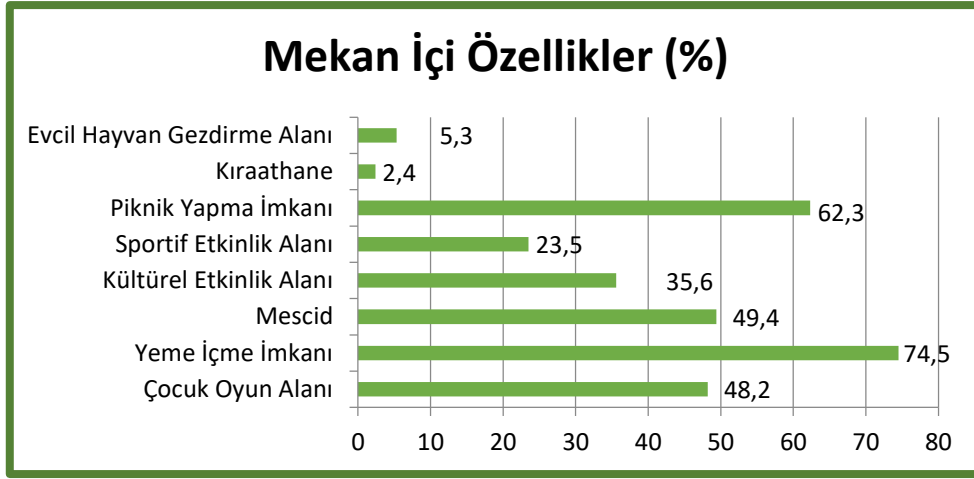
Katılımcıların büyük bir kısmı (% 87) açık alanlarda gezmeyi ve piknik yapmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Anketin Covid19 pandemi sürecinde yapılmış olması da dikkate alındığında açık alan ziyaretlerinin tercih edilmesinin çok yüksek oranda çıkması dikkati çekmektedir. Yine de pandemi süreci olmasa da bu tercihin diğer mekân tercihlerine göre daha yüksek çıkacağı düşünülmektedir. Zira İlkadım ilçesinin yoğun yapılaşma ve nüfusa sahip olması, insanları bu yoğun betonlaşma ve kalabalıktan uzaklaşarak açık alana yönlendirmektedir. Katılımcılar aynı anda birden fazla seçeneği işaretleme özgürlüğüne sahip oldukları bu soruya yönelik olarak en fazla açık alan tercihinde bulduklarını, ardından AVM ziyaretleri gerçekleştirdiklerini, onun ardından da restoran tercih ettiklerini belirtmektedir. AVM'lerin içerisinde farklı lezzetlere ait restoranların bulunduğu düşünüldüğünde AVM ziyaretlerinin oransal olarak daha fazla bir değere sahip olduğu düşünülmektedir. İlçedeki kültürel mekânların fazlalığına karşı bu mekânları ziyaret etmeyi tercih edenlerin ters orantı gösterdikleri dikkati çekmektedir. Katılımcıların % 22,3'ü sadece kültürel mekânları ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. Bu veriler, ilçedeki kültürel mekânlara halk tarafından gerekli ilginin gösterilmediğini ortaya koymaktadır.

Dikkat çekici sonuçlardan biri de spor alanlarının oldukça az tercih edilmesidir. Katılımcıların sadece % 10,9'u spor alanlarını tercih ettiklerini beyan etmişlerdir. Oysa hem İlkadım ilçesi hem de Samsun il genelinde spor tesisleri açısından oldukça zengin bir altyapı bulunmaktadır. Özellikle 2017 yılında Samsun'da gerçekleştirilen 23. Deaflympics Samsun Olimpiyat Oyunları hazırlık sürecinde il genelinde birçok spor dalına yönelik spor tesisi ve alanları inşa edilmiştir. Her spor dalına yönelik tesise sahip olmasına rağmen halkın spor alanlarını tercih etmemeleri dikkati çekmektedir. Yine dikkat çekici olan tercihlerden biri de cadde ve sokak ziyaretleridir. İlkadım ilçesinde bulunan ve tarihi ve sosyal açıdan önemli bir geçmişe sahip olan İstiklal Caddesi (halk arasındaki adı Çiftlik Caddesi), Mecidiye Caddesi ve Fatih Sultan Mehmet Caddesi ilçe ve şehrin en kalabalık caddeleridir. Cadde AVM görünümü yansıtan bu caddeler, hem restoranları hem de alışveriş yapma imkânları ile halkın gezmek için rağbet ettiği mekânlardır. Anket verilerindeki % 34,8 oranındaki cadde ve sokak tercihi de bu tercihi kanıtlamaktadır.



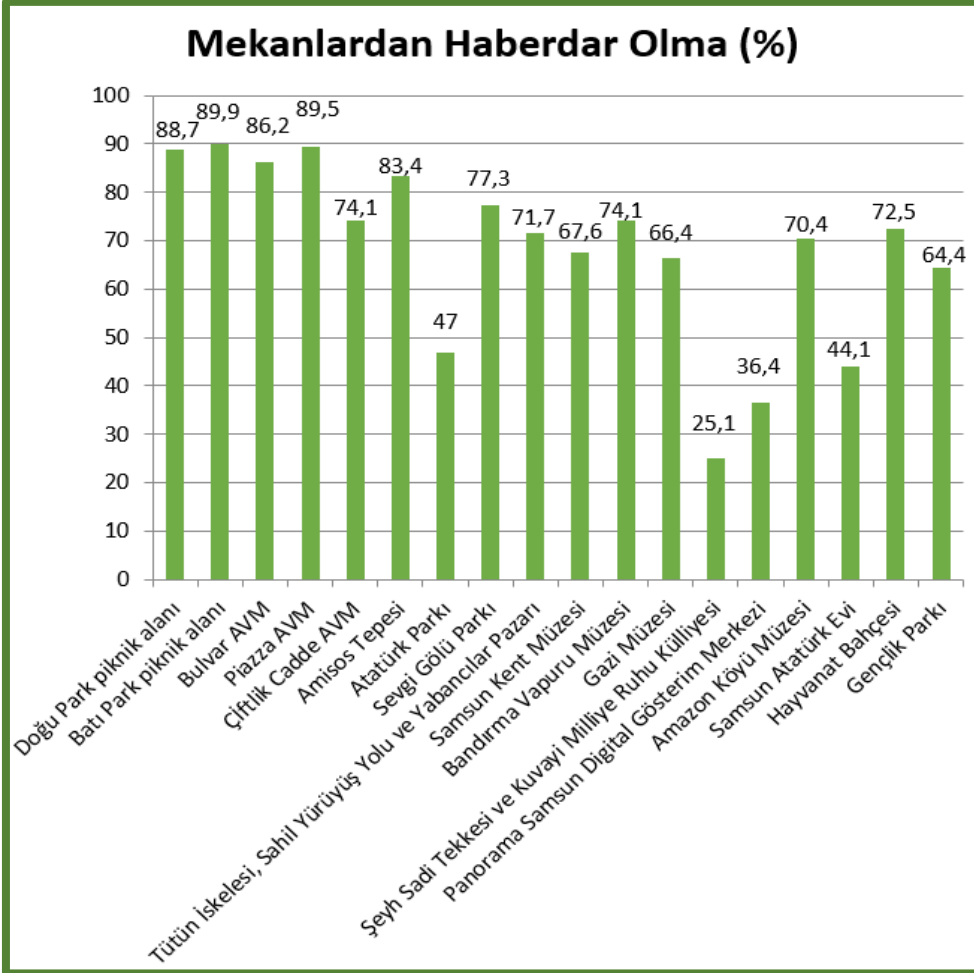
Fotoğraf 9. Tütün İskelesi ve Kurtuluş Anıtı

Aileler, gitmek istedikleri mekânlarda birtakım özellikler aramaktadır. "Ailece gitmek istediğiniz mekânlar içerisinde hangi özellikleri ararsınız?" sorusu ile katılımcıların tercih ettikleri mekânların özellikleri ortaya çıkmaktadır. Özellikle tek bir mekâna gidince her türlü ihtiyaçlarına yönelik hizmeti bulmaları, onları bu mekânlara yönlendirmektedir. Özellikle küçük çocuğu olan aileler çocuk oyun alanlarının olduğu mekânları tercih etmektedirler. Yine öncelikli olarak gitmeyi tercih ettikleri alanların içerisinde yeme içme imkânlarının bulunması da bu yöne doğru eğilimi artırmaktadır. Bunların haricinde kültürel etkinlik alanı, mescit, spor alanı, piknik yapma imkânı ve son yıllarda oldukça fazlaşan evcil hayvan sahibi olmanın getirmiş olduğu evcil hayvan oyun ve gezdirme alanı da insanların gidecekleri mekânlarda bulmak istedikleri hizmetler olarak sıralanmaktadır (Grafik 3). Ankete katılan katılımcıların gitmek istedikleri mekânlarda en fazla istedikleri özellik, yeme içme imkânlarına sahip olmasıdır. Piknik alanı olması, mescit bulundurma ve çocuk oyun alanına sahip olma da mekânların tercih edilebilirliğini artırmakta ve gitmek istenilen mekân olarak karşımıza çıkmaktadır. Halkın şehir içi rekreasyon alanı talepleri içerisinde en fazla talep ettikleri alanın piknik alanı ve çocuk oyun alanı olduğu, şehir ile ilgili yapılan önceki bir anket çalışmasında da ortaya çıkarılmıştır (Alkan vd., 2016: 122). İnsanlar şehir hayatının yoğun ve stresli yaşamından uzaklaşarak hafta sonları dahi olsa aileleriyle birlikte hem yemek yeme, hem çocuklarını eğlendirme, hem kültürel ve sportif etkinliklere katılma, hem evcil hayvanlarını gezdirme hem de inançlarını yaşayabilme imkânlarına sahip olan mekânları tercih etmektedirler. Bu tercih, insanların mesai sonrasında ve hafta sonlarında zamanlarını her türlü ihtiyaçlarını karşılayabilecek özelliklere sahip olan mekânlar istediklerini ortaya çıkarmaktadır. Ancak insanların açık alan ziyaret tercihlerinin yüksek oranda olması, bu hizmetlerin kapalı mekânlardan ziyade açık mekânlar içerisinde yer alması ve kümelenmesi gerektiğini de ortaya çıkarmaktadır.



Grafik 3. Katılımcıların Mekân İçerisinde Aradığı Özellikler

“İlkadım ilçesinde yer alan ailece gidebileceğiniz mekânların hangilerinden haberdarsınız?” sorusuna karşılık katılımcıların İlkadım ilçesinde aileleri ile birlikte gidebilecekleri mekânların hangilerinden haberdar oldukları incelendiğinde, bu mekânların hemen hepsinden yüksek oranda haberdar oldukları görülmektedir (Grafik 4).



Grafik 4. Katılımcıların İlkadım İlçesindeki Mekânlardan Haberdar Olma Durumu

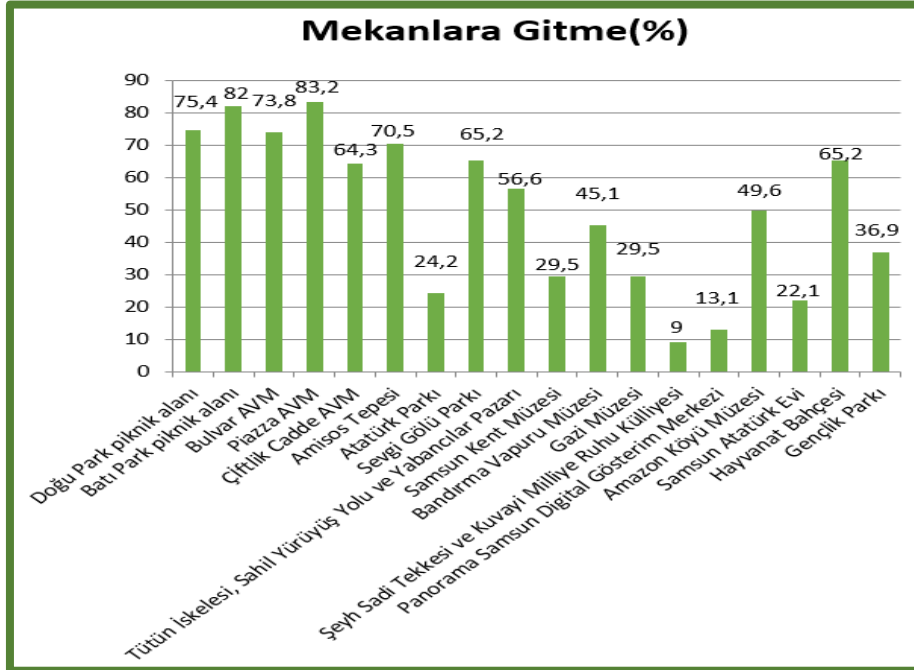
Katılımcıların en yüksek oranda haberdar oldukları mekânların ilçedeki açık alanlar ile AVM'ler olması dikkati çekmektedir. Buna karşılık kültürel mekânlardan haberdar olma durumları ise düşük oranda ortaya çıkmaktadır. Önceki sorunlardan alınan cevaplara göre açık alan ve AVM tercihlerinin fazlalığı ile yine bu mekânlardan haberdar olma yüzdelerinin fazlalığı birbiri ile örtüşmektedir. İnsanlar, haberdar oldukları yerleri sıklıkla ziyaret etmek için tercih etmektedirler. Yine haberdar

olmadıkları kültürel mekânların ziyaret için tercih edilme oranları ile uyuşma gösterdiği de görülmektedir. Ancak insanların mekân içi aradığı özelliklerde nispeten yüksek oranda istedikleri kültürel alanların varlığına karşın bu soruda ilçedeki kültürel mekânlardan haberdar olma durumlarının düşük olması dikkati çekmektedir. Bu durum kültürel mekânların tanıtımlarının yeterince yapılmadığını da ortaya koymaktadır.



Fotoğraf 10. Hayvanat Bahçesi

“İlkadım ilçesinde yer alan mekânlardan hangilerine ailece (çocuklarınız ile birlikte) gittiniz?” sorusuna karşılık verilen yanıtlara göre katılımcıların Grafik 5’te verilen mekânlara yaptıkları ziyaretler incelendiğinde ise, haberdar oldukları mekânları yüksek oranda ziyaret ettikleri ortaya çıkmaktadır.



Grafik 5. Katılımcıların İlkadım İlçesindeki Mekânlara Gitme Durumu

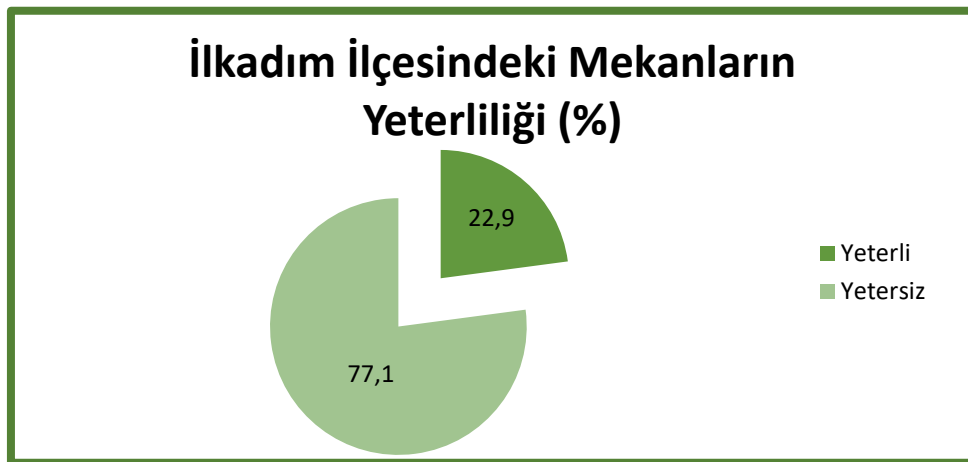
Anket verileri belirtilen mekânların tamamına ziyarette bulunduğu ortaya koymaktadır. Ancak tüm mekânlarda, mekânlardan haberdar olma oranlarına göre bu mekânlara ziyaret etme oranlarında düşme görülmektedir. En yüksek oranda ziyaret edilen mekânlara Doğu Park, Batı Park, Piazza AVM ve Bulvar AVM'dir. Bu mekânlara Samsun il geneline de hitap etmektedir. Yaz ve bahar aylarında Doğu Park ve Batı Parkta; kış aylarında ve soğuk havalarda ise Piazza AVM'de yer bulunamayacak kadar kalabalık ortam oluşmaktadır. Anket sonuçlarına göre özellikle kültürel mekânların gidilme

oranındaki düşüklük dikkati çekmektedir. Örneğin simülasyon teknolojisi ile milli mücadele dönemini anlatan Kuvâ-yı Milliye Ruhu Müzesinin çok düşük bir oranda (% 9) ziyaret edilmesi, milli bilinç ve birlikteliğin özellikle genç nesle kazandırılması konusunda bir eksiklik olarak düşünülmektedir. Bunun yanı sıra genel olarak müzelerin de ziyaret edilme oranlarının düşük olması kültürel faaliyetlerinin yetersiz olduğunu da işaret etmektedir.



Fotograf 11. Bandırma Vapuru Müzesi ve Anıtı

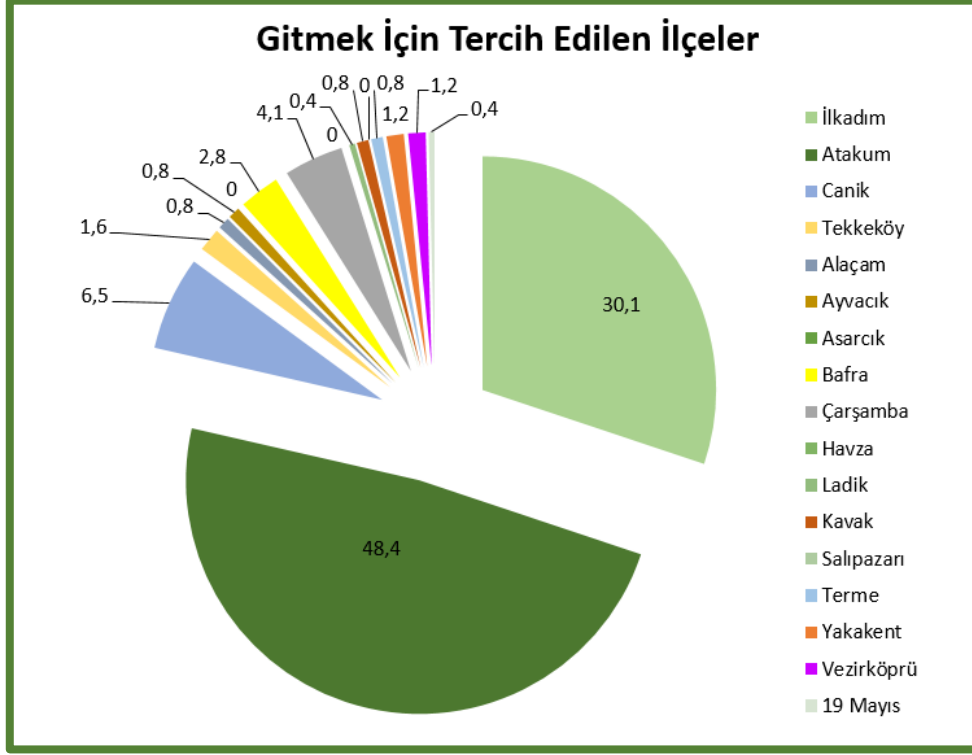
“İlkadım ilçesinde ailece (çocuklar ile birlikte) gidebileceğiniz mekânların yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soru karşısında katılımcıların büyük oranda yeterli olmadığı görüşünü beyan ettikleri görülmektedir (Grafik 6). Doğu Park ve Batı Park gibi iki büyük açık alanın varlığı ve Piazza AVM ve Bulvar AVM gibi alışveriş merkezlerinin varlığının yanı sıra diğer kent içi mekânlar, ilçede yeterli görülmemektedir. Bu görüşün dayanağı da aslında yoğun olarak kullanıldığı dönemlerde bu mekânların aşırı kalabalık olması ve zaman zaman oturacak veya yemek yiyecek yer bulunmaması olarak düşünülmektedir.



Grafik 6. Katılımcılara Göre İlkadım İlçesindeki Mekânların Yeterliliği.

“Ailece gitmek için daha çok hangi ilçeyi tercih ediyorsunuz?” sorusuna katılımcılar, ailece gitmeyi tercih ettikleri ilçe olarak % 48,4 oranında Atakum ilçesini belirtmektedir (Grafik 7). Atakum ilçesinde kültürel ve tarihi mekânların fazla olmaması ve ilçe merkezinde piknik yapılacak alanların da bulunmamasına rağmen bu ilçenin tercih edilmesi, Atakum ilçesindeki yaklaşık 12 km’yi bulan kumsala bağlanmaktadır. Her ne kadar sahil gerisinde bulunan işletmeler, genel olarak aileye ve yukarıda bahsedilen mekân özelliklerine uygun vasıflar taşıyorsa da denizin ve kumsalın varlığı katılımcıların bu ilçeye

yönelmeye sebep olmaktadır. Katılımcıların % 30,1'lik bir bölümünün de kendi ilçelerini tercih ettikleri görülmektedir. İlkadım ilçesinin doğudaki komşusu olan Canik ilçesinin tercih edilme oranı da % 6,5 olarak ortaya çıkmaktadır. Doğu Parkın Canik ve İlkadım ilçelerinin sınırları içerisinde yer almasının bu oranın ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Samsun'un diğer ilçelerinin tercih edilme oranları ise oldukça düşüktür. Özellikle doğal ve kültürel çekicilikleri açısından oldukça yüksek potansiyele sahip olan ilçeleri olmasına rağmen (Çarşamba, Ayvacık, Bafra, Vezirköprü, Yakakent gibi), bu ilçelerin tercih edilmemesi de kültür ve turizm açısından olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Asarcık, Havza ve Salıpazarı ilçelerinin hiç tercih edilmemesi de dikkat çeken bir sonuç olarak ortaya çıkmaktadır.



Grafik 7. Katılımcıların Gitmek İçin Tercih Ettikleri İlçeler

Katılımcıların, ankette kendilerine sunulan görüş ve öneriler kısmındaki beyanlarına göre aşağıda İlkadım'daki mekânlara yönelik algı ve eğilimleri hakkındaki görüşleri sıralanmaktadır.

- Çocuklar için gezilecek yerlerin artırılması
- Çocukları çekebilecek aktivitelerin oluşturulması
- Mekanların hijyen açısından daha temiz olması
- Çocuk alanları, yeşil alanlar ve toprak alanların artırılması
- Piknik alanlarının sayısının artırılması
- İlçe merkezine yaşam merkezi kurulması
- Açık alanlarda (Doğu Park ve Batı Park) restoranların olması
- İlçe merkezindeki okullar bölgesinin (56'lar bölgesi) millet bahçesine dönüştürülmesi
- Türk İslam kültürüne uygun sosyal ve eğlence yerlerinin açılması
- Açık alanların artırılması
- Çocuk parklarının güvenliğinin sağlanması
- Sahra Sıhhiye bölgesinin kent ormanına dönüştürülmesi
- Mahallelere çocuk park ve oyun alanları yapılması

Katılımcılar, kendi ilçelerinde şehir içi rekreasyon alanlarına yönelik olarak bir takım görüş ve öneriler sunmaktadır. Bu görüş ve öneriler özellikle çocuklara yönelik alan ve aktivitelerin artırılması, sağlık ve temizlik bakımından güvenilir olması, açık alanlarda yapılacak mekân ve imkânların artırılması ve oyun park ve bahçelerinin artırılması şeklinde ana başlıklar altında toplanmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Kent mekânları, kentin tarihini, kültürünü ve ruhunu ortaya koyan kimliğidir. Kentin tüm dinamiklerinin içerisinde yaşatıldığı ve yansıtıldığı alanlardır. Yabancı ziyaretçilerine olduğu kadar kendi sakinlerine de bu algıyı ve ruhu yaşatmaktadır. Bu nedenle kentin birlikteliği, kentli olabilmek ve kenti sahiplenme gibi olguların ortaya çıkmasında büyük rol oynamaktadır. Aynı zamanda aile bireylerinin hoşça vakit geçirerek birlikteliklerini kuvvetlendirmede ev dışı alan olarak kent mekânları önemli rol oynamaktadır. Buna karşılık özellikle kent merkezlerindeki sık yapılaşma, kentlerde kalabalıklaşmaya, trafik sorunu, hava, gürültü ve görüntü kirliliği gibi çevre sorunlarına sebep olmaktadır. Bu durum kent sakinlerinin rekreasyon ihtiyacını artırmakta ve özellikle ilgi ve ihtiyaçlarına yönelik açık alan gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmada, İlkadım ilçesinde yaşayan halkın kendi ilçelerinde aile bireyleri ile birlikte gidebilecekleri mekânlara yönelik algı ve eğilimleri belirlenmeye çalışılmıştır. 259 katılımcı üzerinde yapılan anket uygulaması sonucunda bu algı ve eğilimler aranarak ilçedeki kent mekânlarının ilçe sakinlerine hitap edip etmedikleri, ilçe sakinlerinin bu konudaki görüş ve önerileri ortaya çıkarılmıştır. Yapılan anket uygulaması sonucunda İlkadım ilçesindeki kamusal kent mekânlarının aile bireylerinin ortaklaşa kullanabilecekleri nicelik ve nitelikte olup olmadıkları tespit edilmiştir. Anket uygulamasından çıkan en dikkat çekici sonuç, ilçedeki ailece gidilebilecek kent mekânlarının katılımcılar tarafından yetersiz görülmesidir. Kent mekânlarının halk tarafından yetersiz ve işlevsel açıdan ise beklentilerinin uzağında kalması ile mevcut mekânların tanınırlığının düşük seviyede olması; farklı şehirlerde yapılan benzer araştırmaların sonuçları ile de örtüşmektedir (Yüksel ve Yeşil, 2017; Demircan vd., 2018; Yılmaz vd., 2003; Karaşah, 2017).

Katılımcıların yaklaşık olarak dörtte üçü mekânları yetersiz olduğu görüşünde birleşmektedir. İlçedeki mekânların sayıca fazla olmasına rağmen katılımcılar tarafından yetersiz görülmesi, işlevsel olarak hepsinin tüm beklentilerini karşılayamamasından dolayı olduğu düşünülmektedir. Zira ilçedeki mekânlardan haberdar olmalarına rağmen bu mekânları ziyaret etme oranlarındaki ciddi düşüş, bu düşüncüyü doğrulamaktadır. Ayrıca tercih ettikleri ilçe olarak kendi ilçeleri değil de Atakum ilçesinin ilk sırada yer alması da kendi ilçelerinde beklentilerine karşılık bulamadıklarını da ortaya koymaktadır. Atakum ilçesini tercih etmelerindeki en büyük etken ise yaklaşık 12 km'lik kumsalı ile uzun sahil şeridinin varlığı olarak düşünülmektedir.

Katılımcıların oldukça yüksek sıklıkla ev dışında vakit geçirdikleri tespit edilmiştir. Ev dışındaki vakitlerini genel olarak açık alanlarda ve AVM'ler geçirmektedirler. İstek ve ihtiyaçları göz önünde bulundurulduğunda tüm ihtiyaçlarını karşılayabildikleri AVM'ler, ev dışında vakit geçirdikleri önemli kent mekânları olarak dikkat çekmektedir. Ancak katılımcıların aslında açık alanları tercih ettikleri de görülmektedir. Bu durumda açık alanlarda tüm istek ve ihtiyaçlarına karşılık bulamadıklarından dolayı AVM'lere yöneldikleri de düşünülmektedir. İlçede oldukça fazla miktarda bulunan kültürel ve tarihi mekânların tanınırlığı ve ziyaret edilirliliğinin düşük olduğu görülmektedir. Ziyaret edilirliliğinin tanınmasına göre daha düşük oranda kalması ise kültür ve turizm açısından önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Bir kentin en önemli kimliği olan bu tür mekânların ilçe halkı tarafından ziyaret edilmemesi ve hatta yeterince tanınmaması önemli bir eksikliktir.

Aşağıda Samsun ili İlkadım ilçesinde rekreasyon alanlarına yönelik halkın ilgi düzeylerinin ve beklentilerinin ortaya çıkarılması neticesinde yapılacak çalışmalara ve alınacak önlemlere yönelik olarak bir takım öneriler ileri sürülmüştür.

- İlçe sakinleri tarafından aile bireyleri ile birlikte gidilebilecek mekânların azlığı ve var olanların da eksikliklerinin olması kent planlaması açısından önemli bir veri olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda ilçedeki nüfus yoğunluğuna göre bu tür mekânların dağılışı planlanmalı ve mahalle büyüklüklerine göre bu mekânların sayısı artırılmalıdır.
- Aileye yönelik olması bakımından bu mekânların temizlik ve güvenliği yerel yöneticiler tarafından sağlanmalı, halkın huzurlu bir şekilde kullanımına sunulmalıdır.
- Her mahalleye olmasa da birkaç mahalleye hitap edecek şekilde bölgesel bazı açık alanların yapılması, mevcuttaki Doğu Park ve Batı Parkın üzerindeki talep baskısını azaltacak ve bu alanlardaki yoğunluğu da seyreletecektir.
- Açık alanların sadece alan olarak kalmayıp halkın istek ve ihtiyaçlarına yönelik fonksiyonlara büründürülmesi gerekmektedir. Bu mekânlarda yapılacak fonksiyonel düzenleme ve eklemeler sayesinde AVM'lere yönelen insanlar, yeniden doğaya yönelecek ve doğa ile iç içe olma fırsatı yakalayacaklardır. Yoğun yapılaşmanın arasında açık kamusal alanların varlığı, kent yaşamının sürdürülebilirliğine de katkı sağlayacaktır. Böylece AVM'lerdeki baskı da azalmış olacaktır.
- İlçede bulunan spor alanlarının ilçe halkı tarafından daha fazla kullanılması amacıyla gerekli kullanım izinleri sağlanmalı ve halkı spor alanlarına çekecek tanıtım ve projeler hayata geçirilmelidir. Özellikle Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü

bünyesinde bulunan Gençlik Merkezleri aracılığıyla gençlerin ve dolayısıyla ailelerin bu spor tesislerine ve alanlarına yönelmeleri sağlanmalı, spor tesislerinin ailelerin rekreasyon tercihleri içerisinde ön sıralarda yer alması için etkinlik ve faaliyetler organize edilmelidir.

- İlçenin güneyindeki henüz yapılaşmamış alan içerisinde seçilecek uygun birkaç alan, kent ormanı şeklinde planlanarak ilçe halkının nefes almasını sağlayacak doğal parklara dönüştürülmelidir. Yoğun şehirleşme ve bundan dolayı ortaya çıkan sorunlar karşısında stres altında yaşayan ilçe halkına ve çevre ilçe halklarına hitap edebilecek olan bu tür kent ormanı alanları, çevre illerden de ziyaretçi çekme potansiyeli düşünüldüğünde şehir ekonomisine önemli bir girdi sağlayacaktır.
- Yerel yönetimler ile Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü, ilçelerde bulunan kültürel ve tarihi mekânları iyileştirilmeli ve koordineli bir şekilde tanıtımlarını yapmalıdır. Bu tür mekânlar sadece okul öğrencilerinin okul gezisi ziyaretlerine hapsedilmemeli, ilçe sakinlerinin her zaman aktif bir şekilde kullanımına açılmalıdır. Bu nedenle ilgili kurumlarca iyi bir şekilde tanıtımı yapılmalı, çeşitli etkinlik ve faaliyetlerle insanlar bu tür mekânlara çekilmelidir.
- Kent planlamasında en önemli paydaş halkın kendisidir. Yerel yöneticiler halk ile sıklıkla bir araya gelmeli ve kent tasarımlarında halkı da sürecin içine dâhil etmelidir. Özellikle çocuklar, gençler, engelliler, yaşlılar ve azınlık etnik gruplar da sürece dâhil edilerek halkın bizzat içerisinde yer aldığı kent tasarımları ortaya çıkarılmalıdır. Güvenliğin ve sürekliliğin sağlanması halkın sürece dâhil edilmesi ile daha kolay ve mümkün olabilmektedir.

Kaynakça

- Akten, M. ve Akten, S. (2011). Rekreasyon Potansiyellerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Model Yaklaşımı: Gülez Yöntemi. I. Ulusal Sarıgöl İlçesi ve Değerleri Sempozyumu, 17-19 Şubat 2011, Sarıgöl, Manisa.
- Akten, S. ve Gül A. (2014). "Korunan Doğal Alanlarda Ziyaretçilerin Olası Etki Düzeyleri Önlem ve Standartlarının Belirlenmesi (Gölcük Tabiat Parkı Örneği)", Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 15: 130-139.
- Alkan, A., Mertol, H. ve Özman, F. N. (2016). *Samsun Kent Halkının Rekreasyonel Talep ve Eğilimlerinin Belirlenmesi Doğrultusunda Örnek Bir Tasarım*. Hedefe Doğru İnsan. Psikolojik Danışma ve Rehberlik Sempozyumu, Canik Belediyesi, Samsun.
- Aytaç, Ö. (2007). Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(2), 199-226.
- Aytaç, Ö. (2013). Kent Mekânları ve Kimlik/Farklılık Sorunu. *İdealkent*, 9, 138-169.
- Bahçeci, H. I. (2018). Kent Mekânlarında Kamusal Alan: Richard Sennett Perspektifinde Bir İnceleme. *Memleket Siyaset Yönetim*, 13(29), 111-128.
- Bayer, A. (2013). Değişen Toplumsal Yapıda Aile. *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 4(8), 101-129.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Demircan, N., Aytatlı, B ve Demircioğlu Yıldız, N. (2018). Erzurum Kent İnsanının Rekreasyonel Davranış Biçimleri. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 20 (3), 420-430.
- DeVellis, R. F. (2014). *Ölçek geliştirme: Kuram ve uygulamalar (Çev. Ed. T. Totan)*. Ankara: Nobel Akademik.
- Doğan, L. (2014). *Bir Değerlendirme Çalışması: Dünyada ve Ülkemizde Aile Dostu Kent Planlaması*. KBAM 5. Kentsel ve Bölgesel Araştırmalar Sempozyumu Toplumsal Çeşitlilik Yeni Söylem: Politikalar, Mekânsal Planlama ve Uygulamalar Bildiri Kitabı. Çankaya Üniversitesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, ODTÜ Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, TÜBİTAK, Ankara.
- Eren, C ve Koçyiğit, M. (2020). Kent İmajının ve Kentsel Rekreasyon Alanlarına Yönelik Algının Ölçümü. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2 (1), 66-81.
- Gökgür, P. (2008). *Kentsel Mekânda Kamusal Alanın Yeri*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Gül, S. ve Yılmaz, A. (2019). Samsun Şehri Kıyı Şeridinin Rekreasyon Potansiyelinin Gülez'in Açık Hava Rekreasyon Potansiyelinin Değerlendirilmesi Yöntemi ile Belirlenmesi, *Coğrafi Bilimler Dergisi/Turkish Journal of Geographical Sciences*, 17(2), 318-344, doi: 10.33688/aucbd.567426
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

- Karaşah, B. (2017). Kentsel ve Kırsal Rekreasyon Alanlarına Yönelik Kullanıcı Tercihlerinin Belirlenmesi 'Artvin Kenti Örneği'. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 19 (1), 59-69.
- Keleş, R. (2012). Kamusal Alan, Kentleşme ve Kentlilik Bilinci. *Güney Mimarlık*, 10, 10-12.
- MacCallum, R. C., Widaman, K. F., Preacher, K. J., ve Hong, S. (2001). Sample size in factoranalysis: the role of model error. *Multivariate Behavioral Research*, 36 (4), 611-637.
- Mansuroğlu, S. (2002). Akdeniz Üniversitesi Öğrencilerinin Serbest Zaman Özellikleri ve Dış Mekan Rekreasyon Eğilimlerinin Belirlenmesi. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 15 (2), 53-62.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometrictheory*. New York: McGrawHill.
- Özgüç, N. (2007). Turizm Coğrafyası. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Poudyal, N. C., Hodges, D. G. ve Merrett, C. D. (2009). A Hedonic Analysis of The Demand For and Benefits of Urban Recreation Parks. *Land Use Polisy*, 26 (4), 975-983.
- Sağlık, A. (2014). Çanakkale Kenti Rekreasyon Potansiyelinin Kentlerin Yaşanabilirliği Açısından Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Sayın, Ö. (1991). *Aile Sosyolojisi (Ed. Mustafa Aydın)*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Şimşek, D. S. ve Korkut, A. B. (2009). Kıyı Şeridi Rekreasyon Potansiyelinin Belirlenmesinde Bir Yöntem Olarak Uygulaması: Tekirdağ Merkez İlçe Örneği. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, 6 (3), 315-327.
- Tabachnick, B. G., ve Fidell, L. S. (1996). *Using multivariatestatistics*. (3 Ed.). New York: HarperCollins.
- Tandoğan, O. (2014). Çocuk İçin Daha Yaşanılır Bir Kentsel Mekân: Dünyada Gerçekleştirilen Uygulamalar. *Megaron*, 9 (1), 19-33.
- Turğut, M. (2015). *Aile Dostu Kentler Araştırması*. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Aile ve Toplum Hizmetleri Genel Müdürlüğü, İstanbul.
- Yılmaz, H., Yılmaz, S. ve Demircioğlu Yıldız, N. (2003). Kars Kent Halkının Rekreasyonel Talep ve Eğilimlerinin Belirlenmesi. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 34 (4), 353-360.
- Yüksel, M ve Yeşil, M. (2017). Kent ve Rekreasyon (Ordu Kent Örneği). *Mavi Atlas*, 5 (2), 355-382.
- Zeinizadeh, H. (2016). Urban Tourism in Tabriz, Iran: An Analysis of The Domestic Tourism Market/Habib Zeinizadeh (Doctoral Dissertation, University of Malaya).

İnternet Kaynakları

- URL1. <https://www.hurriyet.com.tr/ilkadimda-kentsel-donusum-mujdesi-40871507> (Erişim tarihi: 02.01.2021)
- URL2. <https://earth.google.com/web/@41.2856903,36.33123211,30.66051346a,11340.07474227d,35y,203.64157704h,0t,0r>
- URL3. <https://samsun.ktb.gov.tr/> (Erişim tarihi: 02.01.2021)
- URL4. <http://gezilecekyerler.com/ilkadim/ilkadim-samsun/> (Erişim tarihi: 02.01.2021)

Extended Abstract

Aim and Scope

In this study, it is aimed to reveal the perceptions and tendencies of families living in İlkadım district of Samsun province towards recreational activities and recreation areas in İlkadım district. Again, quantitative and qualitative evaluation of these spaces and presenting solutions for their negative aspects constitute the sub-objective of the study. For these purposes, a survey was conducted on the perceptions of families living in the district of İlkadım on public urban spaces in their regions, and the approaches and preferences of families to visit urban spaces were tried to be revealed. As a result of the survey application, it was determined whether the public urban spaces in the district of İlkadım are of the quantity and quality that family members can use jointly. The use and design of urban spaces, designing them according to the interests, wishes and needs of the city residents are important in terms of the sustainability of these spaces and the belonging of the people. For this reason, the study is important in terms of determining the perceptions and tendencies of the district residents towards public urban spaces in İlkadım İlkadım district and improving the spaces accordingly.

Methods

In the research, scanning model, one of the quantitative research methods which is one of the scientific research methods, was applied. Survey models are a form of research that describes a past or an ongoing situation as it is, the subject being researched is tried to be defined as it is in its own conditions, and no effort is made to change or influence it. In this direction, the study was prepared to determine the perception and tendencies of urban recreation of families living in Samsun province's İlkadım district. Before starting the research, approval was obtained from Samsun University Ethics Committee for the questionnaire application. The population of the study (N) consists of families living in İlkadım district of Samsun province. The sample group consists of (n) 259 individuals determined by appropriate / accidental sampling method.

During the research process, the "Awareness Survey for Urban Spaces in Samsun Province İlkadım District for Family Travel" prepared by the researcher was used as a data collection tool. The questionnaire consists of 14 questions and two parts. In the first part, it was aimed to define variables such as gender, age, education level, occupational knowledge and the number of children they have. In the second part, there are questions to determine the interests and tendencies of the participants towards urban spaces in İlkadım district. While 8 of these questions were guided questions with alternative answers to determine the interest and tendency, the last question was planned as an open-ended question in which the participants expressed their opinions and suggestions.

Descriptive statistics were made for the data obtained in line with the purpose of the study. As a result of the analysis in which the perceptions and tendencies of the participants towards urban spaces in İlkadım district were revealed, the frequency of leaving the family with the family, the districts they preferred and the places they went to and the functions of these spaces were determined. In line with the findings, it was tried to determine the preferability of urban spaces in İlkadım district and their ability to meet this preference by interpreting families' perceptions and tendencies of urban spaces.

Findings

Ilkadım district is the central district that includes the first establishment place of Samsun province. Therefore, it has a long history of settlement. It is noteworthy that the city of Samsun has the highest population (338,614 people), as well as the fact that urbanization is intensive, and there are cemeteries as green areas except for the filling areas on the coast.

The most striking result of the questionnaire application is that the city places in the district that can be visited as a family are seen as inadequate by the participants. Approximately three quarters of the participants agree that the spaces are insufficient. The fact that the venues in the district are seen inadequate by the participants, despite their high number, are thought to be due to the fact that they cannot meet all their expectations functionally. Because, despite being aware of the places in the district, the serious decrease in the rate of visiting these places confirms this idea. In addition, the fact that Atakum district is in the first place as the district they prefer, rather than their own district, reveals that they cannot find their expectations in their own districts. The biggest factor for their preference of Atakum district is thought to be the existence of a 12 km long beach and a long coastline.

According to the survey data, half of the participants (50.2%) stated that they spend time outside of home once a week after work or at weekends. In addition, 6.5% of the participants stated that they spend time outside the home once every two days and 21.5% once in three days. This situation reveals that families living in İlkadım district frequently spend time outside the home. The fact that families often spend their time outside the home indicates the existence of a dynamic life model in the city in social, cultural and economic terms. The high potential of the district residents to spend time outside the home reveals the potential of the places in the district to be visited. As a result of the fact that it is a district with a crowded population and the frequency of its residents spending time outside the home, it is revealed that the recreation areas in the district should be at a certain level both in terms of quantity and quality in order to meet the needs.

Since İlkadım district is the most central district of Samsun city, it has different alternative urban spaces within its borders. Due to the concentration of the population in this district, the existence of central business areas, large boulevards and streets, and the fact that most of the provincial directorates of the institution are within the boundaries of the district, various social, sportive and cultural venues are located in the district of İlkadım, so there are urban spaces with many different functions in the district. At the same time, it has a coastline of approximately 8.5 km long due to its location at the seafront on the Black Sea coast. With these features, İlkadım district has the potential of many places to offer different functions to its population and neighboring district residents.

Conclusion

The scarcity of places that can be visited with family members by the residents of the district and the lack of existing ones are considered to be an important data in terms of urban planning. In this context, the distribution of such spaces should be planned according to the population density in the district and the number of these places should be increased according

to the size of the neighborhood. In terms of being family oriented, the cleaning and security of these places should be provided by local administrators and should be offered to the public in a peaceful manner. Construction of regional-based open spaces to appeal to a few, if not all, neighborhoods will reduce the demand pressure on the existing East Park and West Park and will dilute the density in these areas. Open spaces should not only be areas but also have to be transformed into functions for the demands and needs of the public. Thanks to the functional arrangements and additions to be made in these spaces, people who turn to shopping malls will again turn to nature and have the opportunity to be in touch with nature. Thus, the pressure in shopping malls will be reduced.

The existing cultural and historical places of the districts should be improved and promoted to local administrations and Provincial and District Directorates of Culture and Tourism. Such places should not only be confined to school trip visits of school students, but should always be actively used by the residents of the district. For this reason, it should be well promoted by the relevant institutions, and people should be attracted to such places with various activities and activities.

The most important stakeholder in urban planning is the people themselves. Local administrators should frequently get together with the public and involve the people in their city designs. Urban designs in which the people are included should be revealed, especially by including children, young people, the disabled, the elderly and minority ethnic groups in the process. Ensuring security and continuity is easier and possible with the involvement of the public in the process.

Makyavelizmin Öğretim Üyelerinin Karar Verme Stilleri Üzerindeki Etkisi: Nicel Bir Araştırma

The Effect of Machiavellianism on Decision Making Styles of Faculty Members: A Quantitative Research

Sibel Aybar¹

Öz

Bu araştırmanın amacı; Makyavelist kişilik tipinin çalışanların karar verme stilleri üzerindeki belirleyici etkisini ortaya çıkarmaktır. Araştırmada öncelikle Makyavelizm ve karar verme stilleri terimlerine yer verilmiş, sonrasında ise İstanbul'daki devlet ve vakıf üniversitelerinde eğitim veren öğretim üyeleri kapsamında söz konusu değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerine dair yapılan ampirik araştırma açıklanmıştır. Araştırmanın çalışma grubu, İstanbul'da devlet ve vakıf üniversitelerinin çeşitli birimlerinde görev yapan ve kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 169'u kadın 144'ü erkek olmak üzere toplamda 323 öğretim üyesinden oluşmaktadır. Veri toplama araçları olarak Makyavelist kişilik ölçeği, karar verme stilleri ölçeği ve kişisel veri formu kullanılmıştır. Araştırma sonucunda; öğretim üyelerinin Makyavelist kişilik tiplerinin karar verme stillerini etkileyen belirleyici bir değişken olduğu belirlenmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analizlerin neticesinde ahlaki yoksunluk ve diğerlerine güvensizlik alt boyutları ile kaçınmacı karar verme stili arasında, ahlaki yoksunluk ile kendiliğinden/anlık karar verme stilleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Ayrıca cinsiyet ve yaş değişkenleri ile bağımlı karar verme stilleri arasında etkileşim tespit edilmiştir. Cinsiyet ve medeni durum değişkenleri ile ahlaki yoksunluk arasında, yaş ve medeni durum değişkenleri ile diğerlerine güvensizlik alt boyutları arasında farklılık tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Makyavelizm, Karar verme stilleri, hiyerarşik regresyon analizi, yükseköğretim kurumları

Abstract

The purpose of the research is to reveal the determining effect of the Machiavellian personality types on decision-making styles of employees. In the research primarily the terms about Machiavellianism and decision-making styles are discussed. Afterwards, the empirical research on the relations of the variables with each other within the scope of faculty members who teach in state and foundation universities in Istanbul was explained. The study group of the research consists of 323 faculty members, 169 women and 144 men, who were reached by easy sampling method, working in various units of state and foundation universities in Istanbul.

Machiavellian personality scale, decision-making styles scale, and personal data form were used as data collection tools. As a result of the research it was found that Machiavellian personality types of faculty members are a determining variable affecting their decision-making styles. By analyzes made within the scope of the research, a positive significant relationship was found between moral deprivation and distrust towards others sub-dimensions and avoidant decision-making style, and between moral deprivation and spontaneous / spontaneous decision-making styles. In addition, an interaction was found between gender and age variables and dependent decision-making styles. Differences were found between gender and marital status variables and moral deprivation, age and marital status variables and distrust to others sub-dimensions.

Keywords: General decision making styles, Machiavellianism, hierarchical regression analysis, higher education institutions

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M54, D23

Submitted: 02 / 05 / 2021

Accepted: 20 / 12 / 2021

¹ Dr. Öğr. Üyesi İstanbul Gelişim Üniversitesi, Gelişim MYO, saybar@gelisim.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-4725-9653>

Giriş

Günümüzün gelişen iş dünyasında birbirlerinden farklı beklentilere sahip bireylerin aynı örgüt içerisinde faaliyetlerini yürütürken hem bireysel hem de örgütsel hedeflerini ortak platformlarda gerçekleştirmeleri zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Bu durum, bireysel ve örgütsel hedeflerini bir arada gerçekleştirmek durumunda olan örgüt üyelerinin kendi çıkarlarını gözetirken aynı zamanda örgütsel çıkarları da gözetmeleri konusunda çeşitli taktikler geliştirmelerine sebep olmuştur.

Bireyler örgütsel faaliyetleri esnasında daima profesyonel kararlar vermenin yanı sıra kimi zaman duygusal kararlar vererek de hayatlarını biçimlendirebilmektedirler. Hatta kimi zaman duygusal kararlar verirken kendi lehlerine sonuçlanabilecek ve çıkarlarına hizmet edecek kararlar da verebilmektedirler. Ancak Makyavelizmin bir kişilik tipi olduğu gerçeğinden hareketle her bireyin örgütsel faaliyetlerini yerine getirirken kendince doğru bulduğu bir karar verme stili uygulayabileceği gerçeği de düşünülmelidir. Nihayetinde verilen kararlar hem bireyin kendi sorun çözme stilini yansıtırken hem de Makyavelist özelliğine uygun bir karar stili olabilecektir. Verilen kararın hangi sonuçlara yol açacağı örgütsel verimlilik ve yapılan işlerin kalitesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Driver (1990), karar vericilerin önceki deneyimlerinden öğrendiklerini bir alışkanlık haline getirdiklerini ve karar verme aşamasında problemin tanımlanması ile başlayıp bir karara varılması sürecine varıncaya kadar tüm alternatiflerin değerlendirilerek analiz edilmesi sürecindeki yorum farklılıklarının kişisel özelliklerin farklılığından kaynaklandığını ifade etmiştir. Bu bağlamda yapılmış araştırmalarda; bireylerin belirli sorunlarla baş etme sürecinde verdikleri kararların stil olarak birbirinden farklılık göstermesindeki etken faktörler olarak; bireylerin problem çözme yetenekleri, mesleki olgunluk seviyeleri, kimlik statüleri, karar verme stratejileri, algıladıkları anne-baba tutumu, cinsiyetleri, sosyo-ekonomik düzeyleri, kendilerini algılama biçimleri, sorunlarla baş etme düzeyleri gibi konular dikkati çekmektedir (Balkıs, 2007: 70).

Araştırmanın amacı; toplumların gelişmişliğinde büyük önem taşıyan akademisyenlerin Makyavelizm ve karar verme stilleri etkileşimini analiz etmek olup araştırmanın temel sorunu; eğitim ve gelişmenin anahtar rolünü üstlenen akademisyenlerin örgütsel faaliyetlerini sergiledikleri yükseköğretim kurumlarında Makyavelist eğilimlere yönelik sergiledikleri davranışların ölçülmesi yoluyla uyguladıkları karar verme tarzlarının, sorunların çözüme ulaşması noktasında hangi şekillerde gerçekleşeceğinin ortaya çıkarılmasıdır. Ayrıca bireylerin, kendilerini olumsuz yönde etkileyecek bir durumun varlığında, önlerine gelen sorunları çözüme ulaştırıcı rasyonel kararlar vermek yerine manipülatif davranışlar sergilemelerinin ve bireysel ihtiyaçlarına uygun kararlar verme yönündeki eğilimlerinin nedenlerini belirlemektir.

Araştırmanın amacı çerçevesinde geliştirilen temel sorusu “Makyavelist kişilik tipinin çalışanların karar verme stilleri üzerinde belirleyici bir etkisi var mıdır?” olarak belirlenmiştir. Araştırma sorusu kapsamında; akademisyenlerin örgütsel faaliyetleri esnasında karşılıklı ilişkiler geliştirdikleri çalışma arkadaşlarına ve örgütsel yapıya karşı olan sorumluluklarını önemli ölçüde etkileyebilecek Makyavelist kişilik eğilimlerinin belirlenerek yönetilmesi yoluyla daha istikrarlı olabilecek rasyonel kararlar verebilecekleri düşünülmektedir.

Makyavelizm, bireylerin başkalarını manipüle ederek veya onlardan faydalanarak başarıya ulaşmayı amaç edindikleri kişilik özelliği olarak tanımlanmaktadır. Kendi kişisel çıkarları için başkalarının çıkarlarını manipüle etmeyi içeren sosyal davranış stratejisi olarak tanımlanan Makyavelist kişilik özelliği, bireyin kişisel hedeflerine ulaşabilmek için manipülatif ve ikna edici davranışlar sergilemesini içermektedir. Manipülasyon, kurnazlık ve kötü inanç içeren bir kavram olan Makyavelizm, 16. y.y. başlarına dayanan olumsuz bir karakter özelliğini de işaret etmektedir (Christie ve Geis, 1970).

Örgütsel davranış alanında Makyavelizm ile ilişkili olan birçok kavramdan çokça söz edilmektedir. Duygusal kararların hayatımıza gittikçe daha açık bir şekilde hâkim olduğu çağımızda Makyavelizm ile duygusal şantaj arasında bir ilişki olduğunu ileri süren çok çeşitli çalışmalar mevcuttur. Manipülasyon ile ilgili olarak yapılan çalışmalarda Forward (1997), duygusal şantaj terimini Makyavelizm ile ilişkilendirerek bireyin, başka bir kişinin davranışını kontrol etme ve manipüle etme amacını gerçekleştirmek için özel silahlar kullandığını ifade ederek, duygusal şantaj davranışının her türlü insan etkileşiminin gerçekleştiği tüm sosyal ortamlarda ve bireysel ilişkilerde gerçekleştiğini öne sürmüştür. Satış elemanlarının duygusal şantaj yönelimi ile Makyavelizm ilişkisini incelediği çalışmasında Cohen (2010), satış elemanlarının tüketicileri ikna etmek, müzakere etmek ve sonuç olarak da kendi performanslarını artırmak amacıyla birey olarak adeta bir duygusal şantajcı rolünü oynadıklarını ifade etmiştir. Bu bağlamda duygusal kararların hayatımıza daha çok girmeye başladığı bu süreçte bireylerin, kendi hedeflerine ulaşabilmek için duygusal şantaj yönelimi gibi bir tür kişilik özelliği sergilediklerini ve bunun da Makyavelizm ile yüksek ilişki içerisinde olan bir kişilik özelliği olduğunu vurgulamıştır (Cohen, 2010: 295). Aynı şekilde Nancy (2007), duygularımızın karar vermemizi yönlendirdiğini ve verdiğimiz her kararın duygusal bir hedef peşinde olduğunu ifade etmiştir (Greenberg ve Mayer, 1964; Aziz, 2005).

Durmuş (2019: 19), çalışmasında yöneticilerin karar verme stilleri ile çıkarıcı olma tutumlarının dışında iyi ahlaklı, vicdanlı, istikrarlı ve fırsatçı olma davranışları arasında pozitif ve anlamlı ilişkilerin bulunduğunu ifade etmiştir. Bu konu ile ilgili olarak savunduğu düşünce ise; yöneticinin kendi işine yönelik tutumunu olumlu değerlendirmesinin olası bir sonuç olduğunu ancak çalışanın aslında yöneticisinden yana gerçekleşen davranışları ne kadar olumlu olarak değerlendirdiğinin

belirlenmesi amacıyla örgüt içerisindeki diğer çalışanların da bakış açılarının değerlendirilmeye alınarak çalışmanın genişletilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu yönde yapılacak olan çalışmaların farklı sonuçlar ortaya çıkarabileceğini ileri sürmüştür.

Başarılı karar vermenin odak noktası yönetici ile örgüt üyeleri arasında dürüst ve etkili bir iletişim kurulmasıdır (Yılmaz, 1999: 4). Ancak bilindiği üzere örgüt çalışanlarının yöneticilerine ya da liderlerine karşı düşüncelerini açıkça ifade etmeleri her zaman desteklenen bir yaklaşım olmadığından; çalışanların buldukları konumu kaybetme ya da yükselmeme korkusuyla örgüt işleyişi sırasında kendi çıkarlarının gerektirdiği yönde davranışlar sergileyerek dürüst ve açık iletişimi gerçekleştiremedikleri görülen durumlar arasındadır.

Bitlisli ve Dinç (2015: 932), muhasebe meslek mensuplarının Makyavelist kişilik özellikleri ile etiksel karar verme davranışları arasındaki ilişkiyi ve muhasebe meslek mensuplarının demografik özelliklerinin etiksel karar verme davranışı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik olarak yapmış oldukları çalışmada, meslek mensuplarının ahlakilik standartlarına uyduklarını, başkalarının gücünü en aza indirecek davranışlardan uzak olduklarını, çok güçlü olmamakla birlikte statü arzusunda olduklarını, diğer kişilere karşı güven duyduklarını ortaya koymuşlardır. Aynı zamanda Makyavelist kişilik özelliğine sahip olmayan meslek mensuplarının gizlilik ve mesleki davranışlarında etik kurallara uygun hareketler sergilediklerini de tespit etmişlerdir. Statü sahibi olma isteği azaldıkça muhasebe meslek mensuplarının doğruluk ve dürüstlükten yana olduklarını, tarafsızlıktan yana olduklarını, mesleki yeterliliğe inandıklarını, mesleki davranışlarında etik kurallara uygun hareket ettikleri sonucunu ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında öncelikle literatür taraması başlığıyla Makyavelizm ve karar verme stilleri değişkenleri tanımlanmış, devamında yaş, cinsiyet ve medeni durumun da yer aldığı tüm değişkenlere ilişkin hipotezler ve ilişkiler belirtilmiştir. Devamında yaş, cinsiyet ve medeni durum ile Makyavelizm'in karar verme stillerine ilişkileri ve etkileri analiz edilerek karar verme stillerinde gözlenen değişim incelenmiştir. Son olarak sonuç ve değerlendirme bölümünde çalışmanın sonuçlarına yönelik tartışma, değerlendirme ve çeşitli öneriler sunulmuştur.

1. Literatür Taraması

Birbirlerinden farklı bireysel özellikler gösteren bireylerin ortak bir amacı gerçekleştirmek üzere bir araya geldikleri örgütler, kimi zaman çalışma arkadaşlarının birbirleriyle çatışma yaşamalarına, kimi zaman da bireysel çıkarlar ile örgüt çıkarlarının çatışma yaşamasına zemin hazırlamaktadır. Bunun yanı sıra; bireylerin kendi aralarında çıkar çatışmalarının yaşanması veya duygusal davranışları da olası bir durum olarak görülmektedir. Örgütsel yapıların göz ardı edilemez bir gerçeği olan Makyavelizm terimi bireysel ve örgütsel ilişkileri yönetme noktasında önemli bir kişilik tipi haline gelmiştir.

1469-1527 dönemleri arasında yaşantısını sürdürmüş olan Niccolo Machiavelli tarafından ilk defa "The Prince" adlı eserde öne sürülen Makyavelizm terimi, bünyesinde açıkgozlülüğü ve riyakârlığı barındıran bir yaklaşım olarak bilinmektedir. Başkalarının kötü niyetli, tembel ve güvenilmez olarak görülmesini ve bir hükümdarın gücünü korumak için zulüm, sömürü ve aldatmayı kullanması gerektiğini öneren Makyavelizm terimi, N. Machiavelli tarafından kendi isminden esinlenerek ortaya çıkarılmıştır (Kareshki, 2011: 414).

Christie (1970) Makyavelist dünya görüşünün üç farklı davranış stili içerdiğini öne sürerek; ilk olarak kişilerarası ilişkilerde aldatma ve övgü gibi manipülatif stratejilerin kullanıldığını, ikinci olarak başkalarının zayıf ve güvenilmez olarak algılanmasını içeren alaycı bir algının bulunduğunu, üçüncü olarak da düşünsel ve eylemsel olarak geleneksel ahlak anlayışının farklı şekillerde gerçekleştiğini ifade etmiştir (Mudrack ve Mason, 1995; Fehr et al., 1992).

Motivasyon kuramlarında sıkça bahsedildiği üzere; bireylerin özel ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla iletişim kurmaya yöneldikleri ve bu durumun da başkalarıyla iletişim kurma biçimlerini şekillendirdiği öne sürülmektedir (Rubin ve Rubin, 1992). Bireylerin ihtiyaçlarının onları bazı hedeflere yönlendirdiği ve bu hedeflere ulaşmak için iletişim şekli geliştirdikleri düşüncesinden hareketle, Makyavelist kişilik özelliğinin bireylerin motivasyonu ile açıklanabileceği ve motivasyon kaynaklarının iletişim şekli için önemli bir anahtar olduğu ileri sürülebilir. Çünkü birey nasıl ve hangi kaynaktan motive oldu ise ona göre iletişim kuracaktır. Dolayısıyla bireyleri motive eden kaynaklar aslında Makyavelist bireylerin belirledikleri hedeflere ulaşmak için geliştirdikleri kişilerarası iletişim şeklini şekillendiren faktörlerdir denilebilir.

Jones v.d. (1979), Makyavelizm ile bilginin ifşa edilmesi arasındaki ilişkiyi inceleyerek Makyavelistlerin rekabetçi koşullarla işbirlikçi koşullar kıyaslandığında işbirlikçi koşullar altında daha fazla bilgi ifşa etmeye istekli olduklarını açıklamışlardır (Jones v.d., 1979: 40). Liu (2008) benzer kanıtlarla, Makyavelizm ile bilgi paylaşımının istekliliği arasında önemli ölçüde negatif korelasyonlar olduğunu ileri sürmüştür (Liu, 2008: 238). Makyavelizmin bir başka popüler yönü de etik davranışlarla olan ilişkisidir ve çalışmalar, etik dışı davranışlar ile Makyavelist kişilik arasındaki ilişkiye vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda Makyavelist kişilerin kişisel hedeflerine ulaşmak için diğer bireylere nazaran daha ikna edici ve manipülatif olabileceklerini dolayısıyla etik davranma konusunda daha az istekli olduklarını ifade etmişlerdir (Rayburn ve Rayburn, 1996: 1209).

Kişilerarası ilişkilerde sosyal rekabet aracı olarak görülen Makyavelist davranışları sergileyen bireylerin ideolojik olarak tarafsız davranan, kişilerarası ilişkilere diğer bireylere nazaran daha az duygularını katan ve böyle davranmanın avantajlarından faydalanan bireyler oldukları ileri sürülmektedir (Mudrack ve Mason, 1995). Bu durumdan yola çıkarak; yüksek Makyavelist özelliğe sahip olan çalışanların yöneticileriyle veya çalışma arkadaşlarıyla çatışma yaşadıkları durumları manipüle edebildikleri ve başkalarını bu yönlü etkileyerek örgütsel çalışma koşullarını kendi çıkarları doğrultusunda yönlendirecek kararlar verebilecekleri ileri sürülebilir.

N. Machiavelli bireylerin güvenilir ve etik olmayı tercih edebilecek olmalarına karşın, aslında bunu doğru bir tercih gibi değerlendirmediklerini savunmaktadır. Bireylerin kimi şartlarda doğruyu söylememek, verdikleri sözleri yerine getirmemek ve rakiplerini çeşitli taktiklerle yok etmek şeklinde durumları tercih ettiklerini öne sürmüştür. Aynı zamanda "Bir hükümdarın verdiği sözleri tutmak için endişelenmesinin yersiz olduğunu, aksine etkili bir hükümdarın nasıl iyi olunmayacağını öğrenmesi gerektiğini belirtmekte ve bu düşüncesini "en önemli detay hükümdar olabilmektir ve söz sahibi olabilmek için tüm yöntemlerin kullanılması doğaldır" sözleriyle savunmaktadır. Yazar, nihayetinde bireyin elde ettiği sonucun, nasıl elde ettiğinden daha önemli bir unsur olduğunu vurgulamaktadır (Warburton, 2016: 83).

Makyavelizm duygusu yüksek olan kişilerin, çalışma arkadaşlarına nazaran daha yüksek başarı motivasyonuna sahip oldukları ve kontrol odağı düzeylerinin daha yüksek olduğu ileri sürülmüştür. Yüksek Makyavelist kişilerin; başkalarını manipüle etmek, daha fazla kazanmak ve daha yüksek ikna kabiliyetine sahip olmak gibi özellikleri belirgin bir şekilde sergiledikleri gözlemlenmiştir (Gable v.d., 1992). Ayrıca, Makyavelizm düzeyi yüksek olan bireylerin bilgi kullanımlarında ve iletişim stratejilerinde çalışma arkadaşlarından farklı yollar izledikleri de yapılmış çalışmalarda sıkça söz edilmektedir (Aziz, 2004).

Aronoff ve Wilson (1985) kişilik ve çevrenin sosyal davranışı nasıl etkilediğini inceleyen bir sosyal psikolojik teori önererek, bireylerin birincil ihtiyaçları nedeniyle kişilerarası etkileşimden belirli ödülleri aradıklarını ve Anksiyetenin bu ödüller alınmadığında ortaya çıktığını tespit etmişlerdir (Schutz, 1966). Bireylerin örgütsel faaliyetlerini yürütürken aynı zamanda sosyalleştikleri çalışma ortamları, bazı bireysel ihtiyaçlarını giderdikleri ortamlar da olabilmektedir. Bireysel ihtiyaçlarının giderilmesi nedeniyle kimi zaman örgüt üyeleriyle kimi zaman da yöneticileriyle yakın ilişkiler kuran birey en nihayetinde amacına ulaşmayı hedefleyici kararlar vermeye özen göstermektedir. Hedefine ulaşmak için kurduğu bu iletişim ağının da bireyin Makyavelist kişilik özelliğinden kaynaklandığı ifade edilmektedir.

Mc Ilwain (2003) yüksek Makyavelist eğilime sahip olan bireylerin, çalışma hayatında düşük Makyavelist eğilimi olan bireylere nazaran daha az duygusallık geliştirdiklerini ve kendilerini etkileyecek olumsuz durumları görmezden gelerek daha çok kazanmaya odaklı davranış geliştirme konusunda diğerlerine nazaran daha yetenekli olduklarını belirtmiştir. Buna karşın düşük Makyavelist bireylerin olumsuz durumlarla karşılaştıkları anlarda o ortamdan kolayca uzaklaşma eğilimine sahip oldukları ve bu durumun sonucunda yüksek Makyavelist bireylerin kazanma olasılıklarının her zaman daha yüksek olduğu düşüncesi hâkimdir (Fehr, Samson ve Paulhus, 1992: 91). Dolayısıyla yüksek Makyavelist eğilime sahip olan bireyler çalışma arkadaşlarının daha kolay manipüle edilebilir olduklarına inanmaktadırlar, bu sebeple düşük Makyavelist eğilimde olan bireylere göre manipülasyon konusunda başarılı olmaları daha olası görülmektedir denilebilir.

Kurumlar birbirlerinden farklı bireysel özelliklere, beklentilere ve çıkarılara sahip olan bireylerden oluşan ama aynı zamanda dış çevrelerindeki değişikliklere de uyum sağlamak durumunda olan açık organizasyonlardır. Bu aşamada kurumumuzun önemi itibarıyla değinmemiz gereken nokta aslında kurum çalışanlarının birbirlerinden farklı çıkarları benimsemeleri nedeniyle kurum içerisinde kararlar verirken birbirlerinden farklı karar stilleri uygulamalarıdır. Elbette ki çalışanların örgütsel prosedürlere uyum sağlayacak oranda karşı tarafın çıkarlarına ters düşmeyecek şekilde davranmaları gerekir ancak çalışma arkadaşlarına karşı dürüst olmayı tercih etmeyen veya bundan zarar göreceğini düşünen bireylerin de bulunması söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla aynı şartların akademisyenlerin görev yaptığı eğitim kurumları için de geçerli olduğunu düşünürsek; Makyavelist davranış sergileme veya algılama eğilimlerinin değişkenliğine bağlı olarak, buldukları örgütsel yapılarında farklı karar verme stilleri geliştirecekleri ileri sürülebilir.

Yaşantımız boyunca belirlemiş olduğumuz amaçlara ulaşabilmek için bizi amaca götürecek çeşitli yollar veya alternatifler arasından birini seçerek aslında karar verme eylemini her durumda gerçekleştiririz. Karar verme; aralarında tercih yapılması söz konusu olan amaçlar ve bu amaçlara ulaştıracak yol ve olanaklarla ilgili çeşitli alternatifler arasından tercih yapmakla ilgili eylemler bütünüdür (Tosun, 1992: 308). Tüm alternatifler hakkında tam ve kesin bilgi sahibi olmak her zaman mümkün olmayacağından tam bir kesinlik içerisinde verilen karar sayısı azdır. Bu sebeple de verdiğimiz ya da vereceğimiz her türlü karar belirli riskler taşımaktadır. Karar verme eylemini gerçekleştiren birey, alternatifler arasından en uygun seçimi yaparken belirsizlikleri yok etmek ya da azaltmak gibi amaçlar gütmelidir. Çünkü bireyin vermiş olduğu kararlar hem tüm çalışanların hem de örgüt amaçlarının geleceğini önemli boyutlarda etkilemekte ve şekillendirmektedir.

Karar vermeyi etkileyen tüm faktörler hakkında her zaman tam ve net bilgiye sahip olunamayacağından ve gelecekle ilgili tam bilgiye sahip olmamız mümkün olmayacağından karar verirken dikkatle üzerinde durulması gereken en önemli nokta, izlenecek tüm yollar arasından mümkün olanı en rasyonel şekilde seçmektir. Kısıtlı rasyonellik olarak da nitelendirilen bu

durum, elde edilebilecek en iyi bilgilerle karar vermek olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda, karar verici konumundaki yöneticinin başarısı rasyonel ve etkin kararlar almasıyla ölçülebilmektedir (Üçok, 1988: 70).

Kuzgun (1992) 'a göre karar verme stilleri dörde ayrılmaktadır. Bu bağlamda; alternatifler üzerinde detaylı inceleme yapmadan sezgilerinin yönlendirdiği doğrultuda karar vermenin iç tepkisel stil, karar verme sürecinde tüm seçenekleri detaylı bir analize tabi tutup avantaj ve dezavantajlarını belirleyerek karar vermenin mantıklı stil; karar vericinin başkalarının fikrini almadan tamamen kendi iradesiyle karar vermesinin bağımsız stil, verdiği kararları devamlı değiştirme yönelimi yüksek olan ve bu nedenle de tam bir kesinlik içerisinde verilmeyen kararların kararsızlık stili olduğunu öne sürmüştür (Taşdelen, 2002: 27).

Haren, karar stilleri sınıflandırmasında; önceden tasarlayarak akılcı karar vermenin mantıklı stil, kendi duygu ve düşüncelerinin yönlendirdiği doğrultuda karar vermenin sezgisel stil, başkalarına bağımlı olarak ve yönlendirilerek karar vermenin bağımlı stil olduğunu öne sürmüştür (Harren, Akt; Mau, 2000: 366).

Dunham ve Pierce (1989), sahip oldukları bilgi düzeyinin düşük olması ve yüksek risk altında bulunmaları durumunda karar vericilerin, detaylı bilgi sahibi olmaya kısıtlı bir süre ayırarak daha hızlı karar verme yönünde tavır sergilediklerini belirtmiştir (Taşdelen, 2001: 40-42).

Bireyin doğuştan gelen özellikleri ile yaşam deneyimleri sonucunda edindikleri, karar verme sürecindeki davranışını doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda doğuştan gelen özellikler olan milliyet, cinsiyet ve yaş değişkenleri olabileceği gibi; kişilik, tutumlar, değerler, eğitim, sosyo-kültürel özellikler, din, ekonomik özellikler, istihdam v.b. de olabilmektedir (Ford ve Richardson, 1994: 206).

Karar vermektan sorumlu olan bireylerin belirledikleri alternatifin genellikle; kültürel ve bireysel değerleri, istekleri, yaşam stilleri, sonuca yönelik beklentileri, amaç ve hedeflerine en uygun seçenek olduğu bilinmektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak karar verme stili ise; yöneticinin karar verme esnasında probleme yaklaşım sürecinde seçtiği veya uygulamış olduğu kişisel tarzıdır (Taşdelen, 2002: 8). Bireyin sahip olduğu entelektüel bilgi seviyesi ve bilgiyi uyarılama stili, karakteristik yapısı, tecrübeleri, kültürel, ruhsal ve sosyolojik durumu karar verme tarzını doğrudan ya da dolaylı etkileyebilecek değişkenlerden birkaçı olarak değerlendirilebilir.

Scott ve Bruce (1995), bireylerin uyguladıkları karar verme stillerini; seçenekleri tüm yönleriyle analiz ederek ve mantıksal değerlendirmelere tabi tutarak rasyonel stil, elindeki bilgiyi analiz etmektense genellikle kendi önsezi ve hislerine dayanarak sezgisel stil, karar verme aşamasında çalışma arkadaşlarının istek ve yönlendirmelerine uyum göstererek bağımlı stil, karar verme davranışından tamamen kaçınma yönlü bir eğilim sergileyerek kaçınmacı stil, düşünmeden ve seçenekleri analiz etmeden ani bir şekilde karar vererek kendiliğinden/anlık karar verme stili şeklinde sınıflandırmışlardır (Hulderman, Akt; Taşdelen, 2002: 27).

Bu araştırma, cinsiyet, yaş ve medeni durum değişkenleri ile Makyavelizmin karar verme stilleri üzerinde herhangi bir etkisinin olup olmadığını incelemek amacıyla yapılmıştır. İlgili literatür incelendiğinde Makyavelizm ile etik karar verme ve duygusal kararlar verme arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar görülmekte fakat bağımlı, rasyonel, kaçınmacı, sezgisel, bağımlı ve anlık karar verme stilleri ile ilgili detaylı bir çalışma görülmemektedir. Bu çalışma ile karar vericilerin etik ve duygusal kararlar dışında uygulayabilecekleri karar verme stilleri ile Makyavelist kişilik özellikleri arasındaki ilişkiye değinerek farkındalık oluşturulması ve ilgili alana katkı sağlanması amaçlanmaktadır. Ayrıca manipülatif davranışları sergileyen Makyavelist kişilerin hangi tür eğilimlerinin daha ağır basarak çalışma hayatında ne tip kararlar verebileceklerini belirlemek yoluyla ilgili alan yazına katkı sağlanması hedeflenmektedir.

2. Araştırmanın Yöntemi

Bilimsel yöntem, evrende gerçekleşen olay veya olguların gözlemlenerek tutarlı ancak kesin olmayan hipotezlerin geliştirilmesini ve test edilmesini sağlayan yöntemsel bir süreçtir (Tutar ve Erdem, 2020: 71). Araştırmanın kapsamında hipotezlerin test edilmesi amacıyla bu yönetsel süreç nicel araştırma yöntemi ile yürütülmüştür. Akademisyenlerin karar verme stilleri üzerinde cinsiyet, yaş, medeni durum ve Makyavelizmin rolünü tespit etmek amacıyla nicel araştırma yöntemi tercih edilerek elde edilen bulgular istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur.

2.1. Evren ve Örneklem

Bu araştırma nicel bir araştırma olup ilişkisel tarama modeli ile yürütülmüştür. Araştırmanın amacı; Makyavelizm ile karar verme stilleri ilişkisini belirleyerek, Makyavelist kişilik tipinin karar verme stillerini nasıl etkilediğini ortaya çıkarmaktır. Araştırmanın amacına yönelik olarak İstanbul ilinde devlet ve vakıf yükseköğretim kurumlarının çeşitli birimlerinde görev yapan öğretim üyeleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş 475 öğretim üyesine ulaşılmıştır. Gönüllü öğretim üyelerinden geri dönüş alınarak değerlendirme 323 geçerli anket üzerinden yapılmıştır.

Öğretim üyelerinden elde edilen veriler 12 Haziran -18 Kasım 2020 tarihleri arasında toplanmıştır. Araştırmada hesaplamaya dair olarak evreni açıklayabilecek 323 akademisyen örnekleme ulaşılmıştır.

2.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Evrende 36760 kişi vardır (<https://istatistik.yok.gov.tr/>). Örneklem büyüklüğü hesaplamasında; sürekli değişkenlerde örneklem büyüklüğü hesaplama formülü kullanılmıştır (Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel (2016)). Bu formülde sapma miktarı (d) 0,05, t değeri 1,96 ve standart sapma 0,4 olarak belirlenmiş ve örneklem büyüklüğü 245 olarak belirlenmiştir. Bu bilgilerden yola çıkarak, ulaşılan 323 örneklemin İstanbul'daki üniversitelerde çalışan öğretim üyelerini temsil etme yetkisine sahip olduğu ileri sürülebilir. Örneklem üzerinden elde edilen sonuçlar doğrultusunda çalışma ilgili evren üzerinde genellenebilir kanısına varılmıştır.

2.3. Veri Toplama Araçları

Çalışmanın yapılabilmesi için hazırlanan anket formu iki kısımdan oluşmaktadır. Çalışmanın anket formunun ilk kısmında öğretim üyelerinin cinsiyet, yaş ve medeni durumlarına yönelik sorular yer almıştır. İkinci kısımda ise Makyavelizm ile ilgili düşünceleri ve katılımcıların karar verme stilleri ölçülmüştür.

Bireylerin Makyavelizm ile ilgili eğilimlerini ölçmek amacıyla yararlanılan "Makyavelizm Ölçeği" Dahling, Whitaker ve Levy (2009) tarafından geliştirilmiş olup Türkçe'ye uyarlanması Ülbeği (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda ölçek dört alt boyut ve 16 ifadeyi içermektedir. Ölçeğin alt boyutları "ahlaki yoksunluk", "diğerlerine güvensizlik", "kontrol arzusu" ve "statü arzusu" alt boyutlarıdır (Dahling, Whitaker ve Levy, 2009; Ülbeği, 2016:93). Makyavelizm ölçeğinin tamamına yönelik güvenilirlik değerlerine bakıldığında; alfa değeri 0,88' olduğu görülmüştür. Alt boyutların güvenilirlik düzeyleri sırasıyla; ahlaki yoksunluk 0,86; statü arzusu 0,82; diğerlerine güvensizlik 0,83 ve kontrol arzusunun ise 0,80'dir. Dört faktörün açıkladığı toplam varyans değeri %67 dir.

Bireylerin verdikleri karar stillerinin ölçülmesi amacıyla Scott ve Bruce (1995) tarafından hazırlanan ve Taşdelen (2002), tarafından Türkçeye uyarlanan "Karar Verme Stilleri Ölçeği" kişilerin kullanmayı tercih ettikleri karar verme stillerini tespit etmek için geliştirilmiştir. Ölçeğin orijinalinde öncelikle, bireysel stilleri ifade eden 37 ifade şeklinde geliştirilen ölçek ifadeleri yapılan faktör analizlerinin neticesinde 24 ifadeye indirgenmiştir. Bu çalışmaların sonucunda katılımcıların karar verme stillerindeki bireysel farklılıklarını test etmek için geliştirilen Karar Verme Stilleri Ölçeği' nin 24 ifadeli orijinal formu; rasyonel, kaçınmacı, bağımlı, sezgisel ve kendiliğinden-anlık karar verme stilleri ile beş alt boyut şekline ulaşmıştır. Ölçeğin geneline yönelik güvenilirlik alfa değeri 0,74'dir. Alt boyutlar ise; rasyonel stil 0,76; sezgisel stil 0,78; bağımlı stil 0,76; kaçınmacı stil 0,79; kendiliğinden/anlık stil 0,79' dur. Beş faktörün açıkladığı toplam varyansı %56.905 tir.

Araştırmada kullanılan tüm ölçek ifadeleri; "kesinlikle katılmıyorum" (1), "katılmıyorum" (2), "kararsızım" (3), "katılıyorum" (4), "kesinlikle katılıyorum" (5) şeklinde sıralanan likert tipi 5'li bir dereceleme göre puanlanmaktadır.

2.4. İşlem

Araştırmanın bağımsız değişkenleri yaş cinsiyet ve medeni durum ile Makyavelizmin alt boyutları iken; bağımlı değişkeni Karar Verme Stilleri Ölçeği' nin alt boyutlarıdır. Katılımcıların verilen ölçekleri doldurma süreleri 10 ile 15 dakika arasındadır. Bu araştırma kapsamında kullanılan ölçme araçları, İstanbul'da devlet ve vakıf üniversitelerinde görev yapan 323 öğretim elemanına elektronik posta aracılığıyla ulaşılarak uygulanmıştır.

2.5. Veri Analizi

Araştırma sonucunda ulaşılan bulgular %95 güven aralığında, %5 anlamlılık düzeyinde değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında ulaşılan verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiksel analizler (sayı, yüzde, ortalama ve standart sapma), pearson korelasyon ve regresyon analizleri, IBM SPSS (Statistical Package for Social Sciences) 22.0 programlarından faydalanılmıştır.

Verilerin analizine geçmeden önce veri setine ait kayıp veri uçdeğerler incelenmiş ve kayıp veri ve uçdeğer bulunmamıştır. Araştırma kapsamında karar verme stilleri üzerinde Makyavelist kişilik tipinin rolünü incelemek için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Hiyerarşik regresyon analizi iki aşamada gerçekleştirilmiştir. Analize ilk aşamada cinsiyet, medeni durum ve yaş değişkenleri dâhil edilirken ikinci aşamada Makyavelist kişilik tipinin alt boyutları dâhil edilmiştir. Bu sayede aynı zamanda cinsiyet, medeni durum ve yaşın etkisi kontrol edilmiştir. Regresyon analizine geçmeden önce normallik, otokorelasyon ve çoklu bağlantı varsayımları incelenmiştir (Hair et al. 2013). Varsayımlar karşılandıktan sonra analizlere geçilmiştir. Cinsiyet (0:Erkek, 1:Kadın) ve medeni durum (0:Bekar, 1:Evli) araştırmaya dummy kodlama ile dahil edilmiştir. Bununla birlikte Makyavelist kişilik tipinin alt boyutlarını cinsiyet ve medeni duruma göre karşılaştırırken bağımsız örneklemler t testi, yaş gruplarına göre karşılaştırırken tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır.

3. Bulgular

3.1. Demografik Bulgular

Örnekleme dâhil edilen katılımcıların cinsiyet, yaş ve medeni durum gibi demografik özelliklerinin dağılımı Tablo 1'de açıklanmaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Tanımlayıcı İstatistikler

		f	%
Cinsiyet	Erkek	144	46,0
	Kadın	169	54,0
Medeni Durum	Bekar	194	62,0
	Evli	119	38,0
Yaş	25 yaş altı	42	13,4
	25-35 yaş	141	45,0
	35-45 yaş	106	33,9
	45 yaş üstü	24	7,7
Toplam		323	100

Araştırmaya katılan öğretim üyelerinin %46 'sı erkek, %54'ü kadındır. Bu öğretim üyelerinin %62'si bekâr, %38'i evlidir. Örneklemede yer alan kişilerin % 13'ü 25 yaş altı, %45'i 25-35 yaş arası, %33'ü 35-45 yaş arası, %7'si 45 yaş üstüdür.

3.2. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırma hipotezlerini test edebilmek için verilere korelasyon analizi uygulanmıştır. Tablo 2'de değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler ve korelasyon katsayıları yer almaktadır. Makyavelist kişilik tipi ile karar verme stillerinin alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde, sezgisel, kaçınmacı ve kendiliğinden/anlık karar verme stilleri ile Makyavelizm alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Rasyonel ve bağımlı karar verme stilleri ile Makyavelizm alt boyutları arasında anlamlı ilişkiye rastlanmamıştır.

Değişkenlere ait ortalamalar 1.82 ile 4.22 arasında, çarpıklık katsayıları -0.31 ile 0.91 arasında, basıklık katsayıları ise -0.77 ile 0.74 arasındadır. Basıklık ve çarpıklık katsayıları ± 1 arasında olduğu için değişkenlerin normal dağılım gösterdiği bulunmuştur (Hair et al. 2013). Normallik varsayımının yanında regresyon analizine geçmeden önce otokorelasyon ve çoklu bağlantı varsayımları incelenmiştir.

Otokorelasyon varsayımı için Durbin Watson değerleri, çoklu bağlantı için VIF ve TOL değerleri incelenmiştir. Otokorelasyon probleminin olmaması için Durbin Watson değeri 1-3 arasında olması, çoklu bağlantı probleminin olmaması için ise VIF değerinin 10'dan küçük, TOL değerinin ise 0.10'dan büyük olması gerekmektedir (Field, 2009). Araştırmada TOL değerleri 0.797 ile 0.996 arasında, VIF değerleri ise 1.004 ile 1.254 arasında bulunmuştur ve bu değerler çoklu bağlantı problemi olmadığını göstermektedir. Durbin Watson değerleri regresyon analizi tablolarında belirtilmiştir ve otokorelasyon problemi bulunmamaktadır.

Tablo 2. Değişkenlere Ait Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Katsayıları

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Ahlaki yoksunluk	-								
2. Statü Arzusu	.28**	-							
3. Diğerlerine Güvensizlik	.30**	.35**	-						
4. Kontrol Arzusu	.24**	.30**	.30**	-					
5. Rasyonel Karar Verme	-.03	.03	.00	.05	-				
6. Sezgisel Karar Verme	.12*	.14*	.11*	.16**	.09	-			
7. Bağımlı Karar Verme	-.04	.05	.08	.05	.07	.01	-		
8. Kaçınmacı Karar Verme	.26**	.17**	.23**	.18**	-.31**	.11*	.13*	-	
9. Kendiliğinden/Anlık Karar Verme	.19**	.15**	.16**	.17**	-.27**	.20**	.08	.40**	-
Mean	1.82	3.42	2.58	2.56	4.22	3.53	3.40	2.43	2.54

Standart Deviation	.70	.89	.68	.93	.48	.71	.81	0.81	.69
Skewness	.91	-.25	.08	.09	-.25	-.31	-.24	.32	.26
Kurtosis	.74	-.29	-.12	-.77	.56	-.44	-.40	-.06	-.05

* p<0.05 ** p<0.01

3.2.1. Cinsiyet, Medeni Durum ve Yaşlara göre Makyavelizm Puanlarının Karşılaştırılması

Cinsiyetlere göre Makyavelizm alt boyutları karşılaştırıldığında Statü arzusu ($t= 0.167, p>0.05$), Diğerlerine güvensizlik ($t= 0.354, p>0.05$) ve Kontrol arzusu ($t= 1.432, p>0.05$) alt boyutlarında anlamlı farklılık yokken, Ahlaki yoksunluk alt boyutunda ($t= 2.115, p<0.05$) anlamlı farklılık vardır. Ahlaki yoksunluk alt boyutunda erkeklerin ortalaması ($M=1.91, SD=0.75$), kadınların ortalamasından ($M=1.74, SD=0.64$) daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlara göre “H1: Cinsiyetlere göre Makyavelizm düzeyleri farklılaşmaktadır” hipotezi Ahlaki yoksunluk alt boyutu için 0.05 anlamlılık düzeyinde doğrulanmıştır.

Medeni duruma göre Makyavelizm alt boyutları karşılaştırıldığında Statü arzusu ($t= 1.584, p>0.05$) ve Kontrol arzusu ($t= 0.464, p>0.05$) alt boyutlarında anlamlı farklılık yokken, Ahlaki yoksunluk ($t= 2.658, p<0.01$) ve Diğerlerine güvensizlik ($t= 2.515, p<0.05$) alt boyutlarında anlamlı farklılık vardır. Bekârların Ahlaki yoksunluk ($M= 1.91, SD=0.73$) ve Diğerlerine güvensizlik ($M= 2.66, SD=0.70$) ortalaması, evlilerin Ahlaki yoksunluk ($M= 1.69, SD=0.63$) ve Diğerlerine güvensizlik ($M= 2.66, SD=0.63$) ortalamasından daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlara göre “H2: Medeni duruma göre Makyavelizm düzeyleri farklılaşmaktadır” hipotezi Ahlaki yoksunluk ve Diğerlerine güvensizlik alt boyutları için doğrulanmıştır.

Yaş gruplarına göre Makyavelizm alt boyutları karşılaştırıldığında Ahlaki yoksunluk ($F= 1.466, p>0.05$), Statü arzusu ($F= 2.217, p>0.05$) ve Kontrol arzusu ($F= 2.592, p>0.05$) alt boyutlarında anlamlı farklılık yokken, Diğerlerine güvensizlik alt boyutunda ($F= 2.864, p<0.05$) anlamlı farklılık vardır. Farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan LSD testi sonucunda Diğerlerine güvensizlik alt boyutunda 25-35 yaş arasındaki bireylerin ortalaması ($M= 2.70, SD=0.74$), 25 yaş altı ($M= 2.44, SD=0.69$) ve 35-45 yaş ($M= 2.49, SD=0.64$) arasında yer alan bireylerin ortalamasından daha yüksek bulunmuştur. Bu sonuçlara göre “H3: Yaş gruplarına göre Makyavelizm düzeyleri farklılaşmaktadır” hipotezi Diğerlerine güvensizlik alt boyutu için doğrulanmıştır.

3.2.2. Karar Verme Stilleri Üzerinde Makyavelizm’in Etkisini Belirlemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları

Karar verme stilleri üzerinde Makyavelizmin alt boyutlarının rolünü incelemek için 5 hiyerarşik regresyon analizi modeli oluşturulmuştur. Bu modellerde 2 aşamalı hiyerarşik regresyon analizi gerçekleştirilirken, modele birinci aşamada cinsiyet, medeni durum ve yaş değişkenleri, ikinci aşamada ise Makyavelizmin alt boyutları dâhil edilmiştir.

Oluşturulan 5 regresyon modelinde bağımlı değişkenin rasyonel karar verme ve sezgisel karar verme olarak yer aldığı iki regresyon modelinin anlamlı olmadığı bulunmuştur ($p>0.05$). Bu nedenle H4: Makyavelizm alt boyutları rasyonel karar vermeyi yordamaktadır” ve “H5: Makyavelizm alt boyutları sezgisel karar vermeyi yordamaktadır” hipotezleri 0.05 anlamlılık düzeyinde reddedilerek Makyavelizmin rasyonel ve sezgisel karar verme stilleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Diğer bulgular aşağıda sıralanmıştır.

Tablo 3’te bağımlı karar verme stilleri üzerinde Makyavelizmin rolünü incelemek amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizi bulguları yer almaktadır. Regresyon analizi için Model 1’de cinsiyet, medeni durum ve yaş; Model 2’de ise Makyavelizm dâhil edilmiştir. Oluşturulan Model 1 ($F(3,309)= 5.589, p<0.01$) ve Model 2’nin ($F(7,305)= 5.589, p<0.01$) anlamlı olduğu görülmektedir. Model 1 bağımlı karar verme stillerinde gözlenen değişimin %5’ini açıklarken, Model 2 %7’sini açıklamaktadır.

Regresyon analizi sonucunda cinsiyetin ($\beta=-.152, t=-2.719, p<.01$) ve yaşın ($\beta=-.201, t=-3.321, p<.01$) bağımlı karar verme stillerini negatif yönlü yordadığı görülmektedir. Bu sonuçlara göre “H6: Makyavelizm alt boyutları bağımlı karar vermeyi yordamaktadır” hipotezi reddedilmiştir. Bu bağlamda makyavelist kişilik tipinin bağımlı karar verme üzerinde anlamlı bir yordayıcılığı yoktur. Kadınların bağımlı karar verme düzeyleri erkeklerden daha düşük çıkmıştır.

Tablo 3. Bağımlı Karar Verme Stilleri Üzerinde Makyavelizmin Rolü

	B	S.E	β	t	p
Model 1					
Intercept	3.953	.150		26.434	.000

Cinsiyet	-.234	.090	-.144	-2.597	.010
Medeni Durum	.073	.100	.044	.726	.468
Yaş	-.194	.060	-.194	-3.221	.001
F(3,309)= 5.589, p<0.01, R= .23, R2=.05					

Model 2					
Intercept	3.787	.280		13.520	.000
Cinsiyet	-.247	.091	-.152	-2.719	.007
Medeni Durum	.076	.101	.045	.746	.456
Yaş	-.202	.061	-.201	-3.321	.001
Ahlaki Yoksunluk	-.129	.070	-.111	-1.833	.068
Statü Arzusu	.011	.056	.013	.204	.838
Diğerlerine Güvensizlik	.113	.073	.095	1.535	.126
Kontrol Arzusu	.037	.052	.043	.713	.476
F(7,305)= 5.589, p<0.01, R= .26, R2=.07					

Bağımlı Değişken: Bağımlı Karar Verme
Durbin Watson: 1.824

Tablo 4'te kaçınmacı karar verme stilleri üzerinde Makyavelizmin rolünü incelemek amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizi bulguları yer almaktadır. Regresyon analizi için model 1'de cinsiyet, medeni durum ve yaş; model 2'de ise Makyavelizm dâhil edilmiştir. Oluşturulan Model 1 (F(3,309)= 2.440, p>0.05) anlamlı değilken; Model 2'nin (F(7,305)= 5.486, p<0.001) anlamlı olduğu görülmektedir. Model 1 bağımlı karar verme stillerinde gözlenen değişimin %2'sini açıklarken, Model 2 %11'ini açıklamaktadır.

Bu sonuçlara göre "H7: Makyavelizm alt boyutları kaçınmacı karar vermeyi yordamaktadır" hipotezi Ahlaki yoksunluk ve Diğerlerine güvensizlik alt boyutları için doğrulanmıştır. Regresyon analizi sonucunda Makyavelizmin Ahlaki yoksunluk ($\beta=.177$, $t=2.999$, $p<.01$) ve Diğerlerine güvensizlik ($\beta=.131$, $t=2.161$, $p<.05$) alt boyutlarının kaçınma karar verme stillerini pozitif yönlü yordadığı görülmektedir.

Tablo 4. Kaçınma Karar Verme Stilleri Üzerinde Makyavelizmin Rolü

	B	S.E	β	t	p
Model 1					
Intercept	2.665	.153		17.457	.000
Cinsiyet	-.215	.092	-.132	-2.342	.020
Medeni Durum	-.112	.102	-.067	-1.094	.275
Yaş	-.032	.061	-.032	-.528	.598
F(3,309)= 2.440, p>0.05, R= .15, R2=.02					
Model 2					
Intercept	1.504	.275		5.464	.000
Cinsiyet	-.160	.089	-.098	-1.800	.073
Medeni Durum	-.029	.099	-.017	-.289	.773
Yaş	-.025	.060	-.025	-.420	.675
Ahlaki Yoksunluk	.207	.069	.177	2.999	.003
Statü Arzusu	.038	.055	.041	.682	.495
Diğerlerine Güvensizlik	.156	.072	.131	2.161	.031
Kontrol Arzusu	.068	.051	.078	1.329	.185
F(7,305)= 5.486, p<0.001, R= .33, R2=.11					

Bağımlı Değişken: Kaçınmacı Karar Verme
Durbin Watson: 2.152

Tablo 5'te kendiliğinden/anlık karar verme stilleri üzerinde Makyavelizmin rolünü incelemek amacıyla yapılan hiyerarşik regresyon analizi bulguları yer almaktadır. Regresyon analizi için Model 1'de cinsiyet, medeni durum ve yaş; Model 2'de

ise Makyavelizm dahil edilmiştir. Oluşturulan Model 1 ($F(3,309)= 2.115, p>0.05$) anlamlı değilken; Model 2'nin ($F(7,305)= 3.533, p<0.01$) anlamlı olduğu görülmektedir. Model 1 kendiliğinden/anlık karar verme stillerinde gözlenen değişimin %2'sini açıklarken, Model 2 %8'ini açıklamaktadır.

Bu sonuçlara göre "H8: Makyavelizm alt boyutları kendi/anlık karar vermeyi yordamaktadır" hipotezi Ahlaki yoksunluk alt boyutu için doğrulanmıştır. Regresyon analizi sonucunda Makyavelizmin Ahlaki yoksunluk ($\beta=.121, t=2.008, p<0.05$) alt boyutunun kendiliğinden/anlık karar verme stillerini pozitif yönlü yordadığı görülmektedir.

Tablo 5. Kendiliğinden/Anlık Karar Verme Stilleri Üzerinde Makyavelizmin Rolü

	B	S.E	β	t	P
Model 1					
Intercept	2.706	.130		20.853	.000
Cinsiyet	.029	.078	.021	.375	.708
Medeni Durum	-.146	.087	-.102	-1.677	.095
Yaş	-.053	.052	-.062	-1.018	.310
F(3,309)= 2.115, p>0.05, R= .14, R2=.02					
Model 2					
Intercept	1.941	.238		8.147	.000
Cinsiyet	.067	.077	.049	.871	.384
Medeni Durum	-.098	.086	-.069	-1.141	.255
Yaş	-.049	.052	-.057	-.948	.344
Ahlaki Yoksunluk	.120	.060	.121	2.008	.046
Statü Arzusu	.036	.048	.046	.751	.453
Diğerlerine Güvensizlik	.061	.062	.060	.973	.331
Kontrol Arzusu	.085	.044	.115	1.913	.057
F(7,305)= 3.533, p<0.01, R= .27, R2=.08					

Bağımlı Değişken: Kendiliğinden/Anlık Karar Verme Stili

Durbin Watson: 2.212

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmanın amacı kapsamında İstanbul'daki devlet ve vakıf üniversitelerinden veriler toplanmaya başlanmış ve elde edilen verilerden yapılan analizler sonucunda Makyavelist kişilik tipi ile karar verme stilleri alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde, sezgisel, kaçınmacı ve kendiliğinden/ anlık karar verme stilleri ile Makyavelizm alt boyutları arasında pozitif yönlü anlamlı ilişki bulunmuştur. Rasyonel ve bağımlı karar verme stili ile Makyavelizm alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanamamıştır. Bu sonuca göre; klasik değerlere karşı ilgisiz bir yapıya sahip olan Makyavelist bireylerin, verdikleri kararlarda bireysel ihtiyaçlarına uygun olduğunu düşündükleri şekilde genellikle üzerinde çok düşünmeye ve araştırmaya gereksinim duymadan hislerine dayanarak ya da tamamen risk üstlenmekten kaçınacak şekilde kararlar verdikleri ileri sürülebilir.

Makyavelizm alt boyutlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen analizlerde; ahlaki yoksunluk alt boyutunda erkeklerin ortalamasının, kadınların ortalamasından oransal olarak daha fazla gerçekleştiği belirlenmiştir. Diğer alt boyutlarda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre; hem kadınların hem de erkeklerin Makyavelist stratejiler geliştirme konusunda başarılı olmalarının yanı sıra; cinsiyet açısından oransal bir farkın görüldüğü gözlemlenmiştir. Başkalarının hislerini, haklarını ve ihtiyaçlarını dikkate almadan hedeflere ulaşmak için saldırgan ve manipülatif davranışları sergileme konusunda Makyavelist erkeklerin Makyavelist kadın çalışanlara göre daha başarılı oldukları bulgulanmıştır.

Mandacı (2007) benzer bir tespitle, kadınların başkalarına ilgi gösterip öncelik tanıyan ve ilişkileri önemseyen yardımsever bireyler olmaları nedeniyle erkeklere oranla daha düşük oranda Makyavelist olduklarını, etik algılarının daha yüksek oranda olduğunu öne sürmüştür (Güney ve Mandacı, 2007: 97). (Dingler v.d. 1987), cinsiyet ve Makyavelizm ilişkisi ile ilgili başka bir çalışmada sonucun tam tersi olduğunu Makyavelist kadın çalışanların bireysel hedeflerine ulaşmak istediklerinde Makyavelist erkek çalışanlardan daha başarılı bir şekilde manipülasyon yapabildiklerini iddia etmişlerdir

(Dingler v.d. 1987: 120). Ancak aradaki farkın çalışmanın hem yükseköğretim kurumlarında olması hem de örneklem grubunun ve kültürel farklılıkların söz konusu olmasından kaynaklandığı ileri sürülebilir.

Makyavelizm alt boyutlarının medeni duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan analizlerde; ahlaki yoksunluk ve diğerlerine güvensizlik alt boyutlarında bekârların ahlaki yoksunluk ve diğerlerine güvensizlik ortalamalarının, evlilerin ahlaki yoksunluk ve diğerlerine güvensizlik ortalamasından daha yüksek bulunduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre; kusursuz olmaya çaba harcamaktansa başkalarının gözünde mükemmel biri gibi görünmeye çabalayan ve yüksek düzeyde Makyavelist davranış sergileyen bireylerin sosyal baskılardan daha az etkilendikleri ve bu nedenle de klasik normlara daha az uyum sağladıkları ileri sürülebilir (Dingler-Duhon ve Brown, 1987: 120). Aile kurmak ve çocuk sahibi olmak gibi durumlarda daha fazla sorumluluk almaları ve sosyal baskılara daha çok maruz kalmaları evli çalışanların bekâr çalışanlara nazaran daha az Makyavelist davranış sergilemelerine yol açmıştır denilebilir. Aynı şekilde bekâr çalışanların ise sosyal normlara ve sosyal baskılara karşı direnç güçlerinin daha yüksek olması onları daha fazla Makyavelist yapabilmektedir düşüncesi öne sürülebilir.

Makyavelizm alt boyutlarının yaş gruplarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla yapılan analizlerde; 25-35 yaş arasındaki bireylerin ortalamasının, 25 yaş altı ve 35-45 yaş arasında yer alan bireylerin ortalamasından fazla olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda; maddiyatın önemsenme eğiliminin daha yüksek görüldüğü üniversite öğrencilerinde Makyavelist eğilimler ile etik davranışlara yatkınlık arasında negatif yönlü bir ilişkinin bulunabileceği bulgusundan hareketle (Tang, Chen ve Sutarso, 2008: 251), genç bireylerin bu tarz eğilimlerinin iş hayatına yeni giriş yaptıkları dönemlerde ve alışma evrelerinde daha yoğun bir şekilde kendini gösterdiği ileri sürülebilir. Çünkü yeni işe başlayan adayın örgütsel ortamı tanımak, çevresine kendini sevdirmek ve ekonomik bağımsızlığını elde tutmak gibi amaçlarla yerini sağlamlaştırmak adına bu tarz davranışlara daha fazla başvurabileceği düşünülebilir.

Cinsiyet ve yaş değişkenlerinin bağımlı karar verme stillerini negatif yönlü yordadığı tespit edilmiştir. Yaşı ilerlemiş olan kadın akademisyenlerin bağımlı karar verme düzeylerinin erkeklerden daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca göre; kadın akademisyenlerin yaşları ilerledikçe çalışma arkadaşlarının istek ve yönlendirmelerine uyum gösterecek stilde kararlar vermek yerine kendi kararlarını değerlendirme ve uygulama sonucu bağımsız kararlar verme eğilimine daha yatkın oldukları ileri sürülebilir.

Regresyon analizi sonucunda Makyavelizmin alt boyutlarından ahlaki yoksunluk ve diğerlerine güvensizlik alt boyutlarının kaçınmacı karar verme stillerini pozitif yönlü yordadığı gözlemlenmiştir. Bu sonuca göre; akademisyenlerin güvensizlik ve ahlaki yoksunluk düzeyleri arttıkça kaçınmacı karar verme düzeylerinin de aynı şekilde arttığı tespit edilmiştir. Makyavelist bireylerin şüpheli, alaycı, baskıcı ve anti-sosyal kişiler olmaları aslında güçsüzlüklerini kapatma çabalarının karşılığıdır (Solar ve Bruehl (1971: 1080). Makyavelist kişilerin değişen sosyal çevre şartlarına uyum sağlama konusunda esnek davrandıkları, başkalarının sergiledikleri davranışlara karşılık verme aşamasında bilişsel becerilerini kullanarak yanıtıcı olabilme yeteneğine sahip oldukları ve karar verme süreçlerine bu durumun yansıdığı ileri sürülmektedir (Bereczkei, 2015:30). Dolayısıyla aslında güçsüz olan taraflarını manipülatif davranışlarla kapatma eğiliminde olan Makyavelist bireylerin, bilişsel becerilerini kullanarak riskli olduğunu düşündükleri kimi konularda karar vermekten kaçınmayı tercih ettikleri görülmektedir. Bu doğrultuda kendilerini olumsuz etkileyecek durumları görmezden gelmeleri ve yanlış yapma konusundaki korkularını kapatmaya çalışmaları nedeniyle sorumluluk üstlenmeyi göz ardı ederek kaçınmacı karar verme stilini uyguladıkları ileri sürülebilir.

Regresyon analizi sonucunda Makyavelizm alt boyutlarından ahlaki yoksunluk alt boyutunun kendiliğinden/anlık karar verme stillerini pozitif yönlü yordadığı görülmektedir. Bu sonuca göre; akademisyenlerin ahlaki yoksunluk düzeyleri arttıkça kendiliğinden/anlık karar verme düzeylerinde de artış olduğu gözlemlenmiştir. Anında, düşünmeden alternatifleri değerlendirmeden hızlıca işleyen bir yaklaşımı ifade eden kendiliğinden/anlık karar verme stilinin, bireylerin karar verme için daha fazla risk ve daha az sorumluluk almaya eğilimli oldukları anlarda kullandıkları bir stil olduğu ifade edilmektedir. Kendilerini bilinçaltısında yetersiz olarak değerlendiren veya güven eksikliği duyan bireylerin de bu stili kullanmaya daha yatkın oldukları ileri sürülmüştür (Taşdelen, 2001: 49).

Dunham ve Pierce (1989), riske maruz kaldığını düşünen bireylerin ani kararlar alma taraftarı olduklarını ve aldıkları karar tarzlarını ise kişisel isteklerinin ve motivasyonlarının yönlendirdiğini ifade etmiştir. Hızlı kararlar alan bireylerin karar alma aşamasında bilgileri derlemeye ve analiz etmeye daha kısıtlı süre ayırarak ani kararlar aldıklarını öne sürmüştür. Makyavelist bireylerin çalışma arkadaşlarından daha çok kazanmaya odaklı davranış geliştirme konusunda güçsüzlüklerini kapatma eğiliminde olmaları bu stili kullanmalarının nedeni olarak gösterilebilir. Ayrıca, kendi haklarına ve ihtiyaçlarına hizmet edecek stratejik davranışlara değer veren Makyavelist bireylerin bu eğilimleri, onların sahip oldukları bilgiyi kullanma yöntemlerinin farklılığından da kaynaklanmaktadır. Makyavelist eğilimler ile sahip olunan bilgi ve deneyimin paylaşılmasına duyulan istek arasında negatif yönlü bir ilişki bulunduğu sonucundan hareketle (Liu,2008: 238), başkalarıyla birlikte çalışmak durumunda olan Makyavelist bireyler, hem kendilerinin sahip olduğu bilgiyi paylaşma istekliliği göstermezken hem de kendi bilgi eksikliklerinin başkaları tarafından bilinmesini istememektedirler. Bu nedenle

de karar vermeyi kimi zaman son ana bırakarak ani kararlar vermekten ve sonuç olarak da daha az sorumluluk daha fazla risk üstlenmekten çekinmedikleri ileri sürülebilir.

Öneri

Günümüzün çalışma ortamlarında bireyler sorumluluklarını yerine getirme aşamasında birbirlerinden farklı tutumlar sergilerken bu durum karar verme tarzlarına da yansımakta ve Makyavelizm eğilimi çerçevesinde örgütsel faaliyetlerine aldıkları farklı karar stilleri ile şekil verebilmektedirler. Araştırmada bireylerin Makyavelist eğilimlerinin karar verme stilleri üzerindeki etkileri ve ayrıca cinsiyet, yaş ve medeni durum değişkenlerinin karar verme stillerine göre farklılaşım farklılaşmadığı incelenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda çalışma 2020 yılı içerisinde İstanbul'daki üniversitelerde öğretim üyesi olarak görev yapan 323 çalışan ile sınırlı tutulmuştur.

Akademik eğitim ortamında bireylerin iletişim kurma şekilleri Makyavelist yönelimlerinden ve hedeflerinden etkilendiği gibi aynı zamanda bireylerde farklı kararların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu durumda; bireylerin tercih ettikleri hedefler ve hedeflerin ilişkili olduğu tüm süreçler, onların hem akademik hayatlarında başarılı olmaları hem de zihinsel ve bedensel olarak sağlıklı olmaları için aldıkları kararlar üzerinde önemli bir role sahiptir denilebilir. Ayrıca bireyin aldığı kararlar doğrultusunda hedeflerini gerçekleştireceğine dair inancı, onun özel ve iş yaşantısında geliştirdiği ilişkiler üzerinde de önemli bir role sahiptir. Karar tarzları bireyin inandığı değerlerden veya kişiliğinden etkilenmektedir. Brandtstadter (1999), yaşantımız boyunca hedeflerimiz doğrultusunda almış olduğumuz kararların kişilik tipimizden etkilendiğine inanmaktadır. Bireylerin belirledikleri karar tarzları kişilik özelliklerinden etkilenirken, hedeflerine ulaşmak için geliştirdikleri davranış stillerini ise Makyavelist eğilimleri yönlendirmektedir. Bu nedenlerle bireysel hedefler doğrultusunda alınan kararlar aslında kimi zaman akademik olan veya olmayan ortamlarda örgütsel sorunların ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Bireylerin belirlemiş oldukları bireysel hedeflerini gerçekleştirmek için tercih ettikleri kararlar, onların motivasyon kaynakları, öğrenme şekilleri ve yaşantıları boyunca edinmiş oldukları bilişsel birikimleri ile ilgilidir (Pintrich, 1999: 461; Zimmerman, 1998: 78). Bireysel hedeflerin Makyavelist eğilimler ile tahmin edildiğini, Makyavelizmin ise bireyin en doğal hali ile başkalarına olan güvensizliğinin ve baskın olma halinin bir kombinasyonu olduğu ileri sürülmüştür (Latifeyan ve Bashash 2008: 181).

Karar verme stilleri üzerinde Makyavelizm'in alt boyutlarının rolünü incelemek için yapılan analizde; Makyavelizmin alt boyutlarının sezgisel ve rasyonel karar verme stilleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Akademisyenlerin karar verme sürecinde daha fazla tercih edeceklerini düşündüğümüz stil olan rasyonel karar verme üzerinde anlamlı bir etkinin saptanmaması için ortancaya tutunma eğilimlerinden kaynaklı olabileceği yorumu yapılabilir. Fakat araştırma sonucunda Makyavelizm'in alt boyutlarının sezgisel karar verme stilleri üzerinde anlamlı bir etkisinin saptanmaması beklediğimiz bir sonuç yaratmıştır. Çünkü bilim insanlarının genel eğilimleri olan olaylara nesnel bakabilmeleri, kriticizm akımının benimsenmesi gibi yaklaşımları benimsemeleri bu sonucu olağan kılmaktadır. Bunlar da yapılmış ulusal uluslararası çalışmalarla kanıtlanmaktadır.

Akademisyenlerin Makyavelist eğilimlerinin ani ve kaçınılmaz kararlar vermelerine neden olan faktörler konusunda; bilimin zaman zaman ani kararlar vermeyi gerektirmesi, akademisyenlerin bireysel kariyer hedeflerine odaklanmaları aynı zamanda bilimsellikten uzaklaşmamak, mükemmeliyetçi kişiliğe sahip olmak ve etik davranmaya özen göstermek gibi kaygılarından kaynaklanmaktadır denilebilir. Araştırmada elde edilen sonuçlar bu örneklem grubu için genellenebilir. Ancak daha fazla örneklem ile farklı sektörlerde benzer çalışmaların gerçekleştirilmesi bu konu ile ilgili daha genel yargılar elde etmemizi mümkün kılacaktır. Gelecek çalışmalara öneri olarak da Makyavelizm ve karar verme stilleri ilişkisinde kişiliğin aracılık rolüne bakılmasının konuyu zenginleştireceği kanısındayım.

Kaynakça

- Aziz, A. (2004). Machiavellianism Scores and Self-Rated Performance Of Automobile Salespersons. *Psychological Reports*, 94(2), 464-466.
- Aziz, A. (2005). Relationship Between Machiavellianism Scores and Performance Of Real Estate Salespersons. *Psychological Reports*, 96(1), 235-238.
- Balkıs, M. (2007). Öğretmen Adaylarının Davranışlarındaki Erteleme Eğiliminin, Karar Verme Stilleri ile İlişkisi, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 21(1), 67-83.
- Bereczkei, T. (2015). "The Manipulative Skill: Cognitive Devices and Their Neural Correlates Underlying Machiavellian's Decision Making", *Brain and Cognition*, (99), 24-31.
- Bitlisli, F. ve Dinç, M. (2015). Makyavelist Kişilik Eğilimleri ve Etiksel Karar Verme Davranışı İlişkisi: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 17(4), 921-943. retrieved from <https://dergipark.org.tr/pub/mbdd/issue/55249/758227>

- Brandtstadter, J. (1999). *The Self In Action And Development: Cultural, Biosocial, And Ontogenetic Bases Of İntentional Self -Development*.
- Brandtstadter & R. M. Lerner (Eds.), *Action And Self-Development: Theory And Research Through The Life Span*. Thousand Oaks, CA: Sage. (37-66).
- Christie, Richard & Geis, F. L. (1970). *Studies in Machiavellianism*. New York: Academic Press.
- Chen, S.Y. (2010). Relations Of Machiavellianism With Emotional Blackmail Orientation Of Salespeople. *Procedia Social and Behavioral Sciences*. 5, 294-298.
- Dahling, J. J., Whitaker, B. G. & Levy, P. E. (2009). The Development and Validation Of A New Machiavellianism Scale. *Journal of Management*, 35(2), 219-257.
- Dingler, D. M. & Brown, B. B. (1987). Self-Disclosure As An İnfluence Strategy: Effects Of Machiavellianism, Androgyny, And Sex. *Sex Roles*, (16), 109-123.
- Driver, M. J., Brousseau, K. E. & Hunsaker, P. L. (1990). *The Dynamic Decision Maker*. New York: Harper & Row.
- Durmuş, İ. (2019). Yöneticilerin İşlerine Yönelik Tutumları, Karar Verme Tarzları ve Modern Ahilik Davranışları, *Global Journal of Economics and Business Studies, Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*. 8 (16), 16-32.
- Fehr, B., Samsom, D. & Paulhus, D. L. (1992). The Construct Of Machi-Avellianism: Twenty Years Later. In C. D. Spielberger & J. N. Butcher (Eds.), *Advances in Personality Assessment*, (9), 77-116.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS, Third Edition*.
- Ford, R.C. & Richardson, W.D. (1994). Ethical Decision Making: A Review of the Empirical Literature. *Journal of Business Ethics*, 13, 205-221.
- Forward, S. (1997). *Emotional blackmail*. NY: Haper Collins Publishers Inc.
- Gable, M., Hollon, C. & Dangelo, F. (1992). Managerial Structuring Of Work As A Moderator Of The Machiavellianism and Job Performance Relationship. *Journal of Psychology*, (126), 317.
- Greenberg, H. & David M. (1964). A New Approach to the Scientific Selection of Successful Salesmen, *The Journal of Psychology*, 57 (2), 113-123
- Güney S., Mandacı, G. (2019). Makyavelizm ve Etik Algısı İlişkileri: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (2), 83-104.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2013). *Multivariate Data Analysis: Pearson Education Limited*.
- Harren, V. A. (1979). A Model Of Career Decision Making For College Students. *Journal of Vocational Behavior*, (14), 119-133.
- Hulderman, A. M. (2003). "Decision-Making Styles and Learning Strategies of Police Officers: Implications for Community Policing", Oklahoma State University, Faculty of the Graduate College of the Oklahoma State University, Doctorate Thesis, Oklahoma.
- Jones v.d., (1979). Machiavellianism and Self-Disclosure, *The Journal of Psychology*, (102), 33-41.
- Kareshki, H. (2011). Relation among Machiavellianism Belief and Goal Orientations in Academic Situations, *Procedia Social and Behavioral Sciences, International Conference on Education and Educational Psychology*, (12), 414-418.
- Koksal, A. ve Gazioglu, E. İ. (2007). Ergenlerde Duygusal Zekâ İle Karar Verme Stratejileri Arasındaki İlişki. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(1), 133-146.
- Latifeyan, M. & Bashash, L. (2008). Studding Relation Among Students Goals And Components Of Machiavellianism Personality. *Psychology Journal*. (50), 170-189.
- Liu, C. C. (2008). The Relationship Between Machiavellianism and Knowledge Sharing Willigness. *Journal of Business and Psy chology*, (22), 233-2
- Mau W. C. (2000). Cultural Differences İn Career Decision-Making Styles and Self-Efficacy. *Journal of Vocational Behavior*, (57), 365–366.

- Mudrack, P. E. & Mason, E. S. (1995). Extending the Machiavellianism construct: A Brief Measure and Some Unexplored Relationships. *Journal of Social Behavior and Personality*, (10), 187-200
- Özsoy, F. H. (2017). Örgütlerde Makyavelizm ve Sinizmin Çatışma Yönetimine Etkisi: Bir Teknoloji Şirketinde Uygulama (Yüksek Lisans Tezi), İstanbul Kültür Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü/İşletme Anabilim Dalı/İşletme Bilim Dalı).
- Pintrich, P.R. (1999). The Role Of Motivation In Promoting And Sustaining Self-Regulated Learning. *International Journal Of Educational Research*, (31), 459-470.
- Rayburn, J. M. & Rayburn, L. G. (1996). Relationship Between Machiavellianism and Type A Personality And Ethical-Orientations. *Journal of Business Ethics*, 15(11), 1209-1219.
- Rubin, R. B. & Rubin, A. M. (1992). Antecedents Of Interpersonal Communication Motivation. *Communication Quarterly*, (40), 305-317.
- Schutz, W. C. (1966). *The interpersonal underworld*. Palo Alto, CA: Science and Behavior Books.
- Scott, S., G. & Bruce, R. A. (1995). Decision Making Style, The Development and Of A New Measure. *Educational and Psychological Measurement*. 55 (5). 818-831.
- Solar, D. & Bruehl, D. (1971). "Machiavellianism and Locus of Control: Two Conceptions of Interpersonal Power", *Psychological Reports*, (29), 1079-82.
- Tang, T.L., Chen, Y.J. & Sutarso, T. (2008). "Bad Apples in Bad (Business) Barrels: The Love of Money, Machiavellianism, Risk Tolerance, and Unethical Behavior", *Management Decision*, 46(2), 243-263.
- Taşdelen, K. A. (2001). "Öğretmen Adaylarının Bazı Psiko Sosyal Değişkenlere Göre Karar Verme Stilleri", *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 40-52.
- Taşdelen, A. (2002). Öğretmen Adaylarının Farklı Psiko Sosyal Değişkenlere Göre Karar Verme Stilleri. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü D.E.U.B.E.F. İzmir.
- Thunholm, P. (2004). "Decision-Making Scale: Habit, Style or Both?", *Personality and Individual Differences*, (36), 931 – 944.
- Tosun, K. (1992). İşletme yönetimi. Savaş Kitap ve Yayınevi.
- Tutar, H. ve Erdem, A. T. (2020). Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve SPSS Uygulamaları. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Üçok, C. (1988). Yönetim İlkeleri, Ankara
- Ülbeği, İ. D. (2016). "Makyavelizm Ölçeğinin Güvenirlik ve Geçerlilik Çalışması", *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25(2), 89-100.
- Warburton, N. (2016). *Felsefenin Kısa Tarihi*. (Çeviri: Güçlü Ateşoğlu) Alfa Yayınları: İstanbul
- Yılmaz, A. (1999). Etkili Karar Verme Süreci: Yeni Bir Karar Verme Model Önerisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 18(18), 209-220.
- Zimmerman, B.J. (1998). Academic Studying And The Development Of Personal Skill: A Self-Regulatory Perspective. *Educational Psychologists*, (33), 73-86.

Extended Abstract

Aim and Scope

The purpose of this research; to reveal the decisive effect of the Machiavellian personality type on the decision-making styles of the employees. In the research, firstly, the concepts of Machiavellianism and decision-making styles are explained. Then, the empirical research in which the sample group of the faculty members working at state and foundation universities in İstanbul was included. In the study, the relationship between the variables was examined. The study group of the research consists of a total of 323 faculty members, 169 women and 144 men, who work in various units of state and foundation universities in İstanbul and can be reached by Convenience sampling. Machiavellian personality scale, decision-making styles scale and personal data form were used to provide data for the research. As a result of the research; It has been determined that the Machiavellian personality types of faculty members are a variable that affects their decision-making styles. The analyzes conducted within the scope of the research showed that there was a positive

significant relationship between moral deprivation and distrust of others sub-dimensions and avoidant decision-making style, and between moral deprivation and spontaneous/spontaneous decision-making styles. In addition, an interaction was found between gender and age variables and dependent decision-making styles. According to the results of the difference analysis, a difference was found between gender and marital status variables and moral deprivation, as well as between age and marital status variables and distrust of others sub-dimensions.

Methods

The scientific method is a methodical process that enables the development and testing of consistent but inconclusive hypotheses by observing events or phenomena that occur in the universe (Tutar and Erdem, 2020: 71). In order to test the hypotheses within the scope of the research, this managerial process was carried out with the quantitative research method. In order to determine the role of gender, age, marital status and Machiavellianism on the decision-making styles of academicians, the findings obtained by using the quantitative research method were subjected to statistical analysis.

Findings

When the relationship between Machiavellian personality type and sub-dimensions of decision-making styles was examined, a positive significant relationship was found between intuitive, avoidant and spontaneous decision-making styles and Machiavellian sub-dimensions. No significant relationship was found between rational and dependent decision-making styles and Machiavellian sub-dimensions.

In the moral deprivation sub-dimension, the average of males was higher than the average of females. Moral deprivation and distrust of others average of single people, Moral deprivation of married people and distrust towards others was higher than the average. When the sub-dimension of distrust of others is examined, it is seen that the average of individuals between the ages of 25-35 is higher than the average of individuals aged under 25 and between 35-45. It has been observed that Machiavellianism has no significant effect on rational and intuitive decision-making styles. It is seen that gender and age negatively predicted dependent decision-making styles. Dependent decision making levels of women were lower than men. Moral deprivation and distrust of others are seen to positively predict avoidant decision-making styles. Moral deprivation is seen to positively predict spontaneous / spontaneous decision-making styles.

Conclusion

In the analysis made to examine the role of the sub-dimensions of Machiavellianism in decision making; a significant effect of Machiavellian sub-dimensions on rational and intuitive decision making is stated. It can be interpreted that not determining the meaningful relationship of rational decision making, which is the style that we think academics will prefer to make more decisions, may be due to the tendency to hold onto the median. It should be noted here that it was a result that we expected that there was no relationship between the sub-dimensions of Machiavellianism and the intuitive style. This is because scientists adopt approaches such as having a general tendency to look at the events objectively, and adopt the criticism trend. These are proven by international scientific research.

Among the factors that cause scholars' Machiavellian tendencies to make sudden and avoidant decisions; science requires making sudden decisions from time to time, academicians' focus on their individual career goals, not being tested, having a perfectionist personality and being careful to behave ethically stems from their concerns. The results obtained in the study can be generalized for this sample group. However to reach a more general judgment, it will be possible by carrying out similar studies in different sectors with a larger sample. As a suggestion for future studies, I believe that looking at the mediating role of personality in the relationship between Machiavellianism and decision-making will enrich the subject.

Şükürler Sofrası Rızıklar Kapısı: İmaretler (Ayasofya, Nuruosmaniye, Şehzade, Atik Valide, Çinili)

Thanksgiving Table, The Door of Sustenance: Public Kitchen (Ayasofya, Nuruosmaniye, Şehzade, Atik Valide, Çinili)

Osman Taşkın¹

Öz

Bu makalenin amacı Osmanlı medeniyet tasavvuru içerisinde önemli bir yeri olan beş büyük vakıf imaretini ekonomik kapasiteleri bakımından karşılaştırmalı olarak incelemektir. Sadece kendi medeniyetimizde değil dünya tarihinde temayüz etmiş ve kurumsallaşmış olan imaretler, ne mimari ne de kültür tarihimiz açısından yeterince incelenmiş değildir. Üstelik bunlar tembellerin beslendiği eski kurumlar gibi soyut ve genel yaklaşımlarla değersizleştirilmiştir. Oysa tarihi verilere bakıldığında imaretler, Osmanlı'nın kuruluşundan yirminci yüzyılın başına kadar geniş tabanlı istihdam alanı sağlamış ve çalışanlarla muhtaçların günlük yemek ihtiyaçlarını karşılamışlardır. Toplumsal kargaşanın ve halkın acze düşmesinin önüne geçerek önemli bir rol ifa ettiklerini göstermişlerdir. Ayrıca kişi başına gerekli olan gıda miktarı gibi hususları yazılı bir metne dönüştürerek beslenme kültürü ve halk sağlığının korunması noktasında bir standardizasyon getirdiği bir gerçektir. Bu çerçevede İstanbul'un iki yakasında ve şehrin gelişimine büyük katkıları olan Sultan Mahmud (Ayasofya), Nuruosmaniye, Şehzade Mehmed, Atik Valide Sultan ve Cedit Valide (Çinili) İmaretleri ekonomik kapasiteleri bakımından kıyaslanmıştır. Araştırmanın önemli bir yönü Evkaf Nezareti'nin kuruluşundan sonraki ilk yıllara denk gelen 1827-1828 yılına ait verilerin kullanılmasıdır. Bu veriler, vakıfların XIX. yüzyılda mali ve idari açıdan kötü yönetildikleri eleştirilerine de bir yanıt olması yanında zor piyasa koşullarına rağmen bu beş imaretin faaliyet sahasında yerlerini önemli ölçüde koruduklarını göstermiştir. Ayrıca farklı vakıf muhasebe kayıtlarından elde edilen gıda fiyatları değişim grafikleri, ekonomi tarihi ve şehir tarihi araştırmalarına yararlı veriler sunmaktadır. Buna ilave olarak, imaretlerde tüketilen gıda ürünleri, gastronomi, beslenme ve diyetetik gibi yeni bilimsel sahalara tarihi bilgi sunmaktadır. Son olarak, Türk yemek kültürü tarihi ve tat algısı gibi araştırma sahalarına da önemli tarihi perspektif kazandıracığı beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: İmaret, Ayasofya, Atik Valide, Gıda fiyatları, Vakıf muhasebesi, Sosyoekonomik Yapı

Abstract

This article aims to comparatively examine five large foundation imarets which have important places in the Ottoman civilization imagination, in terms of their economic capacities. The Public kitchens, which have become distinguished and institutionalized not only in our own history but also in world history, have not been adequately studied in terms of neither our architecture nor our cultural history. Moreover, they have been devalued by someone via abstract and general approaches, such as the old institutions in which the lazy are fed. However, looking at the historical data, the public kitchens provided a wide-based employment area from the foundation of the Ottoman Empire to the beginning of the twentieth century and met the daily food needs of the employed and the needy. It has shown that they play an important role by preventing social turmoil and the impotence of the people. In addition, it is a fact that by converting issues such as the amount of food required per person into a written text, it brought a standardization in terms of the protection of nutrition culture and public health. In this context, Sultan Mahmud (Hagia Sophia), Nuruosmaniye, Prince Mehmed, Atik Valide Sultan and Cedit Valide (Tiled) Imaret, which are located on both sides of the city and have great contributions to the development of the city, have been compared in terms of their economic capacities. An important aspect of the research is the use of data from the years 1827-1828, which coincides with the first years after the foundation of Evkaf Nezareti. Leaving the criticism aside that foundations were financially and administratively poorly managed in the nineteenth century. These data, foundations, XIX. In addition to being a response to the criticism that they were financially and administratively mismanaged in the 19th century, it showed that these five soup kitchens maintained their place in the field of activity to a great extent despite the difficult market conditions. In addition, food price change charts prepared with data obtained from different foundation accounting records provide useful data for economic history and city history research. In addition, food products consumed in public kitchens provide historical information to new scientific fields such as gastronomy, nutrition and dietetics. Finally, it is expected that it will bring an important historical perspective to research fields such as Turkish food culture history and taste perception.

Keywords: Public kitchen, Hagia Sophia, Atik Valide, Food prices, Foundation accounting, Socioeconomic Structure

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 10 / 05 / 2021

Accepted: 27 / 10 / 2021

¹ Dr.Öğr.Üyesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, osman.taskin@kilis.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-6193-7169>

Giriş

İslam medeniyet tasavvuru içerisinde gelişen ve aşılmaz bir yere sahip Osmanlı medeniyeti, İstanbul'u yeniden yorumlayıp yeni bir tarz geliştirerek onu kendi medeniyetinin sembolü bir şehre dönüştürmüştür. Ayrıca bu medeniyet çerçevesinde mimariden müziğe, şiiirden hukuka, yazıdan nakış işçiliğine her alanda her büyük medeniyetin dönüşümünde yarattığı gibi bir takım kilit ve simge eserler meydana getirmiştir. Osmanlı medeniyetinde İslam dinin evrensel hitabını özetleyen “nizam-ı alem” tasavvuru sahip olduğu değerler sistemine göre bir hayat düzenler. İbn Haldun'un medeniyeti, insanların tabiat içinde onun sunduğu imkânı kullanarak oluşturdukları “muntazam ve mürettep fiiller” şeklinde tarif etmiştir. Buradan hareketle T. Görgün, insanların yaptıkları bütün şeylerin toplamı olan medeniyet eğer yapılıyor, anlatılıyor ve keyfiyeti idrak ediliyorsa ona tam bir medeniyet denileceğini ifade etmektedir (Görgün, 2019: 7). Başka bir ifadeyle medeniyet tasavvuru medeniyetin yetiştirdiği bireylerin iç dünyasındaki hiyerarşinin ve değerler sisteminin eylemlerle dışa yansımadır. Osmanlı'dan kalan vakıf imaretlerini de bu çerçevede bir medeniyet tasavvurunun yansıması olan külliyelerin bir parçası ve “nizam-ı âlem” tasavvurunun insana dönük cihanşümül bakışının somutlaşmış hali olarak bakmak gerekecektir. Ne var ki bu bağlama aşına olmayan birçok anakronik yaklaşımlar veya değerlendirmeler tekrar edilerek gerçek medeniyet tasavvurumuzun keyfiyeti tam olarak anlaşılammamaktadır.² Çünkü Allah tecelligâhı olan insana bahşettiği birçok duygu, estetik ve yaratıcılık insan faaliyetlerinde tecessüm etmektedir. Bir mimari eser veya sanat eseri insanın yaratıcılık ve estetik bakışını somutlaştırmaktadır. Bir tablo ressamın estetik ve kabiliyetini somutlaştırmaktadır. Allah'ın “rahman” sıfatının tecellisi olan insanın merhamet duygusu da İslam medeniyetinde insan faaliyetlerinde vakıf müessesisiyle somutlaşmış ve kurumsallaşmıştır diyebiliriz. Bu yüzden vakıf medeniyeti bir merhamet medeniyetidir. Bunun da en zirve örneği Osmanlı Devleti'nde olgunlaşmış ve kemâle ermiştir.

Osmanlı medeniyetinin oluşumunda en merkezi yeri oluşturan vakıf imaretleri bu noktada yeterince ele alınmış ve tahlil edilebilmiş değildir. Zira zenginden yoksula bir servet akımına aracılık eden vakıflar ve özelde imaretler, İslam dininin fert ve toplum olarak insana getirdikleri ve ondan istedikleri arasında kendilerine rızık olarak verilenlerden infak etmesi emrinin bir sonucu olarak teşekkül etmiştir (Kur'an-ı Kerim Bakara 2/3). Bu emir daha geniş kapsamlı olsa da insanların en temel ihtiyaçlarının başında beslenme ihtiyacı gelmiştir. Bu yüzden şehir yapısının asıl unsurlarını oluşturan büyük vakıf külliyelerinin hemen hemen hepsinde bu temel ihtiyacın giderilmesine dönük birimler var olmuştur. Bunlardan önemli bir yere sahip olan Nuruosmaniye İmaret'i'nin 1169/1755 tarihli kitabesinde padişah yaratanın ihsan ve ikramına aracılık eden ve kendisine emanet edilmiş halka karşı sorumluluk hisseden, bağışlanmaya ve sevap kazanmaya muhtaç cömert ve dağıtan bir kul olarak tavsif edilmiştir.

Cihânın şehinşâhı âlemin sultanı ki yaratanın yardımına mazhar olan odur, hayâ, adalet ve doğruluğun kaynağıdır. O, cömerttir, verendir ve dağıtandır. Bu nimetler bağışlayan geniş dergâhı kat kat kemerler üstüne yaptı miskin ve yetimi burada doyurdu. İhsan isteyenlere lütfunu sundu, kendi varlığını cihana yaydıkça. Şükürler sofrası boğazları doyursun Hâkim'in kaleminden bu tarih yazılsın o yüce rızıklar kapısı olan imaret (Neftçi, 2016: 127).

İmaret kavramı daha geniş bir anlamada kullanılmış O.Nuri Ergin'in ifade ettiği gibi sadece aşhane anlamında değil günümüzde külliye kavramının karşılığı olarak kullanılmaktaydı. (Ergin, 1936: 44). Zamanla anlam daralmasına uğrayan imaret kavramı günümüzde zihinlerde edindiği yerden daha fazla bir işleve sahip mekânlardır. Sırf bu açıdan bakılsa bile kültürel zenginliğimizin bir parçası olan yemek, ihtiva ettiği dini ve kültürel kodlarla kimlik inşasında önemli bir unsurdur. Aynı zamanda iletişimde temsil ve göstergelere sahip toplumsal ve ekonomik ilişkiler üreten bir yapısı vardır. Netice itibariye imaretlerde ikram edilen yemekler halkın fizyolojik ihtiyaçlarının giderilmesinden öte çok yönlü fayda sağlayan sosyal ekonomik ve politik anlamlara sahiptir (Gürhan, 2017: 1204; Gürbıyık, 2015: 24). Bu nedenle imaretler çok yönlü bir işlev görerek kültürel ve dini birlikteliğin yerleştirilmesi, sultanın adı ve şanının yaygınlaşması, açlık sebebiyle toplumsal ahlak ve düzene zarar verecek olayların önünü alarak bir sığınak oluşturmaları, sosyal ilişkiler bağlamında yatıştırıcı bir rol üstlenerek insanlara şefkat ve yoksullara yardım gibi dini ve insani gerekleri etkili bir sistem vasıtasıyla yerine getirmişlerdir (Barkan, 1962-1963: 284). Bu noktada H. Ziya Ülken'in şu tespiti oldukça yerindedir: Türk vakıflarının aynı kanun çerçevesinde sosyal bir gaye etrafındaki tüm girişim ve yardım işlerini içine alan sistemin en önemli unsurunu imaretler

² Burada medeniyet kavramı ve felsefesi tartışmak yerine sadece bir noktaya dikkat çekmek yerinde olacaktır. Medeniyet tasavvurunu anlama ve anlatmada bizzat aynı medeniyeti içselleştirmiş kişilere ve aynı zihni melekelerin ürünü gerçek değerlendirmelere olan ihtiyaçtır. Alana katkıları inkâr edilmeyecek akademik çalışmalarda vakıflar sırf iktidarın meşruiyet kazanma aracı olduğu çerçevesinde değerlendirilmekte ve bu birçok yerde tekrar edilmektedir. Mesela kardeşler arasındaki sürekli rekabeti vakıf kurmaya teşvik eden bir unsur olarak ele almak “nizam-ı âlem” medeniyet tasavvuru içerisinde nasıl değerlendirilebiliriz? Ayrıca “kişisel amaçlar ve ayrıcalıklı bir mevki elde etmek için, sosyal ve ekonomik yardımı bir sistemde bir araya getiren vakıflar, giderek güçlü ve rağbet gören araçlar haline geldiler” (Singer, 2004: 43) şeklinde anlam daralmasına uğramış yorumlar gerçek medeniyet algısını perdelemektedir. Üstelik yaklaşım anakronizmine (Öztürk, 2011: 39) varan algı yanlışlığına sebep olabilecek yaklaşımlardır. Burada şu soruyu sormamız gerekir. Meşruiyet ihtiyacı Batı'da hüküm süren imparatorlar için geçerli değil miydi ki Osmanlı'da vakıf müessesisi bu derece temayüz etmiş ve farklı bir medeniyet inşa edilmiştir? Üstelik aynı dönemde Avrupa'da şüphe, kara bir bulut gibi insanların üzerine çökerek toplumu ve aileyi parçalayan (Kumrular, 2012: 28-46) merhametsizliğin, menfaatin temelini oluşturduğu bir medeniyet tasavvuru karşısında, Osmanlı Devleti vakıf müessesisiyle en ince ayrıntısına kadar vakfiyelere nakşettirerek bütün canlıların hakkını ve rızıkını teslim etmeyi düstur edinen bir merhamet medeniyeti inşa etmiştir.

oluşturmuştur (Ülken, 2006: 15). Kuşkusuz bu çerçevede selatin vakıfları çok büyük bir yere sahiptir. İstanbul'un en önemli vakıfları arasında bulunan ve XX. yüzyılın başına kadar faaliyetlerini sürdüren vakıf imaretleri incelenmeye ve karşılıklı bir tahlile tabi tutulmaya geçecek veriler sunacağı düşünülmüştür. Bu vesileyle hazırlanan bu çalışmanın odak noktasını İstanbul'un beş büyük vakfı Sultan Mahmud (Ayasofya) Vakfı İmaret, Nuruosmaniye, Şehzade Mehmed, Atik Valide Sultan, Cedid Valide (Çinili) Cami vakıf imaretleri muhasebe verileri oluşturmuştur. Çalışmada imaret kavramı, imaretin külliye içerisindeki yeri, incelenen imaretlerin kısa tanıtımı, genel anlamda vakıfların gelir gider ve bütçe açıklarına dair bazı meseleler, imaretlerin gıda harcamalarının karşılaştırılması ve elde edilen bulguların sonuç kısmına yazılması şeklinde bir yol izlenmiştir.

İmaret kelimesi aslında imar etme, yerleşme, bayındır hale getirme anlamına gelmektedir (Ertuğ, 2000: 219). Zamanla bu imar ve bayındır hale getirme faaliyetlerinin sonucu olarak bir yapı topluluğu anlamı kazanmıştır. Bu noktada O. N. Ergin Türklerin şehircilik ve imar alanında ortaya koymuş oldukları imaret tabirinin ve imar sisteminin Avrupalıların "site"si ile Arapların "Medine"sinin karşılığı olduğunu ifade eder bu kavramın sadece aşevi manasında kullanılmakla yanlış anlaşıldığını ifade eder (Ergin, 1939: 5, 18). O.N. Ergin'in vurguladığı nokta aslında yukarıda ifade ettiğimiz gibi bir yapı topluluğuna özellikle Anadolu'da XII. XV. yüzyıllarda yapılan cami, han, hamam, medrese, tekke, zaviye, türbe gibi farklı yapı türünün tamamına imaret denilmiş olmasıdır (Pay, 2005: 931; Ergin, 1939: 5, 19). Örneğin Karamanoğlu İbrahim'e ait vakfiyelerde imaret diye anılan hayır kurumları bu anlamda genel yapı topluluğu olarak zikredilmiştir (Ülken, 2006: 21). Ne var ki imaret kelimesinin bu geniş anlamı XVI. yüzyıldan sonra yavaş yavaş terk edilmiş külliyelerin bir birimi olarak sadece yemeğin pişirildiği, dağıtıldığı ve yendiği yere denilmiştir. XVIII. yüzyılda ve sonrasında yapılan birçok külliyenin sadece bu birimlerine imaret tabiri kullanılmış inşa kitabesinde imaret olarak tanımlanmıştır. (Gürbıyık, 2013:1; Gürbıyık, 2015: 24). Bu kavramsal değişimin sebeplerini aramak belki önemli görünmeyebilir ancak halk nezdinde önemli yer ettiğini ifade etmek gerekir. Zira imaret ismi ülkemizin birçok yerinde mekân isimleri bir mahalle ya da sokak adıyla yaşamaktadır. Bir zamanlar fakirlere ve o bölgede yaşayan sakinlere bir ekmek, bir tas çorba verilen bir imaretin var olduğunu göstermektedir (Çelebi, 2017: 6). İngilizcede "public kitchen" yani halka, kamuya açık mutfak ifadesi de aslında imaretlerin yabancı zihinlerdeki algısını göstermektedir (Singer, 2005: 481). Belki de imaret kavramı insanların zihninde daha çok yemek dağıtılan yer olarak kalması bu anlam daralmasında etkili olmuştur; insanların her gün tattıkları imaret çorbasının tadı ve kokusu bu kavramı daha uzun süreli yaşama imkânı bulan ve çerçeveye oturtan bir kültür öğesine dönüştürmüştür.

İmaretlerin ortaya çıkmasının dini, fizyolojik, siyasi idari ve sosyoekonomik gerekçeleri yanında psikolojik yönü de ele alınması gereken bir konudur. Günümüzde psikolojinin alt dalları olan sosyal ve din psikolojisi gibi alanlar bu konuda anlamlı sonuçlar sunmaktadır. Pozitif psikoloji yaklaşımı insanın karanlık taraflarının tersine, onun iyiliğe yönelmesinin de incelenmesi gerekliliğini savunmaktadır; Pozitif psikoloji, adaletten cesarete, şükürden affedicilik ve yardımseverlik gibi erdemleri konu edinirken diğerkâmlık son dönemlerde öne çıkmıştır. En geniş manasıyla karşılıksız yardım etme davranışı olarak tanımlanan diğerkâm (özgeci) davranış literatürde önemli bir yer tutmaktadır (Düzgüner, 2019: 350, 351). Bu durum insan davranışlarında ve toplumsal dayanışmada önemli bir motivasyon kaynağı olan İslam dininin öğretileriyle tamamen örtüşmektedir. Bu çerçevede gerek ayet ve hadisler gerekse Müslüman düşünürler, insanın sosyal bir canlı olarak tek başlarına karşılayamayacakları ihtiyaçlarla kuşatıldıkları için toplumsal hayatta, devlet ve hukuk kurumlarıyla desteklenerek onların ihtiyaçlarının giderilmesi gerektiği dile getirmişlerdir. Hatta İslam dini ilk dönemlerde Müslümanlar arasında yardımlaşmayı teşvik etmiş, buna yanaşmak istemeyen müşriklerin "Allah doyurmamışsa biz niye doyuralım" şeklindeki bencil ve maddeye düşkün yaklaşımları sapkınlık olarak nitelendirilmiştir (Çağrı, 2013: 333). Bu tür motivasyonların bir açıdan yiyecek tüketiminin insan psikolojisi ve mutluluğu üzerindeki etkisiyle toplumsal huzuru hedeflediğini göstermektedir. Netice itibarıyla insan dünyada ne kadar çok mal ve imkânlara sahip olursa olsun, ömür sınırlıdır. Fakat insan daha uzun süre yaşamak bu dünyada saygı ile anılacak bir mevkie erişmek, ölümünden sonra da Allah'ın rızasını kazanmış bir kul olma arzusunda. Topluma yararlı bir fert olmanın ve ihtiyaç içerisindeki bir canlının yardımına yetişmenin psikolojik hazzını duymak istemektedir. Gerçekte vakıf yapan kişi, feragat etmenin ve başkasına yardımcı olmanın mutluluğunu, vakıf imkânlarından yararlanan kişi de, bir ihtiyacını gidermiş olmanın hazzını duymaktadır (Öztürk, 1995: 20).

Diğer yandan Türk devlet geleneğinde Kül Tigin ve Bilge Kağan adına dikilmiş olan Göktürk Kitabelerinde, Kutadgu Bilig ve Dede Korkut, Nizamülmülk gibi devlet adamlarının iyi bir hükümdarın halkını besleyen ve doyuran olması gerektiği hususlarının vurgulanması vakıf kültürünün gelişmesinde önemli rol oynamıştır. Üstelik Türk devlet geleneğinde kurulan toy bir çeşit ziyafet geleneğidir (Çelebi, 2017: V). Kültürel mirasımızın seçkin simalarının üzerinde çok durdukları insana ve tüm varlıklara duyulan sevgi, Türk vakıf geleneğinin de temel düşüncesini oluşturmuştur (Özden, 2004: 344). Bu geleneğin temel yapılarından birisi olan imaretler Anadolu Selçuklu ve Beylikler döneminde ticaret güzergâhındaki hanlar ve kervansaraylarda, şehirlerde medrese ve tekke gibi farklı kesimlere karşılıksız yiyecek verildiği birimlerdi. Bu yapılar Osmanlı döneminde kendi başına bağımsız birimler olarak kendine has özellikler taşıyan ayrı bir yapı olarak gelişme göstermiştir. Ayrıca imaretler kolonizasyon ve iskân politikaları çerçevesinde Osmanlı Devleti'nin ilk devirlerinde önemli

fonksiyon icra ederek kurumsallaşmıştır (Gürbıyık, 2013: 1). İmaretlerde pişirilen geleneksel çorbanın yemek kültüründe imaret çorbası olarak tanınması bu kurumsallaşmanın yansıması olarak görülmelidir (Çelebi, 2017: 6).

H. Z. Ülken Türk şehirleşme tarihi çerçevesinde Osmanlı kurumlarına bakıldığında özellikle fethedilmiş şehirlerin yenileştirilmesinde en fazla hizmetin vakıf ve vakıf binalarının hizmeti olduğunu ifade etmiştir (Ülken, 2006: 31). Osmanlı şehirleri hakkında yapılan incelemelerin hemen hemen tümünde vakıflardan söz edilmesi de bunu göstermektedir (Bayartan, 2008: 173). İstanbul fethedildikten Fatih Sultan Mehmet ilk olarak İstanbul'un imar edilmesini emretmiş ve kendisi için bir saray bir de cami yapılmasını istemiştir. Bu süreçte 45 tane imaret kurulmuş şehrin iskânında halka hizmet sunmuşlardır. Ardından Mahmud Paşa olmak üzere birçok vezir şehrin farklı yerlerinde cami, yatılı okul, imaretler ve halk hamamları yapımında önemli rol almışlardır (İnalçık, 1988: 220). İstanbul gibi Bursa, Edirne gibi şehirlerle birlikte Anadolu ve Balkanlarda birçok şehir imaret sitelerini oluşturan abidevi yapılar çerçevesinde kurulup gelişme göstermişlerdir (Barkan 1962-1963, p. 239). Hürrem Sultan'ın 1550 yıllarında Kudüs'te kurduğu imarete oraya gelen her fakire günlük neredeyse yarım kile undan yapılan ekmekten ve zeytinyağlı sebze bir kap çorba ikram edilirdi. Günlük 500 kişiye akşam sabah olmak üzere pirinç ve bulgur çorbası dağıtılırdı. Varlığını günümüze kadar koruyan bu imaret halkın hafızasında öyle yer etmiş ki insanlar hala çocukluğunda sabahın erken saatlerine bir tas çorba içmek için imarete gittiklerini hatırlamaktadır (Singer, 2004: 3, 4);

Biz çocuklar kaynayan kazana ve mutfağın üzerindeki yüksek bacalara ve ana kubbeye dehşetli gözlerle bakıyorduk. Kudüs halkı kahvaltı yerine çorba içerdi; bunun en büyük nedeni yoksulluğu. Fakat bereket getirsin diye ve evde kendileri pişirdiklerinde bulamadıkları özel tadı yüzünden çorba almaları için çocuklarını gönderen aileler vardı. Çorba şekerle tatlandırılırdı, içine kuyruk yağı ve ceviz koyanlar da olurdu. Eski şehrin rahatı yerinde bazı tacirleri tadını beğendikleri için, ayrıca onu içmek nimettir diye çorba almaya birilerini gönderirdi. Dolayısıyla Kudüs'teki çorba, Halil İbrahim Sofrası gibi yalnızca yoksullara değil, zenginlere ve tatmak isteyen herkese açıktı (Singer, 2004: 47).

Evliya Çelebi ise Üsküdar İmaretlerinde gelen herkese üç gün boyunca sabah akşam bakır siniyle bir tas buğday çorbası, birer ekmek, her akşam için mum ve atlar için at başın bir yem sadakası verildiğini, üç günden sonra vakıf şartı gereği verilmediğini yazar (Evliya Çelebi Seyahatnamesi 1314-1896, p. 474). XIX. yüzyıla kadar işlevini devam ettirebilen imaretler, devletin uyguladığı mali tedbirler sonucu, 1911 yılında çıkarılan bir kanunla iki yapı dışında tamamen kapatılmıştır (Gürbıyık, 2015: 25).

Çalışmanın bir başka önemli noktasına işaret etmek yerinde olacaktır. İmaret kayıtları bir vakfın işleyişiyle ilgil en önemli resmi kayıtları ihtiva etmesi açısından vakıf çalışmalarında değerli kaynakları oluşturmaktadır. Bu açıdan muhasebe kayıtlarının incelenmesi vakıf tarihi çalışmalarının mihenk taşı oluşturmaktadır. Çünkü çeşitli tarihlerde tutulan veriler piyasa şartlarını yansıtan en gerçekçi verileri oluşturmaktadır. Vakıf tarihine dair değişimleri görmek mümkün olduğu gibi vakıflar arasında kıyas yapma imkânını da vermektedir. Bu makalede asıl yapılmak istenen şey de bu kıyaslamaya imkân verecek verilere ulaşmak ve Evkaf-ı Hümayun Nezareti'nin kurulduğu ilk yıllarda incelenen imaretlerin faaliyet kapasitelerini ortaya koymaktır. Özellikle en fazla gider kalemlerini oluşturan imaret giderlerini ayrıntılı bir incelemeye tabi tutmaktır. Böylece hem XVI. yüzyıldan beri yaşayan vakıfları hem de XVIII. yüzyılda kurulan vakıfları kıyaslamak ve bu hususta müşahhas veriler ortaya koymaktır. Ayrıca vakfiyelerin durağan hükümlerinden ziyade daha aktif sayısal verilerin vakıfların gerçek tarihini ortaya koyacağı hususuna katkı sunmaktır. Bunu daha açık ifade edebilmek için bir noktaya daha değinmek aydınlatıcı olacaktır.

Vakıflarla ilgili az ya da çok bilgi sahibi olan herkes vakfiyelerin değiştirilemez hükümler ihtiva ettiğini bilmektedir. Ne var ki zamanla farklı ekonomik ve idari sebeplerle vakfiye şartlarının bazılarının başlangıçta olduğu gibi yerine getirilemez olduğunu da belirtmek gerekir (Barkan, 1962-1963: 244). Vakıf idarecileri vakfın genel amaçları çerçevesinde kalmıp pratik bazı değerlendirme yaparak acil ihtiyaçlara göre vakfiye metinlerinde değişiklik yapmak zorunda kalmışlardır. Bu hususu tam kavrayamayanlar vakıf müessesesini sırf bu sebepten eleştirmişlerdir (Singer, 2004: 8,12). Oysa hukuki çerçevede özellikle selatin vakıflarında bunun istisnaları olmuştur; gelir kaynaklarında, yönetim biçiminde, çalışan hizmetli kadrosunda zamanla önemli değişiklikler yapılması sürekli mümkün olmuştur. Bu nedenle vakıfların uzun tarihlerini sadece vakfiyelerine bakarak yazmak mümkün olmadığı gibi sosyal ve ekonomik varlıklar olarak vakıfların muhasebe kayıtları maruz kaldıkları çeşitli değişimleri tespit etmeye yarayacak bilgiler içermektedir. Bu kayıtlar vakfiyelere göre kaynak değeri açısından daha öne çıkmaktadır (Barkan, 1962-1963: 244-245). Bunu bir örnekle izah etmek konuya açıklık getirecektir. Edirne II. Bayezid İmaretinde başlangıçta her cuma gecesi zerde harcı için 32 okka³ bal verilmekteyken 895 yılının Şevval ayı başından itibaren 8'er okkalık bir zam yapılarak Cuma gecelerinin bal tahsisatı 40 okkaya çıkarılmıştır (Barkan, 1962-1963: 270). Fatih vakfiyesinde de her gün istisnasız 240 okka koyun etinin muhasebe kayıtlarına göre 300 okkaya yükseltilmiş olduğu anlaşılır. Ayrıca 1545 yılına ait düzenlemeye göre et tahsisatı 320 okkaya çıkarılmıştır (Barkan, 1962-1963: 274). Süleymaniye Vakfı'nda bazı görevlilere maaşla birlikte et, yiyecek veya arpa hakları bulunuyordu. İlk zamanlar

³ 1 okka/kıyye 1.283 gr.

aynî yapılan bu ödemeler zamanla muhtemelen fiyat artışlarının etkisi karşısında sabit bir harcama kalemi haline getirebilmek için para ödemelerine çevrilmiştir. XVI. yüzyılın sonlarına kadar medrese öğrencilerine ve görevlilerine et ve yemek imaret mutfağından veriliyordu. Yüzyılın sonunda bu uygulamaya son verilerek yemek bedeli ödenmeye başlanmıştır. XVII. yüzyıl başlarında öğrenci ve görevlilere kişi başına 175 akçe ramazan ayında ise 295 akçe ödeniyordu (Güran, 2006: 40). Görüldüğü gibi vakıfların dinamik tarihi gerçek verileri ihtiva eden muhasebe kayıtlarından daha net izlenmektedir. Bu noktada İstanbul'un beş büyük selatin vakıflarına ait imaret kayıtlarını karşılaştırarak vakıf çalışmalarına katkı sunmayı ümit etmekteyiz.

Makalede Topkapı Sarayı Müzesi Arşivi'nde yirmi altı farklı vakfa ait muhasebe kayıtlarının tutulduğu TS.MA.D_01132_0001 numaralı muhasebe defteri esas alınmıştır. Defterin başında ve vakıf muhasebe kayıtlarının başlıklarında hangi tarihlere ait olduğu belirtilmediği için arşiv uzmanlarınca 1214/1799 tarihine tarihlenmiştir. Ancak defter incelendiğinde iki vakfa ait muhasebe kayıtları içinde 1236/1821 ve 1242/1827 tarihlerine ait gelir kayıtlarının olduğu görülmektedir. Defterde gıda fiyatlarının defterde olan diğer tüm vakıf muhasebelerinde aynı olması defterin de aynı zaman dilimine ait olduğunu göstermektedir (TS.MA.D_01132_0001, s. 4,8). Bu durumda muhasebe defterlerinde kayıtları geçmiş yıla ait olması gerektiğinden defterin en geç 1827-1828 yılına ait verileri ihtiva ettiği sonucu çıkmaktadır. Bunu başka kaynaklarla karşılaştırdığımızda bunu teyit edecek sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çerçevede Grafik.2 ve Grafik.6 incelendiğinde buğday pirinç ve odun fiyatları Süleymaniye Vakfı'nın 1827 ve 1828 yılı verileriyle uyumluluk göstermektedir. Bu vesileyle adı geçen tarihte İstanbul'un her iki yakasında faaliyette olan beş vakıf imareti faaliyet kapasiteleri bakımından incelenecektir.

1. İmaretlerin Külliye İçerisindeki Yeri

Sanat ve mimarlık tarihçilerinin pek de dikkatini çekmeyen ve Osmanlı mimarlığının en özgün yapı tasarımlarından birisi olan imaretler erken Osmanlı mimarisi ile ortaya çıkmış ve uzun Osmanlı mimarlık tarihinde yer bulmuş bir mimari yapıdır. Külliye içinde bina edilen; mutfak, ekmek fırını, kiler ve mekel (yemek salonu) gibi birimlerden oluşan sosyal işlevli yapılardır (Budak, 2015: 1). Bu yapılar külliye nitelik kazandıran en önemli birim olup Orhan Gazi fetihten sonra Bursa Kalesi eteklerinde cami, bedesten yanında bir de imaret yaptırmıştı (İnalçık, 1988: 220). Bu yapı toplulukları yukarıda da ifade edildiği gibi tarihi süreçte yeni kurulan yeni şehirlerin veya eski bir şehirlerin imar ve iskânında şehrin çekirdeğini meydana getirmişlerdir (Barkan, 1962-1963: 239, 242,243). Osmanlı şehirleri üzerine yapılan incelemelerde cami, pazar, hamam, bedesten ve imaret gibi yapılar şehirlerin temelini meydana getirmiştir (Demirel, 2000: 1). Bu yapı toplulukları hizmet sağlaması yanında çok önemli istihdam alanı sağlamış bulaşıcı hastalıklar ve orta çağın sonlarındaki savaşlar sebebiyle oldukça zayıf düşen Anadolu ve Balkan şehirlerini yeniden yapılanmasına katkı sağlamışlardır (Faroqi, 2008: 5).

İmaretler plan şeması bakımından belli kaidelere katı katiya bağlı olmayıp farklı plan ve şekillerde genelde mutfak, yemekhane, fırın ve kiler gibi birimlerinden oluşmuştur. İmaretlerin tamamı bir külliye kapsamında olmakla birlikte, bir kısmında külliye avlusu dışında imarete ait ayrı bir avlu yer almıştır. Müstakil avlulu imaretler genelde fonksiyonların çeşitlendiği mimari programın zengin tutulduğu şehir külliyelerinde yer almıştır. Burada öncelik külliye çalışanları, medrese öğrencileri ve çevresindeki ihtiyaç sahipleridir. Bu tür imaretlerde günlük çok fazla kişiye yemek çıkarılması gerektiği için birimler büyük tutulmuş ve yalnızca imarete ait bir avlu etrafında konumlanmıştır (Gürbıyık, 2015: 28,32). Atik Valide Sultan İmareti ve Şehzade Mehmed İmareti bu tür müstakil avluya sahip imaretlere örnektir.

2. İmaret Örnekleri

2.1. Sultan Mahmud (Ayasofya) İmareti

I. Mahmud külliye bütüncül bir yaklaşımla tamamlamak için imaret yapımına karar verdikten sonra çevrede bulunan dört ev istimlak edilerek 20.750 kuruşa satın almış ve bu imareti yaptırmıştır (Diker, 2010: 62). Ayasofya Camisi'nin tamir ve ek binalar yaptırıldığı 1742-1743'te tamamlanarak bizzat sultan tarafından hizmete açılmış böylece külliye dahil edilmiştir.⁴ Muhasebe kaydında Sultan Mahmud İmareti olarak kayıtlı imaret daha çok Ayasofya İmareti şeklinde şöhret bulmuş ve 1911 yılında imaretlerin kapanmasına kadar faaliyetine devam etmiştir (Eyice, 1991: 212; Gürbıyık, 2015: 27). XVIII. yüzyıl imaretleri içerisinde oldukça farklı bir planlamaya sahip olup var olan kuzeydoğu yönündeki cami dış avlunun içine oturtulmuş ve avlu imaret avlusuna dönüştürülmüştür. Avlu kuzey duvarına birleştirilmiş dikdörtgen biçimli arka arkaya dizilmiş imaret yapıları yerleştirilmiştir; fırın, mutfak ve yemekhane birimleri bir tarafta depo ve kiler avlunun diğer tarafındadır (Gürbıyık, 2015: 34).

⁴ <http://www.ottomaninscriptions.com/verse.aspx?ref=list&bid=1169&hid=1423> (E.T. 26.04.2021)

2.2. Nuruosmaniye İmaretı

I. Mahmud'un başlayıp III. Osman'ın bitirdiği Nuruosmaniye külliyesi birimlerinden olan imaret 1755 yılında tamamlanmış ve hizmete açılmıştır. Klasik dönem selatin külliyelerinden çok farklı olarak düşünölmüştür (Eyice, 2007: 264). Mimari açıdan Semavi Eyice camide Türk sanat geleneklerini sürdüren tek unsurun içeride ve dışarıda çeşitli yerlerde görölen devrin en iyi hattatları tarafından yazılmış kitabeler ve yazılar olduğunu ifade eder (Eyice, 2007: 265). İmaretin avlusu küçük boyutlu birçok imarete olduğu gibi dikdörtgen şekilli ve bir köşesi pahlıdır. İmarete giriş bu pahlı bölümden sağlanmaktadır⁵ (Gürbıyık, 2015: 32). İmaretin kapısı üzerinde Hattat Kâtipzâde Mehmed Refî' Efendi'ye ait bir kitabe vardır (Neftçi, 2016: 126).

2.3. Şehzade Mehmed İmaretı

İmaret 1543 yılında Manisa'da vefat eden Kanuni Sultan Süleyman'ın oğlu Şehzade Mehmed (1521-1543) adına Mimar Sinan'ın ilk selatin tasarımı külliyeinin bir parçasıdır. Şehzadebaşı olarak anılan mevki adını bu külliyeinden almıştır. İmaret külliyeinden bağımsız Dedeefendi Caddesi üzerinde yer alır (Orman, 2010: 483). Kanuni Sultan Süleyman külliyeinin giderlerini karşılamak üzere büyük gelirler vakfederek bir vakıf kurmuştur (Sağır, 2016: 921). Mimari yapı itibariyle başka birçok şehirde bulunan müstakim avlulu şehir külliyelerinden olup avlunun iki kenarına yerleştirilmiş birimlerden oluşmuştur⁶ (Gürbıyık, 2015: 35,36). Günümüzde bir vakfa tahsis edilmiştir.⁷

2.4. Atik Valide Sultan İmaretı

Mimar Sinan'ın eseri olan ve Nurbanu (Atik) Valide Sultan'ın hayratı külliyeinin bir birimi olan imaret 1570-1582 yılları arasında yapılmıştır. Külliyeinin ana yapısı Caminin batısında bütünleşmiş olarak imaret, darüşşifa bulunur. (Bayram, 2009: 6) Evliya Çelebi bu imarettten Orta Valide İmaretı olarak söz eder (Evliya Çelebi Seyahatnamesi 1314-1896, s. 474). Aslında bir menzil külliyesi olduğunu düşünöbileceğimiz Atik Valide Külliyesi'nde kervansaray, tabhane ve imaret yapıları ayrı bir hacim olarak bir bütün halinde tasarlanmıştır. Avlusu ise diğer imaretlerden farklı olarak "T" şeklinde bir plana sahip olup revaklı avlulu imaret örneklerinden birisidir⁸(Gürbıyık, 2015: 32). İmaret revaklı avlulu örneklerinden birisidir (Gürbıyık, 2015: 32). Tarihi misyonuna uygun olmayan amaçlar için kullanıldıktan sonra günümüzde özel bir vakıf üniversitesi tarafından kullanılmaktadır.⁹

Bütçe imkânları açısından on dokuzuncu yüzyıla kadar en büyük valide sultan vakfı olma özelliğini taşımıştır (Pantık, 2019: 11). İmaretten faydalanan kişi sayısı net olmamakla birlikte vakfiyede geçen "her gün 56 sofr kurulacaktır" ifadesinden ve pişirilen günlük 1900 ekmek sayısından yola çıkarak vakıf personeli ile beraber yaklaşık 950 kişinin her gün imarettten faydalandığını söyleyebiliriz (Sabırlı, 2014: 48). Külliye yerli ve yabancı birçok seyyah ve araştırmacının dikkatini çekmiştir (Tanman, 1988: 3). Evliya Çelebi Üsküdar'da on bir yerde imaret yemeği bulunduğunu Mihrimah İmaretı, Orta Valide İmaretı (Atik Valide) ve Valide-i Cedid (Çinili) İmaretinden bahseder ve her üçünü de birbirinden aşğı kalmadığından bahsetmiştir (Evliya Çelebi Seyahatnamesi 1314-1896, s. 474). Nurbanu Sultan, oğlu III. Murad'ın hasekisi Safiye Sultanla karıştırılmış Von Hammer ve birçok Türkçe yayında bu tekrar edilmiştir (Argı, 2009: 201). İmaret giderleri vakıf giderleri içerisinde %40'a yaklaşmaktadır. İmaretten faydalanan insan sayısı ve çalışan personel sayısı da oldukça fazladır (Sabırlı, 2019: 185).

2.5. Cedid Valide (Çinili) Cami İmaretı

Günümüzde mevcut olmayan bu imaret yapılan çalışmalarda da pek bahsedilmemiştir (Mazak, 2007: 371) Oysa incelediğimiz dönemde muhasebe kayıtlarına ve Evliya Çelebi zamanında oldukça faal olduğu anlaşılmaktadır. İmaret, 1640 yılında kurulan (Mahpeyker) Kösem Valide Sultan Vakfına ait Üsküdar Nuhkuyusu Çinili Mescid sokağındaki Çinili Cami Külliyesinin bir parçasıdır. Külliyeinin ana yapısı olan cami kare şekilli küçük bir yapı olup zengin Kütahya çini süslemeleri nedeniyle Çinili Cami olarak anılmış ve çevresindeki birçok yapıya ve yere de bu isim verilmiştir (Erol, 1988: 2). Evliya Çelebi Üsküdar'da on bir yerde imaret yemeği bulunduğunu ifade ettikten sonra bunların en büyükleri olduğu anlaşılan üç imarettten bahsetmiştir; Mihrimah İmaretı, Orta Valide İmaretı ve Valide-i Cedid İmaretı (Çinili) olarak kaydettiği bu yapıların Üsküdar'ın şehir dokusuna kattığı anlamı resmetmeye çalışmıştır; "ayende ve revendeye mihman-ı saraylarda sakin olanlara beher gün iki def'a birer bakır sini ile herkese birer tas buğday çorbası ve birer nân ve her şeb birer şem'a ve her at başına birer yem sadakası vardır. Üç günden ziyade mihman olanlara verilmez". Evliya Çelebi Çinili Camii İmaretı için Valide-i Cedid İmaretı demiş ve bu evvel ki hayratlar (Mihrimah ve Atik Valide) gibi olup belki daha ziyadedir diyerek

⁵ İstanbul Nuruosmaniye İmaretı, İstanbul Laleli İmaretı, Nevşehir Damat İbrahim Paşa İmaretı ve Bursa Hüdavendigar İmaretinin avluları dikdörtgen şekillidir.

⁶ İstanbul Şehzade Mehmed İmaretı, Payas Sokullu Mehmed Paşa İmaretı, Gölarmara Halime Hatun İmaretı, Nevşehir Damat İbrahim Paşa İmaretı ve Bursa Murad Hüdavendigar İmaretı bu plan tipindeki örneklerdir.

⁷ <http://www.siyasalvakfi.org/hakkimizda/sehzade-imarethanesi-tarihcesi-56.html> (E.T.12.04.2021)

⁸ Bunlar, İstanbul II. Bayezid İmaretı, İstanbul Süleymaniye İmaretı, Manisa Muradiye İmaretı, İstanbul Haseki İmaretı, İstanbul Atik Valide İmaretı.

⁹ <http://www.ottomaninscriptions.com/information.aspx?ref=list&bid=2995&hid=4716> (E.T. 26.04.2021)

büyükliğini ifade etmiştir (Evliya Çelebi Seyahatnamesi 1314-1896, p. 474). Çinili Külliyesi önceki yüzyılda yapılan Atik Valide Sultan Külliyesi ile şenlenmiş bir mahalde yeni bir mahallenin temelini teşkil etmiş ve çevrenin mamur olmasını sağlamıştır (Mazak, 2007: 367). Ayakta olmayan ne zaman yok edildiği de bilinmeyen imaretin cami ile hamam arasında olduğu söylenmektedir (İlgürel, 1966).

3. İmaretlerin Tabi Olduğu Vakıfların Gelir ve Giderleri

Buraya kadar genel çerçevede imaret kavramı ve Osmanlı medeniyet tasavvuru içerisinde ve şehir dokusu içerisindeki yeri ile genel bilgiler verilmiştir. Bu kısımda beş büyük vakfın imaretlerini karşılaştırabilmek için vakıf bütçelerini ve bu bütçelerin gelir gider durumlarını incelememiz gerekecektir. Ayrıntılara girmeden bu büyük beş vakfın gelir gider hesapları, oluşan bütçe açıkları ve bu bütçe açıklarının telafisi ele alınacaktır. Bu şekilde imaretlerin işleyişi ve yemek hizmeti sunan bu birimlerin durumlarını daha net ortaya koymamıza yardımcı olacaktır.

3.1. Gelirler

Vakıfların giderlerini karşılayan en önemli gelirlerini mukataa gelirleri oluşturmakla birlikte kira gelirleri diğerlerine göre daha fazla olanları valide sultanların kurduğu Üsküdar'daki vakıflar olduğu gözlenmektedir. Bu durum valide sultanların vakfa daha fazla akar sağlama yolunun kira getirisi olacak han ve dükkân gibi çatılı yapılardan (müsakkafat) sağlanabileceğinin farkında olduklarını göstermektedir. Sultan Mahmud (Ayasofya) Vakfı'nın mukataa gelirleri vakıf gelirlerinin %80'ine denk gelmektedir. Bu oran Nuruosmaniye'de %92, Şehzade Mehmed Vakfı'nda neredeyse tamamı %97'si, Atik Valide Sultan Vakfı'nda %64, Cedit Valide (Çinili) Cami Vakfı'nda ise bu oran %66'dır. Vakıfların kira gelirleri Sultan Mahmud Vakfı'nda %14, Nuruosmaniye'de %8, Şehzade Mehmed %3, Atik Valide %36 ve Çinili Cami Vakfı'nda %33 olarak gerçekleşmiştir. Valide sultanların vakfın geleceği için daha çok yatırım yapmak ya da kira getirisi olacak çatılı yapılara önem vermelerinin temel nedeni mukataa gelirlerinin ne olacağı konusunda belirsizlik olabilirdi. Zira kendilerine temlik edilen bu mukataaların yeni durum ve şartlara göre sultanların değişiklik yapabilmeleri mümkündü. Bir diğer husus 1758 yılından sonra vakıfların mukataa gelirlerinin Darphane Hazinesi'ne aktarılması ve vakıflar adına kaydedilen mukataa gelirlerinin hazineden taksitler halinde ödenmesine karar verilmesi olmuştur.¹⁰

Tablo.1. Vakıfların Gelirleri

	Sultan Mahmud (Ayasofya)	%	Nuruosmaniye	%	Şehzade Mehmed	%	Atik Valide Sultan	%	Cedit Valide (çinili)	%
Mukataa Gelir (Haremeyne kayıtlı)	47.917	73	30.000	92	27.105	97	23.236	64	7.706	56
Mukataa Gelir Valide Sultanın (Haremeyne kayıtlı)	8.880	13							1.500	11
Kira gelirleri	9.280	14	2.780	8	726	3	13.328	36	4.627	33
Gelir toplamı	66.076	100	32.780	100	27.831	100	36.564	100	13.833	100

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001

3.2. Giderler

Vakıf giderlerine göre en çok gider 109.445 kuruşla Sultan Mahmud (Ayasofya) Vakfı'na aittir. 76.992 kuruşla bunu Nuruosmaniye, 73.193 kuruşla Şehzade Mehmed, 47.646 kuruşla Atik Valide, 20.217 kuruşla Cedit Valide (Çinili) Cami Vakfı gelmektedir. Yine vakıfların genel giderleri arasında yer alan personel giderlerini karşıladığımızda Sultan Mahmud Vakfı'nın personel giderleri genel giderlerinin %18'ini oluşturmuştur. Cedit Valide (Çinili)'de bu oran %26'dır. Atik Valide Vakfı'nda %23 olan personel gideri oranı Nuruosmaniye ve Şehzade Mehmed Vakıflarında %16 olarak gerçekleşmiştir. Bu sonuçlara göre personel giderlerinin vakıfların büyüklüklerine orantılı olmadığı görülmektedir. Bunun muhtelif sebepleri olabilir ancak iki hususu belirtmek gerekir. Birincisi genel olarak vakıfların gördüğü hizmet alanlarına göre görev (cihet) sayısı ve o göreve verilecek ücretin (vazife) belirleyici olmasıdır.¹¹ İkincisi de vakıfların mali tarihlerine bakıldığında genel

¹⁰ Bkz. Bütçe açıklarının kapatılması meselesi

¹¹ Eski vakıflarda görev yetki ve sorumluluk olarak günümüzde kullandığımız kavramın karşılığı vakıf literatüründe "cihet" bu görevi yerine getirmeleri karşılığında kişilere verilen ücretin karşılığı da "vazife"dir. Maaş kavramı günümüzde bir aylık çalışma karşılığında alınan ücretler olup vakıflarda özellikle Tanzimat uygulamaları çerçevesinde maaş sistemine geçilmiştir. Daha önce uygulama cihet karşılığı vazife ödenmesi şeklindeydi. Bu yüzden personel sayısı incelenirken büyük çoğunlukla cihet sayılarının personel sayısı olarak alınması yanlış algılanmasına ve bunun birçok çalışmada tekrar

giderler içine dahil giderlerin değişmesi bu oranları etkilemektedir. Örneğin Atik Valide Sultan Vakfı'nın mali tarihine baktığımızda 1590 senesinde maaş ödemeleri genel giderlerinin %21,1'i iken 1760'lardan sonra maaş ödeme miktarları büyük oranda aynı olmasına rağmen giderler arasındaki oranı %40'lara ulaşmış 1826'da %23 gerilemiştir (Sabırlı 2019, p. 334). Dolayısıyla bu durumda vakıfları ücretler açısından karşılaştırma orandan ziyade rakamlar daha gerçek kıyaslama imkanı sunmaktadır (Tablo.2.). Netice olarak personel giderlerine bakıldığında iki valide sultan vakıflarında personel giderleri diğerlerine göre dikkat çekici bir fark olduğu görülmektedir. Bu cihet sayılarının fazla olmasıyla ilgili olmalıdır. Zira her iki vakfın kira getirisi diğer vakıflara göre daha fazla olduğunu bunun da çatılı yapıların (musakkafat) daha fazla olmasıyla açıklanabileceğini ifade etmiştik. 1490 yılında imaret ve cami vakıflarında genel masraflarından %62,6'sı personel giderlerine harcadığı anlaşılmaktadır (Barkan, 1962-1963: 287). XVII. yüzyılda kurulan vakıfların çoğunda ortalama olarak vakıfların (vakfiye kayıtları esas alındığında) tahmini gelirlerinin % 33.33'ü personel ücreti olarak ödenmekteydi (Yüksel 1998, p. 178). Muhasebe kayıtlarına göre bu oranların fiyatların yükselmesi nedeniyle XIX. Yüzyılda daha gerilere düştüğü net olarak görülmektedir (Tablo.2.).

Genelde imareti olan vakıflar en çok harcamayı bu birimlere yapmışlardır. Bu muhasebe verilerinden Cedid Valide (Çinili) İmareti hariç diğer imaretlerde giderler %65'ten fazladır. Nuruosmaniye Vakfı'nda imaret giderleri toplam giderlerin %80'ini oluşturmaktadır. Sultan Mahmud (Ayasofya), Şehzade Mehmed ve Atik Valide Sultan vakıflarında bu gider oranı %66'dır. Bu durum vakıfların imaret kısımlarının ön planda olduğunu göstermektedir. Vakıfların diğer giderlerine baktığımızda Sultan Mahmud %16, Nuruosmaniye %7, Şehzade Mehmed %17, Atik Valide %11, Çinili Cami Vakfı ise diğerlerinden farklı olarak %45 oranında gerçekleşmiştir.

Tablo.2. Vakıfların Giderleri

	Sultan Mahmud (Ayasofya) İmareti	%	Nuruosmaniye Vakfı	%	Şehzade Mehmed	%	Atik Valide	%	Cedid Valide (Çinili)	%
Personel giderleri	19.580	18	12.101	16	11.937	16	10.798	23	5.192	26
İmaret Giderleri	72.327	66	59.421	77	49.026	67	31.570	66	5.914	29
Diğer Giderler	17.538	16	5.471	7	12.230	17	5.287	11	9.111	45
Toplam gider	109.445	100	76.992	100	73.193	100	47.646	100	20.217	100

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001

3.3. Bütçe Açıklarının Kapatılması Meselesi ve Vakıfların İdaresinde Merkezileşme Eğilimi

Haremeyn vakıflarının iltizam bedellerinin Darphane hazinesine aktarılması ve vakıfların hesaplarını gördükten sonra bütçe açıklarının bu hazine fazlasından ödenmesi uygulamasını XVIII. yüzyılın ikinci yarısından itibaren vakıfların gelir ve giderlerinin idaresinde bir merkezileşme eğiliminin başlangıcı olarak görmek gerekir (BOA.TS.MA.E D:484 G:30 (H.19.12.1172/1759). Buna göre vakıfların muhasebesi görüldükten sonra ihtiyaçların giderilmesi için Haremeyn fazlasından ödeme gerçekleştirileceği kaydedilmiştir. Bu tür uygulama ve bütçe açıklarının Haremeyn hazinesinden karşılanması hususları özellikle Nuruosmaniye ve Atik Valide vakıflarının mali tarihlerine bakıldığında bir benzerlik göze çarpmaktadır. Atik Valide Vakfı gelir ve gider arasındaki farklar açısından baktığımızda 1757 yılından itibaren bütçe açıkları mutad bir hal almış ve 1783'lerden 1825 yılına kadar bütçe fazlası vermemiştir (Sabırlı, 2019: 348,349). Bu bütçe açıklarının bir sebebi vakıf mukataalarının 1757-58 yılından sonra Darüssade ağalarının kontrolü yerine defterdar kontrolünde olmasına ve gelirlerin Darphane'ye teslim edilmesine başlanması olmuştur (Pantık, 2019: 18). Burada asıl neden vakfa ait mukataa gelirlerinin sabitlenmesidir. Yapılacak yeni ihalelerde alınacak muaccele ve diğer kar getirilerinin doğrudan Hazineye aktarılmış olmalıdır. Bu durum Nuruosmaniye Vakfı muhasebesinde de açıkça görülmekte ve muhasebe verilerine göre 1757-58 ile 1826 yılları arasında muhasebe kayıtlarında sürekli bütçe açığı vardır (Taşkın, 2017: 338). Normal şartlarda kurumsal hizmet veren ve ticari olmayan hayır kurumlarının bu şekilde hayatini devam ettirmesi mümkün değildir. Ancak araştırmaların ve bu çalışmanın da gösterdiği gibi incelediğimiz beş vakfın faaliyetine uzun yıllar devam ettirdiği ve incelediğimiz dönemden sonra da devam ettiği görülmektedir. Bunun sebebi de başta ifade ettiğimiz ve arşiv kaydında da açıkça ifade edildiği üzere Haremeyn evkafı mukataalarının iltizam bedellerinin 1171-1172 senelerinde hazineye teslim edilen miktarlar ile yapılan masraflar kaydedilmiş ve belgenin sonunda vakıfların muhasebelerinin

edilmesine neden olmaktadır. Oysa XIX. yüzyılın başından itibaren hatta daha öncesinde birçok cihetin bir kişi tarafından yerine getirilerek bu cihetlerin karşılığında vazife almışlardır.

görülmesinden sonra ihtiyaçların giderilmesi için Haremeyn fazlasından ödemelerin gerçekleştirileceği kaydedilmiştir. Bu taleplerle ilgili birçok arşiv kaydı mevcuttur.

4. İmaretlerin Gıda Harcamalarının Karşılaştırılması

Vakfiyelerinde imaretlerin işleyişiyle ilgili ayrıntılı bilgilere daha çok XVI. yüzyılda kurulan vakıflarda Atik Valide Vakfı ve Fatih ve Süleymaniye gibi büyük vakıfların imaretlerin işleyişi hakkında oldukça detaylı bilgilere yer verilmiştir. İncelediğimiz imaretlerden Atik Valide Sultan Vakfiyesinde imaretin günlük işleyişi ve görev dağılımı yanında yemeğin kimlere ve ne miktar verileceği belirtilmiştir (Sabırlı, 2019: 78). İmaretlerde pişirilen yemeklerin vakfiye kayıtlarına göre standart bir çerçevesi olduğu söylenebilir. Ancak tarihi süreçte vakıf imkânlarına göre bu yemeklerde değişiklikler yapıldığı hatta birçok gıda ürünlerinin artık imaret sofralarına getirilmesinde güçlükler yaşandığı görülmektedir. Aşağıda Tablo.3'te verilen gıda ürünlerinin vakfiyede belirtildiği kadar zengin bir sofraya kurulmasına yetecek malzeme olmadığı açıktır. Yine de uzun yıllar temel yemek olan çorbanın çıkarılmasına ara verilmeden devam edilmiş olduğunu da belirtmek yerinde olacaktır. Vakfiyesine göre Atik Valide Sultan İmareti'nde her gün kuşluk vaktine pirinç çorbası, akşam ise buğday çorbası veriliyordu. Ayrıca her gün 260 okka koyun eti pişirilir yarısı sabah yarısı akşam dağıtılırdı.(Sabırlı, 2019: 78) Ne var ki gerek incelediğimiz vakıf muhasebe kaydından elde edilen aşağıdaki tabloda ve gerekse vakfın mali tarihiyle ilgili çalışmada (1700'lerin başından beri) imarete et alınmadığı görülmektedir (Sabırlı, 2019: 78). Oysa XV. ve XVI. yüzyılda faaliyette olan imaretlerde oldukça zengin yemek menüleri olduğu yapılan çalışmalarda gösterilmiştir. Fatih İmareti'nde en fazla dörder kişilik sofralarda temel yemek olan etli pilav dışında dört kişilik misafir için zerde tatlısına 100 dirhem bal, 50 dirhem yağ katılması şarta bağlanmıştır. Yine dört kişilik ekşi adı verilen yemek için 25 dirhem pirinç, 200 dirhem kara üzüm, 25 dirhem incir ve 25 dirhem siyah erik katılmaktaydı (Barkan, 1962-1963: 277). Buna benzer şekilde yine Atik Valide Sultan İmareti'nde bayram günleri sabah öğününde birkaç çeşit yemek verilir her Perşembe ve kandil günlerinde de sabah buğday çorbası akşam dane yemeği (pilav) ile zerde (tatlısı) servis edilirdi. Bayram akşamları dane ile ekşi aş, tatlı olarak da zerde veya zırbaç verilirdi ki Fatih İmareti'ndeki menüyle aynıydı. Fatih'te ayrıca farklı olarak kabak mevsiminde 40 gün kadar günde 60 okka kabak ve 60 okka koruk, yoğurt zamanında da 50 okka yoğurt ile 8 akçelik pazı pişirilerek servis edilirdi (Barkan, 1962-1963: 261). Bu arada bir çalışmasında Suraiya Faroqi imaretlerde şaşırtıcı bir şekilde yoğurdun kullanılmadığını ifade etse de görüldüğü gibi mevsiminde yoğurt veriliyordu. Ayrıca Tablo.3'te Şehzade Mehmed İmareti'nde buğday çorbası için yoğurdun alındığı ve kullanıldığı görülmektedir (Faroqi, 2008: 6). Ayrıca muhasebe kayıtlarında turşu, süzme yoğurt, salata malzemesi alındığı çorba ve ekmek dışında vakfiyede belirtilmemiş olsa da mevsimine göre turşu, yoğurt, ayran ve salata çıkarıldığı anlaşılmaktadır. Atik Valide Sultan Vakfiyesinde zikredilen öğünler dışında gelen yolcular için yemek vaktine kadar açlıklarının bastırılması için her yıl alınan 12.141 kıyyenin 3068 kıyyesi kahvaltılık olarak verilmesi ve 200 dirhemlik fodula dağıtılmaktaydı (Sabırlı, 2019: 78). Fatih İmareti'nde ise yolcu gelir gelmez 50 dirhemlik süzme bal ile 100 dirhemlik fodla ikram edilmekteydi (Barkan, 1962-1963: 276). Bu minvalde devam ettiğimizde Fatih İmareti'nde her gün yüzer dirhem ağırlığında fodalardan 3300 adet dağıtılmış olduğu bilinmektedir.¹² Ayrıca fakirler arasında adamlarını gönderip imaret mutfağından yemek aldırma hakları olan zaruret içine düşmekten korunan dul kadınlar da vardı (Barkan, 1962-1963: 295).

İmaretlerin idaresiyle ilgili hususa gelince de en önemli görev şeyh-i imaret idi. Vakfiye şartına göre özel misafirlere şerefine uygun yemek listeleri düzenleme her türlü masrafları yapmaktı. Atik Valide İmareti'nde görevli olan şeyhin görev tanımı şu şekilde yapılmıştır:

İmarette pişirme işlerine bakmak ve bu vakıfnamede beyan edilen şartlar göre yemeği müstahakkı bulunan misafirlere, hademeler, hademe ve fukaraya tevzi etmek ve aşçıları, ekmekçileri, imaretin sair hademesini murakabe ve nezaret altında bulundurmamak, onları hiyanetten ve mamur oldukları hidematı ifada müsamahadan men etmek üzere dindar ve doğru uslu ve mütevazı, tahakkâr değil kanaatkâr, yumuşak sözlü ve çok uysal ve kalbe dokunmaktan çekinir, asabi değil kalbi geniş bir zât

şeklinde tarif edilmiştir (Sabırlı, 2019: 78). Fatih İmareti'nde yine imaretin genel idaresinden sorumlu olduğu belirtilip emanet ve dindarlıkta tanınmış biri tayin edilerek bin dert ile yorgun gelen misafirleri güzel bir şekilde karşılayarak önelerine düşmesi ve saygılı bir şekilde cennet misali nimetlerin bulunduğu yüce makama konaklatarak ikram etmesi istenmekteydi (Barkan, 1962-1963: 277). Nuruosmaniye İmareti'nde şeyh-i imâret vefat ettiğinde bu göreve vekilharç vekalet etmiştir. Ayrıca yazılan bir arzuhalde şeyh-i imaret için "pilav-zerde duacı" tabiri kullanılmıştır (BOA. D.HMH.NROS D:136 G:88 (27 Za. 1199 /01.10.1785).

İmaretin işleyişinde diğer görevlilere gelince imarette tüketilecek yiyecek ve sair mühimmatı satın almak ve kendisine verilen görevleri yerine getiren vekilharç, vekilharcın aldığı malzemelerin kaydını tutan vekilharç kâtibi, ambarcı olarak da bilinen imaret kileri sorumlusu kilâri, kilerden alınıp bırakılan ürünlerin takibi ve her açılıp kapandığında kapıyı mühürleyen

¹² 100 dirhemlik bir fodlanın 74 dirhem (1 dirhem=3,2 gr)unla yapıldığı hesap edilmiş olup 320 gr.lık bir pide gibi düşünülebilir.

mühürücü. İmaret mutfağında yemekleri yapan tabbah, ekmekleri yapan habbaz, ekmek yapımı için alınacak un için nakib-i nan ve et alımından sorumlu nakib-i guşt, pirinç ve buğday ayıklayıcısı nakkad, kase yıkayıcı kaseşuy, yemek bittikten sonra kaselerini toplayan kasekeşan, un nakli için hammal-ı dakik ve et nakli için hammal-ı guşt, buğday ve un ambarından sorumlu anbari ve katib-i anbar, kapıların açılıp kapanması için bevab, temizlik işlerini yapan ferraş gibi görevlilerdir (Sabırlı, 2019: 78; Taşkın, 2017: 337-344).

İmaret giderleri yukarıda zikredildiği üzere külliye giderlerinin en çok harcama kalemini oluşturmaktadır. Atik Valide Sultan Vakfı imaret mutfağı için yapılan harcamaları XVIII. yüzyılın ortalarına kadar giderler toplamının %40-45'ine denk gelirken yüzyılın ikinci yarısında yaşanan fiyat artışlarıyla 1827 yılında %66'ya çıkmıştır. Bu durum gıda fiyatlarının artışı sonucu gerçekleşmiştir. Zira yine aynı vakıf verilerine göre 1725 yılı fiyatlarının 1825 yılına kadar bal ve pirincin 10 kat, tuz 8 kat, sadeyağ ve zeytinyağının 4,5 kat arttığı gözlenmektedir. Bir başka önemli gıda ürünü olan unun 1788 yılından 1825 yılına kadar 2,5 kat artış gösterdiği görülmektedir (Pantık, 2019: 19). Gıda fiyatlarında aynı şekilde bu artışı Nuruosmaniye imaret giderlerinde de görmek mümkündür (Taşkın, 2017: 217).

Tablo.3. İmaretlerin Gıda Giderleri ve Birim Fiyatları

Gıda ürünleri	Fiyatı	Sultan Mahmud (Ayasofya İmaret)		Nuruosmaniye İmaret		Şehzade Mehmed İmaret		Atik Valide Sultan İmaret		Cedid Valide (Çinili) İmaret	
		Miktarı	Kuruş	Miktarı	Kuruş	Miktar	Kuruş	Miktar	Kuruş	Miktar	Kuruş
Nân-ı azîz											300
Erz-i mısırî	Kile ¹³ 10 krş.	3.617	36.170	2.280	22.800	2.273	23.063	1.905	19.050	354	2.730
Hınta (berây-ı şorba)	Kile 190 pr.	720	3.420	588	2.793	990	4.703		0		
Revğân-ı sâde	Kıyye ¹⁴ 62 pr.	6.225	9.649	4.280	6.634	3.669	5.687	2.074	3.215	472	732
Asel	Kıyye 60 pr.	4615	6.923	3950	5.925	2980	4.470	1771	2.657	740	1.110
Nohud	Kile 10 krş.	150	1.500	110	1.100	59	590	50	500	148	74
Nemek	Kile 3 krş.	219	657	110	330	455	1.365	200	600	100	15
Fülfül	Kıyye 3,5 krş.	23,5	82	20	70	8	28	6	21		0
Zağferân	Kıyye-Dirhem 70 krş- 7 pr.	40	2.800	39	2.730	33	693	2695 ¹⁵	472	740 ¹⁶	130
Piyaz	Kıyye 4 pr.	4033	403	2650	265	907	91		0		0
Lahm-ı Ganem	Kıyye 30 pr.	2400	1.800	2370	1.778		0		0		0
Hatab (çeki)	Çeki ¹⁷ 4,5 krş.	1.983	8.924	1.762	7.929	1.749	7.871	1.400	700	180	810
Revğân-ı zeyt	Kıyye 46 pr.			3210	3.692			1505,5	1.731	12	14
Şem'-i asel	Kıyye 10,5 krş.			321,5	3.376			250	2.625		
Yoğurt (berây-ı şorba-i hinta)	Kıyye 10 pr.					400	100				
(Silik) Berây-ı şorba-i hinta	Kıyye 10 pr.					240	60				
(Silik) Berây-ı şorba-i hinta	Kıyye 10 pr.					240	60				
Kalay-i evâni-yi nuhâs-ı imâret	Kıyye 20 krş.					12	240				
(Silik) berây-ı şorba-i subh	Kıyye						6				
Toplam			72.327		59.421		49.026		31.570		5.914

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001

İmaretlerin ikram ettikleri en önemli yemek çorbanın temel malzemeleri olan erz-i mısri (pirinç) ve hinta (buğday) ile içine katılan sadeyağ (tereyağı) Grafik. 1 imaretlerin kapasitesi hakkında genel bir bilgi sunmaktadır. Buna göre pirinç harcaması

¹³ 1 İstanbul kilesi ortalama 25 kg.

¹⁴ 1 kıyye/okka=1,282 gr.

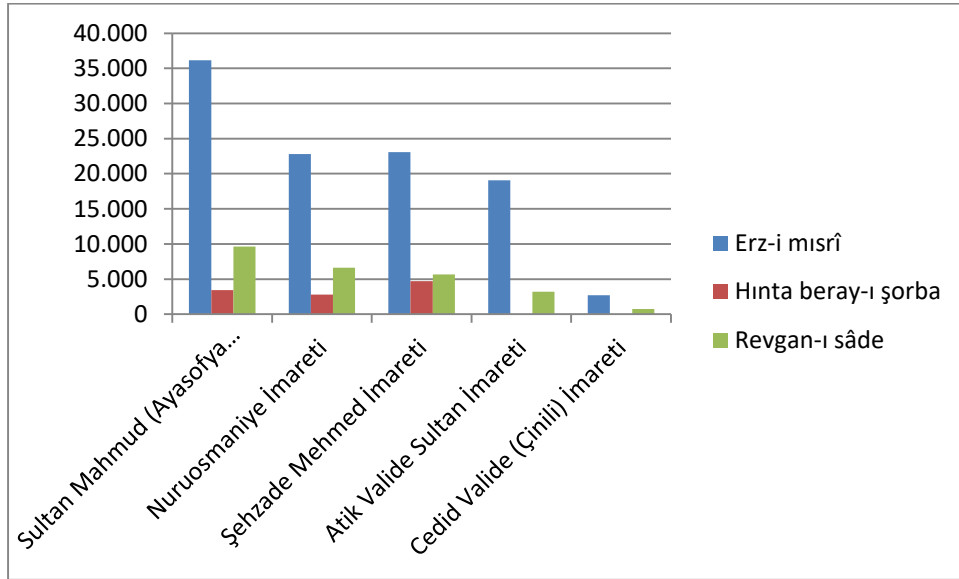
¹⁵ 1 dirhem = 3,2 gr.

¹⁶ Dirhem

¹⁷ 1 çeki=225,7 kg.

otuz beş bin kuruşu aşarak en fazla Sultan Mahmud (Ayasofya) imaretinde gerçekleşmiştir. Pirinç ikinci olarak en fazla tüketildiği imaret Şehzade Mehmed İmaretidir. Şehzade Mehmed İmaretinde vakıf gelir ve giderleri açısından Nuruosmaniye İmaretinden sonra üçüncü sırada olmasına karşın imarete tüketilen pirinç ve buğdaya bakıldığında Ayasofya İmaretinden sonra gelmektedir. Üstelik buğday çorbası en fazla tüketilen imaret yine Şehzade İmaretinde olduğu görülmektedir. Bulunduğu muhit düşünüldüğünde önemli bir hizmeti ifa ettiğini bu verilerle de ortaya koymaktadır. Diğer bir gıda ürünü olan sadeyağ (tereyağı) az da olsa farklı amaçlarla kullanılmış olduğu anlaşılabilir da pirinç ve buğday çorbasına harcanan miktar her imarete standart oranlarda tüketilmediği gözlenmektedir ve %10'luk bir fark ortaya çıkmaktadır; Sultan Mahmud (Ayasofya) İmaretinde bu oran %24, Nuruosmaniye İmaretinde %26, Şehzade Mehmed İmaretinde %20, Atik Valide Sultan İmaretinde %17 ve Cedid Valide (Çinili) İmaretinde %26,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda Nuruosmaniye ve Cedid Valide (Çinili) ve Sultan Mahmud (Ayasofya) İmaretlerinde aşağı yukarı aynı standartlarda diğer iki imarete ise farklıdır. Bu farklar seçkin misafirlerin yoğunluğuna göre değişme ihtimali değerlendirilebilir. Zira yukarıda ifade edildiği üzere şeyhi imaretin özel misafirlere şerefine uygun yemek listeleri düzenleme ve her türlü masrafları yapmak gibi bir sorumluluğu bulunuyordu. Ya da buğday çorbasının bu imarete daha fazla ikram edilmesine bağlı olarak bu fark oluşmuş olabilir. Bir diğer husus imaretlerde pirinç çorbasının daha çok tercih edilmeye başlandığı ortaya çıkmaktadır. Üsküdar'da bulunan iki imarete de bu muhasebe döneminde hiç buğday çorbası verilmediği anlaşılmaktadır. Üstelik bunlardan birisi olan Atik Valide Sultan İmaretinde 1734'ten 1800'lerin başlarına kadar (1780 yılı hariç) hiç buğday alımı yapılmamış ve 1799-1811 yılları arası bir süre alındıktan sonra 1812-1826 yılı dahil yine hiç buğday alınmamıştır (Sabırlı, 2019: 78).

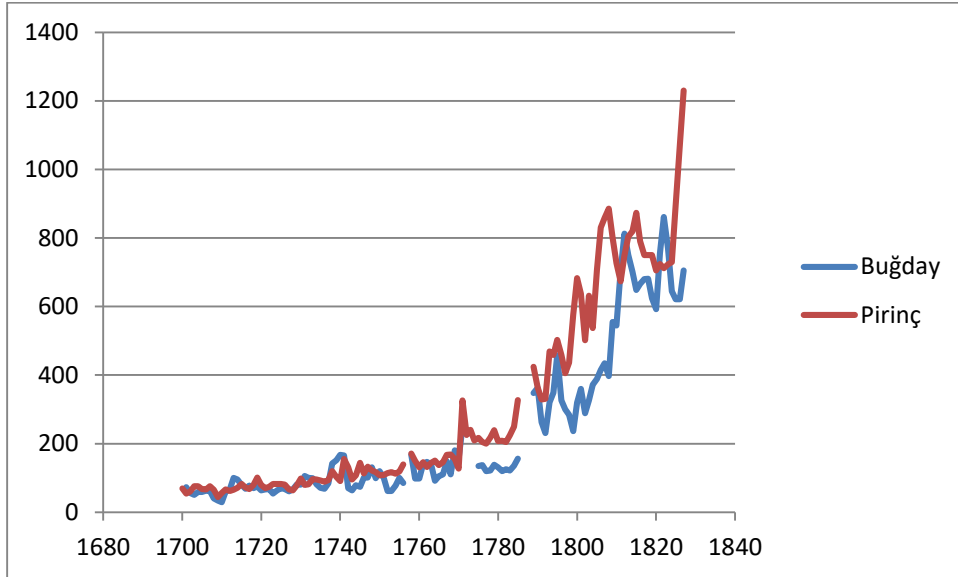
Bilindiği gibi vakıf ıstılahında asıl düstur vakıf kurmak değil vakfı yaşatmaktır sorumlu olan tüm vakıf yöneticileri müteselsil olarak vakfın menfaatini gözetmekle sorumludur. O zaman Tablo.3'te görüldüğü gibi 10 kuruş (1200 akçe) olan pirinç yerine neden iki kat daha ucuz olan 190 para (570 akçe) buğday tercih edilmemişti¹⁸ (Güran, 2006: 120–126). Grafik.2.'de görüleceği gibi 1700-1827 yılları arasında pirinç fiyatı buğday fiyatının üzerinde seyretmiştir. Bunda idari kararlar ve istihsal sorunları sebep olabilir. Ancak başka bir yönü pirinç buğdaya göre hazımının daha kolay olması tercih sebebi olabilir. Buğdayda bulunan depo proteinlerinin %80-85 gibi büyük bir bölümünü çeşitli hastalıklara sebep olan gluten proteini meydana getirmektedir. Oysa gluten pirinç gibi tahıl ürünlerinde bulunmamaktadır (Özer ve Tuncel, 2016: 29, 32). Netice itibarıyla bu yönüyle de imaretlerin halk sağlığına da önemli bir katkısının olduğunu göstermektedir.



Grafik.1. Tüketilen pirinç, buğday ve sadeyağ miktarları

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001

¹⁸ Pirinç ve buğday fiyatları XVII. yüzyılda birbirine yakın bir seyir izlemiş olsa da XVIII. yüzyıl ikinci yarısında özellikle 1770'lerden sonra pirinç fiyatları artmış 1800'lerden sonra neredeyse iki katına çıkmıştır (Güran, 2006: 120-126); Nuruosmaniye imaret verilerine göre 1758 yılı ile 1832 yılı arasında pirinç fiyatı %833,33 artış gösterdiği anlaşılmaktadır (Taşkın 2017: 217).



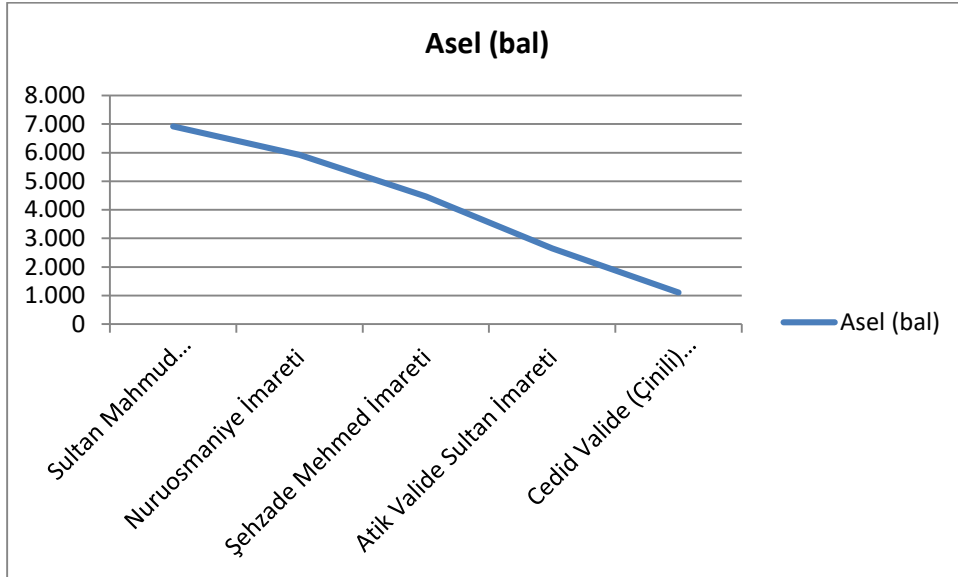
Grafik.2. 1700-1827 Yılları Arası Pirinç ve Buğday Fiyatı

Kaynak: (Güran, 2006: 118-120;124-126)

Diğer bir gıda ürünü olan yoğurt buğday çorbasına lezzet katmak için %5 oranında yoğurt ve çeşitli baharatların kaydedildiği tek imaret Şehzade Mehmed İmaretidir. Tüketilen yoğurdun buğdaya oranı %2'dir (Tablo.3). İmaretlerde temel gıdalar dışında çok çeşitli ürünlerin olmadığı görülmektedir. XVIII. yüzyılın ikinci yarısında kurulan Nuruosmaniye imareti muhasebe verilerine ve aşağıda beş imaret için alınan malzemelere bakıldığında artık genel anlayışın temel yemek malzemeleriyle yetinilmesi noktasına geldiği izlenmektedir. Yemeği tatlandırmak için baharat olarak sadece tuz, safran ve karabiber dışında türlü türlü kuru yemışlere veya tatlı yapılacak malzemelere vakfiye ve muhasebe kayıtlarında yer verilmediğini söylemeliyiz (Tablo.3. ve Taşkın, 2017: 217, 219-221).

Genel itibariyle bakacak olursak sayısal verileri şu şekilde özetlemek mümkündür: Her bir imaretin giderlerinin yaklaşık %40 ile %60'ı pirinç alımına harcanmıştır; Atik Valide İmaretinde %60, Sultan Mahmud (Ayasofya) İmaretinde %50, Cedit Valide (Çinili) İmaretinde %49, Şehzade Mehmed İmaretinde %47 ve Nuruosmaniye İmaretinde %38 dir. Burada diğer harcamalar oranları etkiliyorsa da imaret masraflarının ortalama %50'sinin pirinç gideri olduğu nettir. Çorba için alınan hınta (buğday) harcaması Üsküdar tarafında olan Atik Valide ve Cedit Valide (Çinili) imaretlerinde hiç yoktur. Sultan Mahmud (Ayasofya) ve Nuruosmaniye İmaretinde %5, sadece Şehzade Mehmed İmaretinde %10 şeklinde gerçekleşmiştir. Oysa hem Atik Valide Sultan Vakfiyesi hem de Şehzade Mehmed Vakfiyelerine göre özel bazı günler hariç her gün akşamları buğday çorbası verilmesi, sabahları yedi kile pirinç akşam altı kile buğdaydan çorba yapılması şartı vardı (Sağır 2016, s. 928). Oysa zamanın değişen koşulları bu uygulamalarda değişikliği kaçınılmaz kıldığı ortadadır. İmaretlerin revgan-ı sade (tereyağı) tüketimi ortalamalarına bakıldığında imaret giderlerinin %11,8 olarak gerçekleşmiştir; Sultan Mahmud (Ayasofya) ve Cedit Valide (Çinili) İmaretinde %13, Şehzade Mehmed İmaretinde %12, Nuruosmaniye İmaretinde %11 ve Atik Valide Sultan İmaretinde %10 dur. Daha çok pilava lezzet katması için kullanılan nohut masrafları beş imaret için ortalama %1,6 dır; Ayasofya'da %2,07, Nuruosmaniye'de 1,85, Şehzade Mehmed'te 1,20, Atik Valide'de %1,58 ve Çinili'de %1,32 dir.

İmaretlerin asel (bal) tüketiminde Grafik.3. incelendiğinde imaretlerin kapasiteleri hakkında bilgi vermesi yanında vakfiyeleri dışında belli bir standarda göre hizmet verdiklerini ortaya koymaktadır. Bu da önceki uygulamaların mümkün mertebe, tabi gelişen şartların verdiği imkan dahilinde, devam ettirilmesine çalışıldığını göstermektedir. Aynı zamanda bunu imaretlerin beslenme kültüründe ve toplum sağlığı alanında bir standardizasyon belirleme rolünü göstermektedir. Mesela bir insanın günlük azami ve asgari yemek ihtiyacının belirlenmesi bir standardizasyon örneğidir. Tablo.3 incelendiğinde bal giderlerinin imaret giderlerine oranı ortalama %11 olarak gerçekleşmiştir; Ayasofya ve Nuruosmaniye İmaretinde %10, Şehzade Mehmed İmaretinde %10, Atik Valide Sultan İmaretinde %8 ve Cedit Valide (Çinili) İmaretinde %20 olarak gerçekleşmiştir.

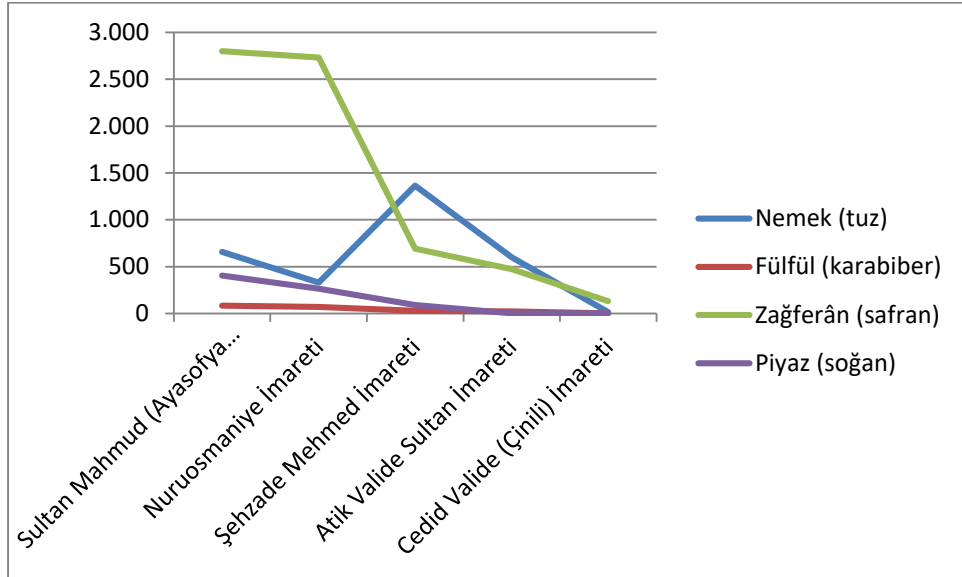


Grafik.3. İmaretlerde tüketilen bal

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001

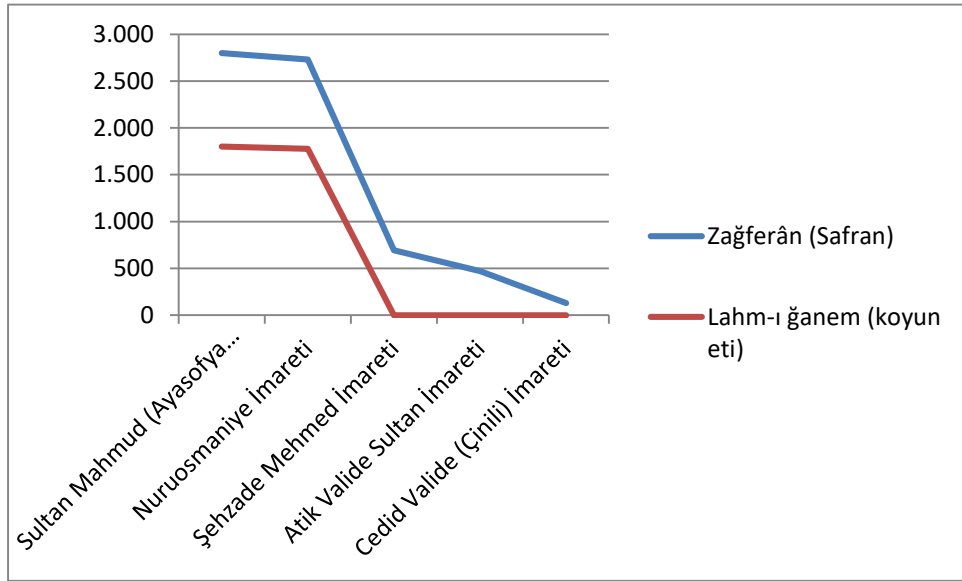
Grafik.1 incelendiğinde üç gıda ürününde imaretlerin kapasitelerine göre azalan bir eğri görülecektir. Yalnız safran tüketimlerinde az da olsa bir farklılık vardır; Ayasofya İmaretinde %3,87, Nuruosmaniye’de bu oran 4,59 olarak gerçekleşmiştir. Safranın pirinç pilavında daha çok kullanıldığını düşündüğümüzde Ayasofya İmaretinde çorba buna karşın Nuruosmaniye’de de pirincin daha çok pilav şeklinde değerlendirildiği söylenebilir. Bunu Grafik.4.’te bir başka temel besin olan ve pilavla birlikte tüketilen etin safran tüketimiyle karşılaştırmasında da görmek mümkündür. Grafik incelendiğinde safran ve et aynı çizgide ve orantılı bir şekilde tüketilmiştir. Et alınmayan imaretlerde pilava lezzet katması için nohut kullanıldığını düşündüğümüzde Şehzade Mehmed, Atik Valide ve Çinili imaretlerinde safran tüketimi ona göre orantılı azalmaktadır. Karabiber tüketim oranının Nuruosmaniye’de daha fazla olması da pilavda karabiber kullanımına bağlayabiliriz. Soğanın pilava tat katması için kullanıldığını düşündüğümüzde de yine Nuruosmaniye’deki (0,45) oran Ayasofya’ya (0,56) yakındır. Baharatların imaretlerde imaret giderlerine oranlarına baktığımızda safran tüketimi Ayasofya’da %3,87, Nuruosmaniye 4,59, Şehzade 1,41, Atik Valide 1,50 ve Çinili’de 2,31 olarak gerçekleşmiştir. Çinili İmaretinde safran ve bal oranının diğerlerine göre fazla olması zerde tatlısının daha fazla tüketilmesiyle izah edilebilir.¹⁹ Yemeklerde tatlandırıcı olarak kullanılan tuz tüketiminde imaretler arasında dikkat çeken bir fark gözlenmektedir. Şehzade Mehmed İmaretinde tuz tüketiminin diğerlerinden oldukça fazladır. Bu durumu yemeklerde tuz algısının farklı olma durumuna göre değiştirdiğini kabul edebiliriz ancak Nuruosmaniye İmaretinde bu oran oldukça azdır. Bu durumda tuzun pilava göre çorbada daha çok tüketildiğini varsayabiliriz. Zira Şehzade Mehmed İmaretinde buğday ve çorba için alınan malzeme diğerlerine göre daha fazladır.

¹⁹ Süleymaniye vakfiyesinde misafirlere verilecek zerde tatlısı için “her gün beş adama bir sofraya hesabınca her sofraya 150 dirhem pirinç ve 150 dirhem asel, sekiz sofraya 1 dirhem safran” şeklinde açıklama yapılmıştır. Bu hesaba göre sadece Çinili İmaretinde 47.471 kişilik zerde tatlısı yapılabilir bir bal tüketimi gerçekleşmiş olmaktadır (BARKAN 1962-1963, p. 277).



Grafik.3. İmaretlerde tüketilen tuz, karabiber, safran ve soğan

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001

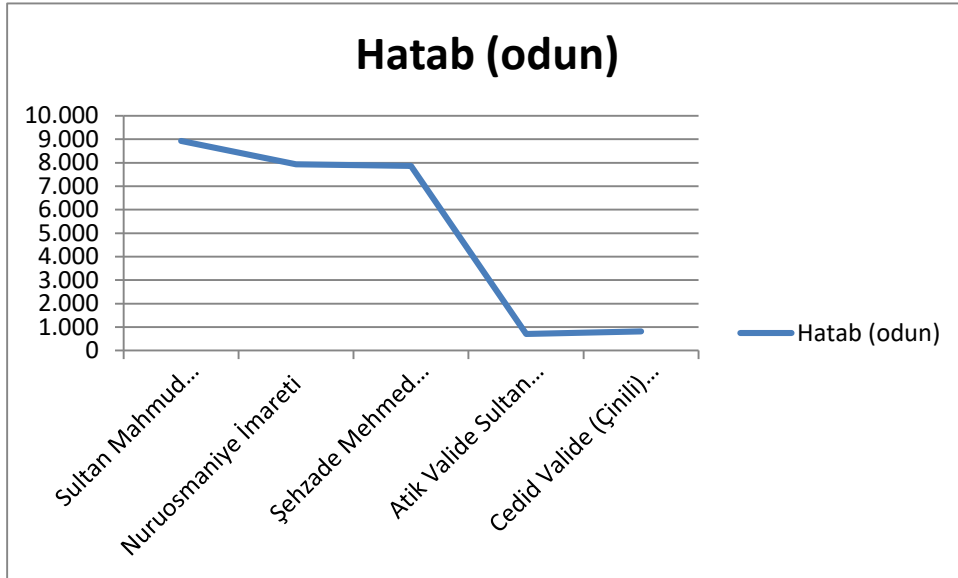


Grafik.4. İmaretlerde safran ve et tüketimi

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001

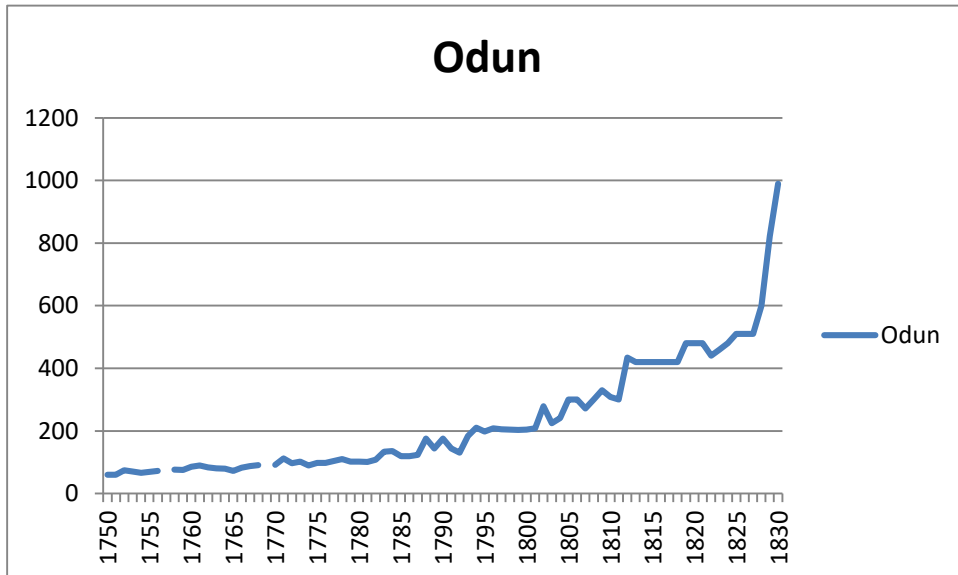
İmaretlerde yemek ve ekmek fırınlarında kullanılan odun da önemli bir gider kalemini oluşturmaktadır. Grafik.5'te görüldüğü gibi imaretlerde yakılan odunların bir anlamda vakıfların büyüklükleriyle orantılı bir gösterge arz etmiştir. Üç büyük vakıfla daha küçük diyebileceğimiz Üsküdar'daki valide sultanların yapısı iki vakıf arasındaki fark kendini belli etmektedir. Bunun dışında kendi içerisinde imaret giderlerine olan oranlarına baktığımızda ise daha farklı sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Ayasofya'da %12,34, Nuruosmaniye'de %13,34, Şehzade'de %16,05, Atik Valide'de %2,22 ve Çinili'de %14,43 olarak gerçekleşmiştir. Bu durumda Çinili İmaretindeki oranın fazla olması Tablo.3'te ilk sırada gösterdiği gibi daha çok nân-ı aziz (ekmek) pişmek için kullanılmasıyla izah edilebilir. Şehzade Mehmed İmaret kaydında odun satırında "berây-ı tabbâhîn ve habbâzîn" yani aşçı ve ekmekçiler için notu da bunu desteklemektedir (BOA.TS.MA.D: 1132_0001, 4b). Burada muhasebe kayıtlarında ilginç bir noktaya temas gerekecektir. Atik Valide İmaretinde 1 çeki odun fiyatı 20 para yani 60 akçe olarak kaydedilmiştir. 1842/1258 tarihli bir belgede hala aynı fiyata odun temin edildiği anlaşılmaktadır. Oysa diğer imaretlerde oduna çeki başına 4,5 kuruş yani 540 akçe masraf kaydedilmiştir. Atik Valide Sultan vakfının mali tarihine dair çalışmada da 1781-1826 yılları arasında sabit fiyat 60 akçe kaydedilmiştir (Sabırlı 2019: 247-248). Bu noktada ilk önemli tespit muhasebe kaydında yanlışlık yoktur. İkincisi yukarıda yaptığımız değerlendirmede Atik Valide İmaretinde odun

masrafının gerçek piyasaya şartlarını göre bakıldığında 6300 akçe gibi bir masrafla diğerlerine yakın olabileceğini göstermektedir. Ancak bu vakfın tam olarak anlaşılmayan bir sebepten dolayı piyasanın çok altında odun temin ettiğini göstermektedir. Zira piyasaya şartları bu muhasebe yılında odun fiyatının 60 akçe yerine 500 akçenin üzerinde olduğunu göstermektedir. Çünkü gerek Nuruosmaniye Vakfı mali tarihine ait çalışma gerekse Süleymaniye Vakfı mali verilerine dayanan çalışmalar geriye dönük olarak odunun 1751'de 60 akçe olduğunu ve 1752'den 1830 tarihine kadar tekrar 60 akçeye hiç düşmediğini göstermektedir (Grafik.6; Güran, 2006: 161,162; Taşkın, 2017: 214). Atik Valide Sultan Vakfı muhasebe verilerindeki bu sabitlenmiş odun fiyatı meselesi izahı şimdilik yapılamamış bir soru olarak kalmıştır. Bu tür verilerin gerek mali tarihe gerekse vakıflar tarihine dair çalışmalarda dikkatli ve karşılaştırmalı bir şekilde bakılmasının önemli olduğunu bir kez daha teyit etmektedir. Ayrıca vakıflar tarihi araştırmalarında farklı uygulamalara dair önemli bilgilerin ipuçlarını barındırabileceğini de aklımızda tutmamız gerektiğini göstermiştir.



Grafik.5. İmaretlerde odun masrafı

Kaynak: BOA_TS.MA_D_01132_0001



Grafik.6. 1750-1830 tarihleri arası odun fiyatı

Kaynak: (Güran, 2006: 161,162)

İmaretlerde en temel besin kaynağı olan nân-ı aziz (ekmek) masraf kaydının ayrı bir kayıt olarak yazıldığı tek imaret Cedid Valide (Çinili) İmaretidir. Bu durum diğer imaretlerde ekmek yapılmadığı anlamına gelmemektedir. Ancak imaret kayıtlarında unun olmamasının temel sebebi genelde imaretlerin un ihtiyaçlarının 1790'lardan itibaren İrad-ı Cedid

Hazinesi tarafından zapt edilen vakıf mukataa gelirlerinden doğrudan alınıp karşılanmış olmasıdır (Taşkın, 2021: 730). İmaretlere alınan malzemelerin fiyatlarına bakıldığında bütün vakıflarda aynı olduğu görülür. Balmumu fiyatı da yine Süleymaniye Vakfı ile Tablo.3'teki veri aynı şekilde 10,5 kuruştur (Güran, 2006: 150). Bal fiyatı da aynı şekilde 60 para (yani 180 akçe) dir (Güran, 2006: 147). Sadeyağ fiyatı 62 para (186 akçe) Süleymaniye Vakfının 1825-27 yıllarında 180 akçe olup bu yılların öncesi ve sonrasında 208 akçenin üzerindedir (Güran, 2006: 153). Yine aynı şekilde nohut fiyatı da (10 kuruş) 1827 yılındaki fiyatla aynıdır (Güran, 2006: 150). Tuz fiyatına gelecek olursak vakıfların tuzu İstanbul piyasasından 3 kuruşa temin ettiği anlaşılmaktadır. Fülül (karabiber) fiyatı beş imarette 3,5 kuruş iken Süleymaniye'de bu fiyat 5 kuruştur. Safran daha büyük vakıf diyebileceğimiz Tablo.3'teki ilk üç vakıfta ölçü birimi kıyye son ikisinde dirhem olarak farklı olsa da dirhem fiyatı 7 para veya kıyyesi 70 kuruşa denk gelmektedir. Beş imarette de piyaz (soğan) 4 paradan alınmıştır. İmaret mutfağında en önemli besin kaynağı olan etin sadece Ayasofya ve Nuruosmaniye imaretlerinde alındığı diğer üç imarete et alımı yapılmadığı görülmektedir. 30 paradan alınan etin Atik Valide Sultan İmaretinde 1700 yılından sonra hiç alım gerçekleştirilmemiştir. (Sabırlı, 2019: 193, 216) Bu durum vakfiyenin hazırlandığı günün şartları değiştiğinde vakıf idaresinde de değişim yaşanmasını kaçınılmaz kıldığını açıklar. Başta ifade edildiği gibi vakıf araştırmalarında muhasebe verilerinin belirleyici rolü ve bazı verilerin de karşılıklı olarak kontrol edilmesi gerektiğini bir kez daha göstermiştir. Bütün bu veriler değerlendirildiğinde görünen o dur ki düzenli alınması gereken imaret ihtiyaçları ait olduğu külliye giderleri içinde en büyük harcama yapılan birim olmuştur. Piyasa şartlarından en çok etkilenen birimler olmuştur. Vakıf gelirlerinin düşmesiyle ilk etkilenen birimler de yine imaretler olmuştur. İncelediğimiz vakıflardan erken tarihli kurulanlarda görülen zengin menülerin yerini daha sade bir yemek listesi almış git gide daha zor şartlar yaşamıştır. Neticede 1911 yılında Atik Valide Sultan ve Şehzade hariç diğerleri kapatılmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

İmaret kavramının tarihi serüvenine bakıldığında günümüzde kullandığımız külliye kavramından daha genel anlam ifade eden külliye ile aynı kullanılmıştır. Sadece yemek yapılan ve dağıtılan birime dönüşmesi insanların tat algısı ve psikolojik tabiatı gereği halk hafızasında o şekliyle şöret kazanmıştır. Bu makalede ilk kez beş farklı vakfın genel muhasebe verileri ve imaret giderleri karşılaştırmalı bir yöntemle incelenmiştir. Evkaf Nezaretinin kurulmasından sonraki döneme ait bu tür karşılaştırmalı inceleme hiç yapılmamıştır. Bunun temel sebebi Tanzimat sonrası vakıf gelirlerinin daha fazla başka harcamalarda kullanılmış olması nedeniyle vakıfların düştükleri perişanlığın XIX. yüzyılın tamamında aynı olduğu gibi bir algıya bağlanabilir. Oysa vakıfların 1830'larda genel şartlara bağlı olarak kapasitelerinde bir daralma dışında piyasanın zorlu şartlarında hizmetlerine devam ettiği görülmektedir. Bu durum Haremeyn'e tabi vakıfların mukataa gelirlerinin 1758'de bir havuzda toplanması kararının alınmasıyla vakıfların idaresinde merkezileşme eğilimi başlamış ve bütçe açıkları bu havuzda toplanan vakıflar gelir fazlalarından ödenmesi şeklinde bir uygulamayla mümkün olmuştur. Gelir kaynaklarının doğrudan vakıf hazinesine aktarılmaması ve bu gelirlerin sabit birer aylık tahsisata dönüşmesi gelirlerin fiyat artışları sebebiyle artan giderler karşısında erimesine neden olmuştur. Bu açıkların Haremeyn hazinesi havuzunda biriken vakıf gelir fazlalarından ödenmesi sayesinde faaliyetlerine devam etmişlerdir. Karşılaştırma neticesinde vakıfların kapasiteleri ve bütçeleri açısından bir sıralamada sırasıyla Sultan Mahmud (Ayasofya), Nuruosmaniye, Şehzade Mehmed, Atik Valide Sultan ve Cedid Valide (Çinili) Cami vakıf ve imaretleri şeklinde sıralandığı görülmektedir. Gıda fiyat verilerinin beş imarette aynı piyasa şartlarına bağlı olarak fark olmadığı ancak Atik Valide Sultan İmareti'ne temin edilen bir iki üründe anlaşılmayan bir sebepten sabit bir fiyattan alış yapıldığı tespit edilmiştir. Onun dışında karşılaştırdığımız beş vakıf gıda fiyatları dışında aynı tarihlere ait Süleymaniye gibi büyük vakıf fiyat verileriyle de kıyaslama yapılarak 1827-1828 yılı verilerine bir katkı sunulmuş oldu. Ayrıca bu çalışmayla Tanzimat uygulamalarına çok yakın bir zamanda vakıfların muhasebe verilerinin çok daha önemli bilgiler verebileceği, vakıfların genel durumlarının daha net ortaya konulabileceğini ve Haremeyn hazinesinin mali anlamda güçlü bir durumda olduğunu göstermektedir. Tanzimat sonrasında merkezi hükümetin bu güçlü kaynağı başka alanlarda kullanması de bunu teyit eder niteliktedir.

Kaynakça

- Başbakanlık Osmanlı Arşivi Nuruosmaniye Evrakı: BOA. D.HMH.NROS D:136 G:88 (27 Za. 1199 /01.10.1785).
- Başbakanlık Osmanlı Arşivi Topkapı Sarayı Müzesi Arşivi Defteri: BOA.TS.MA.D: 1132_0001.
- Başbakanlık Osmanlı Arşivi Topkapı Sarayı Müzesi Arşivi Evrakı: BOA.TS.MA.e D:484 G:30.
- ARGIT, Betül İ. (2009): Nûr Bânû (1530-1583): Venedikli Bir Sultan? Yazan: Benjamin Arbel. *Bellekten* LXXII (266), s. 201–220.
- Barkan, Ömer Lütfi (1962-1963): Osmanlı İmparatorluğunda İmaret Sitelerinin Kuruluş ve İşleyiş Tarzına Ait Araştırmalar. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası* 23 (1-2), s. 239–296.

- Bayartan, Mehmet (2008): Osmanlı Şehirlerinde Vakıflar ve Vakıf Sisteminin Şehre Kattığı Değerler. In *Osmanlı Bilimi Araştırmaları X-1*, s. 158–175.
- Bayram, Sadi (Ed.) (2009): Nurbanu (Atik) Valide Sultan'ın İstanbul Üsküdar'da 1582 Tarihinde Tesis Ettiği Vakfiyesi ve Kültür Değerleri. 6. Uluslararası Türk Kültürü Kongresi Bildirileri. Ankara. Atatürk Yüksek Kurumu Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Başkanlığı.
- Budak, Ayşe (2015): Gücü Besleyen Mimarlık: Osmanlı İmaretleri. (Basılmamış Doktora Tezi). Sanat Tarihi Bilim Dalı, Kayseri. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çağrı, Mustafa (2013): Yardımlaşma. *TDV İslam Ansiklopedisi* 43, s. 332–334.
- Çelebi, Azize Gelir (2017): Somut Olmayan Kültür Mirası "İmaret Geleneği" Ve Osmanlı İmaretleri. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Kültür Varlıklarını Koruma Yüksek Lisans Programı, İstanbul. Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Demirel, Ömer (2000): Osmanlı Vakıf-Şehir İlişkisine Bir Örnek: Sivas Şehir Hayatında Vakıfların Rolü. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi (Türk Tarih Kurumu yayınları. VII. dizi, 186).
- Diker, Hasan Fırat (2010): Belgeler Işığında Ayasofya'nın Geçirdiği Onarımlar. (Basılmamış Doktora Tezi). Sanat Tarihi Bilim Dalı, İstanbul. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Düzgüner, Sevde (2019): Pro-Sosyal Davranışlarda Diğerkâmlığın (Özgecilik) Tanımı Ve Konumu. In *Bilimname XL*, pp. 349–371.
- Ergin, Osman (1936): Türkiyede Şehirciliğin Tarihî İnkişafı. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi İktisat ve İçtimaiyat Enstitüsü Neşriyatı No. 3.
- Ergin, Osman (1939): Türk Şehirlerinde İmaret Sistemi. İstanbul Cumhuriyet Matbaası.
- Erol, Gülçin (1988): Çinili Cami ve Külliyesi. In *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi* 1 (3), s. 37–43.
- Ertuğ, Zeynep (2000): İmaret. *TDV İslam Ansiklopedisi* 22, s. 219–220.
- Evlia Çelebi Seyahatnamesi (1314-1896). İkdam Matbaası Dersaadet.
- Eyice, Semavi (1991): Ayasofya İmaretleri. *TDV İslam Ansiklopedisi* 4, s. 212.
- Eyice, Semavi (2007): Nuruosmaniye Külliyesi. *TDV İslam Ansiklopedisi* 33, s. 264–266.
- Faroqhi, Suraiya (Ed.) (2008): 16. ve 17. Yüzyılda Anadolu İmaretlerinde Ziyafet Yemekleri. With assistance of Arif Bilgin, Özge Samancı. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayınlar Genel Müdürlüğü. 1. basım. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 3166).
- Görgün, Tahsin (2019): İslam Bilim Tarihi Nasıl Anlaşılabilir: Yöntem Üzerine Bazı Düşünceler. In *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 9 (Özel sayı).
- Güran, Tefrik (2006): Ekonomik Ve Malî Yönleriyle Vakıflar. Süleymaniye ve Şehzade Süleyman Paşa vakıfları. Çağaloğlu, İstanbul: Kitabevi.
- Gürbıyık, Cengiz (2013): Osmanlı İmaretleri (Aşevleri). (Basılmamış Doktora Tezi). Türk İslam Sanatı Bilim Dalı, İzmir. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gürbıyık, Cengiz (2015): Osmanlı İmaretlerinin (Aşevleri) Tipolojisi Üzerine Bir Deneme. In *Sanat Tarihi Dergisi XXIV*, (1), s. 23–51.
- Gürhan, Nazife (2017): Yemek ve Din: Yemeğin Dini Simgesel Anlamları Üzerine Bir İnceleme. In *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi* 6 (2), s. 1204–1223.
- İlgürel, Mücteba (1966): Kösem Sultan'ın Bir Vakfiyesi. *Tarih Dergisi* 16 (21), s. 83–94.
- İnalçık, Halil (1988): Fâtih Sultan Mehmed Tarafından İstanbul'un Yeniden İnşası. In *Ondokuzmayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* (3), s. 215–225.
- Kumrular, Özlem (2012): İslam korkusu. Kökenleri ve Türklerin Rolü. 1. baskı. İstanbul: Doğan Kitap.
- Mazak, Ferda Olbak (Ed.) (2007): Mahpeyker Kösem Vâlide Sultan ve Çinili Külliyesi. Üsküdar Sempozyumu IV. İstanbul, 3-6 Kasım 2006. 1. İstanbul: Üsküdar Belediyesi.
- Neftçi, Aras (2016): Nuruosmaniye Külliyesi'nin Yazıları. (Yeni ilavelerle). Nuruosmaniye Külliyesi Külliyesinin Algısı ve 2010-2014 Restorasyon Çalışmaları. (Ed.) Murat Sav. Vakıflar Genel Müdürlüğü. İstanbul.

- Oman, İsmail (2010): Şehzade Külliyesi. *TDV İslam Ansiklopedisi* 38, s. 483–485.
- Özden, H. Ömer (2004): Türk Vakıf Kurumunun Duygusal ve Felsefi Temelleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (4 (2)), s. 341–349.
- Özer, Melike; TUNCEL, Necati Barış (2016): Pirinç ve Pirinç Yan Ürünlerinin Glutensiz Tahıl Ürünlerinde Kullanımı. In *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi* 2 (2), s. 29–44.
- Öztürk, İbrahim Hakkı (2011): Tarih Öğretiminde Anakronizm Sorunu: Ders Kitapları Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Social Studies Education Research/Sosyal Bilimler Eğitimi Araştırmalar Dergisi* 2 (1), s. 37–58.
- Öztürk, Nazif (1995): Türk Yenileşme Tarihi Çerçevesinde Vakıf Müessesesi. 1. baskı. Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı (İlmi eserler serisi, 34).
- Pantık, Ramazan (Ed.) (2019): Atik Valide Sultan Külliyesinde İdari ve Mali Yapı (1590-1830). With assistance of Fehmeddin Başar. Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü.
- Pay, Salih (Ed.) (2005): Sultaniye İmareti. (Birimleri-Fonksiyonları-İşleyişi). Uludağ Üniversitesi II. Bursa Halk Kültürü Sempozyumu (20-22 Ekim 2005). 3. Bursa: Uludağ Üniversitesi.
- Sabırlı, Tijen (2019): Dindarlık, Ekonomi ve Sosyal Hayat: Nurbanu Atik Valide Sultan Vakfı Üzerine bir İnceleme (1582-1826). 1. basım. İstanbul: Libra Kitap (Tarih, 311).
- Sabırlı, Tijen (Ed.) (2014): Vakfiyesi ve Muhasebe Kayıtları Işığında Atik Valide Vakfı. Uluslararası Üsküdar Sempozyumu VII. İstanbul, 2-4 Kasım 2012. Üsküdar Belediyesi; Üsküdar Belediye Başkanlığı. Cilt I. İstanbul: Üsküdar Belediyesi.
- Sağır, Yusuf (2016): Vakfiyelerine ve Belgelere Göre Şehzâde Mehmet Vakıfları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* 9 (43), s. 921–938.
- Singer, Amy (2004): Osmanlı'da Hayırseverlik. Kudüs'te bir Haseki Sultan imareti. (çev. Dilek Şendil). 2nd ed. İstanbul: Tarih Vakfı, 139).
- Singer, Amy (2005): Serving Up Charity: The Ottoman Public Kitchen. In *Journal of Interdisciplinary History*, XXXV:3 (Winter, 2005), s. 481–500.
- Tanman, M. Baha (1988): Atik Valide Külliyesi. *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi* Cilt 1 (2), s. 3–19.
- Taşkın, Osman (2017): Nuruosmaniye Külliyesi'nin Fiziki, İdari, Mali ve Sosyoekonomik Yapısı. (Basılmamış Doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Taşkın, Osman (2018): Nuruosmaniye Külliyesinin Mali ve Sosyal Yönü. In *Vakıf Restorasyon Yıllığı* (17), s. 90–107.
- Taşkın, Osman (2021): XIX. Yüzyıl Başında Haremeyn Vakıfları ve Bir Yıllık Gelir Gideri. In *Asia Minor Studies* 9 (1), s. 713–734.
- Ülken, Hilmi Ziya (2006). In *Vakıflar Dergisi* IX (Tıpkı Basım) (IX), s. 13–38.
- Yüksel, Hasan (1998): Osmanlı Sosyal ve Ekonomik Hayatında Vakıfların Rolü (1585-1683). 1. Baskı. Sivas: Dilek Matbası.
- <http://www.ottomaninscriptions.com/information.aspx?ref=list&bid=2995&hid=4716> (E.T. 26.04.2021)
- <http://www.siyasalvakfi.org/hakkimizda/sehzade-imarethanesi-tarihcesi-56.html> (E.T.12.04.2021)
- <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/10/3-ayet-tefsiri> (E.T.21.10.2021)

Extended Abstract

Aim and Scope

This article aims to comparatively examine five large foundation imarets which have important places in the Ottoman civilization imagination, in terms of their economic capacities. The imarets, which have become distinguished and institutionalized not only in our own history but also in world history, have not been adequately studied in terms of neither our architecture nor our cultural history. Moreover, they have been devalued by someone via abstract and general approaches, such as the old institutions in which the lazy are fed. However, looking at the historical data, the public kitchens provided a wide-based employment area from the foundation of the Ottoman Empire to the beginning of the twentieth

century and met the daily food needs of the employed and the needy. It has shown that they play an important role by preventing social turmoil and the impotence of the people. It has shown that they play an important role by preventing social turmoil and the desperation of the people. In addition, it is a fact that by converting issues such as the amount of food required per person into a written text, it brought a standardization in terms of the protection of nutrition culture and public health.

Methods

In this context, Sultan Mahmud (Hagia Sophia), Nuruosmaniye, Prince Mehmed, Atik Valide Sultan and Cedid Valide (Tiled) Imaret, which are located on both sides of the city and have great contributions to the development of the city, have been compared in terms of their economic capacities. An important aspect of the research is the use of data from the years 1827-1828, which coincides with the first years after the foundation of Evkaf Nezareti. Leaving the criticism aside that foundations were financially and administratively poorly managed in the nineteenth century, these data show that these five soup kitchens preserved their places in action area despite the difficult market conditions.

Findings

Moreover, graphs of change in food prices made using data from accounting records of six different foundations provide useful data for economic history and urban history researches. In addition, it provides historical information to new scientific fields such as consumed food products, gastronomy, nutrition and dietetics. It will also make important contributions to research fields such as the history of Turkish food culture and taste perception

Conclusion

Considering the historical adventure of the concept of imaret, the same is used with the kulliye, which means more general meaning than the concept of kulliye we use today. In this article, for the first time, general accounting data and soup kitchen expenses of five different foundations have been analyzed with a comparative method. This kind of comparative analysis has never been conducted for the period after the foundation of the Ministry of Foundations. The main reason for this is that after the Tanzimat, the foundation revenues were used for other expenditures. It can be attributed to a perception that it is the same throughout the century. However, it is seen that the foundations continued their services in the difficult conditions of the market, except for a contraction in their capacities depending on the general conditions in the 1830s. This was made possible by collecting the mukataa revenues of Haremeyn foundations in a treasury and paying them in installments from there. As a result of the comparison, it is seen that the foundations are listed as Sultan Mahmud (Hagia Sophia), Nuruosmaniye, Şehzade Mehmed, Atik Valide Sultan and Cedid Valide (Çinili) Mosque foundations and imaret, respectively, in terms of their capacities and budgets. It has been determined that there is no difference in the food price data in five imaret due to the same market conditions, but one or two products supplied to Atik Valide Sultan Imaret are purchased at a fixed price for an incomprehensible reason. Apart from that, besides the food prices of the five foundations we compared, a contribution was made to the data of 1827-1828 by comparing the prices of big foundations such as Sulaymaniyah from the same dates. In addition, this study shows that the accounting data of the foundations can provide much more important information, the general situation of the foundations can be revealed more clearly and that the Haremeyn treasury is in a financially strong position. The central government's use of this resource in other areas after the Tanzimat confirms this.

Türk Toplumunda Suriyeli Sığınmacı Algısı

Turkish Society's Perception of Syrian Refugee

Dursun Yılmaz¹, Mehmet Akif Günay²

Öz

Büyük boyutlu ve ani gerçekleşen göçler, göç edilen ülke için politik, kültürel, ekonomik ve sosyolojik olarak birçok alanda da problemleri ortaya çıkarmıştır. Bu durum göç edenler açısından da eğitim, barınma/beslenme ve güvenlik gibi temel ihtiyaçların karşılanamaması gibi sorunları beraberinde getirmiştir. Göçle beraber ortaya çıkan problemlerin aşılabilmesi, çözüme yönelik politikaların belirlenmesi için göç edilen yerde yaşayan halkın göçmenlere yönelik algılarının ortaya çıkarılması büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda yapılan birçok akademik çalışmada ve yayınlanan raporlarda halkın Suriyeli sığınmacılara yönelik olumsuz algılarının olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Göçün devam etmesi Suriyeli sığınmacılara yönelik güncel araştırmaların da yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda çalışma, Türk halkının Suriyeli sığınmacılara bakışını, algısını, tutum ve söylemlerini yansıtmaya bakımdan önemlidir. Araştırma verileri anket formu kullanılarak toplanmıştır. Araştırmanın örneklemini İzmir sınırları içinde yaşayan ve kolayda örneklem yöntemi ile belirlenen 18 yaş ve üzeri katılımcılardır. Ankete toplam 522 katılmıştır. Araştırmanın sonucunda Suriyeli sığınmacılara insani yardım yapılması gerektiği, sığınmacıların mağdur, şefkate muhtaç ve yardıma ihtiyacı olduğu yönünde kamuoyunda ortak bir kanaatin oluştuğu görülmüştür. Bununla birlikte katılımcıların sığınmacılarla aynı ortamları paylaşmaktan imtina ettiği gibi bir sonuca da ulaşılmıştır. İnsani yardıma "evet" diyen katılımcıların birlikte yaşama konusunda ciddi tereddütleri olduğu, beraberce yaşamaktan yana bir tavır ortaya koymadıkları verilen cevaplara açıkça yansımıştır.

Anahtar sözcükler: Kitlese Göçler, Suriyeli Sığınmacılar, Ortadoğu, Mülteci, Ensar ve Muhacir.

Abstract

Large-scale and sudden migrations have created political, cultural, economic, and sociological problems for the country of immigration in many areas. This situation has brought problems such as the inability to meet basic needs such as education, accommodation/nutrition, and security for immigrants. It is of great importance to reveal the perceptions of those living in migration areas towards immigrants to overcome the problems that arise with migration and to determine solution policies. Continuation of the migration requires up-to-date research on Syrian refugees. In this context, the study is important in terms of reflecting the Turkish people's perspective, perception, attitude, and discourse towards Syrian refugees. Research data were collected using a questionnaire. The sample of the study is 18 years and older participants who live within the borders of İzmir and who are determined with the appropriate sampling method. A total of 522 people participated in the survey. As a result of the research, it was seen that there was a common opinion in the public that Syrian refugees needed humanitarian aid, that asylum seekers were victims, in need of mercy, and need of help. However, it was concluded that Turkish society avoided sharing the same environment with the refugees. It was reflected in the answers that the participants who said "yes" to humanitarian aid had serious hesitations about living together and did not show an attitude in favor of living together.

Keywords: Mass Migration, Refugees, asylum seekers, the Middle East, the Syrian Ansar and Muhajir.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 13 / 05 / 2021

Accepted: 27 / 12 / 2021

¹ Öğr. Gör., Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, dursun.yilmaz@gop.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-6161-3482>

² Dr., Gümüşhane Üniversitesi, mag-user@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-1039-5440>

Giriş

Tarihin en kadim olgularından biri olan göçün geçmişi, insanlığın tarihi kadar eskidir. Tanımı ise çok basittir. En öz tanımı insanın ferdi veya kitlesel halde yaşadığı yerden başka bir yere süreli veya sürekli olarak yer değiştirmesi şeklinde ifade edilebilir. Bu kadim olgunun fiilen gerçekleşmesi, tanımı kadar basit bir eylem değildir. Göç, çok zor, çetin süreçleri olan, çok farklı boyutları bulunan, çok yönlü bir eylemdir. Göçmek eyleminin temel tetikleyici unsuru daha iyi bir yaşam arayışıdır. Bazı göçler vardır ki zamanı iple çekilir; şenliklerle, karnavallarla başlar bu tür göçler, lakin o tür göçlerin temelinde de aslında daha iyi yaşama ya da arzulanan hayat biçimine kavuşmak yatmaktadır. Göçmek, fiil olarak yer değiştirmektir. Çok boyutlu bu eyleme bütün beşeri bilimlerde yer verilmiştir. Çünkü göç; tarihi, edebiyatı, sosyolojiyi, psikolojiyi, ekonomiyi, siyaseti ve dahi uluslararası ilişkileri içine alan bir olgudur. Göçlerin çok çeşitli nedenleri vardır. Hepsinin ortak noktası daha iyiye kavuşma isteğidir. Göçler temel olarak iki şekilde gerçekleşir: birincisi; bireyin ya da kitlenin iradesi ile yapılan göçler, diğeri ise bireyin ya da kitlenin iradesi dışında başka bir irade tarafından zorla yaptırılan göçlerdir. Birincisi rıza dâhilinde gerçekleştiği için daha programlı, zorlukları nispeten kolaylaştırılmış göçlerdir. İkincisi başka güçlerin zorlaması sonucunda gerçekleştiği için büyük trajedilere gebe, plansız ve programsız göçlerdir. Bir plan vardır fakat bu plan göçenlerin değil, göçtürenlerin planıdır.

Göç olgusunun kadim bir olgu olduğu gerçeğinden hareketle tüm milletlerin tarihinde büyük göç hareketlerinden bahsetmek mümkündür. Göçlere tarih boyunca bir takım adlar verilmiştir. Bu adlandırmalar siyasi, dini, hukuki, ekonomik bir takım nedenler doğrultusunda yapılmıştır. Hicret de, tehcir de, sürgün de temelde bir göçtür. Eylem aynıdır, fakat sonuçları muhtelifdir. Bazı göçler şekli ve niteliği bakımından göçün tanımı ile örtüşmemektedir. O zaman literatüre şu ayrımın girmesi daha uygun olacaktır. Rıza dâhilinde gerçekleşen göçler daha iyiyi amaçlarken rızanın dışında gerçekleştirilmeye zorlanan göçlerin akıbeti mevhum ve meçhuldür.

Göç genel olarak olumsuz bir çağrışım yapsa da beşeri tarihe büyük katkılar sağladığı tarihçe bir hakikattir. Keşifler, icatlar, buluşlar, bazen göçlerin nedeni bazen de sonucu olmuştur. Göç, büyük bir kültür ve medeniyet aktarımıdır. Göç bir tecrübe paylaşımıdır. Göç, birlikte yaşayabilmeyi deneyimlemektir.

Çok boyutlu bir yapıya sahip olan göç, literatürde de çok geniş şekilde yer almıştır. Göçlerin ilk insanlarla başladığı ve günümüze kadar devam ettiği beşeri ve tarihi bir hakikattir. Günümüzde ki göçlere modern göçler denilmektedir. Fakat modern anlamı göçün büyük trajedilerini kapatacak şekilde tasavvur edilmemelidir. Bugün dünyanın tanıklık ettiği farklı bölgelerde pek çok göç hareketi bulunmaktadır. Bu çalışmada modern dünyanın tanık olduğu hâlihazırda devam eden en büyük göç hareketlerinden biri olan ve yoğun olarak Türkiye Cumhuriyeti sınırlarında yaşanan Suriye göçmenleri konu edilmiştir. Elbette çok boyutlu olan ve Türkiye literatüründe de çeşitli yönleriyle ele alınan bu büyük göç hadisesinin birçok saha çalışması bulunmaktadır. Fakat Türkiye'nin sosyolojik yapısı bölgelere göre değişiklikler gösterdiği için her bölgede yapılan saha çalışmalarının muhtelif neticeler vermesi mümkündür. Bu sebeple bu uygulama çalışması Ege Bölgesi'nin en büyük, Türkiye'nin ise üçüncü büyük kenti olan İzmir ve ilçelerine dönük yapılmıştır. Bu çalışmada İzmir ili birkaç nedenle tercih edilmiştir. Birinci sebep göçmenlerin özellikle Avrupa'ya geçiş için bu kenti bir üst olarak kullanmalarıdır. İkinci sebep, özellikle nüfus mübadeleleri ve akabinde Balkanlar'dan çok fazla muhacir almış olması ve göç kültürüne yabancı olmayan bir kent olmasıdır. Başka bir sebep ise mevcut iktidara karşı bugüne kadar ki tüm seçimlerde muhalif bir çizgide durması nedeniyle mevcut hükümetin sığınmacılar konusundaki yaklaşımlarını nasıl gördüklerinin tespit edilmeye çalışılması saha araştırmasını bu kentte yapmanın başlıca sebepleri olmuştur.

1. Göç ve Göçmen Kavramı

Göç, tekli veya toplu olarak yer değiştirme eylemidir. Göç hareketlerinin çok çeşitli sebep ve sonuçları vardır. Bu kısımda bu sebep ve sonuçlara değinilmiştir. Bu bağlamda göç irade esaslı olarak gönüllü ve zorunlu; yerleşmeye bağlı olarak geçici ve sürekli; yasalara uygunluk açısından düzenli ve düzensiz; ülke sınırları açısından iç ve dış göç şeklinde sınıflandırılmaktadır (Şeker ve Uçan, 2016: 201).

Gönüllü Göç: İnsanların iradeleri kısıtlanmadan, isteyerek ve beklentileri doğrultusunda, bir yerden başka bir yere giderek yer değiştirmesi gönüllü göç olarak tanımlanır (Özkalp, 1990: 211). Gönüllü göç durumunda, göç eden bireyin herhangi bir baskıya maruz kalmadan kendi arzusu ile göç kararını aldığı varsayılır (Şeker ve Uçan, 2016: 201).

Zorunlu Göç: Bireylerin kendi iradeleri dışında ve herhangi bir nedenden dolayı tehdit niteliği taşıyan sorunlardan kaçmak için başka bölgelere gitmeleri zorunlu göçü ifade eder. Zorunlu göçe tabi olan göçmenler anavatanlarını terk etmek istemezler. Bu şekilde göç eden bireyler büyük engellerle karşı karşıyadır. Savaş, kıtlık, yoksunluk, işkence ve aşağılama ve kitlesel dışlanma veya tahakküm vb. sonucu oluşan göçler zorunlu göçe örnek verilebilir (Berry, 2006: 31).

Geçici Göç: Geçici göçler, kısa süreli ve belirli bir amacı gerçekleştirmek için yapılır. Belli bir dönem ekonomik kazanç elde etmek için göç eden mevsimlik işçiler, yurt ve kent dışında eğitim görmek için giden öğrenciler geçici göç kapsamında yer alırlar (Yalçın, 2004: 20).

Sürekli Göç: Yaşamın geri kalanını göç edilen yerde sürdürmek amacıyla yola çıkan göçler ise sürekli göç olarak adlandırılabilir (Yalçın, 2004: 20). Bu tür göçlerde bireyler yaşadıkları yerden bir başka yere, temelli yerleşmek üzere giderler (Koçak ve Terzi, 2012: 171).

Düzenli (yasal) Göç: Düzenli göç, bireylerin transit geçiş yaptıkları veya gittikleri ülkenin yasalarına uyarak kısa süreli veya sürekli konaklaması durumudur (Çağlar, 2018: 35). Bu göçler uluslararası anlaşmalar çerçevesinde gerçekleşir. Göç veren ve göç alan ülkeler göç hareketini hukuksal bir zemine oturturmak zorundadır. Bu tür göç eylemlerinde göç alan ülkeler de göç veren ülkeler de göçmenlerden sorumludurlar. Onların hukukunu korumakla mükelleftir.

Düzensiz (yasadıışı) göç: Düzensiz göç, bireylerin yasal olmayan araçları kullanarak ikamet izni bulunmayan bir yerleşim yerine geçmesidir (McNevin, 2011: 18-19). Bu doğrultuda düzensiz göçler yasal mevzuata aykırı göçlerdir. Bu göçlerin başlangıcı yasal olabilir fakat ülkelerin mevzuatına uyulmadığı durumlarda bu göçlerin devamı yasadışı olma ihtimali bulunan göçlerdir. Düzensiz göçler ekseri kaçak yollarla, kanunlara uymadan gerçekleşen ve ülkelerin hukukuna göre yaptırımlara uğratılan göçlerdir. Düzensiz göçte dikkat çeken bir nokta da kanunlara riayet edilerek gidilen bir ülkede çalışma süresinin, ya da oturma izninin bitmesi durumunda bunların yasal sürelerini uzatmayıp ülkede kaçak olarak kalmaya devam etmek kaçak hukukuna girdiğinden bu tür göç hareketleri de yasalken yasadışı göç kategorisine dâhil edilmektedir. Uluslararası arenada düzensiz göçler, insan kaçakçılığı başta olmak üzere pek çok suça kaynak teşkil etmektedir.

İç göç: "Yeni bir ikamete sahip olmak amacıyla veya yeni bir ikametle sonuçlanacak şekilde insanların aynı ülkenin bir bölgesinden başka bir bölgesine göç etmesi" iç göç olarak tanımlanır (İOM, 2013: 43). Bu göç, geçici veya daimi olabilir (Gemici, 2016: 240). Bu kavram adından da anlaşılacağı üzere ulus sınırları dışına çıkmayan, içeride gerçekleşen bir eylemdir. İç göçlerde kendi içinde sınıflandırılmıştır. Köyden kente, köyden kasaba veya ilçe merkezlerine ya da kentten kente şeklinde yapılırken çevre kirliliği, doğallıktan uzaklaşmış gıdalar, kent stresi artık yeni bir göç türünü de beraberinde getirmiştir.

Dış göç: Buna uluslararası göçte denilmektedir. Bu göç hareketi ulus sınırlarını aşır uluslararası bir boyut kazanır. En başta da belirtildiği üzere rıza ile gerçekleşen bütün göç hareketlerinin temelinde daha standartları yüksek bir yaşam hayali yatmaktadır. Mesela eğitim için yapılan bir göç hareketi dahi doğrudan olmasa da dolaylı olarak daha müferrah bir yaşam arzusuyla gerçekleşir. Dolayısıyla bütün göç hareketleri ister iç göç olsun ister dış göç olsun ekseriyetle gelişmemiş, ya da az gelişmiş bölgelerden gelişmiş bölgelere doğru hareket etmektedir.

1.1. Göç Kavramı

Göçer, ya da göçmen genel bir kavramdır. Göçerlere ilişkin ulus devletlerin ve uluslararası hukukun tanımladığı çok sayıda kavram bulunmaktadır. Bu kavramlar uluslararası camia tarafından göçerlerin niteliğini belirlemek açısından oldukça önem taşımaktadır. Kavramların çoğu hukuki statüleri belirleyen, teknik ayrıntılar içermektedir. Bu cihetle bu kavramları ulusal ve uluslararası mevzuatta geçtiği gibi aynıyla beyan Suriye kriziyle gündeme gelen göç hadisesini yorumlayabilmek için önemlidir. Çünkü en başta da ifade edildiği üzere göçmek bir eylemdir, eylemi gerçekleştiren göçerdir. Fakat göç etmenin niteliği göçerin statüsünü de belirleyen bir durumdur. Mesela yaylaya göçmekle Avrupa'ya göçmek eylemsel olarak aynıyken, nitelikleri bakımından pek çok farklılıkları vardır. Çavuşoğlu, uluslararası göç tiplerini ikel göç, zorla göç, zorunlu göç, kitle göçü, serbest göç, mülteci göçü, geçici göç, kalıcı göç, işçi göçü ve beyin göçü olmak üzere sınıflandırmıştır (Çavuşoğlu, 2006: 83-104). Bu sınıflandırmanın dışında; ekonomik kaynaklı göç, iklim kaynaklı göç, siyasal kaynaklı göç, eğitim kaynaklı göç, beyin göçü ve emekli göçü şeklinde tasnifi de mümkündür (Aksoy, 2012: 292-303).

Mülteci, sığınmacı, göçmen ifadeleri ile ilgili Türkiye'de bir kavram karmaşası yaşanmaktadır. Hatta bu kavram karmaşası öyle ileri boyutlardadır ki sadece halk arasında değil, yazılı ve görsel medyada verilen haberlerde, yapılan yorumlarda da kavramlar birbirine karıştırılmaktadır. Kavramlar göç eylemini gerçekleştirenler açısından fiili bir farklılık oluşturmaya da onların yaşamlarını, statülerini, uluslararası hukuktan doğan haklarını kullanabilmeleri açısından çok önem taşımaktadır. O sebeple kavramların doğru ve yerinde kullanılması önemli bir husustur. Bu konuda uluslararası sözleşmelerin, uluslararası hukukun ve Türkiye Cumhuriyeti yasalarının tanımladığı şekilde bu kavramlar ifade edilmelidir.

Mülteci: Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği'nin (BMMYK) 1951'de Cenevre'de yaptığı uluslararası mülteciler sözleşmesinde (tbmm.gov.tr, 1961) mülteci "ırkı, dini, tabiiyeti, belli bir gruba yahut politik görüşüne mensubiyeti nedeniyle zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korktuğu için vatandaş olduğu ülkenin dışında bulunan, kendi ülkesinin korumasından istifade edemeyen ya da bu korku nedeniyle istifade etmek istemeyen kişi"dir. Uluslararası hukuka göre

mültecilerin kabul görmüş hakları ve uluslararası hukuktan doğan statüleri bulunmaktadır. Mültecilik kavramı uluslararası bir statüdür. Ulusal sınırlar içerisinde yer değiştirenlere mülteci denmemektedir.

Sığınmacı: mültecilerin aynı nedenleri ile ülkelerinden ayrılmış, fakat başvurduğu ülke tarafından resmi olarak kabul edilmemiş henüz beklemede tutulan kişidir. Sığınmacı uluslararası statüden yoksundur. Bununla birlikte İnsan Hakları Evrensel Bildirisi'nde "*Herkesin zulüm karşısında başka ülkelere sığınmacı ve bu ülkelerce sığınmacı işlemi görme hakkı vardır*" (madde 14/1). Şeklinde beyanları bulunmaktadır. Sığınmacı, Mülteci olup olmaması yönünde henüz bir karara varılmamış olan kişilere denir (Topkaya ve Akdağ, 2016: 700). Sığınmacının uluslararası bir statüsü olmaması onun, geldiği ülkeye tekrar gönderilmesi manasını taşımamaktadır. Bu sebeple sığınmacılarda sığındıkları ülkelerin koruması altındadır.

Göçmen: Türk soyundan ve Türk kültürüne bağlı olup, yerleşmek amacıyla tek başına veya toplu halde Türkiye'ye gelip İskân Kanunu gereğince kabul olunanlardır (İskan Kanunu 1/d). Göçmenler, taraf ülkelerin hukuklarına tabi olarak hareket etmek zorundadır. Bütün faaliyetleri yasaldir. Taraf ülkelerin hukukuna uymadıkları durumlarda kaçak mevzuatına tabi tutulan kişidir. Konuyla ilgili geniş malumat göç kavramı içerisinde belirtilmiştir.

1.2. Göçmen Ayrımcılığı

İnsanların bir ülkeye, bir başka ülkeden gelerek yerleşmek üzere yer değiştirmesi (Giddens, 2012: 1061) olarak tanımlanabilecek göç, insanlık tarihi boyunca varlığını göstermiş ve uygarlığın biçimlenmesinde etkin rol oynamıştır. Toplumlar eski dönemlerden beri politik, ekonomik, savaş, refah arayışı gibi sebeplerden dolayı göç etmişlerdir. Geçmiş eski tarihlere dayanan göç olgusunun etkisi küreselleşmeyle beraber artmıştır (Giddens ve Sutton, 2014: 110).

Nedeni ne olursa olsun göç, fitratında sahip olduğu zorlukların etkisiyle göçmenleri ekonomik, sosyolojik ve psikolojik açıdan olumsuz etkileyebilmektedir (Karataş ve Baloğlu, 2018: 974). Göç alan toplumların göçmenlere karşı tutum ve davranışları incelendiğinde göçmenlere karşı mesafeli oldukları, demografik bağlamda kaygı duydukları, iş ve gelir kaybı yaşadıkları, kira ücretlerinin yükselmesinden rahatsız oldukları görülmektedir (Nurdoğan ve vd. 2017: 2298). Psikolojik bağlamda değerlendirildiğinde çıkar çatışması yaşamaları muhtemel olan taraf, diğerlerine karşı farklı bir tutum ve davranış sergileyebilmekte, ilişkilerde birbirinin itibarını zedeleme, değersizleştirme ve ayrımcı davranışlar gösterebilmektedir. Bununla beraber, farklı kimlik ve grup yapılarının birbirlerine toleranslarının gün geçtikçe azalması dışardan gelenleri diğerleri olarak görmeyi sağlayan diğer bir nedendir (Çömez ve Kaya, 2017: 41,46).

Geçmenler yasal statülerinden ve çalışma şartlarından dolayı birçok zorluklar yaşamakla beraber gittikleri ülkede sosyal yaşamlarında ve işgücü piyasasında ayrımcılıkla karşı karşıya gelmektedirler. Ülke vatandaşları ile karşılaştırıldığında kötü çalışma koşulları, etnik ayrımcılık, ırkçılık ve kötü muameleye daha fazla maruz kalmaktadırlar (Dedeoğlu, 2018: 40; Yakushko ve Morgan, 2012). Bununla beraber göçmenlerde sosyal dışlanma; eğitim, istihdam, konut vb. fırsatları sınırlandırarak benlik saygısını düşürmekte ve ruh sağlığını olumsuz bir biçimde etkilemektedir (Mawani, 2014).

Göçmenlere karşı önyargının oluşmasında ve onlara karşı ayrımcılığın yapılmasında medya temsilleri önemli rol oynamaktadır. Lübnan'da mültecilerin günah keçisi ilan edilmesiyle ve ülkenin güvenlik, ekonomik ve sosyal sorunlarının kaynağının onlar olması ile ilgili söylemlerin üretilmesinde medya etkili olmuştur (Yasmine ve Moughalian, 2016: 31). Çeşitli söylemlerle Suriyeli mültecilere yönelik toplumun dilinde olumsuz söylemlerin dolaşımı Suriyeli kimliği üzerinden kültürel dışlanmaya neden olmaktadır (Özdemir, 2017: 115).

Suriyeli göçmenlere yönelik dışlayıcı ve olumsuz söylemler olumsuz bir algının da oluşmasını sağlamaktadır. Bu tür olumsuz söylemler büyük ölçüde medya temsilleriyle yayılmaktadır. Temsiller, tensil ettikleri kimlikler hakkında kalıplaşmış ön yargıların yayılmasında etkin rol oynar. Medya temsilleri göçmenler yönelik davranışları ve görüşleri etkiledikleri için önemlidirler. Medyada yer alan olumsuz temsiller ayrımcı söylemleri güçlendirdiği ve uzun vadede sığınmacılara yönelik oluşabilecek ayrımcı tutumlara neden olduğu söylenebilir (Efe, 2015: 7). Türkiye'de de Suriyeli mültecilere karşı olumlu ya da olumsuz bir algının oluşmasında medyanın etkisi yüksek olmuştur (Özdemir, 2017: 124).

Medya temsilleriyle beraber oluşan olumsuz algı göçmenlere karşı yapılan ayrımcılığın da itici gücü olmaktadır. Yerli grupların elde ettiği etkinlikler göçmemelerden esirgenerek ayrımcılık yapılmaktadır (Giddens, 2012: 1052). Ayrımcılık göçmenlere yönelik olumsuz düşünceleri ifade etmekle beraber, hor görme, nefret etme, kaçınma ve hoşlanmamaya kadar uzanan olumsuzlukları içeren tutumlara yol açabilmektedir (Göregenli, 2012: 5). Söz konusu olumsuz tutumlar ayrımcılığa dönüşerek cinsiyet bağlamında, sosyal alanda, ekonomik anlamda ve iletişimsel olarak kendini gösterebilmektedir. Özellikle milli gelirin onlarla bölüşüldüğü, ekonomiye yük olduğu, göçmen çocuklarının istediği yerde bedavaya okuyabildikleri yönünde ekonomiyle ilişkili bilgiler dolaşıma sokularak olumsuz bir algının oluşması tetikleniyor (Özipek, 2018: 125) ve bu şekilde ayrımcılığının ekonomik alanda belirginleşmesi sağlanmış oluyor.

Göçmenlerin düşük maaşla çalıştırılmaya zorlanması işgücü piyasasında yapılan ayrımcılıklarda bir tanesidir. Bu alanda yapılmış ulusal ve uluslararası çalışmalar göçmenlerin daha alt nitelikteki işlerde ve olumsuz çalışma koşulları altında

çalıştıklarını göstermektedir (Gökmen, 2018: 154). İngiltere’de yapılan bir çalışmada Doğu Avrupa’dan göç edenlerin saat başı asgari ücretten daha düşük bir ücretle ve çalışması gerekenden daha uzun süre çalıştıkları ortaya çıkmıştır (Poikela, 2016).

İngiltere için yapılan başka bir çalışmada Londra’daki bazı otellerin Doğu Avrupalı göçmenleri saat başı asgari ücretten daha düşük ücretle ve fazla çalışma ödemesi yapmadan daha uzun süre çalıştırdıkları tespit edilmiştir (Poikela, 2016). Yine İngiltere’de Polonyalı göçmenlerle ilgili yapılan bir araştırmada ücret ayrımcılığına ilaveten mobing, ağır iş yükü, ırkçılık gibi sorunlar bulgulanmıştır (Janta, 2011)

En fazla göçmen tarım işçisi çalıştıran ABD’de göçmenler ülkelerine gönderilme korkusuyla toplumsal dışlanmaya ve ırkçılığa maruz kalmakta, iş sağlığı ve güvenliği açısından riskli olan işlerde çalıştırılmaktadır (Svensson ve diğ. 2013; Giddens. 2012: 556). Yine Uluslararası Çalışma Örgütü’nün Fransa’da ikinci nesil göçmenlere yapılan ayrımcılığa yönelik yaptığı araştırmada ayrımcılığın yaygın olduğu ve işgücü piyasasına erişimde sorunlar çıkardığı sonucuna ulaşılmıştır. İş görüşmelerinde göçmen çocukların, özel olarak eğitilmiş ve neredeyse aynı özgeçmişine sahip yerel adaylara sorulan sorulardan daha fazlasına cevap vermesi talep edilmektedir. En fazla ayrımcılık hizmet sektöründe ve küçük ve orta ölçekli şirketlerde yapıldığı ortaya çıkmıştır. Aynı özelliklere sahip, ancak farklı kökene sahip iki aday arasında yapılan seçimlerin onda dokuzu sadece isme bakılarak ve işverenle hiçbir görüşme gerçekleşmeden yapılmıştır (Longhi, 2013: 69).

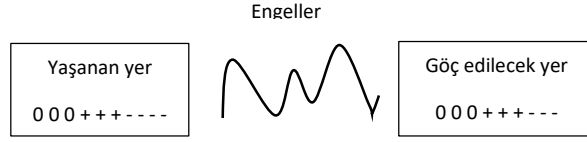
Çalışma hayatında cinsiyet bağlamında yapılan ayrımcılıklardan bir tanesi kadınlara yönelik yapılan ayrımcılıktır. Göçten sonra kadınların daha fazla şiddetten acı çekmekte, ayrımcılıkla daha sık karşılaşmakta, bakım veren rolü artmakta ve hizmetlere daha sınırlı ulaşmaktadır (Buz, 2006: 6). Yapılan araştırmalarda kadın işçilerin erkek işçilere göre daha düşük ücretle çalıştıkları ortaya çıkmıştır (Kahveci, 2019: 114). Bununla beraber kadınların işyerinde tacize uğrama ve ücretlerini alamama gibi sorunlarla karşılaşmaktadır (Dinçer, 2015; Toksöz ve Ünlütürk-Ulutaş, 2012; Ekiz Gökmen, 2011). Hatta bazı işverenler için cinsel beklentiler de göçmen kadın işçileri işe almak için çekici bir faktör olabilmektedir (Coşkun, 2016: 96). Genel bağlamda göçmen kadınlar, istihdamda cinsiyet temelli ayrımcılık, yetersiz sağlık bakımı, yetersiz eğitim, eşit olmayan ücret (Anker, 2002: 6), tacize uğrama, daha niteliksiz işlerde çalışma gibi sorunlarla karşı karşıya gelmektedirler.

Türkiye’ye gelen Suriyeli göçmenler, yabancı düşmanlığı, kayıt dışı çalışma, ayrımcılık, ötekileştirme, sosyal dışlanma gibi sorunlarla karşılaştılar (Ünal, 2014: 68). Özellikle eğitim seviyesi düşük Suriyeli göçmenler ayrımcılığa maruz kalmaktadır (Duman ve Özdemirci, 2019: 641). Suriyeli göçmenler yönelik yapılan birçok araştırmada göçmenler yönelik ayrımcılığın yapıldığı ortaya çıkmıştır. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği verileri Suriyelilerin yerli işgücünün tercih etmediği işlerde çalışmayı kabul ettiklerini göstermektedir (UNHCR, 2015: 78). Suriyeli göçmenler tarımsal üretim gibi ağır işlerde düşük ücret karşılığında ve işçi sağlığı ve güvenliği açısından riskli olan işleri neredeyse hiçbir koruma ve güvence olmadan üstlenmelerine (Dedeoğlu, 2018: 40) rağmen yerli işçiler tarafından bir tehdit unsuru olarak görülmektedirler (Akbaş ve Ünlütürk Ulutaş, 2018: 171). Hatta ağır olmayan işlerde dahi Türk vatandaşı olan işçilerden daha düşük bir ücretle çalışmaktadırlar (Mutlu vd., 2018: 88; Akgül vd., 2015: 12).

1.3. Göç Kuramları

Günümüzde göç olaylarını net olarak açıklayacak bir kuramdan söz etmek mümkün görünmemektedir. Modern anlamda göç kuramları ilk olarak 1960’lı yıllarda literatüre girmiştir. Elbette kuramlar yokken de göçler vardı o sebeple erken dönem göç teorileri ve analizlerine önemli katkıda bulunan ilk bilim insanlarına sırasıyla Thomas R. Malthus, William Farr ve Earnst G. Ravenstein örnek gösterilebilir (Özcan, 2016: 188). Yalnız Farr’ın göç konusunda “kesin bir kanun olamayacağı” düşüncesinin doğru olmadığını ispat etmek isteyen Ravenstein, göç akımlarıyla ilgili kanunlar oluşturan ilk isimdir. Ravenstein, Sanayi Devrimi ile birlikte yoğunlaşan göç olaylarına yönelik ilk incelemelerini 1871 –1881 yıllarında İngiltere’nin nüfus sayım raporlarından elde ettiği verilere dayandırarak hazırlamıştır. Ravenstein, göç olaylarını temelde ekonomik, sosyal ve siyasal sebeplere bağlamış, ekonomik sebepleri başat sebepler olarak ileri sürmüştür. Diğer sebepleri ikincil sebepler olarak değerlendirmiştir. Ravenstein’in göçle ilgili geliştirdiği göç kanunları teoridir. Ravenstein, tartışmaya açtığı göçle ilgili; göç ve mesafe, göç ve basamakları, yayılma ve emme süreci, göç zincirleri, doğrudan göç, kır kent yerleşimcileri farkı ve kadın erkek farkı şeklinde yedi yasa öne sürmüştür (Ravenstein, 1885: 198-199; Aydemir ve Şahin, 2017: 362-362; Çağlayan, 2006: 68-70). Ravenstein’in göçle ilgili çalışmaları literatürdeki ilk teorik çalışmalar kabul edilmekte olup göç teorisini daha çok ekonomik temellere dayandırdığı için bugünkü göçleri açıklamak için yeterli görülmemektedir (İnce, 2019: 2581-2585; Özcan, 2016: 188-189; Massey vd., 2014: 11-42).

Bugün için hala önemli ölçüde geçerliliği olan başka bir kuram ise Everett Lee’nin geliştirdiği “itme” “çekme” kuramıdır. Bu kuramın temel mantığı; yaşanılan yerle ilgili insanları göçe zorlayan insanların düşük yaşam standartları, siyasi baskılar fırsat eksikliği gibi olumsuzlukları “itici” kuvvetler, insanların yaşamak istediği yerdeki özgürlük, fırsat eşitliği, ekonomik refah gibi olumlu nedenleri “çekici” kuvvet olarak görmesidir. Lee, bu kuramına göç eylemine karışan engelleri ve bireysel faktörleri de eklemiştir (Lee, 1966; Güllüpinar, 2012: 53-84; Çağlayan, 2006: 73).



**Şekil 1. Yaşanan ve Gidilecek Yerdeki Faktörler ve Bunların Etkileşimi,
Lee, 1966: 50**

Lee'nin kuramında yaşanan yer ile yaşanılmak istenen yer arasında bir eşitlik oluştuktan sonra eylemin gerçekleşmesi mikro (kişisel) ve makro (kişisel olmayan) durumlara, engellere göre şekillenmektedir. Lee, göç olayının yalnızca itme ve çekmeye bağlı gerçekleşmediğini ifade etmiştir.

Lee'nin bu teorisi üzerine düşünceler geliştiren başka bir göç kuramcısı da Willam Petersen'dir. Petersen, göç olgusu ortaya çıktığında insanların hepsinin göç eylemine katılmadığından hareketle insanların aynı olmadığı düşüncesinden hareket etmiştir. Petersen, göçe neden olan bireysel ve sınıfsal farklılıkları da dikkate alan **beş göç tipi** oluşturmuştur. Bunlar: ilkel göçler; daha çok doğanın ittiği göçler, zoraki ve yönlendirmeli göçler; doğanın yanında sosyal durumun oluşturduğu baskıların ittiği göçlerdir. Petersen, bu tür göçlere Nazilerin Yahudilere uyguladığı göçe zorlama politikalarını örnek vermiştir. Petersen'in bir diğer göç türü de serbest göçlerdir. Burada yukarıda sözü edilen üç unsur yoktur. Göçmenin özgür iradesi ile kendi kararlılığı vardır. Bu tür göçler daha bireyseldir. Beşinci göç türü olarak da kitlesel göç türünü ifade eden Petersen, burada beşeri ve teknolojik gelişmelerin yani yeni yolların ve vasıtaların bu tür göçleri tetiklediğini ileri sürmüştür (Petersen, 1958: 259; Çağlayan, 2006: 76).

Bir başka göç kuramı ise Samuel Andrew Stouffer'in 1935-1940 yıllarında geliştirdiği kesişen fırsatlar teorisidir. Stouffer'in öngörüsü, "belirli bir mesafeye göç eden bireylerin sayısının bu mesafedeki, yani çekim merkezindeki istihdam fırsatlarıyla doğru orantılı olduğu şeklindedir (Özcan, 2017: 191). Bu kuram daha çok ekonomi temelli, işçi göçleriyle daha çok ilintilidir (Çağlayan, 2006: 78; Aydemir ve Şahin, 2017: 364). Türkiye'den Almanya'ya işçi olarak göç eden ya da iç göç örneği olarak İstanbul'a göç eden göçmenlerin göç nedenlerine benzetilmektedir (Yıldırımoğlu, 2005). Fakat küreselleşmeye bağlı, ucuz iş gücü ve kaçak işçiler bu teori ile açıklanamamaktadır. Stouffer'in fırsatlar kuramı göçlerin fırsatlara bağlılığından ziyade çaresizliğe bağlı geliştiği gerçeğinden hareketle bugün çok geçerli görülmemektedir.

Çok kullanılan kuramlardan biri de **merkez çevre** kuramıdır. Kuram, yapısalcı yaklaşımın benimsediği merkez çevre-ilişkisi üzerinden gelişmiştir (Tüylüoğlu, 2004: 260). Bu kuram Samir Amin, Immanuel Wallerstein, Andre Gunder Frank gibi bir çok düşünür tarafından geliştirilmiştir (Çağlayan, 2006: 78). Kuram, "Bağımlılık Okulu" ya da "Dünya Sistemleri Teorisi" olarak da isimlendirilmektedir ve Marksist bir bakış açısına sahiptir (Özcan, 2016: 200). Kurama göre dünya, merkez ve çevre olmak üzere ikiye ayrılmış ve bu ikili dünya birbirine ekonomik temelde bağımlı olarak var olabilmektedir. Çağlayan, merkez çevre kuramının modern dünyadaki temel işleyişini, kapitalizm ve ulus-devlet temeline dayandırmıştır. Bu görüş çok tartışılabilir da birçok düşünür, dünyada tek bir sistemin hüküm sürdüğü görüşünü ileri sürmüştür. Merkez çevre kuramında kapitalist etkiler ve bu etkilerin yarattığı işleyişler sistemi çok önemlidir. Kuram, herhangi bir dünya sistemi çerçevesinde oluşan merkez çevre ilişkisinde kapitalist ağların etkisiyle çevre ülkelerde meydana gelen nüfus hareketi, günümüzdeki göçlerin, özellikle de çağımızdaki işgücü göçlerinin, çevre ülkelerden merkez ülkelere doğru aktığını ileri sürmektedir (2006: 80).

Ekonomik ve politik temelli olarak geliştirilmiş bir başka kuram ise **göç sistemleri kuramıdır** (Çağlayan, 2013: 101). Bu kuram göç olgusuna uluslararası ilişkiler çerçevesinde, ekonomik ve politik temelli olarak yaklaşan kuramsal bir çerçevedir. Bu kuramda iki ya da daha fazla ülkenin karşılıklı göçmen değişimiyle bir göç sistemi ya da ilişkiler zinciri oluşturması söz konusudur (Özcan 2016: 201). Bu teoriye göre göç, makro ve mikro yapıların etkileşiminin bir sonucudur. Makro yapılar büyük kuramsal yapılardan (ülkelerarası ilişkiler) oluşurken, mikro yapılar ise küçük ölçekli yapılardan (bireyin sahip olduğu ağlar) oluşmaktadır (Castles ve Miller, 2008: 37).

Elbette göç kuramları yukarıda kısmen değinilen kuramlarla sınırlı değildir. Yukarıda sözü edilen kuramların hemen hepsi ekonomi temelli göç teorileridir. **İlişkiler ağı (network) kuramı** göçe ve göçmene diğerlerinden farklı yaklaşan bir başka teoridir (Çağlayan, 2006: 85). Bu teorisin temelini uluslararası işgücü göçünde etkili bir faktör olarak görülen göçmenler arasındaki ilişkiler ağı oluşturmaktadır. İlişkiler ağı teorisi göçü başlatan değişkenlerden ziyade, göçün zaman ve mekânda devam etmesini etkileyen değişkenler ile ilgilenmektedir (Massey vd., 1993: 454). İlişkiler ağı kuramının temelini; göçmenlerin göç ettikleri ülkelere yakınlarını çekmeleri, göç ettikleri ülkede kurdukları sosyal ilişkiler, göç alan ülke ile göç veren ülke arasında da kurdukları sosyal ağların varlığı oluşturmaktadır. İlişki ağları göç risklerini ve maliyetlerini azaltmakta ve göç edilen yerde iş bulmada kullanılan sosyal sermaye biçimini oluşturmaktadır (Bulak, 2015: 29). Bunlar, göçmen ilişki ağları kuramının temel varsayımlarıdır. Bu ağların olumlu olduğu kadar, olumsuz kabul edilen sonuçları

bulunmaktadır. Buna güzel bir örnek Almanya'ya göçen Türk vatandaşları kendi ağırları içine kapandıkları ve bütün ihtiyaçlarını bu ağırlar içinde gördükleri için yerleştikleri ülkeye uyum problemleri yaşamamaktadır. Birçok filme de konu olan bu durum ilişkiler ağı ile yapılan göçlere iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Göçleri açıklamak için yukarıda bahsi geçen teorilerin dışında daha başka teorilerde bulunmaktadır. Fakat çalışmanın muhtelif yerlerinde de izah edildiği üzere hiçbir göç tek bir teori ile açıklanacak kadar yalın bir olgu değildir. Bahsi geçen teoriler belki klasik diyebileceğimiz kuramlardır. Küreselleşme süreci göç kuramlarında yeni yaklaşımlar ortaya koyduğu da bilinen bir gerçektir (Massey vd., 2014: 11-42; Güllüoğlu, 2013: 53-84).

1.4. Suriyeli Sığınmacıların Türkiye'ye Gelişi ve Etkileri

18 Aralık 2010 tarihinde Tunus'ta başlayan, Arap Baharı olarak nitelendirilen ayaklanmada muhalifler kitlesel eylemlerle Tunus'ta, Mısır'da ve Libya'da eski Baas rejimlerini devirmiş fakat yerine ya yenisini koyamamış ya da eski iktidarları aratan yönetimlerin doğmasına sebep olmuştur. Arap Baharı çıktığı yer olan Tunus'ta kısmen başarıya ulaşmış olsa da Mısır'da yeni bir askeri darbeye, Libya'da, Yemen'de ve Suriye'de devam eden iç savaş ve istikrarsızlığa sebep olmuştur. Fakat en acı ve trajik durum hiç şüphesiz Suriye'de yaşanmıştır. Çünkü rejim yıkılmamış ve ayakta, kazanan bir taraf olmamıştır, savaş hız kesmeden devam etmektedir. Arap Baharının doğrudan ve dolaylı etkilediği ülkelerden birisi de şüphesiz Türkiye olmuştur. Türkiye ile tarihi, dini ve coğrafi bağlarının köklü bir geçmişe dayandığı Ortadoğu ülkeleri yüz yıllarca Osmanlı tebaası olarak yaşamıştır. Osmanlı'nın Batı karşısında mağlup düşmesiyle bölgeden çekilmesi sonucu bu ülkeler uzun yıllar Batı'nın sömürgeci olmuştur. Sömürge dönemi sonrasında ise dış siyasetlerinde Batı ile ters düşmeyen, totaliter, otoriter ve diktatörlük gibi rejimlerle halklarını idare etmişlerdir. Bölgede hâkim olan ve Marksist bir ideolojiyi benimseyen Baas Partisi rejimi, Arap Baharına kadar bölgedeki egemenliğini sürdürmüştür. Otoriter, totaliter ve dikta rejimlerinden bıkan halklar rol model olarak Türkiye'yi ve Türkiye'de ki hükümet şeklini benimsemiş, Müslüman kimlikleri ile Türkiye'de ki Ak Parti iktidarını rol model şeklinde algılamışlardır (Kıbaroğlu, 2011: 32). Ak Parti iktidarındaki Türkiye'nin Ortadoğu'da rol model olması (Ayhan, 2011: 19) önce Batı'nın hoşuna gitmişse de bu söylem ilerleyen süreçte hem Ortadoğu liderlerini, hem de Batılıları rahatsız etmiştir. Fakat bölge halkı küresel iletişim ağlarının güçlü etkisiyle dikta rejimlere başkaldırmış, geri dönüşü olmayan bir yola girmiştir. Bölge halkı bölgedeki en teşkilatlı ve yetişmiş insan gücüne sahip İhvan-ı Müslim (Müslüman Kardeşler Teşkilatı) hareketini Türkiye'de ki Ak Parti ile bir nevi özdeşleştirmiş, teşkilatta bu mümbit zeminde sahaya inmiştir. Mısır; siyasi, askeri, ekonomik, stratejik birçok noktadan Ortadoğu'nun kalbi, akıllı ve Türkiye'nin rakibi konumundayken Arap Baharında en büyük kaybeden olmuş, bu iktidar kaybı diğer Baas rejimleri ile yönetilen ülke halklarını daha da ateşlemiştir. Böylece Arap Baharı izleri uzun yıllar hafızalardan silinmeyecek bir kışa dönmüştür. Arap Baharı ile başlayan kıvılcım bazı yerlerde sönmüş olsa da başta Suriye Yemen ve Libya gibi ülkelerde alevleri hala göklere yükselmektedir.

Türkiye Cumhuriyeti devleti ve hükümeti Ortadoğu'da yaşanan bu sürece tarihi ve coğrafi birçok açıdan kayıtsız kalmamıştır. Osmanlı'nın devamı niteliğindeki Türkiye Cumhuriyeti Ortadoğu ülkelerini kısmen hinterlandı gibi algılamış, otoriter ve dikta rejimlerinin yıkılacağına inandığı için de açık bir şekilde rejim muhaliflerini (Müslüman Kardeşler Teşkilatı ve ona yakın olanları) desteklemiştir (Kıbaroğlu, 2011; Ayhan, 2011; Ertuğrul, 2012; Akıllı, 2012). Süreç içerisinde Batı'nın Müslüman Kardeşler Teşkilatı'na kuşkuyla yaklaşması, Mısır'da siyasetin tersine dönmesi, Rusya, Amerika ve İran gibi bölgedeki güçlü aktörlerin çıkarlarının çatışması, ortak bir noktada anlaşamamaları Ortadoğu'da yaşanan süreci içinden çıkılmaz bir hale sokmuş, yakın yüzyılın en büyük göç hareketine sebep olmuştur (Ertuğrul, 2018: 3). Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (BMMYK)'nin verilerine göre Türkiye, uluslararası koruma ihtiyacı içinde olan 4 milyon kişiye ev sahipliği yapmaktadır. Geçici koruma altında 3,7 milyonun üzerinde Suriyeli, diğer uyruklardan 330.000'in üzerinde uluslararası koruma başvuru ve statü sahibi bulunmaktadır. Suriyelilerin %98'inden fazlası 81 ilde ev sahibi toplumla bir arada yaşamakta, %1,5'i ise GİGM yönetimindeki yedi Geçici Barınma Merkezi'nde kalmaktadır (UNHCR Türkiye, 2021.)

Geçici Koruma altındaki Suriyeli sığınmacılarla ilgili en güncel verilerin paylaşıldığı resmi kurum olan Göç İdaresi Başkanlığının web sayfasında yer alan son güncel bilgiler şu şekildedir (goc.gov.tr, t.y):

İnsani kriz neticesinde oluşan göç dalgaları sebebiyle 10 şehirde kurulan 26 geçici barınma merkezinde 256.971 Suriyeli yabancıya ev sahipliği yapmıştır. Suriye Arap Cumhuriyeti'nde barış ve güven ortamının sağlanamaması sebebiyle geçici koruma altındaki Suriyelilerin ülkemizde kalış süreleri uzamış bu durumda sosyal uyumun sağlanmasını gerekli kılmıştır. Bu gereklilik neticesinde de insanların geçici barınma merkezleri dışında hayatlarını idame ettirmeleri desteklenmiş olup 16 Eylül 2020 tarihi itibarıyla 5 ilde 7 geçici barınma merkezinde 59.877 geçici koruma kapsamındaki Suriyeliler barındırılmaktadır. Bunun dışında, geçici barınma merkezleri dışında 3.559.041 geçici koruma sahibi Suriyeli yaşamaktadır.

Suriyeli sığınmacı sayısı ile ilgili stabil bir rakamdan söz etmek mümkün değildir. Sığınması rakamları değil yıldan yıla, aydan aya hatta günden güne değişmektedir. Türkiye'yi bir geçiş üssü olarak gören sığınmacıların bir kısmı Avrupa ülkelerine geçmiş olsa da Türkiye'ye giren sığınmacı sayısı artarak devam etmektedir. Göç İdaresinin son verilerine göre Türkiye'de kayıtlı geçici koruma altındaki Suriyeli sayısı 21 Ekim 2021 tarihi itibarıyla bir önceki aya göre 13 bin 177 kişi artarak toplam 3 milyon 723 bin 674 kişi olarak kayıtlara geçmiştir.

Türkiye, büyük bir imparatorluğun devamı olması, jeopolitik konumunun geçiş güzergâhları üzerinde olması, bölgesinde yaşanan iç ve dış savaşlar, rejim değişiklikleri, istikrarsızlıklar ve komşu ülkelere nazaran demokratik bir refah devleti olması Türkiye'yi uluslararası göç merkezi haline getirmiştir. Ülkeye 20.yy.da yani son yüz yılda gelen kitlesel göçler daha çok Osmanlı döneminde balkanlara yerleştirilen ya da orada mukim soydaşlar ve dindaşlar olmuştur. Balkanlardan Türkiye'ye gelen göçler ya nüfus mübadelesi ya da Balkan ülkelerinin soydaşları göçe zorlaması sonucu oluşmuştur. Fakat ilginç olan şudur: 21.yy.'a girdiğimizde dönemin en büyük göç hadisesi yukarıda anlatılan sebepler doğrultusunda Suriye'den Türkiye'ye olmuştur. Türkiye, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın talimatıyla Suriye krizi mağdurları için ilk günden beri din, dil, ırk ayrımı yapmadan "Açık Kapı Politikası" uygulamış, bugün, dünyanın en çok sığınmacıya ev sahipliği yapan ülkesi Türkiye olmuştur (AFAD, 2018).

Türkiye'ye yönelik göç hareketi cumhuriyet dönemi sonrası çok yoğun şekilde görülmüş olsa da 20.yy.da gelen göçmenlerin toplamı 21.yy.da Suriye iç savaşından kaçan sığınmacıların toplamının yarısı kadar olmuştur (Bakınız Tablo: 1.).Yani bugün Türkiye'nin içinde bulunduğu durumun dünyada başka bir örneği bulunmamaktadır.

Tablo 1. Dönemlere ve Geldikleri Ünelere Göre Göçmenler

Yıllar	Bulgaristan	Yugoslavya	Yunanistan	Romanya	Diğerleri	Toplam	Yüzde
1923-49	220 085	117 212	394 753	121 339	10 109	825 022	52,1
1950-59	154 473	138 585	14 787	5	4 222	312 072	18,9
1960-69	2 582	42 512	2 081	259	1 047	48 481	2,9
1970-79	113 562	2 940	----	147	139	16 788	7,1
1980-89	225 892	2 550	4	686	4 457	233 589	14,2
1990-99	74 564	2 159	----	126	773	77 622	4,7
2000-07	138	1 548	----	2	49	1 731	0,1
Toplam	791 296	307 506	408 625	122 564	20 796	1650 787	100,0
Yüzde	47,9	18,6	24,8	7,4	1,3	100,0	

Kaynak: Erder, 2014: 141

2. Araştırmanın Yöntemi ve Sınırlılıkları

Bu çalışma, Türkiye halkının yabancı göçmenlere bakışını ve Suriyeli sığınmacılara yönelik halkın algısını, tutum ve davranışlarını yansıtmayı/tespit etmeyi amaçlamıştır. Araştırma evreninin büyüklüğü göz önüne alındığında veri toplamak için kullanılacak en uygun aracın anket formu olduğu değerlendirilmiştir. İzmir kentinin merkezi ve taşrası dâhil olmak üzere 18 yaş ve üstündekilerin tamamı anketin evrenine dâhil edilmiştir. Araştırmanın örnekleme ise, kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenen ve ankete katılan 522 kişiden oluşmuştur. Anket formu kapalı uçlu sorulardan oluşturulmuştur. Kapalı uçlu sorular da iki şekilde düzenlenmiştir. Çoktan seçmeli tek cevap şıklı olan sorular ve birden çok tercih şıklı olan sorular şeklindedir. Anket, iki bölüm, otuz sorudan oluşturulmuştur. Anketin ilk bölümünde yer alan yedi (7) soru katılımcıların demografik özelliklerine yönelik, ikinci bölümde yer alan yirmi üç (23) soru ise Suriyeli sığınmacılara yöneliktir.

Araştırma soruları oluşturulurken alanında uzman iki akademisyenin görüşü alınmıştır. Anket formunda açık olmayan, anlaşılması zor olan ifadeleri tespit etmek ve anket formundaki ifadelerin anlaşılabilirliğini tespit etmek amacıyla 27 kişiye ön test uygulanmıştır. Ön testten sonra yeniden yapılandırılan anket formu yeterli örneklem sayısına ulaşıncaya kadar çevrimiçi Google Drive platformda (23 Kasım- 13 Aralık 2018) açık tutulmuştur. Anket formundan edinilen verilerin betimsel istatistik analizleri (frekans yüzde) yapılmıştır.

2.1. Araştırmanın Gereçesi, Önemi ve Soruları

Suriye'de artan savaş şiddetinin etkisiyle milyonlarca Suriyeli farklı ülkelere göç etmiştir. 29 Nisana 2011 tarihinde ilk mülteci kafilesinin Türkiye'ye ulaşmasından sonra mülteci sayısı Türkiye'de hızlı bir şekilde artmıştır. BM'nin 7 Kasım 2009 tarihinde güncellediği verilere göre, bölge ülkelerinde kayıtlı 5 milyon 718 bin 489 Suriyeli mülteci yaşamaktadır (BBC, 2009). Türkiye'de ise yaklaşık 3,6 milyon kayıtlı Suriyeli mülteciye yaşamaktadır (UNHCR, 2021). Türkiye'ye kısa zaman içerisinde birçok Suriyelinin göç ederek farklı şehirlere yerleşmesi ve akabinde çeşitli medya temsilcilerinin üretilmesi ve güvenlik, sosyal, kültürel ve ekonomik alanda sorunların yaşanması ve Suriye'de devam eden savaşın olumsuz seyri göçmenler karşı oluşan algının değişime uğramasına neden olmuştur. Özellikle medya temsilcileri bağlamında değerlendirildiğinde Suriyeli göçmenlere karşı oluşan olumsuzlukların her şehirde aynı şekilde yaşandığı izlenimi yaratılmaktadır. Fakat yapılan araştırmalar Suriyelilere karşı olumsuz algının genel bir nitelik taşımadığını göstermektedir. Örneğin Şanlıurfa'da yapılan bir araştırma halkın Suriyelilere karşı olumlu bir algıya sahip olduğunu göstermiştir (Aliu vd., 2016: 16). Yine Çiftçi tarafından yapılan bir araştırmada halkın Suriyelilere karşı olumsuz tutum/algıya sahip olmadıkları belirlenmiştir (2018: 2251). Yapılan bazı araştırmalarda ise Suriyelilere karşı olumsuz algının varlığı tespit edilmiştir (Erdoğan, 2015: 117; Tümeğ, 2018:18; Doğan, 2021: 157). Araştırmalardan çıkan genel sonuç Suriyeli vatandaşlara

yönelik genel genel kabulün her geçen geçerliliğini kaybettiği yönündedir (Yıldırım vd., 2017: 108; Sezgin ve Yolcu, 2016; Tunç, 2015;). Bu veriler ışığında bakıldığında Suriyeli göçmenlerin yaşadığı yerlerde araştırmaların yapılması halkta oluşan olumsuz algının giderilmesine yönelik kent yöneticilerine önemli veriler sunacağına düşünülmesi ve literatüre katkı sağlayacağına düşünülmesi araştırmanın yapılmasını gerekli kılmıştır.

Suriye'de yaşanan iç savaşın akabinde kitlesel halde Türkiye'ye sığınan Suriyeli sığınmacılar pek çok akademik çalışmaya konu edilmiştir. Bu akademik çalışmaların dışında Türkiye'deki Suriyeli sığınmacılara yönelik zaman zaman kamuoyuna yansıyan haberlerde, yapılan bazı araştırmaların bulgularında ve düşünce kuruluşlarının raporlarında sığınmacılara yönelik Türk halkının olumsuz algıya sahip olduğu belirtilmiştir (SGDD, 2011; Milliyet, 2014; Erdoğan, 2014). Bu sonuçlardan hareketle araştırma, daha önceki dönemlerde oluşan algıyla şimdiki dönemde Suriyeli göçmenlere karşı var olan algının karşılaştırılması, halkın tahammül derecesinin tespit edilmesi ve Suriyeli göçmenlere karşı oluşan algının diğer bölgeler ve illerle karşılaştırılması açısından önem arz etmektedir. Bu doğrultuda aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- Yerel halkın Suriyeli sığınmacılara karşı tutum ve davranışları nasıldır?
- Yerel halk Suriyeli sığınmacılara yönelik nasıl bir düşünceye sahiptir?
- Yerel halk Suriyeli sığınmacılara karşı duyguları nasıldır?
- Yerel halk sığınmacılarla ilgili bilgileri hangi kaynaklardan elde etmektedir?

2.2. Bulgular

Anket formuyla elde edilen veriler betimsel analiz yöntemleri (frekans ve yüzdelik değerleri) kullanılarak çözümlenmiştir.

2.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerinin Analizi

İzmir merkez ve taşra ilçelerinde Suriyeli sığınmacılara yönelik yapılan anket çalışmasına 528 kişi katılmıştır. Bu katılımcıların 6'sı mükerrer kabul edilerek iptal edilmiş, diğerleri ise gerçek kişiler olarak saptanmıştır. Yapılan değerlendirmede mükerrer olan katılımcıların bu tavırlarının kasten olmadığı, sehven olduğu görülmüştür. Ankete katılanların cinsiyetleri hemen hemen eşit düzeyde olduğu tespit edilmiştir. "Ankette cinsiyetiniz nedir?" sorusuna cevap verenlerin %53,3'ü erkek, %46,7'si ise kadın olduğunu belirtmiştir.

Tablo 2. Sosyo-Demografik Özellikler

		Sayı	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	233	%46,7
	Erkek	263	%53,3
Yaş	18-25	93	%17,8
	26-35	185	%35,5
	36-45	157	%30,1
	46-55	64	%12,3
	56 ve Üzeri	21	%4
Medeni Durum	Bekâr	160	%30,6
	Evli	332	%63,6
	Dul	10	%1,9
	Boşanmış	20	%3,8
Eğitim Durumu	İlk ve Ortaöğretim	39	%7,5
	Lise ve Dengi	143	%27,4
	Önlisans	88	%16,8
	Lisans	182	%34,8
	Lisansüstü	33	%6,3
	Öğrenci (Lisans ve Önlisans)	37	%7,1
Meslek	Kamu çalışanı (memur, işçi, sözleşmeli vb.)	244	%46,7
	Özel sektör çalışanı	121	%23,2
	Esnaf, zanaatkar, ticaret erbabı	36	%6,5
	Sivil toplum çalışanı (vakıf, dernek vb.)	8	%1,5
	Çalışmıyorum	113	%21,6

Ankete katılanlardan yaşlarını belirten soruya cevap veren kişi sayısı toplam 522 olarak tespit edilmiştir. Beş kategori şeklinde yaş aralıklarını belirten soruya en fazla yanıtı 26-35 ve 36-45 yaş aralığında olanlar vermiştir. Bunların toplamı ortalama % 68 oranındadır. En az cevap verende 56 ve üzeri yaş gruplarında olanlar olmuştur. Burada ilginç ve önemli olan bir husus dikkat çekmiştir: yaşı 26'dan aşağı olan genç nüfusun toplumsal konulara çok fazla duyarlı olmadığı

varsayımını doğuracak veriler ortaya çıkmıştır. Yaşı 56 ve üzeri katılımcıların ankete katılma oranlarının düşük olmasının nedeni anketin çevrimiçi yapılması ve buna bağlı olarak teknolojiyi kullanmada yaşanan zorluklar gösterilebilir. Yaş sorusunun akabinde gelen medeni hal sorusuna cevap verenlerin % 64 gibi büyük bir kısmı evli olduğu yanıtını vermiştir. Yaş ve medeni hal sorularını cevaplayan katılımcıların demografik verileri, aile olmuş ve sosyal hayatta daha fazla sorumluluk sahibi kişilerin toplumsal konularda duyarlı ve daha kaygılı olduklarını bulgulamaktadır. Anket verilerinden hareketle öğrenci ya da emekli insanların toplumsal konularda evli ve çalışanlara oranla daha az duyarlılığa sahip olduğu söylenebilir.

Ankete cevap veren katılımcıların eğitim durumlarına bakınca % 50'den fazlasının lisans ve ön lisans mezunu olduğu görülmektedir. Ankete aktif öğrenci olarak katılanların oranı %7,1'dir. Buna mukabil ilk ve ortaöğretim mezunu olduğunu belirtenler oranı ise %7,5'tir. Aktif öğrenci olduğunu belirtenlerin lisansüstü olanlarla lisans ve ön lisans öğrencisi olanların oranı yaklaşık olarak eşit durumdadır ki bu yadırganacak bir durumdur. Genel olarak lisansüstü eğitimini devam ettiren nüfus genel öğrenci nüfusu içinde az olduğu var sayılırsa bu durum hali hazırda üniversite öğrencisi olan nüfusun ilk ve ortaöğretim mezunları kadar toplumsal konulara duyarlı olmadığı kanısı oluşturacak mahiyettedir. Üniversite gençliğinin bu durumu önemli bir ayrıntı olarak kabul edilebilir.

Ankete cevap verenlerin yarıya yakını kamu çalışanlarından oluşmuştur. Çalışmayanların ve özel sektör çalışanlarının oranları birbirine yakındır. Katılımcılardan çalışmayanların oranı %21,6'dır. Aktif öğrencilerin oranının % 7,1 olduğu ve bunların çalışan statüsünde olmadığı varsayılırsa %14,5'in çoğunun ev kadını olduğu söylenebilir. Çünkü emeklilik yaşında olanlarında ankete katılımı düşük olduğu için çalışmayanlar içindeki oranları düşük olacaktır.

Kamu çalışanının % 50'ye yakın oranda yüksek çıkması hepsinin memur olduğu anlamını çıkarmamaktadır. Fakat bunun net bir ayrımı da mümkün değildir. Örneğin bir hastanede çalışan hemşireler ve doktorlar memur statüsündeyken, veri kayıt, güvenlik ve temizlik gibi yoğun istihdama sahip işlerde çalışanlar alt işverene bağlı taşeronlardır ve bunlarda aynı kamu hizmetini verdikleri için kamu çalışanı kabul edilmiştir. Kamu çalışanı sayısının yoğunluğu buradan kaynaklanmıştır.

2.2.2. İzmir İlindeki Sığınmacılara Yönelik Yerel Halkın Tutum ve Davranışları

Türkiye'nin Batı kıyısında yer alan İzmir şehrinde başta şehir merkezi olmak üzere taşra ilçelerinde de büyük çoğunluğu Suriyeli olan sığınmacılar ile yerel halk iç içe yaşadığı varsayımı ileri sürülebilir. Anket katılımcılarına sorulan "Günlük hayatınızda kaç Suriyeli ile karşılaşıyorsunuz?" Sorusuna cevap veren katılımcılardan sadece %3,4'dü hiç karşılaşmadığını beyan etmiştir. Suriyeli sığınmacılarla her gün karşılaşanların oranı % 56 gibi çok ciddi bir rakama tekabül etmektedir. Yerli halkın % 50'sinden fazlası her gün birden çok Suriyeli ile karşılaştığını beyan etmiş olması çok önemli bir sosyal olay olarak kabul edilmesi gerekmektedir.

Tablo 3. Suriyelilerle Karşılaşma Oranı

		Sayı	Yüzde (%)
Günlük hayatınızda kaç Suriyeli ile karşılaşıyorsunuz?	Beş ve üzeri	193	%37
	Günlük olmasa da hafta bir kaç kişi ile	154	%29,5
	Ayda bir kaç kişi ile karşılaşıyorum	58	%11
	Bir ve beş arası	99	%18,9
	Hiç karşılaşmıyorum	18	%3,4
Yakın çevrenizde yaşayan Suriyeli var mı?	Mahallede var	182	%35,1
	Aynı apartmanda var	16	%3,1
	İş yerimde çalışan var	26	%5
	Çevremde yaşayan Suriyeli olup olmadığını bilmiyorum	143	%27,6
	Çevremde Suriyeli yok	124	%23,9
Karşılaştığınız Suriyelilerin gelir düzeyi hakkındaki izlenimleriniz nelerdir?	Sokak komşum var	28	%5,4
	Üst gelir	20	%3,8
	Alt gelir	157	%30
	Orta gelir	61	%11,7
	Karışık	97	%18,5
	Tespitim yok	187	%35,8

Fakat "Yakın çevrenizde Suriyeli var mı?" sorusuna cevap veren katılımcıların %50 den fazlası bilmediğini ya da yok olduğu cevabını vermiştir. Yerli toplumun yarısının hemen hemen her gün karşılaştığı, diğer yarısının da haftalık ya da aylık olarak karşılaştığı bu insanlara kısmen mesafeli durduğu, onlarla içli dışlı olmadığı tespiti yapılabilir. Tablo 3'te yer alan verilerden kentli toplumun sığınmacılara sadece kamuya açık cadde, hastane gibi umumi mekânlarda rastlandığı, bunun dışında sığınmacılarla yakın ilişkilerin olabileceği mekânlardan imtina ettiği, onlarla alakadar olmadığı sonucuna ulaşılabilir. Yerel halkın kısmen yakın ilişki kurduğu sığınmacı oranı %15 civarındadır. Tablo 3 incelendiğinde

sığınmacılarla hiç karşılaşmadığını söyleyenlerin oranı sadece % 3,4'ken, çevremde Suriyeli yok ya da olup olmadığını bilmiyorum diyenlerin oranı % 51,5'tir. Buradan anlaşılıyor ki yerel halkın önemli bir kısmı kendini sığınmacılardan uzak tutmakta, onlarla temastan kaçınmaktadır. Tablo 3'ten şu sonuca da ulaşılması da mümkündür: Sığınmacıların da az bir kısmı % 15 kadarı yerel halkla iç içeyken % 36'sı da kısmen yerel halkın içine karışmıştır. Kalanı ise yerel halka hiç temasta değildir. Yani bu temassızlık halinin tek taraflı bir olgu olduğu açık şekilde düşünülemez. Her iki toplumda birbirine mesafeli durmaktadır. Karataş'ın 2015 yılında yapmış olduğu nispeten ilk araştırmalardan sayılabilecek Türk Yazılı Basınında Suriyeli Sığınmacılar İle Halk Arasındaki İlişkinin İncelenmesi başlıklı makalesinde de iki halk arasındaki ilişkilere değinilmiştir. Karataş, dünyanın değişik ülkelerinden örnekler vererek göç kültüründe var olan; "yerel halkla karışmadan, bütünleşmeden kendi kültürel mahallesini oluşturmak" gibi bir olgudan söz etmiştir (Karataş, 2015: 124). Taş ve Tekkanat'ın 2018 yılında Elazığ üzerinde yapmış oldukları çalışmada da yerel halkın %60 fazla bir oranın sığınmacılarla aynı ortamlarda, bir arada yaşamak istemediği yönünde benzer bulgular elde ettikleri görülmüştür (Taş ve Tekkanat, 2018: 84). Duğan ve Gürbüz'ün 2018 yılında Konya ilinde yapmış oldukları saha çalışmasında yüz yüze görüştükleri Suriyeli sığınmacılardan aldıkları bilgiler de incelendiğinde sığınmacılar önce kendileri gibi sığınmacılarla iletişime geçerken çok az bir kısmının yerel halkla iletişim kurduğu ortaya çıkmıştır (Duğan ve Gürbüz, 2018: 540). Yapılan son çalışmalar incelendiğinde de yerel halkla sığınmacılar arasındaki iletişimin ve ilişkilerin çok fazla değişmediği de söylenebilir. Şahin ve Eşici'nin 2020 yılında yayımladıkları Türkiye'de Yaşayan Suriyeli Göçmenler İle Türklerin Birlikte Yaşam Kültürü: Değerler, Fırsatlar, Engeller başlıklı makaleleri incelendiğinde sahada yaptıkları çalışmada yerel halkın; "bizden uzakta yaşıyorlar, görmüyorum, karşılaşmıyorum" gibi sebeplerle sığınmacılarla iletişim kurtarmadıklarını, iletişim kurma taraftarı da olmadıklarını tespitine yer vermişlerdir (Şahin ve Eşici, 2020: 81).

Sığınmacılarla karşılaşanların, onların gelir düzeyleri hakkında verdiği cevaplar Tablo 3'teki verilerle uyuşmamaktadır. Tablo 3'de yer alan Sığınmacıların gelir düzeyleri hakkında tespitiniz nedir?" sorusuna cevap veren katılımcılardan sadece %35,8'i herhangi bir tespiti olmadığını söylerken yaklaşık olarak %64'ü konu hakkındaki kanaatini belirtmiştir. Katılımcıların kanaat belirtme oranları dikkate alındığında bazı ön yargılarla cevap verdiği şüphesini doğurmaktadır. Çünkü yerel halkın % 50'den fazlasının çevresindeki sığınmacılarla hiç teması olmadığını belirtmesine rağmen sadece umuma açık yerlerde, ayaküstü karşılaşmalarla onların gelir düzeyleri hakkında fikir sahibi olmaları; bu konuda bilgi sahibi olmadan fikir sahibi oldukları, ön yargı ile hareket ettikleri izlenimini vermektedir.

Tablo 4. Suriyelilerle Karşılaşıncı Hissedilenler

		Sayı	Yüzde (%)
Suriyeli birileri ile karşılaşıncı ne hissediyorsunuz?	Şefkat	200	%38,1
	Nefret	84	%16
	Hiddet	37	%7
	Acımak	182	%34,7
	Zalimlik	7	%1,3
	Mazlumluk	129	%24,6
	Mağduriyet	271	%51,6
	Hiçbiri	62	%11,8
Cevabınız nefret ise sebebi nedir?	İşime-aşıma ortak oluyorlar	30	%18,8
	Benim haklarımı gasp ediyorlar	56	%35
	Beni korkutuyorlar	24	%15
	Göz zevkimi bozuyorlar	12	%7,5
	Burada kalıcı olmaları düşüncesi	77	%48,1
	Diğer	50	%31,3
Cevabınız şefkat hissetmekse sebebi ne olabilir?	Savaş mağduru olmaları	79	%25,2
	İnsan olmaları	55	%17,5
	Müslüman olmaları	22	%7
	Yardıma muhtaç olmaları	36	%11,5
	Hepsi	122	%38,9
Nefret Eden ve Şefkat Duyanların Oranı	Şefkat Duyan	330	%66
	Nefret Eden	170	%34

Yerel toplumunun % 50'si her gün, diğer yarısı da hafta bir ya da ayda bir karşılaştığı sığınmacılar hakkında neler hissettikleri, ülkenin geleceği açısından, toplumsal hayat, birlikte yaşamak, kabullenmek gibi çok önemli sosyolojik öngörüler barındırmaktadır. "Suriyeli ile karşılaşıncı ne hissediyorsunuz?" sorusuna 499 kişi yanıt vermiştir. . Bu soru, birden çok tercih hakkı barındırdığı için, katılımcıların iç dünyalarında yaşadıkları çelişkiler, ruh hallerini dışa vurmuş, insanlık ile sosyal olguların iç içe geçmiş olduğunu ortaya koymuştur.

Tablo 4'te "Suriyeli sığınmacı ile karşılaşınca ne hissediyorsunuz?" sorusuna cevap veren katılımcıların % 50'den fazlası sığınmacıların mağdur olduklarını belirtmiştir. Ankete cevap veren katılımcıların neredeyse tamamı sığınmacılara insani duygular beslediğini, mağdurlara acıdığını, onlara şefkat ettiğini ve onların mazlum olduğunu beyan etmesine rağmen yaklaşık %24'ünün sığınmacılardan nefret ediyor, onlara karşı kin besliyor olması ancak insani duygularla açıklanabilir. Yani ankete katılan İzmirli halkın geneli hoşgörü ile yaklaşırken az sayıdaki kişi sığınmacılara karşı olumsuz, ötekileştirici bir bakış geliştirmiştir. Ankete katılanlar içinde sığınmacılara karşı pozitif ya da negatif her hangi bir duygu beslemeyenlerin oranı her ne kadar % 11,8 olarak gösterilse de, bu kişilerin de aslında karışık duygular besledikleri aşikârdır çünkü katılımcı sayısı ile şıkları tercih edenlerin sayısı karşılaştırıldığında bir tutarsızlık olduğu görülmektedir.

"Suriyeli ile karşılaşınca ne hissediyorsunuz?" sorusunun devamı niteliğinde, ona bağlı geliştirilen diğer bir soruda "Nefret ediyorsanız neden feret ediyorsunuz?" sorusuna 500 küsur katılımcıdan sadece 249'u yanıt vermiştir. Yani bir önceki soruda nefret eden ve onlara karşı hiddet gösterenlerin toplam sayısından biraz fazla bir rakamdır. Bu soruda kentlilerin neden nefret ettiği ya da onlara kızgın olduğu Tablo 4'te gösterilmiştir. Sığınmacılardan nefret edenlerin asli nedeni burada kalıcı olacaklarının düşünülmesidir. Yani yerel toplum şöyle düşünüyor denilebilir: "burada yerleşecekler, benim emeğimle canımla, kanımla kazandığım bu topraklarda benim haklarıma ortak olacaklar, ben buna razı değilim" böyle düşünenlerin oranı genel cevaplayıcıların içinde % 31'dir. Gülyaşar'ın 2017, Suriyeliler ve Vatandaşlık: Yerel Halk ve Suriyeli Sığınmacılar Çerçevesinde Bir Değerlendirme başlıklı makalesindeki bulgular incelendiğinde de yerel halkın en büyük endişesinin sığınmacılara vatandaşlık verilmesi gibi bir ihtimalin olduğu görülmektedir (694-695). Bu endişe Ersoy ve Ala'nın 2019 yılında Osmaniye ili bazında yaptıkları başka bir saha çalışmasına da yansımıştır (1350). Sığınmacıların Türkiye'deki istihdam piyasasına katılım durumlarını irdeleyen Taş ve Tekkatat (2018), yaptıkları saha araştırmalarında şu sonuca ulaşmışlardır; "sığınmacılar, düşük ücretle yerli halkın emek piyasasını bozmuş, işsizliği arttırmış, kayıt dışı işletmelerle haksız rekabete neden olmuşlardır. Bu durum da iki halk arasında gerilimlere sebep olmuştur" (80-81). Sönmez ve Adıgüzel'in 2017 yılında Gaziantep ekseninde yaptıkları çalışmada da kira bedellerinin artması, suç oranlarındaki artış ve işsizlik gibi nedenler öne sürülerek sığınmacılar bir sorun olarak gösterilmiştir (797-806). Yerel halkın sığınmacılardan hoşnutsuzluğunun başka bir nedeni ise Budak ve arkadaşlarının 2017 de yaptıkları bir çalışmada "sığınmacılarla ilgili medyaya yansıyan haberler" olduğu ileri sürülmüştür (546-547).

Yerel halkın sığınmacılara olumlu ya da olumsuz neler hissettiğini tespit etmek amacıyla iki soru arka arkaya sorulmuştur ilk soru Tablo 4'te görülen "nefretinizin sebebi nedir" şeklindeyken, ikinci soru da Tablo 4'te görüldüğü üzere katılımcılara yöneltilen "Sığınmacılara hangi sebeple şefkat hissediyorsunuz?" sorusudur. Bu soruya yaklaşık 314 kişi cevap vermiştir. Burada peşinen şu söylenebilir: "ankete katılan 500 civarındaki insanın ortalama 300'ü sığınmacılara şefkat ettiğini ifade etmiş, gerekçe olarak da insani duyguları ön plana çıkarmıştır." Sığınmacılar konusunda yapılan bu tespit ilk dönem kamuoyu araştırmalarına da yansımıştır. Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezinin Murat Erdoğan yönetiminde 2014 yılında hazırladığı Türkiye'deki Suriyeliler: Toplumsal Kabul ve Uyum başlıklı raporda toplumun; "% 64,6'sı Suriyeli sığınmacıların dinine, diline, etnik durumuna bakılmaksızın kabul edilmesini insanlık görevimiz" olarak kabul etmiştir (Erdoğan, 2014: 24). Sığınmacılara şefkat edenlerin nedenleri arasında müslüman olmaları bu çalışmaya yalnızca % 7'i olarak yansırken, Erdoğan (2014) yönetiminde hazırlanan HUGO raporuna %9 olarak yansımıştır (25). Aradan geçen zaman da dikkate alındığında bunun tutarlı bir veri olduğu söylenebilir. Şefkat etme sebebinin belirtenlerin yalnızca % 7'si sığınmacıların müslüman olmalarını bir neden olarak göstermiştir. Katılımcıların bu yaklaşımından İslam kardeşliğinden ziyade insani nedenlerle sığınmacılara şefkat edildiği tespiti yapılabilir. Bir önceki soru olan "Neden nefret ediyorsunuz?" sorusuna 249 kişi cevap vermişken şefkat ettiğini belirten 295 kişinin ankete cevap vermiş olması anketin verilerinin bir bütünlük taşıdığını, bir iç tutarlılığı olduğunu da göstermiştir. Yerel halkın sığınmacılara yaklaşımını irdeleyen Tablo 4'teki sorulara verilen cevaplar dikkatle incelendiğinde "sığınmacılara halkın büyük kısmının tahamül gösterdiği, onlara kabullenme kredisi açtığı, buna mukabil azımsanmayacak oranda yaklaşık % 35 gibi bir kitlenin de sığınmacıları istemediği" söylenebilir. Bu konu Nurdoğan ve arkadaşlarının (2016) yapmış oldukları çalışmaya bu ifadelerle yansımıştır: "Suriyeli sığınmacıların toplumsal kabulü çok fazla sorunsuz ve hızlı olmuştur. Bunda en büyük etken sınır illerimizde bulunan vatandaşlarımızla akrabalık ilişkilerinin mevcut olması ve büyük oranda aynı etnik köken ve dinden olması, aynı dilin konuşuluyor olmasıdır" (228). Benzeri ifadeler yukarıda referas gösterilen çalışmalarda da görülmektedir.

Bu çalışmada tespit edilmeye çalışılan diğer bir konu ise yerel toplumun sığınmacılarla ilgili enformasyonu nereden ve nasıl elde ettiği konusuydu. Bu kapsamda Tablo 5'te yer alan "Sığınmacılarla ilgili bilgileri nereden alıyorsunuz?" sorusuna yaklaşık 500 kişi çoklu tercih imkânı ile cevap vermiştir. Verilen yanıtlardan doğrudan bir saptama yapmak mümkün olmamakla birlikte önemli veriler elde edilmiştir. Toplum haber ve bilgi kaynağı olarak en fazla televizyon yayınlarını takip etmektedir. Bunun yanında gazete, internet ya da başka argümanlar yerine ikinci haber kaynağı olarak ise toplum, toplumun diğer fertlerini tercih etmiştir. Yani anketteki bu soruya cevap veren katılımcılara göre en önemli enformasyon kaynağı kulaktan kulağa yayılma (fısıltı gazetesi) etkinliğini sürdürmektedir. Anketi cevaplayan katılımcıların %69,7'si sığınmacı haberlerini TV'den aldığını söylerken, %46,7'si bu haberleri "halktan" aldığını belirtmiştir. Sığınmacılarla ilgili kitle iletişim araçlarında yapılan haberlerle ilgili çok sayıda bilimsel yayın yapılmasına karşın yerel halkın sığınmacılar hakkında elde ettiği haber ve bilginin kaynağına yönelik çalışmaya rastlanılmamıştır. Budak ve arkadaşlarının (2017),

yaptıkları çalışmada yerel halkın medya çıkan haberlerden nasıl etkilendiğine (546-547) değinilmişse de halkın hangi tür medyadan daha yoğun etkilendiğine yer verilmemiştir. Bu çalışmada katılımcıların sadece %28'inin sığınmacılarla ilgili haberleri gazetelerden aldığını belirtmesi yazılı basın namına önemli bir durum tespitidir. Bu soruya verilen cevap analizlerinde ilginç olan diğer bir konu ise toplumun sivil toplum kuruluşlarına (STK) olan itibarının düştüğünü gösteren veriler içermesidir. Bir başka deyişle çeşitli yardım amaçlı STK'ların sığınmacılarla ilgili çalışmalarında ve toplumun bilgilendirilmesinde yeterli hassasiyeti gösterememiş, toplumla bağları zayıflamıştır denilebilir.

Tablo 5. Suriyeli Sığınmacılarla İlgili Elde Edilen Bilgilerin Kaynağı

		Sayı	Yüzde (%)
Suriyeli sığınmacılarla ilgili bilgileri nereden elde ediyorsunuz?	Televizyondan	361	%69,7
	Gazetelerden	145	%28
	İnternet ortamından	234	%45,2
	Sivil toplum kuruluşlarından (STK)	71	%13,7
	Kamu kurumu ve kamu görevlilerinden	70	%13,5
	Halktan	242	%46,7
Suriyeli sığınmacılarla ilgili aşağıdaki medya haberinden hangisi aklınızda kaldı?	Aylan bebeğin kıyıya vuran cesedi	411	%79,2
	Köpeğine sarılıp sokakta yatan çocuk	131	%25,2
	Macar gazetecinin çelme taktığı baba	218	%42
	Bomba atılması sonucu yıkılan evin enkazından çıkarılan 5 yaşındaki Ümran	222	%42,8
	Tecavüz edilerek 11 aylık bebeği ile birlikte öldürülen gebe kadın	234	%45,1
	Hiçbir	35	%6,7

Ankette, katılımcılara “Sığınmacılarla ilgili bilgileri nereden alıyorsunuz?” sorusunun akabinde sorulan “Sığınmacılarla ilgili hatırladığınız medya haberi hangisidir?” sorusuna cevap veren katılımcıların yaklaşık %79'u Aylan bebeğin kıyıya vuran cesedi olduğunu söylemiştir. Bu haberin toplumun büyük kesimi tarafından hatırlanması medyanın gündem belirleme etkisini ve gücünü ön plana çıkarmıştır. Anketteki bu soruya cevap veren katılımcıların yarısından daha azı Aylan bebeğin kıyıya vuran cesedinden daha trajik ve dramatik olan kucağında 11 aylık bebeği, kendisi 9 aylık gebe olan sığınmacı bir kadını tecavüz ederek bebeği ile birlikte katleden katillerin haberini daha az hatırlamıştır. Burada medyanın gündem oluştururken bir oto sansür uyguladığından bahsedilmesi de mümkündür. Suriyeli bir babanın kucağında çocuğu ile Avrupa ülkelerine kaçak geçiş yaparken Macar bir gazeteci tarafından ayağına çelme takılarak düşürülmesi haberi, Türkiye’de tecavüz edilerek öldürülen gebe annenin haberi ile eşit oranda toplumun hafızasında yer alıyor olması suskunluk sarmalına bir örnek olabilir. Ulusal medya Türkiye dışında gerçekleşen sığınmacı trajedilerine geniş yer verirken ülke içinde yaşanan bu denli acı bir hadise karşısında sessiz kalmayı tercih etmiş olmalı ki bu olay insanların aklında daha az yer etmiş yorumu yapılabilir. Bu konuda Zerif Gezik’in 2019 yılında kabul edilmiş Suriyeli Göçmenlerin Anaakım Medyada Temsili yüksek lisans tezi son dönem yapılan bu konudaki çalışmalara örnek gösterilebilir.

Tablo 6’da yer alan sorulara verilen cevaplar incelendiğinde toplumun % 83 gibi kahir ekseri sığınmacıların tüm giderlerinin Türkiye Cumhuriyeti devletinden karşılandığı kanaatinde olduğunu göstermektedir. Yapılan çalışmalar incelendiğinde (Erdoğan, 2014; Budak ve ark., 2017; Karabulut ve Açak, 2018; Taş ve Tekkanat, 2018; Şahin ve Eşici, 2020) sığınmacıların ekonomik yükünün Türkiye Cumhuriyeti devleti üzerinde olduğu kanaatini güçlendirecek niteliktedir. “Sığınmacıların Türkiye’deki ihtiyaçları nasıl karşılanıyor?” sorusuna yanıt verenlerin sadece %16’sı sığınmacıların giderlerinin farklı şekillerde karşılandığını ifade etmiş iken, katılımcıların %83’ü ise giderlerin tamamının Türk devleti tarafından karşılandığını ifade etmiştir ki bu sonuç yukarıdaki yer verilen farklı illerdeki saha çalışmalarıyla desteklenmektedir.

Tablo 6. Katılımcıların Suriyeli Sığınmacılarla İlgili Politikalara Yaklaşımına Dair Göstergeler

		Sayı	Yüzde (%)
Suriyeli sığınmacıların Türkiye’de ki ihtiyaçları sizce nasıl karşılanıyor?	Uluslararası fonlardan	19	%3,6
	Sivil toplum kuruluşlarından	23	%4,4
	Türkiye Cumhuriyeti devleti tarafından	435	%83
	Batılı devletler tarafından (AB, ABD)	11	%2,1
	Arap devletleri tarafından (Suud, Katar, BAE vb.)	6	%1,1
	Diğer	28	%5,3
Sizce Türkiye neden Suriyelileri kabul ediyor?	Sınır komşusu olduğu için	181	%35,4
	Uluslararası mülteci hukuku gereği	72	%14,1

	Karşılığında başka ülkelerden para aldığı için	64	%12,5
	Muhacir ve Ensar inancı gereği	223	%43,6
	Nüfusundan faydalanmak için	62	%12,1
	Oy potansiyeli olarak görülmesi	147	%28,8
	Suçluluk duygusundan	11	%2,2
	Başka seçeneği olmadığı için	69	%13,5
Türkiye cumhuriyetinin Suriyeli sığınmacı politikasını nasıl değerlendiriyorsunuz?	İnsani ve vicdani bir politika izliyor	319	%63,3
	Uluslararası hukukun gereğini yapıyor	108	%21,4
	İç ve dış siyasete malzeme yapıyor	120	%23,8
	Kamuoyunun bilmediği bir rant elde ediyor	82	%16,3
	Çaresizlik içinde kalmış, politika üretmiyor	63	%12,5

Ankette, içinde sivil toplum sözcüğünün geçtiği üç soru sorulmuştur. Soruların ikisi STK'ların sığınmacılara yönelik çalışmalarına ilgilidir. Bu iki soruya verilen cevaplar incelendiğinde "STK'lar sığınmacılar konusundaki çalışmaları ile toplumda yeteri kadar ilgi görmemiştir. Bu da STK'lara olan güvenin azaldığını ya da STK'ların ilgi uyandıracak kadar aktif ve güçlü olmadığı sonucunu çıkarmıştır." STK'lar konusunda HUGO'nun raporunda da bezer bir görüşe yer verildiği görülmüştür; "STK'lar olması gereken düzeyden hala çok uzakta olsalar da onların bu konuda ortaya koydukları istek, gayret ve performans umut vericidir" (Erdoğan, 2014: 38). Tablo 6'da görüldüğü üzere sığınmacı ihtiyaçlarının karşılanması konusunda yerel halkta hâkim olan inanç tüm giderleri devletin karşıladığı yönündedir. AB fonlarından gerekse Arap ülkelerinden sığınmacılara harcanması için gönderildiği iddia edilen nakdi yardımlar yerel halk tarafından fark edilmemiştir. Katılımcılardan alınan izlenimle halkın bu yardımlar konusunda bilgi eksikliği olduğu görülmüştür. "Dış fonlardan gelen yardımlardan toplumun habersiz olması bilinçli bir politikanın gereği mi yoksa toplum böyle mi görmek istiyor?" sorusunu önemli kılmaktadır. Devletin, dış yardımları özellikle tek başına karşıladığı algısını bilinçli olarak geliştirmiş olması başka soruları gündeme getirmiştir. Sığınmacıların tüm giderlerinin doğrudan Türk devletinin kasasından çıkmış olma algısı siyasal ve sosyal sonuçları itibarıyla iktidara yönelik tepkilerin oluşmasına da sebep olabilecektir. Tuncel ve Ekici'nin (2019), Göçün Siyasal Etkisi: Suriyeli Göçmenlerin Türkiye Siyasetine Etkisi başlıklı çalışmada (49-68), Devran ve Özcan'ın (2016), Söylemlerin Dilinden Suriye Sorunu başlıklı makalesinde anket bulgularını destekleyen açıklamalara yer vermişlerdir.

Bu çalışmadaki ilginç sayılabilecek cevaplardan birisi de "Türkiye neden Suriyelileri kabul ediyor?" sorusuna verilen yanıtlardır. Soruya cevap veren katılımcıların %43,6'sı "Muhacir ve Ensar inancı gereği"³ şikkini tercih etmiştir. Muhacir kavramı bilhassa İzmir'de Selanik, Boşnak, Arnavut ve başka göçmenlerin de yoğun olarak yaşadığı düşünülürse bilinmesi muhtemel bir kavram olarak kabul edilmesi mümkündür. Fakat Ensar kavramı belli bir İslami literatürü bilmeyenlerin pek karşılaşmadığı bir kavram olmasına rağmen yoğun şekilde bu kavramların yer aldığı şikkini tercih edilmesi ilginç bir durum olarak kabul edilebilir. Bu makalede referans gösterilen hemen hemen tüm çalışmalarda toplumun sığınmacıları kabullenmesinin altında yatan temel faktörün onların "misafir" olarak kabul edilmesi yatmaktadır.

Aynı soruda "Oy potansiyeli olarak görülmesi" tercih şikkini işaretleyenlerin yoğunluğu da dikkat çekmiştir. Bu şikkini tercih edenlerin oranı %28,8 olmuştur. Sığınmacıların mevcut yasal mevzuat çerçevesinde oy kullanmaları mümkün olmamasına rağmen toplumda böyle bir kanaatin oluşması manidardır. Bu konuda medyada çıkan fakat doğrulanmayan haberlerin ağızdan ağıza ve sosyal medya aracılığı ile yayılması toplumda bu şekilde bir kanaatin oluşmasına zemin oluşturmuştur.

Anket soruları hazırlanırken kentli toplumun sığınmacılar konusunda Türkiye devletinin ve hükümetinin uygulamış olduğu politikalar hakkında neler düşündüğünü irdeleyen sorular da sorulmuştur. Konuyu irdeleyen bu sorulardan biri de "Türkiye Cumhuriyetinin Suriyeli sığınmacı politikasını nasıl değerlendiriyorsunuz?" şeklindedir. Bu soruya cevap veren katılımcıların %63'ü Türkiye'nin sığınmacılara yönelik politikasının insani ve vicdani olduğunu belirtmiştir. Bu bulguları yapılan birçok çalışma (Erdoğan, 2014; Gülyaşar, 2017; Özdemir, 2017; Yıldırım ve ark., 2017) desteklemektedir. Ankete katılanların çoğunluğu sığınmacı konusunun iç ve dış politikaya malzeme yapıldığı kanısındadır.

Diğer soruda katılımcılara "Sokakta karşılaştığınız Suriyeli insan profili nedir?" sorusu yöneltirken özellikle sığınmacılardan nefret ettiğini belirtenlerin buna bir sebep olarak da "vatanları zor durumdayken terk etmiş olmalarını" göstermiştir. Yerel halk kendi arasında şöyle bir dil geliştirmiştir: "savaşabilecek durumda olan genç erkekler Suriye'ye geri gönderilmelidir." Toplum içinde konuşulan bu iddianın ne kadar doğru olduğunu çözümlmek için "Sokakta karşılaştığınız Suriyeli insan profili nedir?" sorusu sorulmuştur. Bu soruya yüksek düzeyde bir cevaplama gelmiştir. Cevap verenlerin sadece % 5'i sokakta gördüğü sığınmacıların erkelerden oluştuğunu ifade etmiştir. Bunlar içinde genç ve savaşabilecek

³ Sözlükte "yardımcılar" anlamına gelen ensâr; "nasîr" veya "nâsır" kelimesinin çoğuludur. Terim olarak; dinleri uğruna Mekke'den Medine'ye hicret eden Hz. Muhammed (a.s.)'i ve ashabını Medine'ye kabul eden ve onlara her türlü yardımı yapan Medineli Müslümanlara denir. Ensâr kavramı Kur'an'da iki âyette geçmiştir; Allah'ın muhacirlerle birlikte ensârdan razı olduğu, onlar için cennetler hazırladığı (Tevbe, 9/100) onları bağışladığı (Tevbe, 9/117); ensârın muhacirleri sevdiği, onları kendilerine tercih ettikleri (Haşr, 59/9), malları ve canlarıyla Allah yolunda cihad ettikleri (Enfâl, 8/72) bildirilmiştir. Hz. Muhammed (a.s.) Medine'ye göç eden Mekkeli Müslümanlarla ensârı birbirlerine kardeş yapmıştır. Ensâr muhacirlere kucak açmış ve her şeylerini onlarla paylaşmışlardır (www.diyaret.gov.tr, 01.03.2018).

durumda olanlar daha da azdır. Ankete cevap veren katılımcıların %4,4'ü karşılaştığı sığınmacıların genç olduğunu ifade etmiştir. Tablo 3'te "Yakın çevrenizde yaşayan Suriyeli var mı?" sorusuna "iş yerimde var" şeklinde cevap verenlerin oranı ile Tablo 7'de yer alan "Sokakta karşılaştığınız Suriyeli insan profili nedir?" sorusuna "genç Suriyelilerle karşılaşıyorum" şeklinde cevap verenlerin oranı bire bir eşittir. Yani bu ankete cevap veren katılımcılara göre sığınmacıların büyük çoğunluğu kadın ve çocuklardan oluştuğu söylenebilir. Sokakta sadece kadın ve çocukları gördüğünü söyleyenlerin oranı % 60'tan fazladır. Her kesimden Suriyeli gördüğünü söyleyenlerin toplam oranı yaklaşık % 32'dir. Bunların ne kadarı genç erkek ne kadarı kadın ve çocuktur bunu belirtmek olanaksızdır. Anketten çıkan bu sonuçlar Göç İdaresinin Ekim 2021 tarihinde yayımladığı sığınmacıların yaş tablosundaki verilerle tutarlık göstermektedir. Tablo incelendiğinde sığınmacıların %70,8'nin kadın ve çocuklardan oluştuğu görülmektedir. Göç İdaresinin tablosundaki genç nüfus 15-24 yaş aralığında 760 bin 300 kişidir. Bu sayı toplam sığınmacıların %20,4'nü oluşturmaktadır (2021, <https://www.goc.gov.tr/gecici-koruma5638>). İlk sığınmacılar on yıl önce geldiği düşünülürse genç kabul edilen nüfusun büyük bir oranında da Türkiye'ye geldiğinde henüz çocuk oldukları yorumlanabilir.

Tablo 7. Karşılaşılan Suriyeli İnsan Profiline Dair Göstergeler

	Sayı	Yüzde (%)	
Sokakta karşılaştığınız Suriyeli insan profili nedir?	Kadınlar	%2,5	
	Çocuklar	%8,2	
	Kadın ve Çocuklar	263	%50,4
	Genç Erkekler	23	%4,4
	Orta Yaşlı ve Yaşlı Erkekler	5	%1
	Hepsi	175	%33,5

Sığınmacılarla ilgili çokça tartışılan bir başka konu ise sığınmacıların ülke ekonomisine maliyet oluşturmaktan başka bir fayda sağlamadığıdır. Bunun tespiti için ankete cevap verenlere "Suriyeli mültecilerin ülke ekonomisine ne şekilde bir katkısı var?" sorusu yöneltilmiştir. Bu soruya yanıt verenlerin %51,9'u sığınmacıların ülke için işçi olarak katkısı olduğunu belirtmiştir. Buna mukabil sığınmacıların hiçbir katkısı yoktur diyenlerin oranı %42,2'dir. Burada aranan şey toplumdaki alginın ne olduğunun tespitidir, yoksa gerek ticaret odaları kayıtları, gerekse MÜSİAD gibi STK'ların açıklamalarına bakıldığında Suriyeli girişimciler ve yatırımcılar aracılığıyla çok sayıda şirketin açıldığı, ciddi miktarda sermaye girişinin olduğu da bir vakiadır. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) verilerine göre Suriyeli yatırımcılar 2021 yılının ilk çeyreğinde Türkiye'de 58,7 milyon lira sermayeli 124 şirketin kuruluşunda yer aldı. Bu sadece bir yılın ilk dört ayını kapsayan küçük bir örnektir. Bu durum yıllara oranlanırsa elbette büyük rakamlar ortaya çıkabilir. Fakat toplumun bakış açısı gerek bu ankete yansıyan cevaplar gerekse diğer çalışmalara yansıyan sonuçlar şunu göstermektedir: "Türk devleti bunlara bedavadan 30 milyar dolar harcadı, harcıyor". Bakış açısı bu olunca yapılan yatırımlar da haliyle görülmemektedir. Sığınmacılar, pek çok alanda bilhassa nitelik gerektirmeyen işlerde istihdam edilmektedir. Bu da ekonomiye yaptıkları farklı bir katkıdır. Bu durum yapılan araştırmalara iki şekilde yansımıştır. Birincisi ucuz iş gücü oldukları ve yerel halkın iş kaybına sebep oldukları için yerel halkın tepkisini çektiği yönündedir. İkincisi ise istihdam edenler açısından az maliyet oluşturdukları cihetiyle olumlu karşılanmasındır. Bir üçüncüsü ise bu durumun insan hakları cihetiyle eleştirilmesidir ki bu durum az sayıdaki çalışmaya konu edilmiştir (ICMPD, 2020; Aygüler ve ark., 2020).

Tablo 8. Suriyeli Mültecilerin Ülke Ekonomisine Katkılarına Yönelik Görüşler

	Sayı	Yüzde (%)	
Suriyeli mültecilerin ülke ekonomisine ne şekilde bir katkısı var?	Sanayi ve üretime katkıları var	40	%7,9
	Alım-satım ticaret yaparak katkı sağlıyorlar	43	%8,4
	İşçi olarak katkıları var	264	%51,9
	Nitelikli çalışan olarak (doktor, mühendis, öğretim görevlisi vb.) katkıları var	34	%6,7
	İç piyasaya oluşturdukları talep ile katkı sağlıyorlar	40	%7,9
	Hiçbir şekilde katkıları yok	215	%42,2

Sığınmacılara yönelik yerel halkın tepkisini ölçebilmek amacıyla katılımcılara Tablo 9'da yer alan "Suriyeli deyince aşağıdakilerden hangisi aklınıza gelmektedir?" sorusu yöneltilmiştir. Yanıtlar içinde "savaş" diyenlerin oranı % 38,2 iken "mağdur" diyenlerin oranı % 24'tür. Burada ilginç olan savaş ve mağduriyetin bir neticesi olan çağdaş dünyanın en büyük göç hareketi toplumun ilk aklına gelen şey olmamıştır. Hatta Suriyeli deyince ilk olarak aklına "dilenci" gelenlerin oranı "göç" diyenlerden daha fazladır. Bu çok ciddi kabul edilebilecek toplumsal bir olgu olarak kabul edilebilir. Şahin ve Eşici'nin 2020 yılında Türkiye'de Yaşayan Suriyeli Göçmenler İle Türklerin Birlikte Yaşam Kültürü: Değerler, Fırsatlar, Engeller başlıklı nispeten yeni bir araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır (81). Ayrıca Melike Gülyaşar'ın (2017) Suriyeliler ve

Vatandaşlık: Yerel Halk ve Suriyeli Sığınmacılar Çerçevesinde Bir Değerlendirme çalışması da bu bulguları anlamlandırmakta önemli veriler sunmaktadır.

Tablo 10. Suriyelilere Yönelik Algı Durumu

		Sayı	Yüzde (%)
Suriyeli deyince aşağıdakilerden hangisi aklınıza gelmektedir?	Savaş	199	%38,2
	Göç	57	%10,9
	Mağdur	125	%24
	Hain	35	%6,7
	Mazlum	40	%7,7
	Dilenci	65	%12,5
Çocuğunuzun Suriyeli çocuklarla aynı okulda okumasına nasıl buluyorsunuz?	Olumlu buluyorum	159	%30,7
	Olumsuz buluyorum	105	%20,3
	Gereksiz buluyorum	44	%8,5
	Gerekli buluyorum	17	%3,3
	Fikrim yok	193	%37,3

Toplumun Suriyeli sığınmacıları ne kadar kabullendiğini göstermesi açısından Tablo 11'deki "Çocuğunuzun Suriyeli çocuklarla aynı okulda okumasına nasıl buluyorsunuz?" soru yöneltilmiştir. Bu soruya cevap veren kentlilerin % 30'dan fazlası olumlu bulurken, % 29 civarında bir katılımcıda çocuğunun Suriyelilerle aynı okulda okumasından rahatsız olduğunu belirtmiştir. Bu konuda fikrini beyan etmeyenlerin oranı ise % 37,3'tür. Bu tablodan hareketle halkın genel eğilimi çocuklarının Suriyeli çocuklarla aynı okulda eğitim almaması yönündedir. Aynı şekilde nedenleri farklı olsa da Suriyeli ailelerin de çocuklarını yerel halkla aynı okula gönderme konusunda çok da gönüllü olmadıkları (Kutlu, 2015; Yıldırım ve ark., 2017; Ersoy ve Ala, 2019; Şahin ve Eşici, 2020) pek çok çalışmaya yansımıştır. Örnek olarak Ersoy ve Ala'nın (2019), yaptıkları çalışmada; "Görüşmecilerin sığınmacı ve mülteci halkın çocukları ile birlikte yerel okullarda eğitim görmelerini farklı kültürün insanları olduğu için birbirinin olumsuz davranışlarını rol model alabileceği ve sosyal gelişimlerine zarar verebileceği açısından uygun bulmadıklarını" gözlemlemiştir (1348).

Suriyeli sığınmacılara yönelik toplumun bakışını ortaya koyacak başka soru ve cevaplara Tablo 10'da yer verilmiştir. Yerel topluma "Sizce Suriyeli sığınmacıların en büyük sorunu ne olabilir?" şeklinde sorulan soruya katılımcıların %53'ü "işsizlik, dil sorunu, eğitim, sağlık ve güvenlik" gibi nedenleri göstermiştir. Bunların içinde de başat sorun %12,3'le dil/iletişim kuramamak, bunu %11,7 ile işsizliğin takip ettiği katılımcı ifadelerine yansımıştır. Yapılan bazı çalışmalarda benzer konulara vurgu yapılmıştır (Çetin, 2016; Duruel, 2017; Sarılar, 2018; Taşdemir, 2018; Harunoğulları ve ark., 2018; Kızmaz, 2018).

Aynı tabloda "Suriyeli sığınmacıların sizce en önemli ihtiyacı nedir?" şeklinde sorulan paralel bir soruya katılımcıların %59,2'si "barınma/konut, gıda ve temiz su, giyim/kuşam" cevabını vermiştir. Bunların içinde de sığınmacıların birincil ihtiyacının %23,7 ile barınma ve konut ihtiyacı olduğu öne çıkmıştır. Sığınmacıların hiçbir ihtiyacı olmadığını söyleyenlerin oranı ise %12,9 olarak ankete yansımıştır.

Tablo 10'da yer verilen diğer bir soru da "Suriyeli sığınmacılara yardım yapılmalı mı? Nasıl yapılmalı?" sorusudur. Verilen cevaplarda katılımcıların %13,3'ü hiçbir yardımın yapılmaması yönünde görüş beyan ederken, %86,7'si bir şekilde yardım edilmelidir görüşünde birleşmiştir. Dikkat çeken ise "Manevi (kabullenmek, selamlaşmak, komşuluk ilişkileri gibi) yardım yapılmalı" şikkını tercih edenlerin azlığıdır. Yerel halk, gelenleri "mağdur, muhtaç" gördüğü için bu cihetle devlet eliyle insani yardım yapılmasına taraftardır ama onları misafirden öte kabullenmek taraftarı değildir (Gülyaşar, 2017: 694). Ayrıca yukarıda da bahsedildiği üzere sivil toplumun aktif olması gerektiği bir noktada toplum yine devletten yana tavır almış, sivil topluma olan güvensizliğini ortaya koymuştur.

Tablo 12. Suriyeli Sığınmacıların İhtiyaçlarına ve Onlara Yardım Edilmesi/Edilmemesi Gerektiğine Yönelik Görüşler

		Sayı	Yüzde (%)
Sizce Suriyeli sığınmacıların en büyük sorunu ne olabilir?	İşsizlik	61	%11,7
	Dil sorunu	64	%12,3
	Eğitim sorunu	38	%7,3
	Sağlık sorunu	12	%2,3
	Güvenlik ihtiyacı	16	%3,1
	Hepsi	276	%53
	Hiçbiri	54	%10,4
	Barınma - konut	123	%23,7

Suriyeli sığınmacıların sizce en önemli ihtiyacı nedir?	Gıda ve temiz su	16	%3,1
	Giyim-kuşam	5	%1
	Hepsi	307	%59,2
	Hiçbiri	67	%12,9
Suriyeli sığınmacılara yardım yapılmalı mı? Nasıl yapılmalı?	Devlet eliyle yapılmalı	123	%24
	Sivil toplum aracılığı ile yapılmalı	33	%6,4
	Doğrudan (aynı ve nakdi) yapılmalı	3	%0,6
	Manevi (kabullenmek, selamlaşmak, komşuluk ilişkileri gibi) yardım yapılmalı	29	%5,7
	Hepsi yapılabilir	257	%50,1
	Hiçbir yardım yapılmamalı	68	%13,3

Tablo 11’de yer alan “Sizce Suriye savaşının uzamasında hangi devlet etkili olmuştur?” sorusu, savaşın uzama sebebinin nasıl algılandığını ortaya çıkarmak için sorulmuştur. Soru siyasi kanaat içerdiği için katılım kısmen düşük olmuştur. Soruyu cevaplayan katılımcıların %79’u savaşın uzama sebebi olarak ABD’yi görmüştür. Savaşın doğrudan odağında olan Rusya ve İran toplum nazarında bir uzama sebebi olarak görülmemiştir. Çok tercihli olan bu soruda Rusya ve İran’ı işaretleyenlerin oranı %61,5’tir. Savaşın uzama sebebi olarak AB ülkelerini görenlerin oranı Rusya ile neredeyse eşit düzeydedir. Abdullah Kıran’ın (2014), Arap Baharı, Suriye ve Demokratik Dönüşüm Beklentileri başlıklı makalesindeki bilgiler ve bulgular da Suriye savaşının baş sorumlusunun ABD olduğunu göstermektedir.

Tablo 13. Katılımcıların Suriye Savaşının Siyasal Boyutunu ve Uluslararası Yönünü Değerlendirmeleri

	Sayı	Yüzde (%)	
Sizce Suriye savaşının uzamasında hangi devlet etkili olmuştur?	Amerika Birleşik Devletleri	387	%79
	Rusya	186	%38
	İran	115	%23,5
	Türkiye	51	%10,4
	Avrupa Birliği ülkeleri	179	%36,5

Bu soruya verilen cevaplardan şunun yorumlanması mümkündür “katılımcılar Batıya güvenmemektedir. Batıyı savaşların ve sorunların kaynağı olarak görmektedir.”

Sonuç ve Değerlendirme

Sığınmacılarla ilgili son rakamlar üç buçuk milyonu geçtiğini göstermektedir (MD, 2021). Bu rakam birçok Avrupa devletinin nüfusundan büyük olduğu gibi Türkiye’nin de İstanbul ve Ankara hariç diğer tüm kentlerinin nüfusunun üzerinde bir rakamdır. Nüfusun demografik durumu incelendiğinde sığınmacıların kahir ekseri kadın ve çocuklardan müteşekkildir. Gelen nüfus savaş yaşadığı için büyük tranvalar ve trajediler yaşamış, birçoğunun ruhsal dengesi bozulmuş durumdadır. Geldikleri ülkede yıllarca demir yumrukle idare edildikleri için dış kültürlerle açılmamış, eğitim ve sosyal yaşam düzeyleri vasatın üzerine çıkamamıştır. Yani özetle gelen insanlar belki de kendi canları hariç sevdiklerinin canları da dâhil bütün varlıklarını kaybettiği için kaybedecek çok şeyi olmayan insanlardır. Türkçe deyimle “kaybedeceği olmayandan kork” sözü toplumsal infialerin sebebi olabilme riski taşımaya rağmen bugüne kadar en büyük sağduyuyu gerek Türkiye halkı gerekse gelen Suriyeliler göstererek büyük bir toplu asayiş olayına meydan vermemişlerdir.

Yerel halkın Suriyeli sığınmacılara karşı tutum ve davranışları nasıldır? İlk günden beri sığınmacılara yönelik geliştirilen itidalli yaklaşımlar, toplumsal sağduyu bugün de devam etmektedir. Buna mukabil gerek bu çalışmada bulguların gerekse bu bulguları destekleyen bir kısmına yukarıda yer verilen farklı akademik çalışmalar da dikkate alındığında geçici koruma altındaki Suriyeli sığınmacıların yerel halkın tahammül sınırlarını zorladığı savı öne sürülebilir. Aynı şey sığınmacılar için de söylenebilir. Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi (HUGO) tarafından Erdoğan yönetiminde 2014 yılında gerçekleştirilen Türkiye’deki Suriyeliler Toplumsal Kabul ve Uyum araştırması sonuçlarında yerli toplumun Suriyelilere bakışında iki nokta dikkat çekmiştir. Katılımcılar bir taraftan mağdurlara yardım etmek isterken diğer taraftan her şeyini kaybeden mültecilerin “kaybedecek nesi var, bunlardan her şey beklenir” endişesini taşımaktadır (HUGO, 2014: 5; Süleymanov, 2017: 28). Bu çalışmanın üzerine çok fazla saha çalışması yapılmış, yapılan çalışmaların sonuçlarında aradaki makasın daha da açıldığı gözlemlenmiştir. K. Dicle Bayır ve Fuat Aksu’nun (2020: 331), Açık Kapı Politikasından Güvenlik Tehdidine: Türkiye’de Suriyeli Sığınmacılar Olgusu başlıklı çalışmaya bu durum; “devlet tarafından; tepkilerin daha görünür bir biçimde bazen de fiziksel şiddet eylemlerine dönüşerek ifade edilmesiyle konunun toplum tarafından artık güvenlik bağlamında ele alındığının göstergeleri arasındadır” şeklinde yansımıştır. Bayır ve Aksu (2020: 336), Türk devletinin sığınmacılar konusundaki temel politikasını iki dönemde ele almışlardır. Bunlar: 2011-2015 yılları arasındaki

güvenlik dışı, insani yardım boyutu öne çıkarılan birinci dönem, 2015 sonrasını ise güvenlik boyutu öne çıkarılan dönem olarak ele almışlardır. Bu dönemde sığınmacıları içeride bir tehdit olarak gören devlet toplumsal, siyasal tepkileri de dikkate alarak güvenlikçi politikalara yönelmiştir.

Yerel halk Suriyeli sığınmacılara yönelik nasıl bir düşünceye sahiptir? Bu konuda katılımcılara yöneltilen sorulara verilen cevaplar genel itibariyle şu bilgileri vermektedir: sığınmacılara devlet eliyle insani yardım yapılmalıdır, fakat yerel halkla sığınmacıların iç içe olduğu toplu bir yaşam benimsememektedir. Yerel halk genel itibariyle çocuklarının sığınmacılarla aynı ortamda eğitim almasına, aynı apartmanda hatta aynı sokakta yaşamaya, aynı işyerinde çalışmaya taraftar değildir (Bayır ve Aksu, 2020: 345-346). Yani sığınmacılar "misafir" görülmekte savaştan sonra da ülkelerine dönmeleri beklenmektedir. Savaşın uzaması, gelenlerin gitmemesi ya da geri gidenlerden daha fazlasının tekrar düzensiz göçler yoluyla Türkiye'ye gelmeleri, sürekli artan sığınmacı nüfus yerel halkta birçok endişeye yol açtığı, bir tehdit unsuru görüldüğü sahada yapılan pek çok çalışmaya yansımıştır (Süleymanov, 2017; Taş ve Tekkanat, 2018; Çalışkan, 2019; Bayır ve Aksu, 2020). Bu endişeli bekleme tek taraflı değildir, aynı halin sığınmacılar için de geçerli olduğu ifade edilebilir Sığınmacılar da vatandaşlık ve çalışma hukuku başta olmak üzere pek çok belirsizlikten dolayı gergin bir bekleme içerisinde oldukları sığınmacılar perspektifinden yapılmış saha çalışmalarına yansımıştır (Gülyaşar, 2017). Kendilerinin yerel halk tarafından dışlanmaları, ülkedeki işsizliğin, başta konut kiralari olmak üzere hayat pahalılığının, boşanmaların müsebbibi görülmesi; ayrıca suç unsuru gibi kabul edilmeleri ve en önemlisi de parazit gibi ülke kaynaklarını sömürdükleri yönündeki kamuoyu algısı onları da giderek artan bir huzursuzluğa sevk etmektedir. İki toplum arasındaki her geçen gün artan bu gerilimli durumun toplumsal şiddet olaylarına dönüşme ihtimali doğurduğu kamuoyuna yansıyan (Karasu, 2018; Aygüler ve ark., 2020) bir kısım haberlerden okunabilir. Ülkede zaman zaman münferit pek çok şiddet olayı yaşanıyor olsa da toplumsal hadiseler nadiren görülmektedir. En son 10 Ağustos 2021 tarihinde resmi kaynakların da doğruladığı Ankara merkezli toplumsal bir linç girişimi yaşanmıştır (Euronews, 2021). Bu durumda iki toplum arasındaki hassas dengeleri göstermesi bakımından iddiadan öte somut bir delildir.

Yerel halk Suriyeli sığınmacılara karşı duyguları nasıldır? Yerel halkın duygu durumu karışık gözükmeyle birlikte gerek bu çalışmaya yansıyan sonuçlar gerekse başka akademik çalışmalar dikkate alındığında yerel halk sığınmacılara acımakta, onlara şefkat etmekte ve insani olarak yardım edilmesi yönünde açık desteği ilk günden bugüne azalarak da olsa devam etmektedir. Bununla birlikte hemen hemen yukarıda atıfta bulunulan makalelere ve bu araştırma sonuçlarına da yansıyan diğer bir sonuç ise sığınmacıların "misafir" konumundan ev sahibi konumuna geçmeye çalışmaları, konu insani yardım boyutundan çıkıp da birlikte yaşama alanına kayınca durum değişmektedir. Böyle bir durumda yerel halktaki hoşnutsuzluk nefret boyutlarına doğru yükselmektedir. Şehirlerin etnik yapısı, sosyal ve kültürel durumları dikkate alındığında bu "işitmemezlik" duygusunda oransal olarak yer yer farklılıklar gözükse de genel durum: yerel halk sığınmacıları benimsemekte istekli görülmemektedir (Kaypak ve Bimay, 2016; Gülerce ve Çorlu, 2021).

Bu çalışmada cevabı aranan önemli bir diğer konu ise iletişim alanıyla ilgilidir. Türkiye literatüründe sığınmacıların Türk basınındaki temsili konusunda çok sayıda akademik yazına (Paksoy ve Şentöregil, 2018; Bolgün ve Uçan, 2020; Livberber, 2021; Gezik, 2019; Özırmak ve Büyükbaykal, 2021) ulaşılmasına karşın cevabı aranan "Yerel halk sığınmacılarla ilgili bilgileri hangi kaynaklardan elde etmektedir?" sorusunun cevabını verecek bir kaynağa ulaşamamıştır. Dolayısıyla bu çalışmada böyle bir konu araştırılmıştır fakat yeterli literatür bulunamadığından sadece katılımcıların cevapları yorumlanmıştır. Katılımcıların verdiği cevaplardan çıkarılan sonuç ise yerel toplumun sığınmacılarla ilgi enformasyonu televizyondan ve fısıltı gazetesinden aldığı yönündedir. Burada dikkat çekici bir çelişki göze çarpmaktadır: yerel toplum hem sığınmacılarla iletişim kurmaktan imtina etmektedir, hem de onlarla ilgili haberleri kulaktan kulağa şeklinde yaymaktadır. Durum böyle olunca da "sınavsız üniversite, bedava ev, sığınmacıya maaş" gibi sayısız asılsız iddia gündeme gelmektedir. Bu asılsız iddialar iki toplum arasında gerilimlerin baş göstermesine, ufak bir kıvılcımla bu gerilimlerin yangına dönüşmesine sebep olmaktadır.

Öneri olarak: Türk devlet kurumları (Göç İdaresi, AFAD, Bakanlıklar) her kadar da sığınmacılarla ilgili tüm istatistiki bilgileri ve iddia edilen haberleri şeffaf bir şekilde internet ortamında erişime açık halde tutsa da toplumdaki algının önüne geçilemediği, neredeyse sahada yapılan tüm çalışmalara yansımıştır. Bu cihetle topluma doğrudan etki eden televizyon gibi kitle iletişim araçları vasıtasıyla doğru bilgiler sık sık aktarılmalı, bu konuda kamu spotları hazırlanması, belki dizi film gibi yapımların çekilmesiyle toplumun tüm kesimlerine hitap edilmelidir. Bir araştırmacı Göç İdaresinin sayfasına girip tüm bilgilere ulaşabilir ama büyük kitle olan toplum bunu yapmaz. Durum bu cihetle değerlendirilmelidir.

İzmir merkezli yapılan bu saha çalışmasında da diğer illerde yapılan çalışmalara benzer sonuçlar çıkmıştır. Bu bir cihetle yapılan çalışmaların tutarlılığını gösterirken diğer cihetten de "acaba yapılan çalışmalar birbirinin tekrarı mı, literatüre bir katkısı olmuyor mu?" gibi bir sorunun doğmasına da sebep olmaktadır.

Çalışma elektronik ortamda yapıldığı için katılımcıların cevapları sisteme anında düşmüştür. Ankete katılanların sorularda verdiği cevapların oranları sayı arttıkça değişmemiştir. Yani "sığınmacılara yardım yapılmalı mı?" gibi bir soruya verilen cevaplar ilk yüz kişinin cevapladığı zamanla beş yüz kişinin cevapladığı zaman aralığında katılımcı sayısı artmasına

rağmen verilen cevabın niteliği ve oranı değişmemiştir. Buna göre Türkiye'nin Batı ili ve üçüncü büyük kentinin sığınmacılara yönelik genel bakışı % 66 oranında yardım edilmesi, "kucak" açılması yönündeyken, % 34'ü sığınmacıları ülkesinde istememektedir. Bu "kucak açama" kavramı "misafir" kavramıyla birlikte değerlendirilmelidir. Aksi halde yerel toplum sığınmacıların daimi kalmasına genel olarak karşı çıkmaktadır. Katılımcıların cevaplarından ankete yansıyan bu rakamların nasıl okunacağı veya bu rakamlardan çıkan sonucun "tahammül sınırının aşıldığı" manasına gelip gelmeyeceği sosyolojik bağlamda tartışmalıdır. Anket verileri değerlendirildiğinde şunu söylemek mümkündür: katılımcıların üçte ikisinden fazlası sığınmacılara ev sahipliği yapmaktan memnundur (süre uzadıkça memnuniyetin düştüğü farklı çalışmalara yansımıştır). Yerel toplum sığınmacıların mağdur, şefkate muhtaç ve yardıma ihtiyacı olduğu görüşünde hem fikirdir. Nasıl yapılacağı konusunda ise "toplumdan izole halde devlet eliyle yardım edilmesi" görüşü bu çalışmada ağır basan görüştür. Yerel toplumun üçte birine yakın bir nüfusta sığınmacıların ülkelerine geri gönderilmesi, kabul edilmemesi, gelenlerinde kamplarda izole edilmesi yönünde görüş beyan etmişlerdir.

Katılımcıların çoğunluğu Suriyeli sığınmacılara yardım edilmesinden yana tavır ortaya koyarken, bununla ters orantılı olarak sığınmacılarla aynı ortamları paylaşmaktan imtina etmişlerdir. Yani sığınmacılarla aynı ortamı paylaşan, onlarla diyaloga geçen ve iletişim kuran kentteki kişi sayısı üçte bir oranından daha az olduğu saptanmıştır. Bunun da tek taraflı olmadığı iki toplumun karşılıklı olarak birbirine mesafeli durduğu görülmüştür. Bunun en büyük sebebi katılımcıların yorumlarından anlaşılabilir ki dil ve kültür farklılığı iki toplumu birbirine uzak tutmaktadır.

Kaynakça

- Afad; (2017). [Çevrim-içi: https://www.afad.gov.tr/upload/Node/2374/files/30_10_2017_Suriye_GBM_Bilgi_Notu.pdf] , Erişim Tarihi: 9.03.2020.
- Akbaş, S., & Ünlütürk Ulutaş, Ç. (2018). Küresel fabrika kentinin görünmeyen işçileri: Denizli işgücü piyasasında Suriyeli göçmenler. *Calisma ve Toplum*, 56(1). 167-192
- Akıllı, E. (2012). Türk dış politikası zemininde Arap baharı. *ORSAM*, 4(37), 39-45.
- Aksoy, Z. (2012). Uluslararası göç ve kültürlerarası iletişim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (20), 292-303.
- Aliu, A.; Öztürk, İ.; Aliu, D. ve Özkan, Ö. (2016). Türkiye'de göç olgusunun mevzuat, politikalar ve bilimsel projeler çerçevesinde incelenmesi. In 2nd International Congress on Applied Sciences: Migration, Poverty and Employment (pp. 19-28).
- Aljazeera; (2015). <http://www.aljazeera.com.tr/gorus/suriyeli-siginmacilarin-turkiyeye-etkileri>, Erişim Tarihi: 5.01.2020.
- Anker, D. E. (2002). Refugee law, gender, and the human rights paradigm. *Harvard Human Rights Journal*, 15, 133-154
- Arslan, M. (2004). Kültürel bağlamda din. *Din Bilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 4(1), 189-205.
- Aydemir, S. ve Şahin, M. C. (2017). Tek tanrılı dinlerde göç olgusuna sosyolojik bir yaklaşım: göç teorileri açısından bir analiz. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 28(3), 359-71.
- Ayhan, V. (2011). Arap baharının ABD-Türkiye ilişkilerine etkisi. *ORSAM*, 3(36), 17-22.
- Bayır, D. ve Aksu, F. (2020). Açık kapı politikasından güvenlik tehdidine Türkiye'de tesis sığınmacılar olgusu. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 8(2), 324-356.
- BBC (2019). Bölgede hangi ülkede, ne kadar Suriyeli yaşıyor? <https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-50502393>, Erişim Tarihi: 7.11.2021
- Berry, J. W. (2006). Contexts of acculturation. David L. Sam and John W. Berry (Eds.), *The cambridge handbook of acculturation psychology*, (s. 27-42). USA: Cambridge University Press.
- Bolgun, C. ve Uçan, G. (2020). Birlikte yaşamak mümkün mü?: Okur yorumlarında "Suriyeli sığınmacı" söyleminin inşası . *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 18(1) , 250-269.
- Bulak, A. (2015). Göç olgusuna teorik bir bakış, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Buz, S. (2006). Kadın ve göç ilişkisi: Sığınan ve sığınmacı kadın örneği, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Castles, S. M. ve Miller, M. J. (2008). *Göçler çağı: Modern dünyada uluslararası göç hareketleri* (Çev: B. U. Bal ve İ. Akbulut). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Coşkun, E. (2016). Türkiye'nin göç rejiminde toplumsal cinsiyet faktörü: Ugandalı göçmen kadınlar örneği. *Fe Dergi: Feminist Eleştiri*, 8(1), 91-104.
- Çağlar, T. (2018). Göç çalışmaları için kavramsal bir çerçeve. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(8), 26-49.
- Çağlayan, S. (2006). Göç kuramları, göç ve göçmen ilişkisi. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 67-91.
- Çağlayan, S. (2013). Göç kavramı ve kuramları. Güneş F (Ed.) *Kent Sosyolojisi*, (84-115), Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Çalışkan, S. (2019). Ev sahibi halkın Suriyeli göçmenlere yönelik tutumu: İstanbul; Sultanbeyli-Kadıköy ilçeleri. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çavuşoğlu, H. (2006). Uluslararası göç: nedenleri, tipleri, türleri ve göçmenler. *Folklor/Edebiyat*, 12(48), 83-104.
- Çetin, İ. (2016). Labor force participation of Syrian refugees and integration: Case of Adana and Mersin cities. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(4), 1001-1016.
- Çiftçi, H. (2018). Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının Suriyeli sığınmacılara yönelik tutum, algı ve empatik eğilimlerinin analizi. *Itobiad: Journal of the Human & Social Science Researches*, 7(3), 2232-2256
- Çoltu, S. ve Öztürk, S. (2018). Suriyeli mültecilerin Türkiye ekonomisine etkileri. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 188-198.
- Çömez Polat, F., & Kaya, E. (2017). Bir ötekileştirme pratiği: Türkiye'de yaşayan Suriyelilere yönelik tutumlar. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 38-48.
- Dedeoğlu, S. (2018). Tarımsal üretimde göçmen işçiler: Yoksulluk nöbetinden yoksulların rekabetine. *Calisma ve Toplum*, 56(1), 3768
- Devran, Y. ve Özcan, Ö. F. (2016). Söylemlerin Dilinden Suriye Sorunu. *Marmara İletişim Dergisi*, 25, 35-52.
- Diñçer, C.G. (2015) Türkiye-Gürcistan bağlamında göçmen kadın emeği: Güvencesizliğin ve belgesizliğin mekanı olarak ev içi alan. Lülüfer Körükmez ve İlkya Sudaş (Ed.), *Göçler Ülkesi*, (95-113). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Doğan, A. S. (2021). Türk halkının Suriyeli algısı: sorunlar ve çözüm önerileri. İstanbul: Filiz Kitabevi
- Duğan, Ö. ve Gürbüz, S. (2018). Suriyeli sığınmacıların sosyal entegrasyonuna yönelik bir araştırma. *Electronic Turkish Studies*, 13(26), 529-546
- Duman, E. Ş., ve Özdemirci, A. (2019). Türkiye'deki Suriyeli göçmen girişimciler üzerine bir alan araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 18(37), 629-656.
- Duruel, M. (2017). Sürüyelili sığınmacıların karşılaştıkları temel sorunlar, algı ve beklentiler: Hatay örneği. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 62, 57-79.
- Efe, İ. (2015). Türk Basınında Suriyeli Sığınmacılar, SETA Rapor.
- Ekiz Gökmen, Ç. (2011). Türk turizminin yabancı gelinleri: Marmaris yöresinde turizm sektöründe çalışan göçmen kadınlar. *Çalışma ve Toplum*, 28(1), 201-231.
- Erder, S. (2014). Balkan göçmenleri ve değişen uygulamalar: İskan kurumunun dostları. A. İçduygu, S. Erder ve Ö. F. Gençkaya (Ed.), *Türkiye'nin uluslararası göç politikaları, 1923-2023: Ulus-devlet oluşumundan ulus-ötesi dönüşümlere'nin içinde* (ss. 138-173). Koç Üniversitesi Göç Araştırmalar Merkezi
- Erdoğan, M. (2014). Türkiye'deki Suriyeliler toplumsal kabul ve uyum. HUGO (Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi). <https://data2.unhcr.org/en/documents/download/46184>, Erişim tarihi: 05.03.2021.
- Erdoğan, M. M. (2015). Türkiye'deki Suriyeliler toplumsal kabul ve uyum. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ersoy, A.F., Ala, M. (2019), Suriyeli sığınmacı ve mültecilere ilişkin görüşler: Osmaniye'de nitel bir araştırma, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(3), 1343-1356.
- Ertuğrul, D. (2012). *Türkiye dış politikası için bir test: Suriye krizi, TESEV Dış Politika Programı*. İstanbul: İmak Ofset Basım.
- Geçici korumamız altındaki Suriyeliler, [Çevrim-içi: <https://www.goc.gov.tr/gecici-korumamiz-altindaki-suriyeliler>], Erişim Tarihi: 19.02.2021.

- Gemici, N. B. (2016). Çalışma hayatında dezavantajlı bir grup: göçmenler. *İş ve Hayat*, 2(4), 239-261.
- Gezik, Z. (2019). Suriyeli göçmenlerin anaakım medyada temsili. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Giddens, A. ve Sutton, P.W. (2014). Sosyolojide temel kavramlar. (A. Esgin, Çev.). Ankara: Phoenix.
- Giddens, Anthony (2012). Sosyoloji. (Çev: Hüseyin Özel vd.). İstanbul: Kırmızı Yayınları
- Gökmen, Ç. E. (2018). Turizm sektöründe göçmen emeği: Nitelikli emek mi? Ucuz emek mi? *Çalışma ve Toplum*, 1, 139-166.
- Göregenli, M. (2012). Temel kavramlar: önyargı, kalıpyargı ve ayrımcılık. Kenan Çayır, Müge Ayan Ceyhan (Ed.), *Ayrımcılık Çok Boyutlu Yaklaşımlar (175-187)*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları
- Gülerce, H. ve Çorlu, R. (2021). Yükseköğretimdeki sistem sığınmacı öğrencileri: uyum ve çatışma alanları . *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , 0(12) , 71-106.
- Güllüpinar, F. (2012). Göç olgusunun ekonomi-politiği ve uluslararası göç kuramları üzerine bir değerlendirme. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 53-85.
- Gülyaşar, M. (2017). Syrians and citizenship: An evaluation on the local people and Syrian asylum seekers. *OPUS International Journal of Society Researches*, 7(13) , 678-705.
- Harunoğulları, M., Hatunoğlu, Z., Polat, Y. ve Kılıç, M. (2018). Kahramanmaraş esnafının sosyo ekonomik durumu ve Suriyeli sığınmacılara ilişkin görüşünün belirlenmesi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), 115-144.
- IOM (Uluslararası Göç Örgütü) (2013). *Göç terimleri sözlüğü*, No:31, Cenevre: IOM Yayın.
- İnce, C. (2019). Göç kuramları ve Suriye göçü üzerine bir değerlendirme. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 2579-2615.
- İskân Kanunu; 2006. [Çevrim-içi: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5543.pdf>] , Erişim Tarihi: 12.02.2021.
- Janta, H. (2011). Polish migrant workers in the UK hospitality industry: Profiles, work experience and methods for accessing employment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 23(6), 803-819,
- Kahveci, M. (2019). Misafirlikten ikinci sınıf işçiliğe: Türkiyeli ve Suriyeli işçiler arasında ücret ayrımcılığı. *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 4(2), 97-118.
- Karabulut, R. ve Açak, M. (2018). Suriyeli sığınmacıların Türkiye'ye ekonomik maliyeti (2011-2017) . *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1) , 131-144.
- Karasu, M. A. (2018). Türkiye'ye yönelik dış göçler, Suriyeli sığınmacı göçü ve etkileri. *Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 14(1) , 21-41.
- Karataş, K., ve Baloğlu, M. (2018). Kültürleşme stresi kıskacındaki Suriyeli öğrenciler. *Turkish Studies*, 13(27), 971-990.
- Karataş, M. (2015). Türk yazılı basınında Suriyeli sığınmacılar ile halk arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Göç Araştırmaları Dergisi* , 2, 112-151.
- Kaypak, Ş. ve Bimay, M. (2016). Suriye savaşı nedeniyle yaşanan göçün ekonomik ve sosyo kültürel etkileri: Batman örneği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(1), 84-110.
- Kıran, A. (2015). Arap Baharı, Suriye Ve Demokratik Dönüşüm Beklentileri. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1) , 97-115.
- Kızmaz, Z. (2018). Tel sığınmacılar: güvenlik kaygıları ve suç. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2) , 392-431.
- Kıbaroğlu, M. (2011). Arap baharı ve Türkiye, *Adam Akademi*, 2, 26-36.
- Koçak, Y. ve Terzi, E. (2012). Türkiye'de göç olgusu, göç edenlerin kentlere olan etkileri ve çözüm önerileri. *KAÜ-İİBF Dergisi*, 3(3), 163-184.
- Kutlu, Z. (2015). Bekleme Odasından Oturma Odasına Suriyeli Mültecilere Yönelik Çalışmalar Yürüten Sivil Toplum Kuruluşlarına Dair Kısa Bir Değerlendirme. *Anadolu Kültür, Açık Toplum Vakfı*. http://ingev.org/wp-content/uploads/2016/04/Bekleme_Odasından_Oturma_Odasına.pdf, Erişim Tarihi: 01.11.2021

- Lee, Everett S. (1966). A theory of migration, *Demography*, 3(1), 47-57.
- Livberber, T. (2021). Suriyeli sığınmacıların Türk basınında temsili: haberler üzerine eleştirel bir analiz . İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi , 13(4), 1003 – 1028.
- Longhi, V. (2013). The immigrant war: A global movement against discrimination and exploitation. USA: Policy Press.
- Massey, Douglas S.; Joaquin Arango, Graeme Hugo, Ali Kouaouci, Adela Pellegrino, Edward J. Taylor (2014). *Uluslararası göç kuramlarının bir değerlendirmesi*. Göç Dergisi, 1, 11-46. [Çevrim-içi: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=498506>], Erişim Tarihi: 24.01.2021.
- Mawani, F.N. (2014). Social determinants of refugee mental health. L. Smitch and L. Andermann (Ed). *Refuge and resilience* (27-51). New York: Springer
- McNevin, A. (2011). *Contesting citizenship: irregular migrants and new frontiers of the political*. New York: Columbia University Press.
- MD (2012). Türkiye'deki Suriyeli sayısı Ocak 2021. [Çevrim-içi: <https://multeciler.org.tr/turkiyedeki-suriyeli-sayisi/> Erişim Tarihi: 10.02.2021.
- Milliyet (2014). Göçmenleri istemeyen tehlikeli algı. [Çevrim-içi: <https://www.milliyet.com.tr/gundem/gocmenleri-istemeyen-tehlikeli-almi-1958668>], Erişim Tarihi: 24.01.2019.
- Mutlu, P.; MISIRLI, K. Y.; Kahveci, M.; Akyol, A. E.; Erol, E.; Gümüştan, İ.; Pınar, E. ve Salman, C. (2018). Suriyeli göçmen işçilerin İstanbul ölçeğinde tekstil sektörü emek piyasasına eklemlenmeleri ve etkileri. *Çalışma ve Toplum*, 56(1), 69-92
- Nurdoğan, A. K.; Dur, A. İ. B. ve Öztürk, M. (2017). Türkiye'nin mülteci sorunu ve Suriye krizinin mülteci sorununa etkileri . *İş ve Hayat* , 2(4) , 217-238 .
- Özcan, E. (2016). Çağdaş göç teorileri üzerine bir değerlendirme, *İş ve Hayat*, 2(4),183-215.
- Özdemir, E. (2017). Suriyeli mültecilerin Türkiye'deki algıları. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 16(1), 116-136.
- Özırmak, M. ve Büyükbaykal, G. N. (2021). Türk medyasında etik kavramı üzerinden yurttaş gazeteciliğinin değerlendirilmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi (UKSAD)* , 7(1) , 112-126.
- Özipek, B. B. (2018). Ekonomi temelli ayrımcılık ve önyargı karşıtı argümantasyona katkı:“Suriyeli sığınmacılar ve Türkiye ekonomisi” raporu. *Liberal Düşünce Dergisi*, 23(90), 125-146.
- Özkalp, E. (1990). *Sosyolojiye giriş*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Paksoy, A. F., & Şentöregil, M. (2018). Türk basınında Suriyeli sığınmacılar: İlk beş yılın analizi (2011-2015). *Selçuk İletişim*, 11(1), 237-256.
- Petersen, W. (1958). A general typology of migration. *American Sociological Review*, 23(3), 256-266.
- Poikela, P. (2016). Tourism industry and migrant workers in the UK, <http://www.travel-conference.co.uk/commentries.php?paper=340#WW8eGRXycc>, Erişim Tarihi: 6.11.2021
- Ravenstein, E. G. (1885). The laws of migration. *Journal of The Statistical Society of London*, 48(2), 167-235.
- Sezgin, A. A. ve T. Yolcu (2016). Göç ile gelen uluslararası öğrencilerin sosyal uyum ve toplumsal kabul süreci, *Humanitas*. 4(7), 417-436
- SGDD. (2011). Askıdaki yaşamlar ve algıdaki yaşamlar projesi, Sığınmacılar ve Göçmenlerle Dayanışma Derneği.
- Sönmez, M. E. ve Adıgüzel, F. (2017). Türkiye'de Suriyeli sığınmacı algısı: Gaziantep şehri örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(3), 797-807
- Süleymanov, A. (2017). Suriyelilerin Türk toplumunda toplumsal uyum ve sosyal kabul düzeyi. *Türk Yurdu Dergisi*, 361, 27-30.
- Svensson, M.; Urinboyev, R.; Wigerfelt Svensson, A.; Lundqvist, P.; Littorin, M.; Albin, M. (2013) Migrant agricultural workers and their socio-economic, occupational and health conditions– A literature review. file:///C:/Users/Mag/AppData/Local/Temp/SSRN-id2297559.pdf, Erişim Tarihi: 6.11.2021
- Şahin, M. ve Eşici, H. (2020). Türkiye'de yaşayan Suriyeli göçmenler ile türklerin birlikte yaşam kültürü: değerler, fırsatlar, engeller. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 8(22) , 72-99.

- Şeker, D. ve Uçan, G. (2016). Göç sürecinde kadın. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 199-214.
- Taş, D. ve Tekkatat, S. S. (2018). Yerel halk ve Suriyeli sığınmacılar arasında bir kent: Elâzığ örneği. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5.Kentsel ve Çevresel Sorunlar ve Politikalar Kongresi, Yıl 2018, 10 (4), 77-90.
- Taşdemir, N. (2018). Ulusal kimliğin sınırlarını tanımlama biçimleri ve Türkiye'ye gelen Suriyeli sığınmacılara yönelik tutumlar. *Türk Psikoloji Yazıları*, 21, 3-18.
- TBMM Tutanaklar (1961). Cenevre'de 1951 tarihinde imzalanmış olan mültecilerin hukuki durumuna dair sözleşmenin tasdiki hakkında kanun tasarısı ve Dışişleri Komisyonu raporu (1/125), [Çevrim-içi: https://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/KM_/d00/c002/km_00002024ss0053.pdf] , Erişim Tarihi: 12.02.2021.
- Toksöz, G. ve Ünlütürk-Ulutaş, Ç. (2012). Is migration feminized? A gender- and ethnicity-based review of the literature on Irregular Migration to Turkey, 85-112
- Topkaya, Y. ve Akdağ, H. (2016). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının Suriyeli sığınmacılar hakkındaki görüşleri (Kilis 7 Aralık Üniversitesi örneği). *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 767-786.
- Tuncel, G. ve Ekici, S. (2019). Göçün Siyasal Etkisi: Suriyeli Göçmenlerin Türkiye Siyasetine Etkisi. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 48-72.
- Tunç, A. Ş. (2015). Mülteci davranışı ve toplumsal etkileri: Türkiye'deki Suriyelilere ilişkin bir değerlendirme. *TESAM Akademi Dergisi*, 2(2), 29-63.
- Tümeğ, Derya (2018). Türk halkının Suriyeli sığınmacı/mülteci algısı: Mevcut durum, saha çalışması ve politika önerileri. Ankara: Türksam
- Tüylüoğlu, Ş. (2004). Küreselleşme sürecinde kalkınma politikaları ve devletin zayıflayan rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 257-280.
- UNHCR (2021). Türkiye'deki mülteciler ve sığınmacılar, <https://www.unhcr.org/tr/turkiyedeki-multeciler-ve-siginmacilar>, Erişim Tarihi: 7.11.2021
- Ünal, S. (2014). TÜRKİYE'NİN beklenmedik konukları:" ÖTEKİ" bağlamındayabancı göçmen ve mülteci deneyimi. *Journal of World of Turks/Zeitschrift für die Welt der Türken*, 6(3), 65-89
- Yakushko, O., & Morgan M.L. (2012). Immigration. R. A. Young, J. F. Domene ve L. Valach (Ed.). *Counseling and Action*. New York: Springer.
- Yalçın, C. (2004). *Göç sosyoloji*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Yasmine, R., & Moughalian, C. (2016). Systemic violence against Syrian refugee women and the myth of effective intrapersonal interventions. *Reproductive health matters*, 24(47), 27-35.
- Yaşar, R. (2014). Kilis'te sığınmacı algısı toplumsal otizm ve ötekileştirmenin ilk görünüşleri. Kilis: Kilis 7 Aralık Üniversitesi.
- Yıldırım alp, S. ve İyem, C. (2017). Suriyeli sığınmacıların toplumsal kabul ve uyum sürecine ilişkin bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 107-126.
- Yıldırım oğlu, H. (2005). Uluslararası emek göçü: Almanya'ya Türk emek göçü. *Kamu-İş Dergisi*, 8(1), 1-24.

Extended Abstract

Aim and Scope

The wave of immigration to Turkey that started in 2011 continues unceasingly depending on the course of the war. The perception of the Turkish people, who host the refugees, towards them affects both their attitude and behavior towards them and the power-voter relations. This study aimed to reflect/determine Turkish people's perception, attitude, and behavior towards foreign immigrants and Syrian refugees. The sample of the study was determined by convenience sampling method among 18 years and older people living within the borders of İzmir.

Methods

This study aimed to reflect/identify the Turkish people's view of foreign immigrants and the public perception, attitude, and behavior towards Syrian refugees. All people aged 18 and over living in İzmir, including the center and its districts, were

included in the population of the survey. The sample of the study, on the other hand, consisted of 522 people who participated in the survey and were determined by the convenience sampling method. The questionnaire form is composed of closed-ended questions. Closed-ended questions are organized in two ways. Multiple choice questions with single answer options and questions with multiple-choice options. The questionnaire consists of two parts and thirty questions. Seven (7) questions in the first part of the questionnaire are about the demographic characteristics of the participants, and twenty-three (23) questions in the second part are about Syrian refugees.

Expert opinions were obtained from two experts while creating the research questions. A pre-test was applied to 27 people to determine the expressions that were not clear and difficult to understand in the questionnaire form and to determine the comprehensibility of the expressions in the questionnaire form. The questionnaire form, which was restructured after the pre-test, was kept open on the online Google Drive platform (23 November - 13 December 2018) until a sufficient number of samples was reached. Obtained data from the questionnaire analyzed by descriptive statistics (frequency percentage).

Findings

The data obtained by the questionnaire form were analyzed using descriptive analysis methods (frequency and percentage values). 254 of the 500 (more than 50%) people who answered the question "How do you feel when you meet a Syrian refugee?" stated that asylum seekers are victims. Although most of the respondents to the questionnaire declared that they have humanitarian feelings, pity, and compassion for the asylum seekers, on other hand approximately 120 people hate and hold grudges against them. This can only be explained by human feelings. In other words, participants generally approach the refugees with tolerance, a small number of people developed a negative, marginalizing view.

Approximately 300 of the 500 people surveyed have compassion towards the refugees. Only 7% of those who stated the reason for compassion indicated that the refugees were Muslim as a reason. From this approach of the participants, it can be determined that the refugees are compassionate for humanitarian reasons rather than Islamic brotherhood.

While 341 of the 500 people who answered the questionnaire stated that they received the news about asylum seekers on TV, 233 people stated that they received this news from the "public". It is an important issue for the print media that only 137 of the participants stated that they received news about asylum seekers from newspapers. Another point that draws attention in the analysis of the answers given to this question is that it contains data showing that the reputation of non-governmental organizations (NGOs) has fallen in the eyes of society. In other words, it can be said that various aid-oriented NGOs have not been able to show sufficient sensitivity in their work regarding asylum seekers and informing the society, and their ties with the society have weakened.

Conclusion

A similar result to HUGO's report came out in this field study conducted in Izmir. However, the determination of "asylum-seekers pushing the limits of acceptance of the local community" expressed in the HUGO report is somewhat controversial. Because, in a study conducted in 2014, what is the use of the statement stated and how this determination is formed leaves question marks in mind.

The general view of the participants towards asylum seekers is that they will be helped and accepted at the rate of 66%, while 34% do not want asylum seekers in their country. It is controversial in sociological context how to read these numbers or whether the result from these numbers implies that the "tolerance limit has been exceeded". When the survey data is evaluated, it is possible to say the following: While more than two-thirds of the Turkish people think that they are happy to host refugees, refugees are victims, in need of compassion and help. But nearly one-third of the population stated that asylum-seekers need to be sent back to their countries, not accepted, and isolated in camps.

Acil Durum ve Afetlere Müdahale Personelinin Kriz Anı Kurum İçi İletişimlerinin Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği¹

Evaluation of Internal Communications of Emergency and Disaster Response Personnel at The Time of Crisis: The Case of Trabzon Province

Öznur Çınar², Sevil Cengiz³

Öz

Araştırmanın amacı Acil Durum ve Afetlere Müdahale personelinin kriz anı kurum içi iletişim düzeylerinin belirlenerek, demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılığın olup olmadığının tespit edilmesidir. Elde edilecek bulgular vesilesiyle Acil Durum ve Afetlere Müdahale personelinin iletişim anlamındaki sorunları tespit edilerek daha etkin çalışmalarının önünün açılması hedeflenmektedir. Araştırma ölçeğinin ana başlığı "Kriz Anı Kurum İçi İletişim" olup 4 alt faktöre ayrılmıştır: "Kriz Anı Ekip İletişiminin Değerlendirilmesi", "Kriz Anı Bireysel İletişim Aktivasyonunun Değerlendirilmesi", "İletişimsel Kriz Yönetim Planları Erişilebilirliğinin ve Bilinirliğinin Değerlendirilmesi" ve "İletişimsel Kriz Yönetim Planlarının İşlevselliğinin Değerlendirilmesi". Anket 6 adet demografik soruyu veya toplamda 23 adet Kriz Anı Kurum İçi İletişim ölçeğinin sorularını içermektedir. Araştırmada frekans, yüzde tabloları ve Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni Trabzon'da görev yapan, Devlet Hava Meydanları İşletmesi, Afet ve Acil Durum Başkanlığı, Orman Bölge Müdürlüğü ve İtfaiyede (acil durum ve afetlere müdahalede görev yapan) çalışanlardır. Toplamda 103 personele ulaşılmış ve anket uygulanmıştır. Anket 28.11.2020-15.12.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Kriz anı ekip iletişiminin farklı faktörler ve değişkenler açısından değişiklik gösterdiği bulunmuştur. Ayrıca, sorulara verilen cevapların demografik değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan test sonucu cinsiyet değişkeni açısından 2 soru, medeni durum açısından 1 soru, kıdem değişkeni açısından 2 soru, yaş değişkeni açısından 2 soru, çalışılan kurum açısından 13 soru, ünvan değişkenine göre 6 soru farklılık göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Afet, Afet İletişimi, Kriz, Kriz iletişimi

Abstract

The aim of the study is to determine whether there is a significant difference according to demographic variables by determining the internal communication levels of the Emergency and Disaster Response personnel at the moment of the crisis. With the findings to be obtained, it is aimed to determine the communication problems of Emergency and Disaster Response personnel and to pave the way for more effective work. The main title of the research scale is "Internal Communication During Crisis" and it is divided into 4 sub-factors: "Evaluation of Crisis Team Communication", "Evaluation of Crisis Individual Communication Activation", "Evaluation of Accessibility and Awareness of Communicative Crisis Management Plans" and "Evaluating the Functionality of Communicative Crisis Management Plans". The questionnaire includes 6 demographic questions or a total of 23 questions of the Internal Communication Scale of the Moment of Crisis. Frequency, percentage tables and Mann-Whitney U test were used in the study. The universe of the research is the employees working in the State Airports Administration, the Disaster and Emergency Presidency, the Regional Directorate of Forestry and the Fire Department (working in emergency and disaster response), working in Trabzon. A total of 103 personnel were reached and a questionnaire was conducted. The survey was conducted between 28.11.2020-15.12.2020. It has been found that team communication at the time of the crisis varies in terms of different factors and variables. In addition, when the results of the test conducted to determine whether the answers given to the questions differ according to demographic variables, it has been found that 2 questions in terms of gender, 1 question in terms of marital status, 2 questions in terms of seniority, 2 questions in terms of age, 13 questions in terms of the institution employed, and 6 questions according to the title variable differs.

Keywords: Disaster, Disaster Communication, Crisis, Crisis Communication.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes : I10, I12, I14

Submitted: 21 / 05 / 2021

Accepted: 17 / 07 / 2021

¹ Bu makale "Acil Durum ve Afetlere Müdahale Personellerinin Kriz Anı Kurum İçi İletişimlerinin Değerlendirilmesi: Trabzon İli Örneği" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Bilim Uzmanı, oznurcnarr@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-5367-9449>.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Afet Yönetimi ABD, sevil_cengiz@yahoo.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-3562-1793>

Giriş

Acil bir durum meydana geldiğinde veya afet anlarında etkili iletişim kuramamanın yıkıcı sonuçlar doğurması beklenir. Buna karşın, ortak müdahale zorunluluğu bulunan kolluk kuvvetleri, itfaiye istasyonu, arama kurtarma personelleri ve diğer afet yönetimi personelleri arasındaki etkin bir iletişimin varlığı oluşan hasarın en aza indirilmesine yardımcı olacak ve kargaşa ortamının oluşmasını engelleyecektir. Acil durum ve afet anlarında uygulanabilir ve proaktif bir acil durum yönetim planı sayesinde de gerek kurum içi gerek ise paydaşlar arası iletişimin standardize edilmesi ile görev karmaşası oluşmasının önüne geçilmiş olacaktır (Perez, 2018). Toplanma alanları ve sığınakların kullanıldığı afetlerde seyyar baz istasyonlarının kurulacağı alanların planlanmasında sosyal medya haberleşmesinin devamlılığının sağlanması göz önünde bulundurulmalıdır. Afetlerde ikaz ve alarm sistemleri ile halka verilecek uyarılarda sosyal medya ve online sitelerin kullanımı önerilmektedir. Fakat paydaşlarla yapılacak iletişimden önce personelin kurum içi iletişimi öncelik arz etmektedir (Oral ve Turan, 2018)

Türkiye Afet Müdahale Planı (TAMP) ile afet ve acil durumlarda görev ve yükümlülükleri bulunan kurum ve kuruluşlar hizmet gruplarına ayrılmış olup, ana ve destek çözüm ortakları olarak tanımlanmıştır. Acil durum ve afetlerde iletişim güvenliğini sağlamak amacıyla da haberleşme hizmet grubu oluşturulmuştur. Bu grup dâhilinde haberleşme alanında, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı'na (AFAD) ana çözüm ortağı olarak Ulaştırma, Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı belirlenmiş, destek çözüm ortakları olarak ise Genelkurmay Başkanlığı, İçişleri Bakanlığı, Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, TRT, TÜRKSAT, Kızılay, STK'lar belirlenmiştir.

Bir kriz olgusunun varoluşu kurum ve kuruluşlar için; kuruluşun varlığının tamamen sona ermesi, kuruluşun varlığının zarar görmeden kurumsal imajının hasar alması ve bir kriz sonucunda kar elde ederek kurumsal itibarın kuvvetlenmesi gibi olası 3 sonuç bulunmaktadır (Fearn, 2016). Acil durum ve afetlere müdahale personellerinin kriz anı kurum içi iletişimleri, karar verme kabiliyetleri, aktiflikleri ve ekibi ile sahada birlik içerisinde olma çabaları bu bağlamda önem arz etmektedir.

Araştırmanın amacı Acil Durum ve Afetlere Müdahale personelinin kriz anı kurum içi iletişim düzeylerinin belirlenerek, demografik değişkenlere göre anlamlı bir farklılığın olup olmadığının tespit edilmesidir. Elde edilecek bulgular vesilesiyle Acil Durum ve Afetlere Müdahale personelinin iletişim anlamındaki sorunları tespit edilerek daha etkin çalışmalarının önünün açılması hedeflenmektedir. Bu çalışmada ilk bölümde kavramsal bir çerçeve çizilmiş, arkasından araştırmanın metodolojisi verilmiş, bulgular kısmından sonra ise sonuç ve değerlendirmeler yazılmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve

İletişim kabaca çok sayıda aşamadan ve birçok boyuttan oluşan karmaşık bir süreç olarak ifade edilir. İş yerinde görevlerin yerine getirilme zorunluluğu, paydaşların varlığı, kültürel farklılıklar ve arz talep ilişkileri bu süreci daha da karmaşık bir hale sokabilir. Bilinçli veya bilinçsizce gerçekleştirilen mesaj gönderme ve mesajları alma eylemleri iç içe geçmiştir ve üretimde verimden bahsedebilmek için iş yerlerinde iletişim becerilerinin kuvvetli olması beklenir (Givens, 1978).

Ekip arkadaşları ile kurulan iletişimde doğrulamanın önemi büyüktür ve bu karşındaki kişiye güven verip, konuya olan katılımının takdir edildiğini gösterir. Bir ekip yönetiminde, takım arkadaşlarının katkılarının önemli olduğunun düşünülmesi sağlanmazsa, iletişimi keserler ve etkili iletişim kurulması gerektiğinde basit ve klişe dönütler alınır. Doğrulama sırasında ise dikkat edilmesi gereken en önemli nokta patronluk taslamadan ve karşındaki kişinin düşüncelerine önem verildiğinin hissettirilmesiyle birlikte iletişime geçmektir (Becker ve Wortmann, 2009).

Kriz, paydaşların sağlık, güvenlik, çevresel ve ekonomik konularla ilgili beklentilerini önemli ölçüde tehdit eden ve bir kurumun performansına ciddi şekilde hasar verebilme kabiliyetine sahip olan, olumsuz sonuçlar doğurabilme potansiyeli yüksek, öngörülemeyen bir olayın algısıdır. Bu tanım kriz üzerine çeşitli bakış açılarının sentezidir. Krizlerin genellikle beklenmedik durumlar olduğu düşünüldüğünde bir kuruluşun, kriz durumlarında hasarı hafifletme eğiliminde olabilmesi ve mevcut itibarını koruması için gerek kendi içerisinde gerek paydaşları ile sorunsuz, şeffaf, zamanında ve çift yönlü bir asimetrik iletişim planı ile önceden hazır durumda olması gerekmektedir. Kriz yönetimi, krizlerle mücadele etmek adına tasarlanmış bir dizi faktörü temsil etmekle birlikte krizin doğuracağı olumsuz sonuçları azaltıp, etkilenen kurumu, paydaşları ve sektörü zarardan korumaktadır (Coombs, 1999; Yang, 2011).

Günlük hayatta iletişim kurma günün rutin bir parçası olarak sayılır fakat kriz anında her şey tamamen farklı işler. Paydaşlarla iletişim kurma becerileri normal düzende sorunsuz devam edebilmesine rağmen kriz anlarında paydaşlarla sağlıklı bir iletişim kurabilmek bir yana, zaman zaman kurum içi dahi iletişimin etkin bir iletişim olmadığı görülür. Mesajların zamanında ve anlaşılır bir şekilde iletilmesi, kurumun çeşitli bölümleri arasında planlama ve iş birliği gerektirir (Brataas, 2018). Kriz dönemlerinde hızlı ve etkin bilgi akışı gerektiren birçok durum meydana gelmesine rağmen, her paydaş ile paylaşılması gereken bilginin içeriği ve süreci, krizin etkili bir şekilde yönetilebilmesinde çok önemli bir rol oynar (Taylor ve Kent, 2007). Bu doğrultuda kriz iletişiminin bir krizin etkin bir şekilde yönetilebilmesinin en önemli adımı olduğu

söylenbilir. Kriz anlarında iletişim anlamında yapılması gerekenler şunlardır; bilginin alınma sürecinin tasarlanması, iç ve dış alıcıların tanımlanması ve önceden hazırlanmış kod halindeki mesajların oluşturulması, geri bildirim sürecinin ayarlanması (Zaremba, 2010). Kriz dönemlerinde bilgi akışı gereken birçok durum meydana gelmekle birlikte her paydaş ile paylaşılan bilginin içeriği de krizin yönetilebilmesinde etkili bir faktördür (Taylor ve Kent, 2007). Kriz iletişimi, bir krizin etkin bir şekilde yönetilebilmesinin en önemli alt boyutudur.

2. Metodoloji

Araştırmanın amacı Acil Durum ve Afetlere Müdahale personelinin kriz anı kurum içi iletişimlerinin düzeyini belirlemektir. Araştırma soruları, taranan literatürden elde edilen bilgiyle oluşturulmuştur. Araştırma ölçeğinin ana başlığı "Kriz Anı Kurum İçi İletişim" olup 4 alt faktöre ayrılmıştır: "Kriz Anı Ekip İletişiminin Değerlendirilmesi"(4 soru), "Kriz Anı Bireysel İletişim Aktivasyonunun Değerlendirilmesi"(12 soru), "İletişimsel Kriz Yönetim Planları Erişilebilirliğinin ve Bilinirliğinin Değerlendirilmesi"(5 soru) ve "İletişimsel Kriz Yönetim Planlarının İşlevselliğinin Değerlendirilmesi" (2 soru). Anket 6 adet demografik soruyu veya toplamda 23 adet Kriz Anı Kurum İçi İletişim ölçeğinin sorularını içermektedir. Anket, ilgili literatürden oluşturulduktan sonra yüzey geçerliliğinin tespit edilmesi amacıyla Afet Yönetimi Bölümü hocalarına gösterilmiş ve muğlak, anlaşılamayan veya yanlış anlaşılabilir sorular düzeltilmiştir. Alt faktörlerin tek boyutluluğu için yapılan faktör analizi (herbir alt faktör kendi içinde faktör analizine tabi tutulmuştur) sonucu hiçbir değişken alt faktörlerden çıkarılmamıştır. İç tutarlılık için yapılan Cronbach's Alfa testi sonucu da % 70'in üzerinde çıkmıştır. Dolayısıyla ölçek sadece bazı ifadeler düzeltilerek işleme konulmuştur. Araştırmada frekans, yüzde tabloları ve Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Anket ibarelerinin derecelendirilmesinde 5'li Likert ölçeği uygulanmıştır. Araştırmanın evreni Trabzon'da görev yapan AFAD, DHMİ, Orman Bölge Müdürlüğü ve İtfaiyede (acil durum ve afetlere müdahalede görev yapan); veri hazırlama kontrol işletmeni (VHKİ), sağlık memuru, sosyal çalışmacı, arama kurtarma teknisyeni (AKT), Hava Alanı Kurtarma ve Yangınla Mücadele (ARFF) memuru, ARFF şefi, memur, itfaiye personeli ve orman personelidir. Araştırmanın örneklemini ise acil durum ve afet yönetimi alanında Trabzon ili Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı'nda (AFAD), Büyükşehir Belediye İtfaiyesinde çalışan müdahale personelleri, Devlet Hava Meydanları İşletmesi Trabzon Havalimanı'nda (DHMİ) görev yapan uçak kurtarma ve yangınla mücadele (ARFF) memurları ve Orman Bölge Müdürlüğü'nde görev yapan yangın personelleri oluşturmaktadır. Toplamda 103 personele ulaşılmış ve anket uygulanmıştır. Anket 28.11.2020-15.12.2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında deneklerin haklarının korunması için araştırma verilerini toplamaya başlamadan önce deneklere araştırmanın amacı ve önemi açıklanmış, gönüllü olanların istedikleri zaman araştırmadan çekilebilecekleri belirtilmiş elde edilen bilgilerin gizli tutulacağı söylenmiştir. Zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı sadece Trabzon'daki Acil Durum ve Afet Müdahale Çalışanları kapsama alınmıştır. Dolayısıyla araştırma sonuçları tüm Acil Durum ve Afet Müdahale çalışanlarına genellenemez. Araştırma betimleyici bir nitelik arz etmektedir.

3. Bulgular

Araştırmaya katılan personellerin demografik özellikleri kapsamında cinsiyet, kıdem, medeni durum, yaş, kurum ve unvan incelenmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. Demografik Bulgular

Özellik	Sayı	Yüzde (%)	
Cinsiyet	Erkek	95	92,2
	Kadın	8	7,8
Kıdem	0-5	39	37,9
	6-10	35	34,0
	11-15	16	15,5
	16 ve üstü	13	12,6
Medeni Durum	Evli	72	69,9
	Bekâr	31	30,1
Yaş	18-25	9	8,7
	26-34	36	35,0
	35-45	44	42,7
	46-55	14	13,6
Kurum	AFAD	13	12,6
	DHMİ	33	32,0
	İtfaiye	49	47,6

Unvan	Orman	8	7,8
	V.K.H.İ	1	1,0
	Sağlı Memuru	1	1,0
	Sosyal Çalışmacı	1	1,0
	Arama Kurtarma Teknisyeni	10	9,7
	ARFF	28	27,2
	ARFF Şefi	4	3,9
	Memur	1	1,0
	İtfaiye Personeli	49	47,6
	Orman Personeli	8	7,8

Kriz anı ekip iletişimlerinin değerlendirilmesi faktörünün sonuçları Tablo 2'deki gibidir. Bu ölçekte araştırmada verilen 8 maddenin en önemli 4'ü verilmiştir. Değerlendirmelerde kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum toplamı 'olumlu' şeklinde değerlendirilecektir. Katılımcıların %93,2'si "afet anında ekibimle anında iletişime geçebilirim" sorusuna olumlu yanıt vermiştir. "Telefon, internet gibi kitle iletişim araçları olmasa da ekibimle haberleşebilirim" sorusuna deneklerin sadece %38,8'i olumlu yanıt vermiştir. "Afet ve acil durumlarda kimlerle ortak çalışacağımı biliyorum" sorusuna ise deneklerin %94,2'si olumlu yanıt vermiştir. "Afet anında ilk kime ulaşmam gerektiğini biliyorum" maddesine personelin %97,1'i olumlu yanıt vermiştir.

Tablo 2. Kriz Anı Ekip İletişimlerinin Değerlendirilmesi Faktörü

	N	Kesinlikle Katılıyorum		Katılıyorum		Kararsızım		Katılmıyorum		Hiç Katılmıyorum		Ortalama	Standart sapma
		5	4	3	2	1	X	(SS)					
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
A1	103	70	68,0	26	25,2	4	3,9	3	2,9	0	0	4,58	0,707
A2	103	26	25,2	14	13,6	23	22,3	23	22,3	17	16,5	3,09	1,429
A4	103	65	63,1	32	31,1	3	2,9	2	1,9	1	1,0	4,53	0,739
A7	103	64	62,1	36	35,0	0	0	2	1,9	1	1,0	4,55	0,696

Tablo 3. Kriz Anı Bireysel Aktivasyonun Değerlendirilmesi Faktörü

	N	Her Zaman		Genellikle		Bazen		Ara sıra		Hiç		Ortalama	Standart sapma
		5	4	3	2	1	X	(SS)					
	S	%	S	%	S	%	S	%	S	%			
B1	103	42	40,8	46	44,7	7	6,8	3	2,9	5	4,9	4,14	1,010
B2	103	42	40,8	40	38,8	12	11,7	5	4,9	4	3,9	4,08	1,036
B3	103	1	1,0	13	12,6	20	19,4	24	23,3	45	43,7	2,04	1,111
B5	103	4	3,9	14	13,6	29	28,2	19	18,4	37	35,9	2,31	1,205
B16	103	35	34,0	48	46,6	10	9,7	7	6,8	3	2,9	4,02	0,990
B17	103	31	30,1	38	36,9	15	14,6	8	7,8	11	10,7	3,68	1,277
B19	103	35	34,0	33	32,0	9	8,7	8	7,8	18	17,5	3,57	1,466
B21	103	7	6,8	6	5,8	19	18,4	26	25,2	45	43,7	2,07	1,215
B23	103	50	48,5	27	26,2	14	13,6	4	3,9	8	7,8	4,04	1,220
B25	103	58	56,3	31	30,1	8	7,8	2	1,9	4	3,9	4,33	0,984
B29	103	58	56,3	32	31,1	10	9,7	3	2,9	0	0,0	4,41	0,785
B30	103	66	64,1	27	26,2	9	8,7	1	1,0	0	0,0	4,53	0,698

Kriz anı bireysel aktivasyonun değerlendirilmesi faktörünün sonuçları Tablo 3'teki gibidir. Bu ölçekte araştırmada verilen 35 maddenin en önemli 12'si verilmiştir. "Genellikle toplantılara katılırken sakin ve rahat olurum" sorusuna deneklerin %85,5'i olumlu yanıt vermişlerdir. "Ekip ve kurum içi tartışmalara katılırken rahatım" maddesine çalışanların %79,6'sı olumlu cevap vermiştir. "Kurum içi toplantılarda kendimi ifade etmekten çekinirim" sorusuna deneklerin %13,6'sı olumlu yanıt vermişlerdir. "Yeni insanlarla grup tartışmaları yapmak beni gerginleştiriyor" sorusuna deneklerin %17,5'i olumlu yanıt vermişlerdir. "Normalde konuşma yaparken sakin ve rahat olurum" sorusuna çalışanların %80,6'sı olumlu yanıt vermişlerdir. "Ekibe yeni katılan bir kişiyle konuşurken kendimi rahatlamış hissedirim" sorusuna deneklerin %70'i olumlu yanıt vermiştir. "Bir topluluk karşısında konuşma korkum yoktur" sorusuna deneklerin %66'sı olumlu yanıt vermişlerdir.

“Bir konuşma yaparken düşüncelerim karışır” sorusuna deneklerin %12,6’sı olumlu yanıt vermiştir. “Kriz anında yön vermek için kendimle ve ekibimle konuşurum” sorusuna deneklerin %74,7’si olumlu yanıt vermiştir. “Kriz anında kendimi ve ekibimi motive etmek için iletişimde olurum” sorusuna deneklerin %86,4’ü olumlu cevap vermiştir. “Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibimle iletişimde olurum” sorusuna deneklerin %87,4’ü olumlu yanıt vermişlerdir. “Kriz anı olumlu konuşmanın iyi performansa yol açabileceğine inanırım” maddesine deneklerin %90,3’ü olumlu yanıt vermiştir.

Tablo 4. Kriz Yönetim Planları Erişilebilirliğinin ve Bilinirliğinin Değerlendirilmesi Faktörü

	N	Kesinlikle Katılıyor		Katılıyor		Kararsız		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		Ortalama	Standart sapma
		5	4	3	2	1	X	(SS)					
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%		
C1	103	54	52,4	31	30,1	10	9,7	3	2,9	5	4,9	4,22	1,066
C2	103	54	52,4	31	30,1	13	12,6	1	1,0	4	3,9	4,26	0,990
C3	103	46	44,7	35	34,0	15	14,6	5	4,9	2	1,9	4,15	0,974
C4	103	44	42,7	33	32,0	20	19,4	2	1,9	4	3,9	4,08	1,026
C5	103	41	39,8	41	39,8	16	15,5	3	2,9	2	1,9	4,13	0,915

Kriz yönetim planları erişilebilirliğinin ve bilinebilirliğinin değerlendirilmesi faktörünün sonuçları Tablo 4’deki gibidir. Bu ölçekte araştırmada verilen 10 maddenin en önemli 5’i verilmiştir. “Yerel makamlarla iletişim planları mevcuttur” sorusuna deneklerin %82,5’i olumlu yanıt vermiştir. “Çalışanları krizden haberdar etmek için iletişim planları mevcuttur” sorusuna personelin %82,5’i olumlu cevap vermiştir. “Paydaşları bilgilendirmek için planlar mevcuttur” sorusuna deneklerin %78,7’si olumlu yanıt vermiştir. “Kriz medyasını uyarmak için iletişim planları mevcuttur” maddesine deneklerin %74,7’si olumlu yanıt vermiştir. “Kriz anında tedarikçileri durdurmak ve bilgilendirmek için iletişim planları mevcuttur” sorusuna deneklerin %79,6’sı olumlu yanıt vermiştir.

Tablo 5. Kriz Yönetim Planlarının İşlevselliğinin Değerlendirilmesi Faktörü

	N	Çok Yüksek		Yüksek		Orta		Düşük		Çok Düşük		Ortalama	Standart sapma
		5	4	3	2	1	X	(SS)					
		S	%	S	%	S	%	S	%	S	%		
D2	103	32	31,1	39	37,9	27	26,2	2	1,9	3	2,9	3,92	0,957
D3	103	36	35,0	40	38,8	23	22,3	3	2,9	1	1,0	4,04	0,885

Kriz yönetim planlarının işlevselliğinin değerlendirilmesi faktörünün sonuçları Tablo 5’deki gibidir. Bu ölçekte araştırmada verilen 5 maddenin en önemli 2’si verilmiştir. “Bir kriz anında kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz” sorusuna deneklerin %69’u olumlu yanıt vermiştir. “Bir kriz sonrası kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz” sorusuna ise deneklerin %73,8’i olumlu yanıt vermiştir.

Katılımcıların, kriz anı ekip iletişimlerinin değerlendirilmesi faktörü, kriz anı bireysel aktivasyonun değerlendirilmesi faktörü, kriz yönetim planları erişilebilirliğinin ve bilinirliğinin değerlendirilmesi faktörü ve kriz yönetim planlarının işlevselliğinin değerlendirilmesi faktörünün cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek üzere “Mann-Whitney U” testi uygulanmıştır. Anlamlı çıkan sonuçlar Tablo 6’da görülebilir. ‘Kriz anında kendimi ve ekibimi motive etmek için iletişimde olurum’ ve ‘Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibim ile iletişimde olurum’ sorularında cinsiyet değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 6. Tüm Faktörlerin Cinsiyete Göre Farklılıkları

	Cinsiyet	S	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	p
Kriz anında kendimi ve ekibimi motive etmek için iletişimde olurum.	Kadın	8	3,50	1,414	0,028
	Erkek	95	4,40	0,916	
Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibim ile iletişimde olurum.	Kadın	8	3,38	1,188	0,004
	Erkek	95	4,49	0,682	

Kriz anı kurum içi iletişimlerinin değerlendirilmesi ölçeğinin bütün alt faktörlerinin medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan "Mann-Whitney U" testi sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 7'de görülmektedir. Medeni duruma göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur.

Tablo 7. Tüm Faktörlerin Medeni Duruma Göre Farklılıkları

	Medeni Durum	S	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	p
Bir topluluk karşısında konuşma korkum yoktur	Evli	72	3,06	1,528	0,043
	Bekâr	31	3,71	1,371	

Kriz anı kurum içi iletişimlerinin değerlendirilmesi ölçeğinin bütün alt faktörlerinin kıdem durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan "Mann-Whitney U" testi sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 8'de görülmektedir. 'Yerel makamlarla iletişim mevcuttur' ve 'paydaşları bilgilendirmek için planlar mevcuttur' soruları kıdeme göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermiştir.

Tablo 8. Tüm Faktörlerin Kıdeme Göre Farklılıkları

	Kıdem	S	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	p
Yerel makamlarla iletişim planları mevcuttur.	0-5	39	4,38	1,067	0,041
	6-10	35	4,03	1,043	
	11-15	16	3,88	1,310	
	15 yıl ve üzeri	13	4,69	0,480	
Paydaşları bilgilendirmek için planlar mevcuttur.	0-5	39	4,26	0,966	0,031
	6-10	35	3,86	0,974	
	11-15	16	4,13	1,025	
	15 yıl ve üzeri	13	4,62	0,768	
	11-15	16	3,94	1,124	
	15 yıl ve üzeri	13	4,69	0,630	

Kriz anı kurum içi iletişimlerinin değerlendirilmesi ölçeğinin bütün alt faktörlerinin yaş durumuna göre farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan "Mann-Whitney U" testi sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 9'da görülmektedir. 'Kriz anında kendimi ve ekibimi motive etmek için iletişimde olurum' ve 'Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibim ile iletişimde olurum' soruları yaşa göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermişlerdir.

Tablo 9. Tüm Faktörlerin Yaşa Göre Farklılıkları

	Yaş	S	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	p
Kriz anında kendimi ve ekibimi motive etmek için iletişimde olurum.	18-25	9	4,78	0,441	0,017
	26-34	36	3,94	1,218	
	35-45	44	4,43	0,873	
	46-55	14	4,71	0,469	
Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibim ile iletişimde olurum.	18-25	9	4,78	0,441	0,004
	26-34	36	4,08	0,841	
	35-45	44	4,48	0,792	
	46-55	14	4,79	0,426	

Kriz anı kurum içi iletişimlerinin değerlendirilmesi ölçeğinin bütün alt faktörlerinin kuruma göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan "Mann-Whitney U" testi sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 10'da görülmektedir. Araştırma kapsamında 13 soru çalışılan kurum değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı fark göstermişlerdir.

Tablo 10. Tüm Faktörlerin Kuruma Göre Farklılıkları

	Kurum	S	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	p
Kriz anında ekibimle anında iletişime geçebileceğime inanırım.	AFAD	13	4,69	0,480	0,003
	DHMİ	33	4,64	0,699	
	İTFAİYE	49	4,35	0,779	
	ORMAN	8	2,75	1,669	

Ekibimle telefon, internet gibi kitle iletişim araçları olmasa dahi haberleşirim.	AFAD	13	3,31	1,437	0,004
	DHMİ	33	2,73	1,281	
	İTFAİYE	49	3,22	1,476	
	ORMAN	8	4,75	0,463	
Genellikle, toplantılara katılırken sakin ve rahat olurum.	AFAD	13	4,15	0,689	0,000
	DHMİ	33	4,36	0,699	
	İTFAİYE	49	4,41	0,610	
	ORMAN	8	1,50	0,756	
Grup tartışmalarına katılırken sakinim.	AFAD	13	3,77	0,927	0,018
	DHMİ	33	4,00	0,968	
	İTFAİYE	49	3,76	1,199	
	ORMAN	8	2,38	1,302	
Ekibe yeni katılan bir kişiyle konuşurken kendimi rahatlamış hissedirim.	AFAD	13	3,62	0,768	0,007
	DHMİ	33	4,27	0,911	
	İTFAİYE	49	3,69	1,228	
	ORMAN	8	1,25	0,463	
Konuşma yaparken kendimi rahat hissedirim.	AFAD	13	4,00	0,816	0,000
	DHMİ	33	4,36	1,025	
	İTFAİYE	49	4,02	1,216	
	ORMAN	8	1,38	0,518	
Kriz anına yön vermek için kendimle ve ekibimle konuşurum.	AFAD	13	3,92	0,862	0,046
	DHMİ	33	4,00	1,392	
	İTFAİYE	49	4,29	1,021	
	ORMAN	8	2,88	1,553	
Yerel makamlarla iletişim planları mevcuttur.	AFAD	13	4,00	1,414	0,001
	DHMİ	33	4,79	0,415	
	İTFAİYE	49	3,92	1,187	
	ORMAN	8	4,13	0,641	
Çalışanları krizden haberdar etmek için iletişim planları mevcuttur.	AFAD	13	4,38	0,506	0,020
	DHMİ	33	4,61	0,864	
	İTFAİYE	49	4,02	1,145	
	ORMAN	8	4,13	0,641	
Paydaşları bilgilendirmek için planlar mevcuttur.	AFAD	13	4,08	0,641	0,003
	DHMİ	33	4,58	0,867	
	İTFAİYE	49	3,88	1,073	
	ORMAN	8	4,13	0,641	
Kriz medyasını uyarmak için iletişim planları mevcuttur.	AFAD	13	4,00	0,707	0,007
	DHMİ	33	4,52	0,870	
	İTFAİYE	49	3,80	1,154	
	ORMAN	8	4,13	0,641	
Bir Kriz anında kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz?	AFAD	13	3,00	1,000	0,004
	DHMİ	33	4,12	0,781	
	İTFAİYE	49	3,96	0,978	
	ORMAN	8	4,38	0,518	
Bir Kriz sonrası kurum içi iletişiminizin ne kadar verimli olacağını düşünüyorsunuz?	AFAD	13	3,23	0,832	0,006
	DHMİ	33	4,18	0,808	
	İTFAİYE	49	4,10	0,895	
	ORMAN	8	4,38	0,518	

Kriz anı kurum içi iletişimlerinin değerlendirilmesi ölçeğinin bütün alt faktörlerinin ünvana göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair yapılan "Mann-Whitney U" testi sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 11'de görülmektedir. Aşağıda belirtilen 6 soru unvan değişkenine göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermişlerdir.

Tablo 11. Tüm Faktörlerin Unvana Göre Farklılıkları

	Unvan	S	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	p
Ekibimle telefon, internet gibi kitle iletişim araçları olmasa dahi haberleşirim.	V.H.K.İ	1	4,00	-	0,019
	Sağlık Memuru	1	3,00	-	
	Sosyal Çalışmacı	1	5,00	-	
	Arama Kurtarma Teknisyeni	10	3,10	1,524	
	ARFF Memuru	28	2,89	1,286	
	ARFF Şefi	4	1,50	0,577	
	Memur	1	3,00	-	
	İtfaiye Personeli	49	3,22	1,476	

Genellikle, toplantılara katılırken sakin ve rahat olurum.	Orman Personeli	8	4,75	0,463	0,001
	V.H.K.İ	1	4,00	-	
	Sağlık Memuru	1	4,00	-	
	Sosyal Çalışmacı	1	3,00	-	
	Arama Kurtarma Teknisyeni	10	4,30	0,675	
	ARFF Memuru	28	4,32	0,723	
	ARFF Şefi	4	4,75	0,500	
	Memur	1	4,00	-	
	İtfaiye Personeli	49	4,41	0,610	
	Orman Personeli	8	1,50	0,756	
Ekibe yeni katılan bir kişiyle konuşurken kendimi rahatlamış hissedirim.	V.H.K.İ	1	4,00	-	0,001
	Sağlık Memuru	1	3,00	-	
	Sosyal Çalışmacı	1	3,00	-	
	Arama Kurtarma Teknisyeni	10	3,70	0,823	
	ARFF Memuru	28	4,25	0,928	
	ARFF Şefi	4	4,25	0,957	
	Memur	1	5,00	-	
	İtfaiye Personeli	49	3,69	1,228	
	Orman Personeli	8	1,25	0,463	
	V.H.K.İ	1	4,00	-	
Sağlık Memuru	1	4,00	-		
Sosyal Çalışmacı	1	5,00	-		
Arama Kurtarma Teknisyeni	10	3,90	1,595		
ARFF Memuru	28	4,79	0,418		
ARFF Şefi	4	4,75	0,500		
Memur	1	5,00	-		
İtfaiye Personeli	49	3,92	1,187		
Orman Personeli	8	4,13	0,641		
Bir Kriz anında kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz?	V.H.K.İ	1	4,00	-	0,027
	Sağlık Memuru	1	4,00	-	
	Sosyal Çalışmacı	1	3,00	-	
	Arama Kurtarma Teknisyeni	10	2,80	0,789	
	ARFF Memuru	28	4,18	0,787	
	ARFF Şefi	4	4,00	1,155	
	Memur	1	3,00	-	
	İtfaiye Personeli	49	3,96	1,155	
	Orman Personeli	8	4,38	0,707	
	Bir Kriz sonrası kurum içi iletişiminizin ne kadar verimli olacağını düşünüyorsunuz?	V.H.K.İ	1	4,00	
Sağlık Memuru		1	4,00	-	
Sosyal Çalışmacı		1	3,00	-	
Arama Kurtarma Teknisyeni		10	3,10	0,876	
ARFF Memuru		28	4,18	0,819	
ARFF Şefi		4	4,50	0,577	
Memur		1	3,00	-	
İtfaiye Personeli		49	4,10	0,895	
Orman Personeli		8	4,38	0,518	

Sonuç ve Değerlendirme

Acil durum ve afetlere müdahale personellerinin kriz anı kurum içi iletişimlerinin değerlendirilmesi sonucunda deneklerin %93,2'si "afet anında ekibimle anında iletişime geçebilirim" sorusuna olumlu yanıt vermiştir. Acil durum ve afet çalışanları için bir olay anında aniden harekete geçmek hayati önem arz etmektedir. Elbetteki olay anında ekiple birlikte harekete geçmek gerekmektedir. Çalışanların olaya müdahalede hızlı bir şekilde ekiplerine ulaşabilecekleri güven verici bir durumdur. "Telefon, internet gibi kitle iletişim araçları olmasa da ekibimle haberleşebilirim" sorusuna deneklerin sadece %38,8'i olumlu yanıt vermiştir. Haberleşme araçları olmadan ekip üyelerinin birbirleriyle hızlı bir şekilde iletişime geçemeyecekleri bulunmuştur. Deprem gibi bir olayda telefon ve internet gibi haberleşme araçları devre dışı kalabilir. Bu durumlarda çalışanların alternatif haberleşme yöntemleri bulmaları gerekmektedir. Kitle iletişim araçlarına olan aşırı bağımlılık bir acil durum ve afet çalışanı için sorun olacaktır. Bu konuda ilgili kurumların merkezi teşkilatlarının önlemler alması gerekmektedir. "Afet ve acil durumlarda kimlerle ortak çalışacağımı biliyorum" sorusuna ise deneklerin %94,2'si

olumlu yanıt vermiştir. “Afet anında ilk kime ulaşmam gerektiğini biliyorum” maddesine personelin %97,1’i olumlu yanıt vermiştir. Çalışanların örgütsel yapısının sağlam olduğu sonucu çıkmıştır en azından olaya müdahale aşamasında. Çalışanların bir olay olduğunda hangi süreçleri izleyeceği kimlerle iletişime geçeceği, kimse bilgi verip kimden emir alacağı olaya müdahale etkinliğini doğrudan etkileyecektir.

“Genellikle toplantılara katılırken sakin ve rahat olurum” sorusuna deneklerin %85,5’i olumlu yanıt vermişlerdir. “Ekip ve kurum içi tartışmalara katılırken rahatım” maddesine çalışanların %79,6’sı olumlu cevap vermiştir. “Kurum içi toplantılarda kendimi ifade etmekten çekinirim” sorusuna deneklerin %13,6’sı olumlu yanıt vermişlerdir. “Yeni insanlarla grup tartışmaları yapmak beni gerginleştiriyor” sorusuna deneklerin %17,5’i olumlu cevap vermişlerdir. “Normalde konuşma yaparken sakin ve rahat olurum” sorusuna çalışanların %80,6’sı olumlu cevap vermişlerdir. “Ekibe yeni katılan bir kişiyle konuşurken kendimi rahatlatmış hissederim” sorusuna deneklerin %70’i olumlu yanıt vermiştir. “Bir topluluk karşısında konuşma korkum yoktur” sorusuna deneklerin %66’sı olumlu cevap vermişlerdir. “Bir konuşma yaparken düşüncelerim karışır” sorusuna deneklerin %12,6’sı olumlu yanıt vermiştir. “Kriz anında yön vermek için kendimle ve ekibimle konuşurum” sorusuna deneklerin %74,7’si olumlu yanıt vermiştir. “Kriz anında kendimi ve ekibimi motive etmek için iletişimde olurum” sorusuna deneklerin %86,4’ü olumlu cevap vermiştir. “Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibimle iletişimde olurum” sorusuna deneklerin %87,4’ü olumlu yanıt vermişlerdir. “Kriz anı olumlu konuşmanın iyi performansa yol açabileceğine inanırım” maddesine deneklerin %90,3’ü olumlu yanıt vermiştir. Grup içindeki iletişim açısından bakıldığında çalışanların sosyalleşme düzeylerinin yüksek olduğu, başkalarıyla özellikle de diğer ekip üyeleriyle irtibat kurma, fikirlerini paylaşma, onlarla bir fikri tartışma ve topluluk önünde fikirlerini savunmaktan çekinmedikleri görülmüştür. İçine kapanık, diğer insanlarla ilişki kurmakta zorlanan bireylerin acil müdahale ve afet alanında çalışması uygun değildir. Tehlike anında bireyler kendilerini iletişime kapatırlar veya heyecandan dolayı makul bir şekilde konuşamayabilirler. Tehlike durumuyla karşılaşmış insanların yardımına giden personelin sosyallik seviyesinin yüksek olması ve empatik olmaları gerekir ki tehlikedeki bireylere tam anlamında yardım edebilsinler. Olay anında olaya maruz kalmış bireylerin, olayın detaylarını olaya sonradan müdahaleye gelmiş olanlardan daha fazla bilmesi olasılığı, afetzedeyi konuşturmayı ve ondan bilgi almayı gerektirir. Diğer yandan ekip iletişiminin yüksek seviyede ve demokratik bir ortamda gerçekleştiği görülmüştür. Çünkü çalışanlar fikirlerini söylemekten ve onu savunmaktan çekinmiyorlar. Buna ilave olarak liderler de astlarıyla iletişime açık, motive edici bir karakter sergilemektedirler.

“Yerel makamlarla iletişim planları mevcuttur” sorusuna deneklerin %82,5’i olumlu yanıt vermiştir. “Çalışanları krizden haberdar etmek için iletişim planları mevcuttur” sorusuna personelin %82,5’i olumlu cevap vermiştir. “Paydaşları bilgilendirmek için planlar mevcuttur” sorusuna deneklerin %78,7’si olumlu yanıt vermiştir. “Kriz medyasını uyarmak için iletişim planları mevcuttur” maddesine deneklerin %74,7’si olumlu yanıt vermiştir. “Kriz anında tedarikçileri durdurmak ve bilgilendirmek için iletişim planları mevcuttur” sorusuna deneklerin %79,6’sı olumlu yanıt vermiştir. İletişimin ekip dışındaki durumuna bakıldığında bunun için süreç planlarının hazırlandığı görülmektedir. Herhangi acil bir durumda paydaşların, medyanın, diğer personelin ve tedarikçi konumunda olanların bilgilendirilmesi için planlar vardır. Bu durum olaylara müdahalede sadece acil durum ve afet çalışanlarının müdahalesini değil diğer ekiplerinde onlara yardımını sağlayarak bir sinerji oluşturacaktır.

Kriz yönetim planlarının işlevselliğinin değerlendirilmesi faktörünün sonucunda “Bir kriz anında kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz” sorusuna deneklerin %69’u olumlu yanıt vermiştir. “Bir kriz sonrası kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz” sorusuna ise deneklerin %73,8’i olumlu yanıt vermiştir. Gerek kriz anında gerekse kriz sonrasında genel anlamda kurum içi iletişimin iyi olduğu görülmektedir. İletişimin sadece olay anlarında değil olaylardan sonrada iyi gerçekleşmesi gerekir. Bu sayede olay sonrasında elde edilen bilgiler paylaşılabilir ve geri döngü sağlanabilir.

“Kriz anında kendini ve ekibini motive etmek adına iletişim kurma” sorusu için cinsiyet açısından farklılık bağlamında $p=0,028$ olduğundan anlamlı bir farklılık mevcuttur. Kadın personellerin verdikleri cevabın ortalamasına (3,50) bakıldığında 3 (Bazen) derecesine yakinken, erkek personellerin verdikleri yanıtın ortalaması (4,40) 4 (Genellikle) derecesine yakın olduğu saptanmıştır. Bu araştırma kapsamında erkek liderlerin daha çok motive edici iletişimi kullandıkları görülmektedir. Motivasyon insanların olaylara müdahalesinde görev bilinçlerini canlandırarak ve onların daha heyecanlı işlerini yapmasına katkıda bulunabilecektir. “Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibimle iletişimde olurum” sorusu için de kadın ve erkek personeller arası $p=0,004$ anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Kadın personellerin verdikleri yanıtın ortalaması (3,38) 3’e (bazen) yakın iken, erkek personellerin verdikleri yanıtın ortalaması (4,49) 4’e (genellikle) yakın olduğu belirlenmiştir. Kadın ekip yöneticilerine iletişimin önemi anlamında, motivasyon ve diğer faydaları açısından bilgi verilmesi veya eğitim sunulması gerekir. “Bir topluluk karşısında konuşma korkum yoktur” maddesi medeni duruma göre anlamlı $p=0,043$ farklılık çıkan tek sorudur. Buna göre evli personellerin verdikleri yanıtın ortalaması (3,06) 3’e yakın iken (bazen) bekâr personellerin verdikleri yanıtın ortalaması (3,71) 4’e (genellikle) yakındır.

“Kriz anında kendimi ve ekibimi motive etmek için iletişimde olurum” sorusu yaş bağlamında $p=0,017$ olduğundan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Yaşı 18-25 arası olan katılımcı personellerin verdikleri yanıtın ortalaması (4,78) 5’e (her zaman)

yakın iken, 26-34 yaş ve 35-45 yaş arası personellerin verdikleri yanıtın ortalamaları (3,94), (4,43) 4'e (genellikle) yakındır. Ayrıca 46-55 yaş arası personellerin verdikleri yanıtın ortalamaları da (4,71) 5'e (her zaman) yakındır. "Kriz anında hatalarımızı düzeltmek için ekibim ile iletişimde olurum" sorusu için $p=0,004$ ile anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. 18-25 yaş arası katılımcı personellerin soruya verdikleri yanıtın ortalaması (4,78) 5'e (her zaman) iken 46-55 yaş arası olan personellerin de verdikleri yanıtın (4,79) 5'e (her zaman) yakın olduğu saptanmıştır. Buna karşın 26-34 (4,48) ve 35-45 (4,48) yaşa sahip katılımcıların cevap ortalamaları ise 4'e (genellikle) yakındır. Orta yaşta kişilerin motivasyon amaçlı iletişim durumlarının diğer yaş gruplarına göre daha kötü durumda olduğu görülmektedir. Bunun sebebi orta yaş krizi olabilir. Gençlerin duygusal yönelimleri hormonal durumlarından dolayı yüksek olup, aşk ve şevk içinde işlerini yaparlar. Fakat orta yaş seviyesinde çalışan aynı işleri yapmaktan dolayı meydana gelen bir bıkkınlıkla boş vermişlik içine girebilir. Yaşı yüksek olanların ise iletişime daha açık olmalarının nedeni sorumluluk duygusunun yaşla birlikte artması olabilir. Kriz anında hata düzeltme olayında iletişim sorusunda, orta yaşta kişilerin durumu diğerlerine göre daha düşük düzeydedir. Bunun sebebi gençlerin bilgisizliği, yaşlıların ise tecrübesidir. Orta yaşta kişiler hata düzeltme işinde paylaşımda fazla bulunmuyorlarsa bunun nedeni ne çok ne de az bilmeleridir. Kısmi tecrübesizliklerinin farkında olmadıkları için hatayı göremeyebilirler.

"Kriz anında ekibimle anında iletişime geçebileceğime inanırım" sorusu için çalışılan kuruma göre $p=0,003$ değerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. AFAD (4,69) ve DHMİ (4,64) personellerinin verdikleri yanıtın ortalamaları 5'e (tamamen katılıyorum) yakın iken, itfaiye personellerinin verdikleri yanıt (4,35) 4'e (katılıyorum) yakın, orman personellerinin (2,75) 3'e (kararsızım) yakındır. Görev yaptıkları kuruma göre değerlendirildiğinde $p=0,004$ değerinde anlamlı bir farklılık bulunan bir diğer soru ise; "Ekibimle telefon, internet gibi kitle iletişim araçları olmasa dahi haberleşirim" sorusudur. AFAD (3,31), DHMİ (2,73) ve itfaiye (3,22) personellerinin verdikleri yanıtın ortalamaları 3'e (kararsızım) yakın iken, orman personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması (4,75) 5'e (tamamen katılıyorum) yakındır. Bu da gösteriyor ki orman personelleri olağan durumda ekibiyle internet, telefon gibi iletişim araçları bulunmasa dahi haberleşeceğine tamamen katılırken, kriz anlarında ekibiyle iletişime geçebileceği konusunda kararsız kalmıştır. "Genellikle, toplantılara katılırken sakin ve rahat olurum" sorusu için $p=0,000$ anlamlı bir farklılık vardır. AFAD (4,15), DHMİ (4,36) ve itfaiye (4,41) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 4'e (genellikle) yakındır fakat orman personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 1'e (hiç) yakındır. Ayrıca "Grup tartışmalarına katılırken sakinim" sorusu için de $p=0,018$ değerinde anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır. Buna göre, AFAD (3,77), DHMİ (4,00), itfaiye (3,76) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması 4'e yakın iken (genellikle), orman personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması (2,38) 2'ye (ara sıra) yakındır. "Ekibe yeni katılan bir kişiyle konuşurken kendimi rahatlamış hissedirim" sorusu da $p=0,000$ değeri ile anlamlı bir farklılık bulunan sorulardandır. AFAD (3,62), DHMİ (4,27), itfaiye (3,69) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 4'e (genellikle) yakın iken, orman (1,25) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 1'e (hiç) yakındır. Ayrıca "Konuşma yaparken kendimi rahat hissedirim" sorusu için de $p=0,000$ değerinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. AFAD (4,00), DHMİ (4,36) ve itfaiye (4,02) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması 4'e (genellikle) yakın iken, orman (1,38) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması 1'e (hiç) yakındır. "Kriz anına yön vermek için kendimle ve ekibimle konuşurum" sorusu için $p=0,046$ değerinde anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. AFAD (3,92), DHMİ (4,00) ve itfaiye (4,29) personellerinin verdikleri yanıtın ortalamaları 4'e (genellikle) yakın iken orman (2,88) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması 3'e (bazen) yakındır. Yani sosyallik anlamında orman çalışanlarının daha düşük düzeyde oldukları tartışma ve konuşmada rahat olmadıkları tespit edilmiştir. Diğer kurum çalışanlarının (itfaiye hariç) eğitim seviyelerini yüksek olması orman kurumunda çalışanlara göre daha sosyal olmalarına vesile olmuş olabilir.

"Bir kriz anında kriz yönetim planınızın ne düzeyde etkili olacağını düşünüyorsunuz?" sorusu için kurum bazında $p=0,027$ değerinde anlamlı bir farklılık saptanmıştır. AFAD (3,31) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması 3'e (orta) yakın, DHMİ (4,15), itfaiye (3,71) ve orman (4,25) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması 4'e (yüksek) yakındır. $P=0,004$ değeri ile anlamlı bir farklılık saptanan diğer bir soru ise "Bir kriz anında kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz?" sorusudur. AFAD (3,00) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 3'e (orta) yakın iken, DHMİ (4,12), itfaiye (3,96) ve orman (4,38) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması ise 4'e (yüksek) yakındır. "Bir kriz sonrası kurum içi iletişiminizin ne kadar verimli olacağını düşünüyorsunuz?" sorusu da kurum bağlamında $p=0,006$ değerinde anlamlı bir farklılık vardır. Buna göre AFAD (3,23) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 3'e (orta) yakın iken, DHMİ (4,18), itfaiye (4,10) ve orman (4,38) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması ise 4'e (yüksek) yakındır. $P=0,004$ değeri ile anlamlı bir farklılık oluşturan başka bir diğer soru ise; "Kriz anında şeflerinize ve idarecilerinize güveninizin ne düzeyde olacağını düşünüyorsunuz" sorusudur. AFAD (3,08) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 3'e (orta) yakın iken, DHMİ (4,15), itfaiye (3,69) ve orman (4,63) personellerinin verdikleri yanıtın ortalaması ise 4'e (yüksek) yakındır. AFAD çalışanlarının kriz öncesi ve sonrası kurum içi iletişimlerinin verimiyle ilgili sorunları olduğu görülmektedir. Ayrıca kriz anında AFAD çalışanlarının idarecilerine karşı güvenlerinin geliştirilmesi için çözümler bulunması gerektiği tespit edilmiştir. Buna ilave olarak AFAD'ın kriz yönetim planını gözden geçirmesi gerekebilir.

Unvana göre anlamlı çıkan soruları incelediğimizde $p=0,019$ değeri ile "Ekibimle telefon, internet gibi kitle iletişim araçları olmasa dahi haberleşirim" sorusunda anlamlı bir fark bulunmaktadır. Buna göre; V.H.K.İ (4,00) olarak görev yapan

personelin verdiği yanıt 4 (katılıyorum), sağlık memurunun (3,00), arama kurtarma teknisyenlerinin (3,10) , ARFF memurlarının (2,89), memurun (3,00) ve itfaiye (3,22) personellerinin verdiği yanıtın ortalaması 3'e yakın (kararsızım), sosyal çalışmacının (5,00) verdiği yanıt ve orman (4,75) personellerinin verdiği yanıtın ortalaması 5'e yakın (tamamen katılıyorum) ve ARFF şefinin ise 1'e (hiç katılmıyorum) yakındır. Dolayısıyla sosyal çalışmacı ve orman personelinin kitle iletişim araçları olmadan da haberleşme imkanı buldukları görülmektedir. Bunu nasıl yapabildikleri ise nitel araştırma konusudur.

“Genellikle, toplantılara katılırken sakin ve rahat olurum” sorusu unvana göre $p=0,000$ değerinde anlamlı bir farklılık göstermektedir. Buna göre; V.H.K.İ (4,00), sağlık memurunun (4,00) ve memurun (4,00) verdiği yanıtın değeri ve arama kurtarma teknisyenlerinin (4,30), ARFF memurlarının (4,32), itfaiye (4,41) personellerinin verdikleri yanıtın değeri 4'e (genellikle) yakındır. Ayrıca sosyal çalışmacının (3,00) verdiği yanıt 3 (bazen) iken ARFF şeflerinin (4,75) verdiği yanıtın ortalama değeri 5'e (her zaman) yakın ve orman (1,50) personellerinin verdiği yanıtın ortalaması 1'e (hiç) yakındır. Orman çalışanlarının kendilerini toplantılarda rahat hissetmemeleri normal karşılanabilirken sosyal çalışmacının kendini toplantılarda rahat hissetmemesi garip bir durumdur. ARFF şefi ise toplantı sever ünvanını hak etmiş gibi durmaktadır.

“Ekibe yeni katılan bir kişiyle konuşurken kendimi rahatlamış hissedirim” sorusu için $p=0,000$ değerinde anlamlı bir farklılık vardır. Katılımcı personellerden V.H.K.İ (4,00) verdiği yanıtın değeri ile ARFF memurları (4,25), ARFF şefleri (4,25) ve itfaiye (3,69) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 4'e (genellikle) yakındır. Buna karşın orman (1,25) personellerinin verdikleri yanıtın ortalama değeri 1'e (hiç) yakındır.

“Bir kriz anında kurum içi iletişiminizin ne kadar etkili olacağını düşünüyorsunuz?” sorusunda $p=0,027$ değeri ile anlamlı bir farklılık saptanmıştır. V.H.K.İ (4,00) ve sağlık memuru (4,00) ile ARFF şeflerinin (4,00) ve ARFF memurlarının (4,18) verdikleri yanıtın ortalama değeri 4'e (yüksek) yakındır. Ayrıca sosyal çalışmacı (3,00), memur (3,00) ve arama kurtarma teknisyenlerinin (2,80) verdikleri yanıtın ortalama değeri 3'e (orta) yakındır.

Kaynakça

- Becker, E. F., & Wortmann, J. (2009). *Mastering communication at work: How to lead, manage, and influence*. McGraw Hill Professional.
- Brataas, K. (2018). *Crisis Communication: Case Studies and Lessons Learned from International Disasters*. Routledge.
- Choi, H., Park, J. A., & Kim, Y. (2019). Decreasing aggression through team communication in collegiate athletes. *sustainability*, 11(20), 5650.
- Coombs, W. T. (1999). *Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding*, Sage.
- Fearn-Banks, K. (2016). *Crisis communications: A casebook approach*. Routledge.
- Givens, G. (1978). The non-verbal basis of attraction: flirtation, courtship and seduction, *Psychiatry*, 41: 346–359.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (Vol. 5)*. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Oral, V., & Turan, M. (2018). Social media use in disaster. *International Journal of Scientific and Technological Research*, 4(10), 275–286.
- Perez, A. (2018). *The Role of Law Enforcement-Community Communication in Disaster Readiness*.
- Taylor, M., & Kent, M. L. (2007). Taxonomy of mediated crisis responses. *Public Relations Review*, 33(2), 140-146.
- Weimann, P., Hinz, C., Scott, E., & Pollock, M. (2010). Changing the communication culture of distributed teams in a world where communication is neither perfect nor complete. *Electronic Journal of Information Systems Evaluation*, 13(2), 187.
- Yang, B. (2011). *A comprehensive study of the chinese government's natural disaster communication framework based on the natural disaster management and communication system's response to two natural disasters*. University of Southern, California.
- Zaremba, A. J. (2010). *Crisis communication theory and practice*. Armonk, NY: M.E. Sharper.

Extended Abstract

Aim and Scope

The aim of the study is to determine whether there is a significant difference according to demographic variables by determining the level of in-house communication of Emergency and Disaster Response personnel during the crisis. With the findings to be obtained, it is aimed to determine the communication problems of Emergency and Disaster Response personnel and to pave the way for more effective work.

Methods

The aim of the research is to determine the level of in-house communication of Emergency and Disaster Response personnel during the crisis. The research questions were created with the information obtained from the searched literature. The main title of the research scale is "Internal Communication During Crisis" and it is divided into 4 sub-factors: "Evaluation of Crisis Team Communication", "Evaluation of Crisis Individual Communication Activation", "Evaluation of Accessibility and Awareness of Communicative Crisis Management Plans" and "Evaluating the Functionality of Communicative Crisis Management Plans". The questionnaire includes 6 demographic questions or a total of 23 questions of the Internal Communication Scale of the Moment of Crisis. Frequency, percentage tables and Mann-Whitney U test were used in the study. A 5-point Likert scale was used in the rating of the questionnaire phrases. The universe of the research, working in Trabzon, State Airports Administration, Disaster and Emergency Presidency, Regional Directorate of Forestry and Fire Department (working in emergency and disaster response); data preparation control operator, health officer, social worker, search and rescue technician, Airport Rescue and Fire Fighting officer and chief, officer, fire brigade and forestry personnel. A total of 103 personnel were reached and a questionnaire was conducted. The survey was conducted between 28.11.2020-15.12.2020.

Findings

As a result of the evaluation of in-house communications of emergency and disaster response personnel at the moment of the crisis, 93.2% of the subjects gave a positive answer to the question "I can contact my team immediately in case of a disaster". Only 38.8% of the equivalents answered positively to the question "I can communicate with my team even though there are no mass media such as telephone and internet". 94.2% of the subjects answered positively to the question "I know who I will work with in disasters and emergencies". 97.1% of the personnel responded positively to the item "I know who should I contact first in case of disaster". 85.5% of the subjects answered positively to the question "Generally, I will be calm and comfortable while attending meetings". 79.6% of the employees answered positively to the item "I am comfortable participating in team and in-house discussions". 13.6% of the subjects answered positively to the question "I hesitate to express myself in in-house meetings". 17.5% of the subjects answered positively to the question "Having group discussions with new people makes me nervous". 80.6% of the employees answered positively to the question "I would normally be calm and comfortable when speaking". 70% of the subjects answered positively to the question "I feel relieved when talking to a new member of the team". 66% of the subjects answered positively to the question "I have no fear of speaking in front of a community". 12.6% of the subjects gave a positive answer to the question "My thoughts get confused while making a speech". 74.7% of the subjects answered positively to the question "I will talk to myself and my team to give direction in a crisis". 86.4% of the subjects answered positively to the question "I will be in contact in order to motivate myself and my team in case of crisis". 87.4% of the subjects answered positively to the question "I will be in contact with my team to correct our mistakes in case of crisis". 90.3% of the subjects answered positively to the item "I believe that speaking positively in the moment of crisis can lead to good performance". 82.5% of the subjects answered positively to the question "There are communication plans with local authorities". 82.5% of the personnel answered positively to the question "There are communication plans to inform the employees about the crisis". 78.7% of the subjects answered positively to the question "There are plans to inform stakeholders". 74.7% of the subjects gave a positive answer to the item "There are communication plans to warn the crisis media". 79.6% of the subjects answered positively to the question "There are communication plans to stop and inform suppliers in case of crisis". As a result of the factor of evaluating the functionality of crisis management plans, 69% of the subjects answered positively to the question "How effective do you think your internal communication will be in a crisis time". To the question "How effective do you think your internal communication will be after a crisis", 73.8% of the subjects answered positively. The results of the test on whether the answers given to the questions differ according to demographic variables are 2 questions in terms of gender variable, 1 question in terms of marital status, 2 questions in terms of seniority variable, 2 questions in terms of age variable, 13 questions in terms of the institution they work for, 6 questions according to the title variable. .

Conclusion

It is vital for emergency and disaster workers to act suddenly in the event of an incident. Of course, it is necessary to act together with the team at the time of the incident. It is a reassuring situation where employees can quickly reach their

teams in response to the incident. It was found that without communication tools, team members would not be able to communicate with each other quickly. In an event such as an earthquake, communication tools such as telephone and internet may be disabled. In these situations, employees must find alternative communication methods. Excessive reliance on mass media will be a problem for an emergency and disaster worker. Central organizations of the relevant institutions should take measures in this regard. It is concluded that the organizational structure of the employees is solid, at least at the stage of intervention. The processes employees will follow in case of an incident, whom they will contact, and from whom anyone will give information and receive orders will directly affect the effectiveness of the intervention. In terms of communication within the group, it was observed that the employees had a high level of socialization, they did not hesitate to contact others, especially with other team members, to share their ideas, to discuss an idea with them, and to defend their ideas in front of the community. Individuals who are introverted and have difficulty in establishing relationships with other people are not suitable to work in the field of emergency intervention and disaster. In times of danger, individuals shut themselves off from communication or may not be able to speak reasonably due to excitement. Staff who go to help people in danger must have a high level of sociability and be empathetic so that they can help people in danger fully. The possibility that individuals who have been exposed to the incident at the time of the incident know the details of the incident more than those who have come to intervene later, requires making the victim speak and obtaining information from him. On the other hand, it has been observed that team communication takes place at a high level and in a democratic environment. Because employees do not hesitate to speak out and defend it. In addition, leaders display a motivating character, open to communication with their subordinates. Considering the situation of communication outside the team, it is seen that process plans are prepared for this. There are plans to inform stakeholders, the media, other staff and those in the position of suppliers in any emergency. This will create a synergy by not only intervening emergency and disaster workers, but also helping other teams. It is observed that in-house communication is generally good both during and after the crisis. Communication should take place not only at the moments of the event but also after the events. In this way, the information obtained after the event can be shared and feedback can be provided.

Yemekhane Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı Uygulamasının Öğrenci Memnuniyeti Açısından Değerlendirilmesi

Evaluation of Outsourcing Application in Dining Hall Services in terms of Student Satisfaction

Zümrüt Hatun Demirel¹

Öz

Bu araştırmada Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi (AYBU) yemekhane hizmetlerinde dış kaynak uygulamaları sürecini inceleyerek yemekhane hizmetlerinden en fazla faydalanan kişiler olan öğrencilerin memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkisini araştırmak amaçlanmıştır. Bu çalışmada belirlenen amaca ulaşmak için açıklayıcı bir yaklaşım seçilmiştir. Nicel araştırma yönelimli olan bu çalışmada araştırma deseni olarak nedensel araştırma kullanılmıştır. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak, Hall'ın (2015) Yemekhane Hizmetleri Ölçeği ile Ali ve Rue (2015) tarafından hazırlanan Yemekhane Memnuniyet Ölçeği ve katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin soruların bulunduğu bir anket kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, çalışmada Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'nde yemekhane hizmetlerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisinin bulunduğu dahası yemekhane hizmetlerinin alt boyutları olan yemekhane personelinin özellikleri, servis edilen yemeklerin nitelikleri ve yemekhanenin fiziki koşulları boyutlarının öğrencilerin yemekhane memnuniyet düzeyleri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkilerinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Dış kaynak kullanımı, Yemekhane hizmetleri, Öğrenci memnuniyeti, Stratejik yönetim

Abstract

In this research, it is aimed to investigate the effect of outsourcing applications in AYBU cafeteria services on the satisfaction levels of students, who are the people who benefit most from cafeteria services. In this study, an explanatory approach was chosen to achieve the stated purpose. In this quantitative research-oriented study, causal research was used as the research design. Convenience sampling method was chosen as the sampling method in the study. As data collection tools in the research, Hall's (2015) Dining Services Scale and the Cafeteria Satisfaction Scale prepared by Ali and Rue (2015) and a questionnaire including questions about the demographic characteristics of the participants were used. According to the results of the research, it was found that the cafeteria services at Ankara Yıldırım Beyazıt University had a positive and significant effect on the satisfaction levels of the students in the cafeteria, in addition to the sub-dimensions of cafeteria services, the characteristics of the cafeteria staff, the quality of the meals served and the physical conditions of the cafeteria concluded.

Keywords: Outsourcing, Dining Hall Services, Student Satisfaction, Strategic Management

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M11, M12, M54

Submitted: 10 / 06 / 2021

Accepted: 02 / 11 / 2021

¹ Dr. Öğretim Üyesi., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Şereflikoçhisar Uygulamalı Bilimler Fakültesi, zumruthatun@gmail.com , Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-0300-6988>

Giriş

Rekabetçi piyasa koşulları ticari örgütlerin yaşamlarını sürdürebilmelerini zorlaştırmaktadır. Bu durum örgütlerin yönetimini daha da karmaşık bir hale getirmiştir. Bu sebeple örgüt yönetiminde yeni teknikler konuşulur hale gelmiştir. Dış kaynak kullanımı değişen koşullarda örgütlerin ayakta kalabilmesini sağlayacak yönetim tekniklerinden bir tanesidir. Dış kaynak kullanımı genel olarak işletmelerin bir takım mal veya hizmetleri kendileri üretmek yerine daha ucuza ve daha kaliteli üreten başka işletmelerden satın alması olarak tanımlanmaktadır (Okumuş ve İsfendiyaroğlu, 2002: 230). Lei ve Hitt'e (1995: 835) göre dış kaynak kullanımı örgütün üretimde ihtiyaç duyduğu faktörleri ve örgüte katma değer sağlayacak faaliyetleri örgüt dışı kaynaklardan sağlamasıdır.

Ticari işletmeler gibi kamu kurumları da değişen koşullara uyum sağlayabilmek için ihtiyaçlarını başka işletmelerle işbirliğine giderek karşılama yoluna gitmişlerdir. Kamu kaynaklarının kısıtlı olması sebebiyle kamu kurumları da birçok hizmet alanında dış kaynak kullanımına yönelmişlerdir (Topal, 2016: 1). Kamuda faaliyetlerini sürdüren kamu kurumlarının dış kaynaktan mal veya hizmet alması ya da özel sektörde faaliyet yapan ticari işletmeler aracılığı ile ihtiyaçlarını karşılaması yeni bir yönetim modeli olarak karşımıza çıkmaktadır (Turan, 2020: 1).

Araştırmanın evrenini oluşturan AYBÜ'nde dış kaynak kullanımı uygulaması yemekhane hizmetlerinde, taşımacılık ve inşaat işlerinde bulunmaktadır. Yemekhane hizmetleri farklı kültürel yapılardan gelen üniversite öğrencilerinin beslenme ile ilgili beklenti ve ihtiyaçlarını karşılayan önemli bir unsurdur. Bu araştırma araştırmanın amacı AYBÜ yemekhane hizmetlerinde dış kaynak uygulamaları sürecini inceleyerek yemekhane hizmetlerinden en fazla faydalanan kişiler olan öğrencilerin memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkisini araştırmaktır. Alan yazında bu amacı içeren bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma ile alan yazında önemli bir boşluğun doldurulacağına inanılmaktadır. Ayrıca yemekhane hizmetlerinden sorumlu olan kişilerin, öğrencilerin yemekhane hizmetlerine ilişkin düşünceleri hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir. Bu çalışma ile yemekhane hizmetlerinden sorumlu kişilere de bu anlamda katlı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Dış Kaynak Kullanımı

Ticari örgütler faaliyette buldukları sektörlerde rekabet üstünlüğü sağlayabildiklerinde yaşamlarını sürdürebilmektedirler. Örgütler değer yaratan, onları diğer işletmelerden ayıran yetenekleri diğer bir deyişle temel yetenekleri ile bunu gerçekleştirebilirler (Turan, 2014: 149). Temel yetenek; örgütün rakipleri ile kıyaslandığında yaptığı en iyi iş veya faaliyet olarak tanımlanmaktadır (Saruhan ve Özdemir, 2004: 90). Örgütler değişen koşullar karşısında temel yeteneklerini sürekli geliştirmek zorundadır. Fakat bu durum belirli bir zaman ve maliyet gerektirdiği için her zaman mümkün olmamaktadır. Örgütler kendilerine rekabet üstünlüğü sağlayacak faaliyetleri ve süreçlerini örgüt dışından bir uzman örgüt ile işbirliği yaparak yani dış kaynak kullanımına giderek sağlamaya çalışırlar. Dış kaynak kullanımı; alan yazında örgütün kendi geliştiremediği ve iyileştiremeyeceği önemli yeteneklerini bu konuda uzmanlaşmış başka bir örgütten satın alması ya da o örgüt vasıtası ile kullanması olarak tanımlanmıştır (Ülgen ve Mirze, 2014: 432). Başka bir tanıma göre ise dış kaynak kullanımı, örgüt dışındaki kaynaklardan ürün veya hizmet satın alınması olarak tanımlanır. Hizmet satın alındığında genellikle operasyonel kontrol tedarikçilere devredilmektedir (Lankford ve Parsa, 1999: 310). Dış kaynak kullanımı aslında örgütler arası işbirliğini içeren bir yönetim tekniğidir. Bu iş birliğinin ortak amacı faaliyetlerin ve süreçlerin yönetilmesi ve dolayısı ile rekabet üstünlüğünün sağlanmasıdır (Koçel, 1998: 279).

Örgütleri dış kaynak kullanımına teşvik eden bir takım yönetsel ve ekonomik avantajlar bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; örgütün maliyetlerini azaltmak, temel yeteneklere odaklanmak, örgüte esneklik ve hız kazandırmak, riskleri paylaşmak, teknolojik gelişmelerden faydalanmak, kaliteyi artırmak, örgüte kaynak sağlamaktır (Gamble, 1995: 2; Koçel, 2014: 450). Örgütler açısından dış kaynak kullanımı tüm bu avantajları sağlayabildiği gibi bazı risklerin oluşmasına da uygun ortam yaratabilmektedir (Özkoç, 2015: 127). Dış kaynak kullanımı ile örgütler tedarikçi firma üzerindeki kontrolün yitirilmesi, örgütün esnekliğini kaybetmesi, niteliksiz tedarikçi firma seçimi, çalışanların olumsuz etkilenmesi, beklenmedik maliyetlerin ortaya çıkması, örgütün yeteneklerini kaybetmesi, örgütün gizli bilgilerinin rakiplerin eline geçmesi, kalitenin düşmesi gibi risklerle karşı karşıya kalabilmektedir (Eren, 1998: 226; Wang, 2002: 125).

Alan yazın incelendiğinde; işletmelerde dış kaynak kullanımının maliyetleri azaltıcı etkisi, temel yeteneklere odaklanma, örgüt esnekliğini artırması, riski azaltması gibi faydaları olsa da çalışanların üretkenliğinin ve verimliliğinin olumsuz etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır (Ünalır, 2007). Karahan (2009), hastanelerde yapmış olduğu çalışmasında dış kaynak kullanımının maliyetleri düşürmeye yardımcı olduğu ve verimliliği artırıcı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Otel işletmelerinde ise dış kaynak kullanımında maliyetleri ve riski azaltmak, hız kazanmak, teknolojik gelişmelere erişmek gibi faydalar elde ettikleri; bunun yanı sıra hizmet kalitesinin düşmesi ve gizli bilgilerin rakiplerin eline geçmesi gibi sorunlar

yaşadıkları yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur (Çetinkaya, 20051; Karahan, 2007; Kılıç, 2008; Limminmaki , 2008; Özdoğan, 2006; Ünalır, 2007;)

1.2. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesinde Dış Kaynak Kullanım Süreci

21 Temmuz 2010 tarihinde 27648 sayılı resmi gazete kararı ile eğitim-öğretime başlayan Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi (AYBÜ)'nde 2019-2020 akademik yılı itibari ile 13 fakülte, yüksekokul, 3 meslek yüksekokulu, 5 enstitü, 1 konservatuar ve 24 uygulama ve araştırma merkezi bulunmaktadır. AYBÜ 2019-2020 eğitim öğretim yılında 500 öğretim üyesi 1100 akademisyen ve 23.799 öğrenci ile eğitim öğretim faaliyetine devam etmektedir (www.aybu.com.tr).

AYBÜ'nde yemekhane hizmetleri dış kaynak kullanımı süreci hakkında bilgi almak için Sağlık Kültür ve Spor Dairesi Beslenme Hizmetleri Şube Müdürlüğü yetkilileri ile görüşülmüştür. Yetkililerden alınan bilgilere göre AYBÜ kurulduğu ilk günden itibaren bütün birimlerinde temizlik, güvenlik ve yemekhane hizmetlerinde, taşımacılık ve inşaat işlerinde ihale usulü ile hizmet alımı şeklinde dış kaynak kullanımına gitmiştir. Ancak 24 Aralık 2017 tarihinde yayınlanan 696 numaralı Kanun Hükmünde Kararname'nin 127. Maddesi gereğince 4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ve diğer mevzuatlarla kamuda hizmet alım sözleşmesi kapsamında çalıştırılan geçici işçiler kamuda sürekli işçi kadrosu tahsis edilmesi (www.resmigazete.gov.tr) ile AYBÜ'nde çalışan güvenlik ve temizlik personelleri daimi kamu işçisi olmuştur. Halihazırda AYBÜ'nde yemekhane hizmetlerinde, araç kiralama ve personel servis hizmetlerinde ve inşaat işlerinde dış kaynaktan yararlanılmaktadır.

Yapılan görüşmede AYBÜ'nde yemekhane hizmetlerinde dış kaynak kullanımının tercih edilmesinin en büyük sebebi olarak uygun fiyat avantajı olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra üniversite bünyesinde kadrolu yemekhane personelinin bulunmaması, farklı lokasyonlarda bulunan yerleşkelere yemek sağlamanın zor olması, yemek malzemelerinin temininde satın alma ve denetim süreçlerini yürütecek yeterli personelin, aracın ve ekipmanın bulunmaması gibi etkenler olduğu belirtilmiştir.

Beslenme Hizmetleri Şube Müdürlüğü yetkilileri dış kaynak kullanımında yemeklerin takibinde örneğin yemek listesinde belirtilen yemek yerine ikame yemeğin servis edilmesi gibi durumlarda, yüklenici firma personelinin AYBÜ yemekhane yetkililerine karşı sorumsuz davranmaları, yüklenici firmanın ucuz iş gücü olarak vasıfsız eleman çalıştırmaları gibi güçlükler yaşadıklarını belirtmişlerdir.

Alınan bilgilere göre; yemekhane hizmetlerinde dış kaynak kullanım süreci önce geçmiş yıllara ait yemek verileri (örneğin 2020 yılında toplam kaç adet yemek satılmış ise) alınarak Yüksek Öğrenim Kurumu tarafından belirlenen yeni eğitim-öğretim yılında üniversitede öğrenime başlayacak yeni öğrencilerin sayılarına oranlanarak yeni eğitim-öğretim yılına ilişkin tahmini yemek ihtiyacının belirlenmesi ile başlamaktadır. Sonrasında ihale için üniversite ilana çıkmaktadır. Açık ihale usulü ile üniversitenin belirlemiş olduğu teknik şartname doğrultusunda en düşük fiyat veren firmaya ihale verilmektedir. İhaleyi kazanan üstlenici firma ile sözleşme yapılmaktadır. Üstlenici firmadan TSE (Türk Standartları Enstitüsü) akredite belgeleri olan ISO9001, ISO22500, ISO6985 belgeleri ile teminat mektubu istenmektedir. Sözleşmede belirtilen hususları sözleşme süresince Sağlık Kültür ve Spor Dairesi Beslenme Hizmetleri Şube Müdürlüğü yetkilileri takip etmektedirler. Yetkililer bu süreçte en fazla birim fiyata, malzeme kalitesine ve yasal prosedürlere uyulup uyulmadığına dikkat ettiklerini söylemişlerdir. Sözleşme süresi bir yıldır. Eğer taraflar karşılıklı anlaşılırsa bu süre üç yıla kadar çıkarılabilmektedir. Sürenin üç yıldan fazla bir süreye uzatılabilmesi için Maliye Bakanlığı'ndan izin alınması gerekmektedir. Yüklenici firma zehirlenme gibi ciddi sağlık sorunlarına sebebiyet verilerse sözleşmeleri tek taraflı feshedilebilmektedir ve yatırımları oldukları teminat mektubu yanmaktadır. Görüşmede yüklenici firmadan hizmet alımının en büyük riskinin yüklenici firmanın iflas etmesi ile hizmet verememesi olduğuna dikkat çekilmiştir. Bu durumun sözleşme gereği ceza-i yaptırımını olsa da asıl sorunun hizmetin aksamaması olduğunun üzerinde durulmuştur.

1.3. Yemekhane Hizmetleri ve Memnuniyet İlişkisi

Üniversite yerleşkesindeki bir öğrencinin yemekhane hizmetlerinden memnuniyeti öğrencinin genel yaşam kalitesinde önemli rol oynamaktadır (Klassen, 2005: 580). Özellikle kısıtlı bütçeleri olan öğrencilerin çoğunluğunun günlük en az bir öğünlerini yerleşke yemekhanelerinde karşılayabilecekleri varsayılmaktadır (Hall, 2013: 1).

Genel olarak üniversite öğrencileri gıda sektörü için "tutsak tüketiciler" olarak kabul edilmektedir (Kim vd. 2004: 98). Tutsak tüketiciler; çeşitli sebeplerle yemek hizmeti veren kuruluşa kısıtlanmış olan tüketiciler olarak tanımlanmaktadır. Bu kısıtlanma hastane hastaları gibi fiziksel koşullardan ya da yatılı öğrenciler gibi sınırlı alternatif araçlardan kaynaklanabilmektedir (Shanka ve Taylor, 2005: 329). Ülkemizde üniversite yerleşkelerinin şehir merkezlerinden uzak yerlere kurulması ve yerleşke çevresinde yemek alternatiflerinin olmayışı bu tutsaklığı artırmaktadır.

Konuyla ilgili alan yazın incelendiğinde yapılan ampirik çalışmalar sözleşmeli şirketler tarafından sağlanan hizmetlere, kısıtlı yemek servisi operasyonlarına ve yerleşke içi birden fazla seçenek içeren yemek hizmetlerine olan memnuniyet düzeylerini kapsamaktadır (Joung vd., 2016; Tudin vd., 2010). Ayrıca bu çalışmalarda yemekhane hizmetlerinin öğrenci

memnuniyeti üzerinde etkili olduğu dahası yemekhane hizmetlerindeki menü, yemeklerin kalitesi, yemekhanenin temizliği gibi bir dizi farklı deneyimler üzerinden geliştiği belirtilmiştir (Hu vd., 2009; Kwun, 2011).

Ülkemizde ise bir devlet üniversitesinde yapılan bir araştırmada (Çelik, 2012) üniversite öğrencilerinin, akademik ve idari personelin memnuniyet düzeyleri ve beklentilerinin yemekhanenin fiziki görünümü, menü uyumu, sunulan yemeklerin kalitesi, yemekhaneye güven ve yemeklerin duysal özellikleri (yemeklerin doku bütünlüğü, rengi, kokusu, yumuşaklığı, sertliği vb.) gibi yemekhane hizmetlerinin özellikleri aracılığı ile ölçülmüştür. Araştırma sonucunda katılımcıların yemekhane hizmetlerini sunan yüklenici firmanın servis hizmetlerinden memnun oldukları ancak yemeklerin duysal özelliklerini yetersiz buldukları tespit edilmiştir.

Bu bilgiler doğrultusunda **H1: Yemekhane hizmetlerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi geliştirilmiştir.

Bu araştırmada yemekhane hizmetleri; yemekhane personelinin özellikleri, servis edilen yemeklerin nitelikleri ve yemekhanenin fiziki koşulları boyutları ile ele alınmıştır.

1.3.1. Yemekhane Personelinin Özellikleri ve Memnuniyet İlişkisi

Yemekhane personeli gerek yemeklerin üretilmesi gerekse yemeklerin tüketiciye teslim edilmesi sürecinde yer alan oldukça önemli bir faktördür. Yemekhane hizmetleri ile memnuniyet ilişkisine ilişkin yapılan araştırmalarda personel özelliklerinin yemekhane memnuniyeti üzerinde yemeklerin niteliklerinden sonra etkili olan ikinci en önemli boyut olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Estepa vd., 2005; Gramling vd., 2005; Meyer ve Conklin, 1998). Bu çalışmalarda yemekhane memnuniyetindeki varyansın çoğunu açıklayan personel özelliklerinin: yemeklerin servisi hızı, personelin yemekler hakkındaki bilgisi, güler yüzlü ve nazik personel olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan çalışmalarda tüketicilerin memnun olmadığı başlıca personel özellikleri: personelin sunulan yemeklerle ilgili bilgi sahibi olmaması, personelin pis ve dağınık görünmesi, personelin kaba ve düşmanca davranması sayılabilmektedir (Binge vd. 2012; Estepa vd., 2005; Gramling vd., 2005).

Bu bulgular doğrultusunda **H2: Yemekhane personelinin özelliklerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi geliştirilmiştir.

1.3.2. Servis Edilen Yemeklerin Nitelikleri ve Memnuniyet İlişkisi

Yemek beslenme amacıyla yenilen, sunulan herhangi bir sıvı ya da katı olarak tanımlanmaktadır. Servis edilen yemeklerin duysal özellikleri ve sunumu gibi nitelikleri bulunmaktadır (Lam ve Heung, 1998: 8). Alan yazın incelendiğinde yapılan çalışmalar öğrencilerin, yiyecek içecek kalitesinin öğrenci memnuniyetini açıklayan en önemli unsur olarak algıladıklarını ortaya çıkarmıştır (Imram, 1999; Ng, 2005; Yen-Soon, 2004). Andaleeb ve Caskey (2007) çalışmalarında yiyecek ve içeceklerin aroma, lezzet, doku, sıcaklık, şekil, renk, parlaklık, tazelik, görünüm ve kıvam gibi özelliklerinin yemekhane memnuniyetini belirlemede önemli rolünün olduğu belirtmişlerdir. Kim vd.'nin (2009) yapmış oldukları çalışmanın bulguları gıda kalitesinin memnuniyetin en önemli yordayıcısı olduğu ve bunu hizmet kalitesi, fiyat, değer uygunluğu ve yemekhane atmosferi takip ettiği. Ülkemizde ise Adana'da toplu beslenme hizmeti veren kurumların menülerinin incelenmesi ve tüketicilerin görüşlerini belirlemek üzere yapılan bir araştırmada tüketicilerin başlıca tercih unsurlarının menünün besin değerinin uygunluğu, menüdeki yemeklerin kıvamı ve yemeklerin tatlarının uygunluğu olduğu ortaya çıkmıştır (Yağmur, 2009).

Bu bilgiler ışığında **H3: Servis edilen yemeklerin niteliklerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi geliştirilmiştir.

1.3.3. Yemekhanenin Fiziki Koşulları ve Memnuniyet İlişkisi

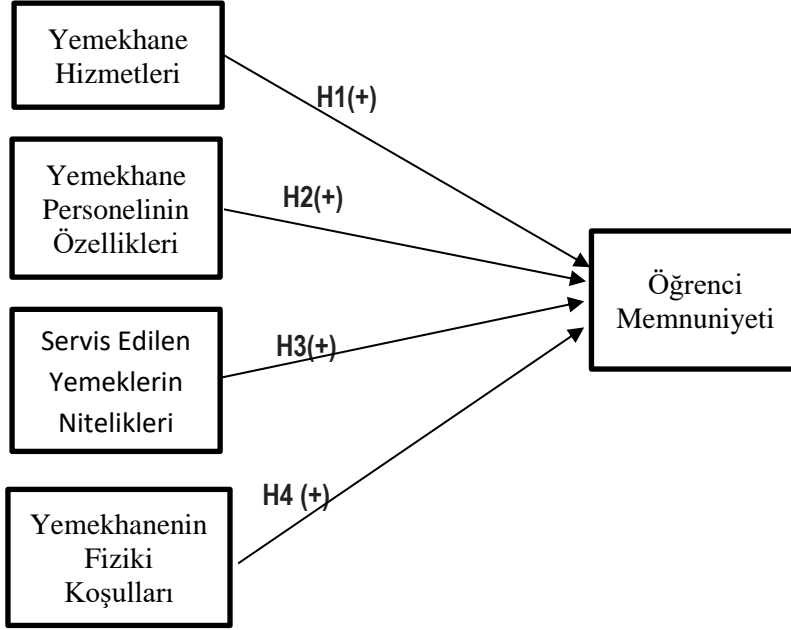
Yemekhane müşterilere ya da tüketicilere yemek hizmetinin sunulduğu yerdir. Yemekhane gerek servis personellerinin gerekse tüketicilerin etkileşimde buldukları çevredir ve bir takım fiziki koşulları içermektedir (Heide vd., 2007: 1316). Yemekhane, yemekhane hizmet deneyimine katkıda bulunacak şekilde tasarlanmalıdır. Yemekhanenin fiziki koşulları boyutunun dikkate alınması müşterilerin veya tüketicilerin gıdanın duysal özelliklerine ilişkin algılarını ya da derecelendirmelerini etkilediğinden özellikle ticari olmayan kurumsal yemek hizmeti bağlamında önem arz etmektedir (Cardello vd., 1996: 14). Yemekhanenin fiziki koşulları ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde araştırmacılar fiziki koşulları "hizmet ortamı" olarak adlandırmışlardır. Hizmet ortamını (1) estetik (2) mekânsal düzen ve işlevsellik olarak ikiye ayırmışlardır (Bitner, 1992; Ryu ve Jang, 2008). Bitner (1992) hizmet ortamının tüketiciler ve çalışanlar üzerindeki etkisini tanımlayan bir çerçeve çizmek amacıyla yapılan çalışmaları gözden geçirdiğinde hem çalışanları hem de tüketicileri etkileyen en önemli faktörlerin fonksiyonel tasarım ve estetik oldukları sonucuna ulaşmıştır. Wakefield ve Blodgett (1996) yaptıkları çalışmada yemekhane ve kumarhane gibi boş zaman değerlendirme ortamlarında fiziksel çevrenin algılanan kalite ve memnuniyet üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda yerleşim düzeninin erişilebilir olmasının, estetiğin ve temizliğin tüketicilerin fiziksel çevre algısını etkilediği ortaya çıkmıştır.

Bu sonuçlardan yola çıkarak **H4: Yemekhanenin fiziki koşullarının öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi geliştirilmiştir.

2. Yöntem

Bu araştırmanın amacı Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'ndeki yemekhane hizmetlerinde dış kaynak kullanım uygulaması sürecinin nedenlerini faydalarını, sonuçlarını belirlemek ve dış kaynak kullanım uygulamasının yemekhane hizmetlerinden yararlanan öğrencilerin memnuniyet düzeyleri üzerindeki etkilerini tespit etmektir. Bu çalışma için belirlenen amaca ulaşmak için açıklayıcı bir yaklaşım seçilmiştir.

Araştırmanın amacından yola çıkarak aşağıdaki araştırma modeli geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada ölçme aracı olarak kullanılmak üzere bir anket formu hazırlanmıştır. Araştırmanın anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm öğrenciyi tanımaya yönelik genel sorulardan oluşmaktadır ve araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Bu sorular nominal ve ordinal ölçüm düzeylerine sahip 9 sorudan oluşmaktadır. İkinci bölümde öğrencilerin yemekhane hizmetlerine ilişkin değerlendirmelerine ait 27 madde bulunmaktadır. Bu ifadeler Hall'in (2015) Yemekhane Hizmetleri Ölçeği'nden yararlanılarak hazırlanmıştır. Bu ölçek üç boyuttan oluşmaktadır. Birinci boyut "yemekhane personelinin özellikleri"ni içermekte ve 7 maddeden oluşmaktadır. İkinci boyut "servis edilen yemeklerin nitelikleri"ni kapsamakta ve 12 maddeden oluşmaktadır. Üçüncü boyutta ise "yemekhanenin fiziki koşulları"ni içeren 8 madde bulunmaktadır. Anketin üçüncü bölümünde öğrencilerin memnuniyet düzeyini ölçen 4 ifade yer almaktadır. Bu ifadeler Ali ve Rue (2015) tarafından hazırlanan Yemekhane Memnuniyet Ölçeği'nden uyarlanmıştır ve ölçek tek boyuttan oluşmaktadır. İkinci ve üçüncü bölümlerdeki ifadeler için aralıklı ölçüm düzeyine sahip 5'li Likert Tipi Ölçek kullanılmıştır (1=Hiç Katılmıyorum, 5=Tamamen Katılıyorum). Ülkemizde her iki ölçeği de kullanan bir çalışma olmaması sebebiyle ölçekler önce Türkçe'ye çevrilmiş, daha sonra 20 öğrenci üzerinde pilot çalışma yapılmıştır. Onların anlamakta zorlandığı ifadeler revize edilmiştir.

Araştırmanın evrenini 2020-2021 Eğitim ve Öğretim Yılı'nda Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'nde (AYBÜ) kayıtlı olan ve aktif olarak eğitimine devam eden 2., 3. ve 4. sınıf lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Çalışmaya COVID 19 pandemisi sebebiyle henüz yüz yüze eğitime katılmayan ve dolayısı ile yemekhane hizmetlerinden faydalanamayan 1. Sınıf öğrencileri dâhil edilmemiştir. AYBÜ'nin 2., 3. ve 4. sınıfta aktif olarak eğitim gören yaklaşık 20.000 öğrencisinin tamamına COVID 19 pandemi koşullarında ulaşmak zaman açısından güç olacağı için örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırmada örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Örneklem büyüklüğü tespit edilirken Bryman ve Cramer'e (2001) göre ankette bulunan ölçeklerin ifade sayısının beş veya on katı olacak şekilde analizlerde kullanılabilir anket sağlanması ile örneklem büyüklüğünün araştırma evrenini temsil edebileceğini göstermektedir. Hair vd.'ne (2014) göre ise ölçeklere açıklayıcı faktör analizi yapılabilmesi için ölçeklerdeki ifade sayılarının on katı kadar tutarlı bir şekilde doldurulan anket formları yeterli örneklem sayısı olarak kabul edilmektedir. Araştırmanın anket formunda yer alan birinci ölçekte 27, ikinci ölçekte ise 4 ifade yer aldığı göz önüne alındığından 310 kişiden sağlanan sağlıklı veriler

araştırma evrenini temsil edebilmesi için yeterli örneklem sayısı olarak kabul edilebilir. Araştırma verileri 15 Mart-15 Mayıs 2021 tarihleri arasında toplanmıştır. AYBÜ Etik Kurulu'dan alınan 15.03.2021 tarih ve 2021/77 sayılı onay ile çalışma yapılmıştır. Belirtilen tarihler arasında ülkemizdeki pek çok üniversitede olduğu gibi AYBÜ'nde de yüz yüze eğitim yapılmadığı için anket formu web tabanlı hazırlanarak üniversitenin Öğrenci Bilgi Sistemi üzerinden öğrencilere ulaştırılmıştır. Araştırmaya katılan lisan öğrencileri tarafından 445 anket doldurularak geri dönüşü sağlanmıştır. Anket formları incelendiğinde özensiz ve tutarsız cevaplandırılmış 13 anket değerlendirme dışı bırakılmıştır. 432 anket değerlendirilmeye alınmıştır. Bu sayı geçerli anket sayısının araştırma evrenini temsil ettiğini göstermektedir.

3. Bulgular

Araştırmaya katılan lisans öğrencilerinin demografik özellikleri incelendiğinde çoğunluğun kadın (%74,4) ve 21-22 yaş grubunda (%58,9) olduğu görülmüştür. Araştırmaya en yüksek katılım açısından bakıldığında fakülte olarak Beslenme ve Diyetetik, Çocuk Gelişimi Dil ve Konuşma Terapisi, Fizyoterapi ve Rehabilitasyon, Hemşirelik vs. bölümlerinden oluşan Sağlık Bilimleri Fakültesi'nden (%26,3), bölüm olarak İslami İlimler Fakültesi'nin Temel İslam Bilimleri Bölümü'nden (%12,7) katılımın olduğu görülmektedir. Ayrıca bütün fakülteler ve bölümler içerisinde en yüksek katılım 3. Sınıf (%38,5) öğrencilerinden sağlandığı tespit edilmiştir. Gelir düzeyi açısından bakıldığında aile gelir düzeyi olarak en yüksek aylık 2000-3000 Lira (%39,0), kişi gelir düzeyi olarak ise en yüksek 750 Lira ve altı (%81,9) gelir düzeyine sahip katılımcılardan oluştuğu bulunmuştur. Katılımcıların yüz yüze eğitim aldıkları dönemde çoğunlukla kredi ve yurtlar kurumuna bağlı öğrenci yurdunda kaldıkları (%54,7) görülmüştür. Yine aynı dönemde yemekhane hizmetlerinden faydalanma süresi olarak büyük çoğunluğun (%36,2) 2 yıldır faydalandıkları belirtilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach Alpha analizi yapılarak değerlendirilmiştir. "Yemekhane Hizmetleri Ölçeği" için Cronbach Alpha katsayısı 0,936, alt boyutları olan "yemekhane personelinin özellikleri" boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,894, "servis edilen yemeklerin nitelikleri" boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,937 ve son boyut olan "yemekhanenin fiziki koşulları" boyutunun Cronbach Alpha katsayısı 0,847 olarak bulunmuştur. "Yemekhane Memnuniyet Ölçeği"nin Cronbach Alpha katsayısı ise 0,920 olarak hesaplanmıştır. Cronbach Alfa katsayısının kabul edilebilir değerinin en az 0,70 olması gerekmektedir (Altunışık vd. 2005: 114). Araştırmada kullanılan ölçeklerin kabul edilebilir değerinin üzerinde oldukları ve dolayısı ile araştırma ölçeklerinin güvenilir oldukları söylenebilir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini ölçmek için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) yapılmıştır. Yemekhane Hizmetleri Ölçeği'nin yapısal geçerliliğini tespit etmek için temel bileşenler analizi (principal component) ve "varimaks" eksen döndürmesi tekniği kullanılarak AFA uygulanmıştır. AFA neticesinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik değerinin 0,916 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğu tespit edilmiştir. Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [$\chi^2(351) = 7691,441, p < 0,001$] maddeler arası korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğuna işaret etmektedir. Tablo 1'de Yemekhane Deneyimi Ölçeği'ne ait AFA sonuçları yer almaktadır.

Tablo 1. Yemekhane Hizmetleri Ölçeği AFA Sonuçları

Madde	Yemekhane Personelinin Özellikleri	Servis Edilen Yemeklerin Nitelikleri	Yemekhanenin Fiziki Koşulları
YMH_Per4	0,859		
YMH_Per3	0,838		
YMH_Per2	0,749		
YMH_Per5	0,713		
YMH_Per6	0,671		
YMH_Per1	0,621		
YMH_Per7	0,576		
YMH_Yemek5		0,820	
YMH_Yemek6		0,812	
YMH_Yemek11		0,799	
YMH_Yemek2		0,795	
YMH_Yemek4		0,783	
YMH_Yemek7		0,747	
YMH_Yemek8		0,729	
YMH_Yemek1		0,699	
YMH_Yemek3		0,689	
YMH_Yemek10		0,677	
YMH_Yemek9		0,558	
YMH_Yemek12		0,544	

YMH_Fizik2			0,846
YMH_Fizik1			0,802
YMH_Fizik3			0,684
YMH_Fizik8			0,613
YMH_Fizik5			0,609
YMH_Fizik7			0,579
YMH_Fizik4			0,564
YMH_Fizik6			0,537
Özdeğerler (Eigenvalues)	10,655	3,071	2,127
Açıklanan Varyans Yüzdesi	25,855	17,427	15,430
Toplam Açıklanan Varyans Yüzdesi	58,712		

(YMH_Per: yemekhane personelinin özellikleri; YMH_Yemek: servis edilen yemeklerin nitelikleri; YMH_Fizik: yemekhanenin fiziki koşulları)

Tablo 1'de görüldüğü üzere AFA özdeğerlerinin 1 den büyük olması durumunda faktörlerin oluşması sağlanmıştır. AFA sonucunda 27 maddelik ölçeğin üç faktörlük bir yapıda olduğu, faktörlerin toplam varyansının %58,712'sini açıkladığı ve maddelerin faktör yüklerinin 0,50'nin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar 27 maddeden oluşan ölçeğin üç faktörlü yapısının geçerliliğine işaret etmektedir.

Yemekhane memnuniyet ölçeğinin yapısal geçerliliğini saptamak için yine temel bileşenler analizi ve "varimaks" eksen döndürme tekniği ile AFA uygulanmıştır. Yapılan AFA sonucunda KMO örneklem yeterlilik değerinin 0,832 olduğu ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bartlett küresellik testinin anlamlı olması [$\chi^2(6)=1326,763, p<0,001$] maddeler arası korelasyon ilişkilerinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Yemekhane Memnuniyet Ölçeği AFA Sonuçları

Madde	Yemekhane Memnuniyeti
Memnuniyet4	0,924
Memnuniyet2	0,906
Memnuniyet3	0,904
Memnuniyet1	0,871
Özdeğerler (Eigenvalues)	3,251
Açıklanan Varyans Yüzdesi	81,273
Toplam Açıklanan Varyans Yüzdesi	81,273

Tablo 2'de Yemekhane Memnuniyet Ölçeği'ne ait AFA sonucu yer almaktadır. AFA sonucunda ölçeğin 4 maddelik tek faktörlü bir yapıda olduğu, toplam varyansın %81,273'ünü açıkladığı ve madde faktör yüklerinin 0,80'in üzerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar 4 maddeden oluşan Yemekhane Memnuniyet Ölçeği'nin tek faktörlü yapısının geçerliliğini göstermektedir.

Tablo 3. Normallik Testi Basıklık ve Çarpıklık Sonuçları

Değişkenler		İstatistik	Standart Hata
Yemekhane Hizmetleri	Skewness	-0,254	0,118
	Kurtosis	-0,066	0,236
Yemekhane personelinin özellikleri	Skewness	-0,356	0,118
	Kurtosis	-0,126	0,236
Servis edilen yemeklerin nitelikleri	Skewness	-0,630	0,118
	Kurtosis	0,047	0,236
Yemekhanenin fiziki koşulları	Skewness	-0,211	0,118
	Kurtosis	-0,281	0,236
Yemekhane Memnuniyeti	Skewness	-0,594	0,118
	Kurtosis	0,053	0,236

Araştırma verilerinin normal dağılımına ilişkin yapılan analiz sonuçları Tablo 3'de yer almaktadır. Verilerin normal dağıldığının kabul edilebilmesi için basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) katsayılarının +1,5 ile -1,5 arasında bir değer olması gerekmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Tablo 3'de de görüldüğü gibi verilerin normal dağıldığı söylenebilir.

Tablo 4. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi

Değişkenler	Mean	1	2	3	4	5
1-Yemekhane Hizmetleri	3,36	1				
2-Yemekhane personelinin özellikleri	3,74	0,786**	1			
3-Servis edilen yemeklerin nitelikleri	3,27	0,896**	0,580**	1		
4- Yemekhanenin fiziki koşulları	3,18	0,724**	0,473**	0,415**	1	
5-Yemekhane Memnuniyeti	3,39	0,790**	0,569**	0,786**	0,483**	1

*p<0,05; **p<0,01

Araştırma değişkenlerinin normal dağılım göstermesi sebebiyle değişkenler arası ilişkiler Pearson Korelasyon Analizi ile incelenmiştir. Yapılan Pearson Korelasyon Analizi sonuçları Tablo 4'de yer almaktadır.

Araştırmanın bağımsız değişkeni olan yemekhane hizmetleri deneyiminin ve alt boyutları olan yemekhane personelinin özellikleri, servis edilen yemeklerin nitelikleri ve yemekhanenin fiziki koşullarının bağımlı değişken olan yemekhane memnuniyeti üzerindeki etkilerini tespit etmek ve araştırma hipotezlerini test etmek üzere regresyon analizleri yapılmıştır.

Tablo 5. Yemekhane Hizmetlerinin Yemekhane Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi

Bağımsız Değişken	Standardize Edilmemiş	Standardize Edilmiş	T	P	F	R ²
	Katsayılar	Katsayılar				
	Beta	S.S				
Sabit	-0,397	0,145	-	2,734	0,007*	
Yemekhane Hizmetleri	1,126	0,042	0,790	26,544	0,000**	704,566 0,624

*p<0,05, **p<0,001

Tablo 5'de yemekhane hizmetleri deneyiminin yemekhane hizmetleri üzerindeki etkisini ölçmek için yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Yapılan analiz neticesinde araştırma değişkenleri arasındaki doğrusal regresyon modelinin istatistiksel açıdan anlamlı olduğu sonucuna (F = 704,566, p<0,001) ulaşılmıştır. Analiz sonuçları yemekhane hizmetleri deneyimindeki 1 birimlik artışın yemekhane memnuniyetlik düzeyinde 0,790 birimlik anlamlı ve pozitif yönlü bir değişikliğe yol açtığını göstermektedir. Dolayısı ile **H1: Yemekhane hizmetlerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi **kabul** edilmiştir.

Tablo 6. Yemekhane Hizmetlerinin Alt Boyutlarının Yemekhane Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi

Değişkenler	B	Std. Hata	β	T	P
Sabit	-0,079	0,153	-	-0,515	0,067
Yemekhane personelinin özellikleri	0,153	0,049	0,116	3,137	0,002
Servis edilen yemeklerin nitelikleri	0,701	0,038	0,653	18,241	0,000
Yemekhanenin fiziki koşulları	0,191	0,040	0,156	4,722	0,000
R=0,809	R ² = 0,655				
F=266,745	p<0,01				
Bağımlı Değişken: Yemekhane Memnuniyeti					

Yemekhane hizmetlerinin alt boyutları olan yemekhane personelinin özellikleri, servis edilen yemeklerin nitelikleri ve yemekhanenin fiziki koşullarının yemekhane memnuniyeti üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 6'da çoklu regresyon analizi sonuçları yer almaktadır. Yapılan analiz sonuçları istatistiksel açıdan anlamlıdır (F=366,745, p<0,01). Düzenlenmiş R² değeri 0,655'dir. Bu sonuç yemekhane memnuniyetindeki %65,5 oranındaki varyansın yemekhane personelinin özellikleri, servis edilen yemeklerin nitelikleri ve yemekhanenin fiziki koşulları tarafından açıklandığını gösterir. Yemekhane hizmetlerinin alt boyutlarından "yemekhane personelinin özellikleri" boyutunun (β=0,116, p<0,01) yemekhane memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin olduğu görülmektedir. Dolayısı ile **H2: Yemekhane personelinin özelliklerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi **kabul** edilmiştir. "Servis edilen yemeklerin nitelikleri" boyutunun (β=0,653, p<0,01) yemekhane memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin olduğu görülmektedir. Hatta en yüksek etkinin bu boyutta görüldüğü söylenebilir. Bu sonuca göre **H3: Servis edilen yemeklerin niteliklerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi **kabul** edilmiştir. "Yemekhanenin fiziki koşulları" boyutunun (β=0,156, p<0,01) araştırmanın bağımlı değişkeni olan yemekhane

memnuniyeti üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönlü etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Buna göre **H4: Yemekhanenin fiziki koşullarının öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu etkisi vardır** hipotezi **kabul** edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Değişim ve dönüşüm toplumun her alanında olduğu gibi kamu ve toplum arasındaki ilişkilerde de ortaya çıkmaktadır. Kamu kurumları toplum yararına hizmet sunarken kendi ihtiyaçlarını da gidermek zorundadır. Değişmekte olan kamu yönetimi anlayışı ile kamu kurumları gerek hizmet sunumunda gerekse kendi ihtiyaçlarını karşılarken farklı tedarik yöntemlerine yönelmişlerdir. Finans sektörünün ulusal sınırları aşması, uluslararası lojistik fırsatlarının artması, örgütlerin ucuz işgücünü temin etme isteklerinin artması, örgütlerin gelişen teknoloji ile yeni pazar koşullarına uyum sağlama çabalarından bir tanesi de dış kaynak kullanımıdır. Önceleri özel sektörde faaliyet gösteren örgütlerin sahipleri ve yöneticileri tarafından benimsenen bu uygulama artık kamu sektörü tarafından da kullanılmaktadır. Kamu hizmetlerinde hizmet kalitesini düşürmeden daha az maliyet ile hizmet sunumu sağlayan dış kaynak kullanımı bir alternatif yöntemdir. Son yıllarda işgücü maliyetlerini azaltması, toplu sözleşme ve grev hakkı kısıtlaması gibi sendikal faaliyetlerde avantajlar sağlaması gibi sebeplerle kamu kurumlarında taşeron firmalardan hizmet alımı çok fazla tercih edilmektedir.

Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi de maliyetlerini düşürmek ve hizmet kalitesini yükseltmek amacıyla dış kaynak kullanımına yönelen kamu kurumlarından biridir. Bu araştırmada AYBU yemekhane hizmetleri bağlamında dış kaynak kullanımının öğrenci memnuniyeti üzerindeki etkisi incelenmiştir. Araştırma sonucunda araştırmamanın bağımsız değişkeni olan yemekhane hizmetlerinin öğrencilerin yemekhane memnuniyetleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu Çelik, (2012); Hu vd. (2009); Joung vd. (2016); Kwun, (2011); Tudin vd.'nin (2010) çalışmaları ile tutarlılık göstermektedir.

Uluslararası yazında yemekhane hizmetlerinin alt boyutları ile incelendiği görülmüştür. Bu çalışmada da yemekhane hizmetlerinin alt boyutları olan yemekhane personelinin özellikleri, servis edilen yemeklerin nitelikleri ve yemekhanenin fiziki koşulları boyutlarının öğrencilerin yemekhane memnuniyet düzeyleri üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı etkilerinin olduğu sonucuna varılmıştır. Elde edilen bu sonuç alan yazında yer alan çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Andaleeb ve Caskey, 2007; Binge vd., 2012; Bitner, 1992; Estepa vd., 2005; Gramling vd., 2005; Imram, 1999; Ng, 2005; Ryu ve Jang, 2008). Ayrıca yapılan analizler sonucunda öğrencilerin yemekhane memnuniyetlerinin etkileyen en önemli boyutun servis edilen yemeklerin nitelikleri boyutu olduğu gözlenmiştir. Kim vd.,'nin (2009) çalışmasının sonuçları da elde edilen bu sonucu destekler niteliktedir.

Sonuç olarak Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'nde yemekhane hizmetlerinin öğrenci memnuniyeti üzerinde olumlu bir etkisinin bulunduğu dolayısı ile Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'nin yemekhane hizmetlerinde dış kaynak kullanımının öğrenci memnuniyeti bakımından başarılı olduğu söylemek mümkündür.

Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları mevcuttur. Araştırmanın temel sınırlılığı veri toplama sürecinin Covid-19 pandemisi sürecinde yapılmasıdır. Ayrıca yine Covid-19 pandemisi sebebi ile 2020-2021 eğitim öğretim yılında yüz yüze eğitim yapılamaması dolayısı ile 1. Sınıf öğrencilerinin yemekhane hizmetlerini deneyimleyemedikleri için çalışmaya dâhil edilememesi araştırmanın bir diğer sınırlılığıdır. Bununla birlikte araştırmaya yemekhane hizmetlerinden faydalanan ancak anket uygulamasına katılmak istemeyen akademik ve idari personelin dâhil edilmemesi de bir başka sınırlılıktır. Başka bir ifade ile yemekhane hizmetlerinin memnuniyete etkisi öğrencilerin görüşleri ile sınırlıdır. Bu sebeple gelecekte bu kavramlar ile çalışma yapmak isteyen akademisyenlerin bu kısıtları göz önüne alarak araştırmalar yapılması önerilmektedir. Yapılan bu çalışmada elde edilen sonuçlardan yemekhane hizmetlerinden sorumlu kişilerin ve yemekhane hizmeti sunan özel sektör temsilcilerinin de yararlanabilecekleri düşünülmektedir.

Kaynakça

- Ali, F. & Ryu, K. (2015). Bringing them back to spend more: student foodservice experiences to satisfy their taste buds. *Young Consum.* 16 (2), 235–248.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı, Sakarya, Sakarya Kitapevi.
- Andaleeb, S.S. & Caskey, A. (2007). Satisfaction with food services: insights from a college cafeteria. *Journal of Foodservice Business Research*, 10(2), 51-65.
- Binge, C., Xufen, H., Guoying, L., Chunyue, W. & Tingting, Y. (2012). Impacts of campus food service on students' life: A anthropological case study of Shantou University. *International Journal of China Marketing*. 2 (2), 123-143.

- Bitner, M. J. (1992). Service scapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56 (2), 57-71.
- Bryman, A. & Cramer, D. (2001). *Quantitative data analysis with SPSS release 10 for windows: A guide for social scientists*, London: Routledge.
- Cardello, A. V. (1996). The role of human senses in food acceptance. In: MEISELMAN, H. L. & MAC FIE, H. J. H. (eds.) *Food choice, acceptance and consumption*. London: Blackie academic and Professional.
- Çelik, M. (2012). Müşteri Memnuniyeti ve Hizmet Kalitesi Üzerine Adıyaman Üniversitesi Yemekhanesi'nde Bir Uygulama. 5(10), 29-54.
- Çetinkaya, M. (2005). Hizmet işletmelerinde Dış Kaynaklardan Yararlanma (Outsourcing) Uygulamaları: Afyon İlindeki Hizmet İşletmelerinde Yaşanan Sorunlar Üzerine Bir Alan Çalışması. Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon.
- Eren, E. (1998). *Stratejik Yönetim (4. Baskı)*. Eskişehir, Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.
- Estepa, A. A. V., Shanklin, C. & Back, K. (2005). Student's perceived service quality and customer satisfaction in a Midwestern university food service operation. *Journal of Foodservice Management and Education*. http://www.fsme.org/pdf/Revised_J_of_FSM_Ed_Manuscript_2004004_final.pdf adresinden 06/03/2021 tarihinde erişilmiştir.
- Gamble, R.H. (1995). Inside outsourcing, *Corporate Cashflow*, 16(8), 2.
- Gramling, L., Byrd, R., Epps, L., Keith, D., Lick, R. & Tian, R. (2005). Food service management and its impact on college operations: A business anthropological case study. *Foodservice Research International*. 16 (1-2), 15-43.
- Hair, J.F., Black, C.W., Babin, J. B. & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.), Harlow: Pearson Education Limited, Pearson New International Edition.
- Hall, J. K. (2013). Student Satisfaction Regarding Meal Experience At The Residential Dining Halls Of The University Of Pretoria. Master Thesis. Department of Consumer Science Faculty of Natural and Agricultural Science, University of Pretoria, Pretoria.
- Heide, M. & Grønhaug, K. (2006). Atmosphere: Conceptual issues and implications for hospitality management. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 6 (4), 271-286.
- Hu, H., Kandampully, J. & Juwaheer, T.D. (2009). Relationships and impacts of service quality, perceived value, customer satisfaction, and image: an empirical study. *The Service Industries Journal*, 29(2), 111-125.
- Imram, N. (1999). The role of visual cues in consumer perception and acceptance of a food produc. *Nutrition & Food Science*, 99(5), 224-230.
- Joung, H.W., Choi, E.K. & Wang, E. (2016). Effects of perceived quality and perceived value of campus foodservice on customer satisfaction: moderating role of gender. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 17 (2), 101-113.
- Karahan, A. (2009). Dış Kaynak Kullanımının Verimlilik Üzerine Etkisi (Hastane Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12 (21), 185-199.
- Kılıç, h. (2008). Otel İşletmelerinin Dış Kaynak Kullanım (Outsourcing) Düzeyleri (İstanbul İlindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama). Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kim, H.J., McCahon, C. & Miller, J. (2004). Assessing service quality in Korean casualdining restaurants using DINESERV. *Journal of Foodservice Business Research*, 6 (1), 67-86.
- Kim, W. G., Ng, C.Y.N. and Kim, Y.S. (2009). Influence of institutional DINESERV on customer satisfaction, return intention, and word-of-mouth. *International Journal of Hospitality Management*, 28(1), 10-17.
- Klassen, N. M., Trybus, E. & Kumar, A. (2005). Planning food services for a campus setting. *International Journal of Hospitality Management*. 24 (4), 579-609.
- Koçel, T. (2014) *İşletme yöneticiliği*. İstanbul, Beta Yayıncılık.
- Kwun, D. J. W. (2011), Effects of campus foodservice attributes on perceived value, satisfaction, and consumer attitude: a gender-difference approach. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 252-261.

- Lam, T.C. & Heung, V.C. (1998). University foodservice in Hong Kong: a study of consumers' expectations and satisfaction levels. *Journal of College & University Foodservice*, 3(4), 3-12.
- Lei, D. & Hitt, M. A. (1995). Strategic Restructuring and Outsourcing: The effect of Mergers and Acquisitions and LBOs on Building Firm Skills and Capabilities. *Journal of Management*, 21(5), 835-859.
- Limminmaki, D. (2008). Accounting and The Management of Outsourcing: An Empirical Study in The Hotel Industry. *Management Accounting Research*, 19. 163-181.
- Meyer, M. K. & Conklin, M. T. (1998). Variables affecting high school students' perceptions of school food service. *Journal of the American Dietetic Association*. 98 (12), 1424-1431.
- Ng, Y. (2005). Study of the impact of customer satisfaction on intention to return and return intention, and word-of-mouth endorsement in university dining operations. Master Thesis, Oklahoma State University, Stillwater, OK.
- Okumuş, F & İsfendiyaroğlu, H. (2002). İşletmelerde Mal ve Hizmetlerin Dış Kaynaklardan Temin Edilmesinin (Outsourcing) Fayda ve Sakıncaları. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 16 Ekim 2002 Sayı: 3-4*, 229-244.
- Özdoğan, O. (2006). Otel İşletmelerinde Faaliyet Alanları Açısından Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing) ve Finansal Performans Üzerine Etkileri. Yüksek Lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Özkoç, A. G. (2015). Temel yetenekler dış kaynaklardan yararlanma ve şebeke örgütler, Özer, K, Hızıroğlu, M, Saldamlı, A (Ed.), *Yönetmel ve Örgütsel Etkinlikleri Geliştirme Yöntemleri*, Adra Yayınevi, İstanbul, 102-138.
- Parsa. W. M. & Lanford, F. (1999). Outsourcing: a primer. *Management Decision*, 37(4), 310-316.
- Saruhan, Ş. & Özdemir, A.Ö. (2004) *Değer Hedefli İşletmecilik*, İstanbul: M.Ü. Nihad Sayar Eğitim Vakfı Yayınları.
- Shanka, T. & Taylor, R. (2005). Assessment of university campus cafe service: The students' perceptions. *Asia Pasific Journal of Tourism Research*. 10 (3): 329-340.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics*. Boston, Pearson.
- Topal, A. (2016). Bilecik İl Özel İdaresinde Dış Kaynak Hizmet Alımı; Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Yüksek Lisans tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Bilecik.
- Tudin, R., Kim, S.T.C. & Ayupp, K. (2010). Hostel tenants' perception toward cafes located in the campus. Working Paper Series No. 1003, University of Malaysia, Sarawak, Kota Samarahan.
- Turan, A. (2014). Temel Yetenek ve Dış Kaynaklardan Yararlanma Tekniklerine Felsefik Bir Bakış: Dinamik Beceriler ve İş Modeli Yaklaşımlarıyla İlişkilendirme. *KAU IIBF Dergisi*, 5(7), 147-170.
- Turan, F. (2020). Kamu Sektöründe Dış Kaynak Kullanımına Türk Hava Yolları Örneği Üzerinden Alternatif Model Arayışı: "Ortak Kaynak Kullanımı. Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.
- Ünalır, T. (2007). Dış Kaynak Kullanımının İşletme Düzeyinde Etkileri (Bir Uygulama). Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yağmur, C. (2009) Adananda Toplu Beslenme Yapılan Bazı Kurumlarda Uygulanan Menülerle İlgili Tüketici Görüş Ve Tercihlerinin Belirlenmesi. *Beslenme ve Diyet Dergisi / JNutr and Die*, 37(1-2),39-49.
- Yen-Soon, Y.S., Moreo, P.J. & Yeh, R.J. (2004). Customers' satisfaction factors regarding university food court service. *Journal of Foodservice Business Research*, 7(4), 97-110.
- Wakefield, K. L. & Blodgett, J. G. (1996). The effect of the servicescapes on customers' behavioural intentions in leisure service settings. *Journal of Services Marketing*. 10(6), 45-61.
- Wang, E. T. G. (2002). Transaction Attributes and Software Outsourcing Success: An Empirical Investigation of Transaction Costs Theory. *Information Systems Journal*, 12, 121-152.

www.aybu.com.tr

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/12/20171224-22.htm>

Extended Abstract

Aim and Scope

The purpose of this research is to determine the reasons, benefits and results of the outsourcing process in dining hall services at Ankara Yıldırım Beyazıt University and to determine the effects of outsourcing on the satisfaction levels of students who benefit from dining hall services.

Methods

An explanatory approach was chosen to achieve the purpose set for this study. The research is quantitative research oriented and causal screening research design was chosen as the research design. The research includes 2nd, 3rd and 4th year undergraduate students who are registered at Ankara Yıldırım Beyazıt University (AYBU) in the 2020-2021 academic year and continue their education actively. For this research, 432 questionnaires were evaluated. Validity and reliability analyzes and kurtosis skewness measurements of the scales used in the research were made. Descriptive statistics, correlation analysis, simple linear regression analysis and multiple linear regression analyzes were performed in the research.

Findings

As a result of the research, it was determined that the dining hall services, which is the independent variable of the research, had a statistically significant and positive effect on the satisfaction of the students. In addition, in this study, it was concluded that the characteristics of the dining hall staff, the characteristics of the food served and the physical conditions of the dining hall, which are the sub-dimensions of the cafeteria services, have positive and significant effects on the satisfaction levels of the students.

Conclusion

It can be said that the cafeteria services at Ankara Yıldırım Beyazıt University have a positive effect on student satisfaction, so outsourcing in Ankara Yıldırım Beyazıt University's dining hall services is successful in terms of student satisfaction.

Değer Odaklı Aile Eğitime Yönelik Özel Eğitimde Görev Yapan Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi

An Examination of the Special Education Teachers' Opinions on Value-Oriented Family Education

Adem Arslan¹ Uğur Saruhan² Yeşim Saruhan³

Öz

Bu araştırma değer odaklı aile eğitime yönelik özel eğitimde çalışan öğretmenlerin görüşlerini incelemek için yapılmıştır. Araştırma 2020-2021 eğitim öğretim yılında kolay ulaşılabilirlik yöntemi ile ulaşılan ülkemizin farklı illerinde özel eğitim kurumlarında çalışan 82 öğretmen ile yapılmıştır. Toplanan veriler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuç olarak; özel eğitimde çalışan öğretmenlere göre çocuklar günlük yaşam, değer görme, öz bakım, toplumsal uyum, sevgi, sorumluluk, saygı, kabul, insani değerler, öz güven, empati, güven, azim-çaba, çalışkanlık, sosyal değerler ve hoşgörü değerlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Ailelerin ise bağımsız yaşam, sorumluluk, mutluluk, sevgi, saygı, akademik gelişim, öz bakım, toplumsal uyum, kabul, merhamet, sosyal değerler, evrensel değerlerini görmek istediğini düşünmektedirler. Öğretmenler ailelerle; doğrudan iletişim, yüz yüze iletişim, telefon ile iletişim, toplantılarla, okul giriş çıkışlarında, çevrim içi toplantılarla, ev ziyaretleri ile, küçük not kağıtları ile ve samimiyetle iletişim kurduklarını ifade etmektedirler. Özel eğitimde çalışan öğretmenlere göre aileler en çok kabul, psikolojik destek, duygusal destek, öğretim yöntem ve teknikleri, doğru iletişim, öz bakım, davranış eğitimi, sabır eğitimi, engel özellikleri, okul aile iş birliği, cinsel eğitim, bilgilendirme, sorunlarla baş etme, rehberlik, ev etkinlikleri, değerler eğitimi konularında eğitime ihtiyaç duymaktadır. Öğretmenlerin %14,6'sı aile eğitim ya da katılım çalışması yapmadıklarını ifade etmişlerdir. %85,4'ü ise seminerler, bireysel görüşmeler, sınıfa davet, etkinlik paylaşma, aile toplantıları, grup sohbetleri, çevrim içi eğitim ve gezi yaptıklarını ya da planladıklarını ifade etmişlerdir. Özel eğitimde öğretmenler değer odaklı bakış açısı geliştirebilir. Ayrıca değer odaklı aile eğitimleri düzenlenebilir ya da yaygınlaştırılabilir.

Anahtar Kelimeler: Değer, Aile Eğitimi, Özel Eğitim, Değer Odaklı

Abstract

This research was conducted to examine the views of teachers working in special education on value-oriented family education. The research was carried out with 82 teachers working in private education institutions in different provinces of our country, which were reached through the easy access method in the 2020-2021 academic year. The collected data were analyzed by content analysis method. As a result; According to teachers working in special education, children need the values of daily life, being valued, self-care, social harmony, love, responsibility, respect, acceptance, human values, self-confidence, empathy, trust, perseverance-effort, hard work, social values and tolerance. They think that families want to see independent life, responsibility, happiness, love, respect, academic development, self-care, social harmony, acceptance, compassion, social values and universal values. Teachers with families; teachers state that they communicate with families directly, face-to-face, telephone, meetings, school entrance and exit, online meetings, home visits, small note papers and sincere communication. According to teachers working in special education, families mostly need acceptance, psychological support, emotional support, teaching methods and techniques, correct communication, self-care, behavior training, patience training, disability characteristics, school-family cooperation, sexual education, information, coping with problems, training on guidance, home activities, values education. 14.6% of the teachers stated that they did not carry out family education or participation studies. On the other hand, 85.4% stated that they do or plan seminars, individual interviews, class invitations, sharing activities, family meetings, group chats, online training and trips. Teachers in special education should develop a value-oriented perspective. In addition, value-oriented family trainings can be organized or expanded.

Keywords: Value, Family education, Special education, Value-Oriented

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 11 / 06 / 2021

Accepted: 19 / 12 / 2021

¹ Öğr. Gör. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, SHMYO, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, ademarslan6005@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-7848-7395>

² Öğr. Gör., Gümüşhane Üniversitesi, SHMYO, Sağlık Bakım Hizmetleri Bölümü, ugarsaruhan@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-9919-0988>

³ Öğr. Gör., Bayburt Üniversitesi, Aydıntepe MYO, Çocuk Bakımı ve Gençlik Hizmetleri Bölümü, yesimsaruhan@bayburt.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-3723-6239>

Giriş

Türkiye'de 2018 yılında güncellenen Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği'nde "özel eğitime ihtiyacı olan birey" ifadesi kullanılmıştır. Özel eğitime ihtiyacı olan birey "çeşitli nedenlerle bireysel özellikleri ve eğitim yeterlilikleri açısından beklenen düzeyden anlamlı farklılık gösteren birey" olarak isimlendirilmiştir. Bu yönetmeliğin 18. maddesinde ise; "aile eğitimi her tür ve kademedeki özel eğitim ihtiyacı olan öğrencilerin eğitimine katkı sağlamak amacıyla aileye verilecek her türlü rehberlik ve eğitim hizmetlerini içerir" şeklinde aile eğitiminin önemine değinilmiştir (MEB, 2018).

Aile eğitimi; aile üyelerinin özel gereksinimli çocuğun durumunu anlamasına yardımcı olan, çocuğa karşı olumlu tutum gelişmesine katkı sağlayan, anne babaların yeterliliğini arttıran, aile bireylerine olumlu başa çıkma ve etkili işlevde bulunma becerileri kazandıran, anne babaları güçlendiren bir çeşit etkili müdahale yoludur (Kaner, 2015). Ailenin ve çocuğun aile eğitiminden faydalanmasını sağlamak için aile eğitim seansları; aile eğitimi öncesi hazırlıklar, aile eğitimi uygulaması ve aile sonrası değerlendirme ana bölümlerinden oluşmaktadır (Clark, 2007). Özel eğitim ihtiyacı olan çocuğun ailesi sosyal, kültürel, ekonomik, eğitim ve sağlık alanlarında çeşitli zorluklar yaşayabilir. Özel eğitim ihtiyacı olan çocuk sahibi aileler, engelliliğin doğası gereği psikolojik, sağlık, eğitim, ekonomik, sosyal ve bakım gibi farklı sorunların yanı sıra normal gelişim gösteren çocuğu olan ailelerle yakın sorunlar yaşayabilmektedir (Çitil, 2016; Gündüz ve Akın, 2014). Özel eğitime ihtiyacı olan çocukların ailelerine sunulacak hizmetler; a) bilgilendirici danışmanlık, b) psikoterapi ve c) aile eğitimi şeklinde sınıflandırılabilir (Metin, 2012). Bu hizmetler daha çok rehberlik ve danışmanlık ve eğitim gibi konularda okul-aile iş birliği ile yürütülmektedir. Ayrıca çeşitli resmi ve resmi olmayan kurumlar da ailelere ihtiyaç duydukları konularda destek sağlayabilmektedir (Özdemir, 2010).

Özel eğitim gereksinimi olan çocukların eğitiminde aile, özel gereksinimi olmayan çocukların eğitiminden daha önemlidir. Özel eğitime ihtiyacı olan çocuğa sahip ailelerin, çocuğun eksik olduğu becerilerin nasıl kazanılacağı, çocukla sağlıklı iletişimin nasıl kurulacağı, çocuğun davranışlarının nasıl kontrol edileceği gibi konularda desteğe ihtiyaçları vardır (Öncül, 2012). Ebeveynlerin ebeveynlik rolü sürecine aktif katılımının psikolojik dayanıklılıklarını güçlendirdiği görülmüştür (Simmernan, Blacher ve Baker, 2001).

Günümüzde aile katılımının ve eğitimin önemi hem dünyada hem de ülkemizde daha iyi anlaşılmaktadır. Türkiye'de Aile eğitimi çalışmaları birçok bakanlık, kurum, vakıf ve dernekler tarafından yürütülmektedir. Özel eğitime ihtiyacı olan çocuk sahibi anneler, çocuklarının öğretmenleri tarafından düzenli olarak bilgilendirilmek istediklerini belirtmişlerdir (Yıkılmış ve Özbey, 2009). Ebeveynler çocuklarının eğitimi için destek aldıkları uzmanlardan saygı, karşılıklı güven ve kendi değer yargılarının kabul edilmesini bekler, aksi takdirde sağlıklı bir iletişim kurulamaz ve bu durum velilerin eğitim programına aktif katılımını olumsuz etkiler (Baykoç, 2011). Araştırmalar, özel gereksinimli çocukların aileleri tarafından desteklenmesinin bu bireylerin gelişimine olumlu katkı sağladığını göstermektedir. Ayrıca ailelerin aile eğitim programına katılımının çocuklar için hayati önem taşımaktadır (Diler Sönmez, 2008; Güzel, 2006; Koca, 2016; Şeker, 2013). Ebeveynlerin ebeveynlik rollerini yerine getirmeleri, çocuklarının engellerini kabul etmeleri ve bu doğrultuda gerekli gelişimsel ve eğitimsel desteği almaları gerektiği konusunda çalışmalar bulunmaktadır (İlhan, 2017). Aile merkezli yaklaşımların temel amacı, aileyi destekleyerek ailenin çocuğun gelişimi üzerindeki olumlu etkilerini artırmaktır (Mahoney, 2009). Değer odaklı aile eğitimi ebeveynlere yönelik sevgi, saygı, sabır, sorumluluk, adalet, yardımseverlik, vatanseverlik, öz denetim, dürüstlük ve dostluk kök değerlerini kapsayan bir aile eğitim programıdır. Değer odaklı aile eğitim programı hem ebeveynlere hem çocuklarına yönelik olarak bu değerlerin aile ortamında kazanımına yönelik araştırmacı tarafından geliştirilen bir programdır. Programda çocuklara ve ebeveynlere yönelik değer odaklı etkinlikler bulunmaktadır.

1. Araştırmanın Amacı

Özel eğitimde çalışan öğretmenlerin değer odaklı aile eğitimine yönelik görüşlerini incelemek araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Araştırmada nitel araştırma desenlerinde eylem araştırması kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden yapılandırılmış görüşme tekniği ile veriler toplanmıştır. Yapılandırılmış görüşme tekniğinde açık uçlu soru formu kullanılarak uygulanmıştır. Yapılandırılmış görüşmede amaç, görüşülen bireylerin görüşleri arasındaki paralelliği ve farklılığı saptamak ve buna göre karşılaştırmalar yapmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

2.2. Çalışma Grubu

Bu araştırmanın çalışma grubunu, kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemiyle kendilerine ulaşılabilen özel eğitim kurumlarında çalışan 82 öğretmen oluşturmuştur. Kolay ulaşılabilir durum örneklemesinde, araştırmacı yakın ve erişimi kolay bir durum

seçer ve bu sayede araştırmaya hız ve pratiklik kazandırır (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Öğretmenlerin %20,7'si erkek, %79,3'ü kadındır. %43,9'u 20-30 yaş aralığında, %45,1'i 31-40 yaş aralığında, %11'i 41 yaş ve üzerindedir. Öğretmenlerin %46,3'ü 0-5 yıl, %28'i 6-10 yıl, %25,6'sı 11 yıl ve üzeri öğretmenlik yapmaktadır. Öğretmenlerin %86,5'i özel eğitim öğretmeni, %7,3'ü okul öncesi öğretmeni, %1,2'si çocuk gelişimi öğretmeni, %4,8'i diğer branşlardan olup özel eğitim kurumlarında çalışmaktadırlar. Araştırmaya katılan öğretmenlerin büyük çoğunluğu kadın ve özel eğitim öğretmenidir. Ayrıca meslek hayatının başlarındadır.

Tablo 1'de araştırmaya katılan öğretmenleri tanımlayıcı bilgiler verilmiştir.

Tablo1. Tanımlayıcı bilgiler

Değişkenler	Frekans(f)	Yüzdelerik(%)	
Cinsiyet	Erkek	17	20,7
	Kadın	65	79,3
	Toplam	82	100,0
Yaş	20-30 yaş	36	43,9
	31-40 yaş	37	45,1
	41 yaş ve üzeri	9	11
	Toplam	82	100,0
Mesleki Kıdem	0-5 yıl	38	46,3
	6-10 yıl	23	28
	11 yıl ve üzeri	21	25,6
	Toplam	82	100,0
Branş	Özel Eğitim	71	86,5
	Okul Öncesi Eğitim	6	7,3
	Çocuk Gelişimi	1	1,2
	Diğer	4	4,8

2.3. Veri Toplama Araçları

2.3.1. Kişisel Bilgiler Formu

Kişisel bilgiler formunda öğretmenlerin cinsiyeti, yaşı, çalışma süresi ve branşı gibi tanımlayıcı bilgiler yer almaktadır.

2.3.2. Yarı yapılandırılmış Form

Araştırmada verilerin toplanmasında, araştırmacılar tarafından literatür ışığında araştırmanın amacı doğrultusunda geliştirilen görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme formu hazırlama öncesinde üç özel eğitim öğretmeni ve üç özel eğitime ihtiyacı olan çocuk ailesi tarafından gereksinim durumu ve değerlere bakış açısı değerlendirilmiştir. Alanında uzman üç akademisyen tarafından sorular incelenip, düzeltmeler yapılmıştır. Formunda 7 soru yer almaktadır.

1. Özel eğitime ihtiyacı olan bireyler sizce en çok hangi değerlere ihtiyaç duymaktadır?
2. Özel eğitime ihtiyacı olan çocuk sahibi aileler sizce çocuğunda hangi değeri görmek istemektedir?
3. Özel eğitime ihtiyacı olan çocuğa değer kazandırırken hangi yöntem ve tekniği izliyorsunuz?
4. Değer kazandırırken nelere dikkat ediyorsunuz?
5. Ailelerle nasıl iletişim kuruyorsunuz?

6. Özel eğitime ihtiyacı olan çocuğun ailesinin hangi konuda eğitime ihtiyaç duyduğunu düşünüyorsunuz?

7. Aile eğitimi ya da katılımı çalışması yapıyor musunuz? Evet ise neler yaptınız ya da planlıyorsunuz?

2.4. Verilerin Toplanması

Araştırma verileri özel eğitimde çalışan öğretmenlerinin müsait olduğu bir zaman diliminde yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Araştırmanın amacı açıklandıktan sonra sorular sorulmuş, görüşmeler not tutularak kaydedilmiştir. Görüşmeler ortalama 15-20 dakika sürmüştür. Soru formları cevaplandıktan sonra verilerin içindeki bilgiler sistematik olarak kodlanmıştır. Burada temel amaç toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bunun için, temel olarak birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmiştir. Daha sonra öğretmenlerin cevapları incelenmiş tablo haline dönüştürülmüştür.

2.5. Verilerin Analizi

Verilerin çözümlenmesi içerik analizi ile yapılmıştır. İçerik analizi, kurallara dayalı kodlamalarla metindeki sözcüklerin daha küçük kategorilerle özetlendiği sistematik bir tekniktir (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F., 2008). Bu çalışmada, görüşmelerden elde edilen kayıtların içerikleri not edilerek belirli temalar altında toplanarak tablolaştırılmıştır.

3. Bulgular

Bulgularda araştırma sorularına ilişkin bilgiler tablolar halinde sunulmuştur.

Tablo 2' de özel eğitime ihtiyaç duyan bireyler en çok hangi değerlere ihtiyaç duymaktadır? sorusuna ilişkin tablo verilmiştir.

Tablo 2. Özel Eğitime İhtiyacı Olan Bireyler Sizce En Çok Hangi Değerlere İhtiyaç Duymaktadır?

Değer	Örnek İfadeler	f	%
Günlük Yaşam	...temel yaşam becerilerini geliştirmek, sağlıklı alışkanlıklar kazandırmak, öğrenme güçlüklerini geliştirmek, beceri kazandırmaya çalışmaktayız.	11	13,4
Değer Görme	...çocuğu eğitim hayatına hazırlamak ve toplumun içinde kendini birey olarak hissetmesini sağlamak temel amacımızdır.	9	10,9
Öz bakım	...en başta kendi ihtiyaçlarını yani öz bakım becerilerini kendi gerçekleştirebilmeye.	9	10,9
Toplumsal Uyum	...bence özel gereksinimli bireylere kazandırılması gereken en önemli şey toplumsal uyumdur. Hayatlarını rahatça devam ettirebilmeleri açısından normal bir insanın günlük yaşamında yapabildiği şeyleri özel gereksinimli bireyde yapabilmelidir.	8	9,7
Sevgi	...sevgi değerine ve iyi hissetme değerlerine ihtiyaç duyarlar.	6	7,3
Sorumluluk	...çocuğunun sosyalleşebilmesini ve sorumluluk almayı öğrenmelerini isterim.	6	7,3
Saygı	...çocuklarına karşı ilgili, sabırlı, anlayışlı olan ailenin çocuklarından davranış olarak beklentisi saygı ve sevgidir.	5	6
Kabul	...çocuğun engel durumunu kabul etmesinin çok önemli olduğunu düşünüyorum.	5	6
İnsani değerler	...her insanda bulunması gereken temel niteliklere ihtiyacı var.	4	4,8
Öz güven	...bireyin topluma kaynaştırılması ve çok zor olmayan yani yapabileceği düzeyde, üstün bir başarı beklenmeyen sorumluluklar verilmeli ki birey ben yapabilirim duygusunu kendine aşılayabilsin. Çünkü böyle bireylerin kendine olan güveni sağlandığı zaman değerleri, öğrenim metotlarını, rutin işleri yapabilecek beceriye gelsin.	4	4,8
Empati	...hem diğer engellilerin yerine hem de normal gelişim gösteren akranlarının yerine kendini koyması gerekir.	4	4,8
Güven	...maalesef çocuğa acıyarak bakma, onun diğer insanlara karşı güvenine zarar vermektedir; dolayısıyla güvene ihtiyaçları vardır.	3	3,6

Azim-Çaba	... yapabileceğine inanma ve gayret etme.	3	3,6
Çalışkanlık	...çalışkan olma, hangi konu olursa olsun.	2	2,4
Sosyal değerler	...sosyal beceriye ihtiyaç duymaktadır.	2	2,4
Hoşgörü	...insan en çok hoşgörüye ihtiyaç duyar.	1	1,2

Tablo 2 incelendiğinde özel eğitimde çalışan öğretmenlere göre özel eğitime ihtiyacı olan öğrenciler sırayla %13,4 günlük yaşam, %10,9 değer görme, %10,9 öz bakım, %9,7 toplumsal uyum, %7,3 sevgi, %7,3 sorumluluk, %6 saygı, %6 kabul, %4,8 insani değerler, %4,8 öz güven, %4,8 empati, %3,6 güven, %3,6 azim-çaba, %3,6 çalışkanlık, %2,4 sosyal değerler ve %2,4 hoşgörü değerine ihtiyaç duymaktadırlar. Öğretmenlerin çoğu günlük yaşam değerlerine ihtiyaç duyduklarını belirtmektedirler. En az ise çalışkanlık, hoşgörü ve sosyal değerlere ihtiyaç duyduklarını ifade etmektedirler.

Tablo 3'te aileler çocuğunda hangi değeri görmek istemektedir? sorusuna ilişkin tablo sunulmuştur.

Tablo 3. Özel Eğitime İhtiyacı Olan Çocuk Sahibi Aileler Sizce Çocuğunda Hangi Değeri Görmek İstemektedir?

Değer	Örnek İfadeler	f	%
Bağımsız yaşam	...çocuğunun kendi ayaklarının üzerinde durabildiği, aileleri olmasa da hayatlarına devam edebildikleri bir yaşam.	15	18,2
Sorumluluk	...sorumluluk değerinde ihtiyaçları daha çok vardır. Bu değer sadece öğrenci için değil, aile için de önemli bir değerdir, çünkü; günlük hayat becerilerini yerine getirebilmesi, sosyal kabul görmesi, günlük gereksinimlerini karşılamaında gerekli olan değer sorumluluktur.	12	14,6
Mutluluk	... mutlu olma, güvende hissetme, öz güven, başarabilme duygusu, sevgi.	10	12,1
Sevgi	...çocuklarının sevgi dolu mutlu çocuklar olmalarını istiyorlar.	9	10,9
Saygı	...toplumda maalesef ki özel gereksinimli bireylere pek saygı gösterilmiyor. Onların en çok ihtiyaç duyduğu değerlerden biri de saygıdır.	8	9,7
Akademik Gelişim	...aileler çocuklarında akademik alanda başarı sağlamalarını isterler.	7	8,5
Öz bakım	...lavaboya gitmesini, kendi kendine yemeğini yiyebilmesini istiyor.	5	6
Toplumsal Uyum	...insan içine çıksın, arkadaşlarıyla beraber oynayabilsin istiyor.	4	4,8
Kabul	... daha çok ilgiye, sevgiye, saygı duyulmaya, merhamete, çevresindeki insanlardan kabul görmeye ihtiyaç duyuyorlar.	4	4,8
Merhamet	...kesinlikle şefkat, merhamet ve sabır değerlerine ihtiyaç duyarlar.	3	3,6
Sosyal Değerler	...saygı ve çocukları bencil olmaktan uzak tutmak için paylaşma duygusu ilk bunları kazandırıp daha sonra diğer değerleri ve eğitimi vermeyi esas buluyorum.	3	3,6
Evrensel Değerler	...tüm dünyada geçerli olan etik kuralları kazanmalıdır.	2	2,4

Tablo 3 incelendiğinde aileler çocuğunda en çok % 18,2 bağımsız yaşam, %14,6 sorumluluk, %12,1 mutluluk, %10,9 sevgi, %9,7 saygı, %8,5 akademik gelişim, %6 öz bakım, %4,8 toplumsal uyum, % 4,8 kabul, %3,6 merhamet, %3,6 sosyal değerler, %2,4 evrensel değerleri görmek istemektedirler. Öğretmenler ailelerin çoğunun çocuklarında bağımsız yaşam ve sorumluluk değerini görmek istediğini düşünmektedir.

Tablo 4'te çocuğa değer kazandırırken hangi yöntem ve tekniği izliyorsunuz? sorusuna ilişkin tablo sunulmuştur.

Tablo 4. Çocuğa Değer Kazandırırken Hangi Yöntem ve Tekniği İzliyorsunuz?

Yöntem ve Teknik	Örnek İfadeler	f	%
Model olma	...çocuğa en açık ve anlaşılır yoldan öğretebilmeye dikkat ediyorum. Doğru, açık ve yalın cümlelerle ifade ediyorum, model olmaya gayret ediyorum.	15	18,2
Doğrudan öğretim	...kazandırılmak istenen değere göre yöntem ve teknikler değişmektedir, örneğin iletişim becerilerinde daha fazla sosyal ortam oluşturup yapılmakta veya kavram öğretimlerinde doğrudan öğretim, eş zamanlı öğretim teknikleri kullanıyorum.	13	15,8
Taklit	...örneğin saygı ile ilgili taklit yapıyorum.	13	15,8
Değeri Açıklama	...değer kazandırırken öncelikle çocuklara bu değerlerin ne kadar önemli olduğunu ifade ediyorum. Yani değerlerin toplumsal olarak önemli şeyler olduğu açıklamaya çalışıyorum ve bizim için ne kadar gerekli olduğunu anlatıp ondan sonra değerleri kazandırmaya çalışıyorum.	10	12,1
Oyun	...oyun yöntemini kullanarak, yeterli araç ve gereçlerle amaçlanan değeri öğretiyorum.	9	10,9
Görsel Materyaller	...görseller gösterip dersi görsellerle zenginleştirmeye özen gösteriyorum.	6	7,3
Pekiştireç	...sınıfta herhangi bir durumda yapılan değer hakkında onları tebrik ediyorum, çocuğa uygun pekiştireç veriyorum.	4	4,8
Drama	...somut yaşantılara ihtiyaç duyarlar bizler de bu değeri kazandırırken yaparak ve yaşayarak öğrenmelerini önem veririz kullandığımız teknikler drama, rol oynama gibi tekniklerdir.	4	4,8
Rol yapma	...değerlerimizi anlatan kitaplar okuyoruz, videolar izliyoruz; bunları yaptıktan sonra o konular ile sohbet ediyoruz, canlandırmalar yapıyoruz.	3	3,6
Gösterip Yaptırma	...yaparak-yaşayarak öğrenme, gösterip-yaptırma yöntem tekniğini izliyoruz.	3	3,6
Örnek Olay	...örneklendirme yolunu izliyorum, öğretilecek değere yönelik günlük yaşamdan spesifik bir örnek olay ile anlatırım, öğretilen değerine yönelik aile bireyleri arasından bir örnek vermesini istiyorum.	2	2,4
Diğer Yöntemler	...sabit bir yöntemden söz edemeyiz, ancak sıklıkla kullandığım yöntem ve teknikler; doğrudan öğretim yöntemi, yanlışsız öğretim yöntemi, sosyal öykü, video model ve fırsat öğretimidir, zincirleme ve küçük adımlar.	2	2,4

Tablo 4 incelendiğinde özel eğitimde çalışan öğretmenler değer kazandırırken sırayla %18,2 model olma, %15,8 doğrudan öğretim, %15,8 taklit, %12,1 değeri açıklama, %10,9 oyun, %7,3 görsel materyaller, %4,8 pekiştireç kullanımı, %4,8 drama, % 3,6 rol yapma, %3,6 gösterip yaptırma, %2,4 örnek olay ve % 2,4 diğer yöntemleri kullanmaktadırlar. Öğretmenlerin çoğu çocuğa değer kazandırırken model olma, doğrudan öğretim ve taklit yöntemini kullanmaktadırlar.

Tablo 5'te değer kazandırırken nelere dikkat ediyorsunuz? sorusuna ilişkin tablo sunulmuştur.

Tablo 5. Değer Kazandırırken Nelere Dikkat Ediyorsunuz?

Örnek ifadeler	f	%
Çocuğun İlgisi ve İhtiyacı	15	18,2
Dikkat	13	15,8
Motivasyon Sağlama	12	14,6
Sabırlı Olma	12	14,6

Tekrar	...değeri açıklayınca sık sık tekrar ediyorum.	9	10,9
Yöntem ve Teknik	... bireysel farklılıklara uygun yöntem, teknik ve araç gereç kullanmaya önem gösteriyoruz.	8	9,7
İpucu	...değerleri iyi anlaması için küçük ipuçları veriyorum.	8	9,7
Sevgiyle Yaklaşım	...değeri öğretirken baskı ve dayatmadan uzak dururum, onlara arkadaşça ve sevgiyle yaklaşıyorum, çocuğun kendi düşüncelerinin oluşmasını sağlarım.	6	7,3
Sosyalleşme	...çocuğun mümkün olduğunca sosyalleşmesini sağlıyorum.	6	7,3
Olumlu Dil	...sabırlı ve hoşgörülü olmaya dikkat ediyorum. Çünkü zihinsel engelli bireylerin eğitimi normal bireylerin eğitimine kıyasla daha fazla fedakarlık, hoşgörü, istek ve ilgi gerektiriyor.	6	7,3
Ortak Çalışma	...çocukta değerlerin yeşermesi planlanmış bir çabayı gerektirir, plan içinde değerlerin kazandırılması dikkat edilmesi gerekir.	5	6
Ailenin Özellikleri	...çocuğun ve ailenin hassasiyetlerini, çocuğun gelişim düzeyini, çocuğun yaşını, ailenin yaşam tarzı, ailenin kültür özelliklerini ve ailenin ekonomik düzeyini dikkate alarak eğitimleri yapıyorum.	4	4,8
Jest ve Mimikler	...beden dilime, ses tonuma ve o anki duygusal paylaşıma dikkat ediyorum.	3	3,6
Bireysel Farklılıklar	...her çocuk farklıdır, bu sebepten eğitimlerinde de bireyselliğe önem veriyoruz.	2	2,4

Tablo 5 incelendiğinde özel eğitimde çalışan öğretmenler değer kazandırırken %18,2 çocuğun ilgi ve ihtiyacı, %15,8 dikkat, % 14,6 motivasyon, %14,6 sabırlı olma, %10,9 tekrar, %9,7 yöntem ve teknik, %9,7 ipucu, %7,3 sevgiyle yaklaşma, %7,3 sosyalleşme, %7,3 olumlu dil, %6 ortak çalışma, %4,8 ailenin özellikleri, %3,6 jest ve mimikler, % 2,4 bireysel farklılıklara dikkat etmektedirler. Öğretmenlerin çoğu değer kazandırırken çocuğun ilgi ve ihtiyaçlarına önem verdiklerini, dikkatini ve motivasyonunu sağlamaya özen gösterdiklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 6'da ailelerle nasıl iletişim kuruyorsunuz? sorusuna ilişkin tablo sunulmuştur.

Tablo 6. Ailelerle Nasıl İletişim Kuruyorsunuz?

	Örnek İfadeler	f	%
Doğrudan İletişim	...olumlu yaklaşarak, açık-net, sınırları çizerek, işbirliği yaparak, veliye her zaman destek olabileceğini hissettirim.	15	15,8
Yüz yüze İletişim	...aileye bir öğretmen gibi değil bilgi kaynağı gibi ansiklopedi gibi yüz yüze yaklaşım sağlıyorum.	14	17
Telefon	...şu an içinde bulunduğumuz pandemi süreci etkisinden dolayı yüz yüze iletişimlerden olabildiğince kaçınıyoruz, telefon ile iletişim kurmaya gayret ediyoruz.	14	17
Okul Giriş Çıkışları	...çocuklarını almaya geldiklerinde gün içerisinde yapılanlar anlatılır ve evde tekrarlama gereken etkinlikler söylenir.	10	12,1
Toplantılar	...toplantılar yapıp, yargılayıcı olmadan yani kabul edici bir dil kullanıyorum, bu kabul ilişkisi ailenin kendini savunmasını engelleyip iş birliğini kolaylaştırıyor.	10	12,1
Online Toplantı	...çevrim içi toplantılar ile iletişim kuruyorum.	7	8,5
Ev Ziyareti	...zaman zaman ev ziyaretleri yapıyoruz ve veli istekleri alıyorum, ona göre etkinlikler düzenliyoruz.	4	4,8
Küçük Not Kağıtları	...çocuğu alırken ve teslim ederken kısa bilgiler şeklinde aileye bilgiler veriyorum.	4	4,8
Samimiyet Dili	...ailelere karşı daha samimi şeffaf iş birlikçi bilgilendirmeye yönelik kırıcı olmayan üslupla yaklaşarak iletişim kuruyoruz.	4	4,8

Tablo 6 incelendiğinde özel eğitimde çalışan öğretmenler ailelerle iletişimde; doğrudan iletişim, yüz yüze iletişim, telefon ile iletişim, toplantılarla, okul giriş çıkışlarında, online toplantılarla, ev ziyaretleri ile, küçük not kağıtları ile ve samimiyetle iletişim kurduklarını ifade etmektedirler. Öğretmenlerin çoğu ebeveynlerle doğrudan, yüz yüze ve telefon ile iletişim kurduklarını belirtmektedirler.

Tablo 7'de özel eğitim ihtiyacı olan çocuk ailesinin hangi konuda eğitime ihtiyaç duyduğunu düşünüyorsunuz? sorusuna ilişkin tablo sunulmuştur.

Tablo 7. Özel Eğitime İhtiyacı Olan Çocuk Ailesi Hangi Konuda Eğitime İhtiyaç Duyduğunu Düşünüyorsunuz?

Eğitim İhtiyacı	Örnek İfadeler	f	%
Kabul	...bazı aileler çocuklarının özel durumlarını kabullenmekte biraz zorlayabiliyorlar.	13	15,8
Psikolojik Destek	...yaşadıkları üzüntü ve çöküntüye yönelik eğitimlere ihtiyaçları fazla.	12	14,6
Duygusal Destek	...ilk olarak aileye çocuğun yetersizliğinin türü derecesi hakkında bilgi veriyorum, ailelerden çocuklarından gerçekçi beklentide olmalarını istiyorum.	9	10,9
Öğretim Yöntem ve Teknikleri	...okulda kazandıklarını devam ettirmek için gereken öğretim yöntem ve tekniklerini kullanmaya ihtiyaçları var.	8	9,7
Doğru İletişim	...çocuklarını daha iyi tanıyabilmeleri ve daha sağlıklı iletişim kurabilme becerilerine ihtiyaç var.	7	8,5
Öz bakım	...en büyük değer bu çocuğun tek başına öz bakım becerilerini tamamlaması.	6	7,3
Davranış Eğitimi	...davranış değiştirmede kullanılan yöntemlerin nasıl kullanıldığı konusunda bilgilendirme alabilirler.	6	7,3
Sabır Eğitimi	...farklı gözle bakılıyor bu insanlara o yüzden onların en çok daha sabırlı olmaları için eğitime ihtiyaç duyduklarını düşünüyorum.	4	4,8
Okul-Aile İş birliği	...çocuğun eğitimde okul ev paralelliği sağlanması önemli.	3	3,6
Cinsel Eğitim	...çocukların mahremiyetine yönelik doğru bilgilere ihtiyaçları bulunmaktadır.	3	3,6
Bilgilendirme	...ailelere çocuklarının tanısı ve yetersizlikleri ile ilgili bilgilendirme yapılması eğitim sürecinde ortak destek sağlanması çok önemlidir.	3	3,6
Sorunlarla Baş Etme	... problem davranış ile başa çıkma teknikleri konusunda eğitime ihtiyaç duyduklarını düşünüyorum.	2	2,4
Rehberlik	...ailelerin çocuğunun engel türünü hakkında daha farkındalık yaratacak konular üzerinden bilgilendirilmesi için eğitim alabilirler.	2	2,4
Ev Etkinlikleri	...ailelere öncelikle; "kabul süreci, beceri öğretimi, davranış yönetimi, evde yapabilecek etkinlikler" hakkında eğitimler düzenlenmesinin işlevsel olacağını düşünüyorum.	2	2,4
Değerler Eğitimi	..."değerler eğitimi" yani insanı insan yapacak temel ilkeleri nasıl çocuğa aktaracağı konusunda.	2	2,4

Tablo 7 incelendiğinde özel eğitimde çalışan öğretmenlere göre aileler en çok %15,8 kabul, %14,6 psikolojik destek, %10,9 duygusal destek, %9,7 öğretim yöntem ve teknikleri, %8,5 doğru iletişim, %7,3 öz bakım, %7,3 davranış eğitimi, %4,8 sabır eğitimi, %3,6 okul aile iş birliği, %3,6 cinsel eğitim, %3,6 bilgilendirme, %2,4 sorunlarla baş etme, %2,4 rehberlik, %2,4 ev etkinlikleri, %2,4 değerler eğitimi konularında eğitime ihtiyaç duymaktadırlar. Öğretmenlere göre ailelerin çoğu kabul, duygusal ve psikolojik desteğe gereksinim duymaktadırlar.

Tablo 8 de aile eğitimi ya da katılımı çalışması yapıyor musunuz? sorusuna ilişkin tablo sunulmuştur.

Tablo 8. Aile Eğitimi ya da Katılımı Çalışması Yapıyor Musunuz? Evet ise Neler Yaptınız ya da Planlıyorsunuz?

Aile Eğitimi-Katılımı Yapma Durumu	Örnek İfadeler	f	%
Hayır	...içinde bulunduğumuz pandemi sürecinden dolayı pek mümkün olmuyor, ama daha önce aileye yönelik eğitimler yaptığımız olduğu zamanlar oldu.	12	14,6
Evet		70	85,4
Seminerler	...okul rehber öğretmeni ile işbirliği içerisinde broşür ve slaytlar düzenlenerek.	14	17
Bireysel Görüşmeler	...ailenin ihtiyacına göre bireysel olarak planlamalar yapmayı düşünüyoruz.	14	17
Sınıfa Davet	...çocuğun özel gereksinimi hakkında belli aralıklarla velileri sınıfa davet ediyorum, çocuklarda gördüğüm gerileme ya da ilerleme hakkında bilgi veriyorum.	9	10,9
Etkinlik Paylaşma	...çocukları sınıf ortamında izleme, etkinlikleri paylaşma ve onlara bu anı paylaşmaya başladık.	8	9,7
Aile Toplantıları	...çocuğun raporunda yer alan eğitsel amaçlar kısmını plan yapıp aylık ve haftalık olarak ailelerle uygulama yapıyoruz.	7	8,5
Ev Sorumluluğu	...çocuklarla birlikte etkinlikler yapması için bir zarfa yazıyorum, bazı yaptığım etkinliklere ailelerinde çocuğuyla birlikte yapmasını rica ediyorum.	6	7,3
Grup Sohbetleri	...whatsapp veli gruplarını aktif kullanıyorum	5	6
Online Eğitimler	...çeşitli alanında uzman hocaların toplantı linkleri paylaşıyorum. online destek toplantıları yapıyorum.	4	4,8
Geziler	...hep birlikte kır gezisine çıktık.	3	3,6

Tablo 8 incelendiğinde özel eğitimde çalışan öğretmenlerin %14,6'sı aile eğitim ya da katılım çalışması yapmadıklarını ifade etmişlerdir. %85,4'ü ise yapmakta ya da planlamaktadır. Öğretmenler %17 seminerler, %17 bireysel görüşmeler, %10,9 sınıfa davet, %9,7 etkinlik paylaşma, %8,5 aile toplantıları, %8,5 grup sohbetleri, %4,8 online eğitim ve %3,6 gezi yaptıklarını ya da planladıklarını ifade etmişlerdir. Öğretmenlerin çoğu aileler ile seminerler, bireysel görüşmeler ve sınıfa davet yolu ile eğitim uygulamakta ya da planlamaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Değer odaklı aile eğitimine ilişkin özel eğitimde öğretmen görüşlerini incelemek için yapılan bu çalışmada 82 öğretmen ile görüşülmüştür. Özel eğitimde çalışan öğretmenlere göre özel eğitime ihtiyacı olan öğrenciler günlük yaşam, değer görme, öz bakım, toplumsal uyum, sevgi, sorumluluk, saygı, kabul, insani değerler, öz güven, empati, güven, azim-çaba, çalışkanlık, sosyal değerler ve hoşgörü değerine ihtiyaç duymaktadırlar. Özbay ve Aydoğan (2013) aile bireyleri arasında disiplin, iletişim, öz güven ve esnekliğin, aile sistemi içinde bireylerin uyumlu olmalarında önemli olduğunu vurgulamışlardır. Ayrıca bireylerin yaşamdaki sorumluluklarını yerine getirmesi, başkalarıyla etkileşim içinde olması, başkalarının anlayışına saygı duyması ve bundan memnun olması öz yeterliliği oluşturmaktadır (Turan, 2017).

Özel eğitimde çalışan öğretmenlere göre aileler çocuklarında en çok bağımsız yaşam, sorumluluk, mutluluk, sevgi, saygı, akademik gelişim, öz bakım, toplumsal uyum, kabul, merhamet, sosyal değerler, evrensel değerleri görmek istemektedirler. Yiğittir (2010) çalışmasında ailelerin en çok aile birliğine önem verme, bayrağa ve İstiklal Marşı'na saygı, çalışkanlık, cesaret ve dürüstlük gibi değerleri çocuklarının okullarda kazanmasını istediklerini tespit etmiştir. Anne babalar bilinçli ya da bilinçsiz olarak tüm değer, davranış ve tutumlarını çocuklarına aktarırlar (Akarsu, 2015). Dolayısıyla aile içinde oluşturulacak olumlu atmosfer çocukların karakter gelişimine olumlu yansıtacaktır (Aydın ve Gürler, 2014).

Öğretmenler değer kazandırırken model olma, doğrudan öğretim, taklit, değeri açıklama, oyun, görsel materyaller, pekiştirici kullanımı, drama, rol yapma, gösterip yaptırma, örnek olay inceleme ve diğer yöntemleri kullanmaktadırlar. Başka bir çalışmada doğrudan öğretim yönteminin zihinsel yetersizliği olan öğrencilere örüntü oluşturma becerilerinin

öğretiminde etkili olduğu görülmüştür (Sazak-Pınar ve Kocabıyık, 2014). Otizmliler çocuklara video model ile öğretim yönteminin çocukların sosyal iletişim becerilerinde etkili olduğu sonucu gözlemlenmiştir(Charlop, Dennis, Carpenter ve Greenberg, 2010). Akyol (2010) çalışmasında drama, rol yapma, empati etkinlikleri, tartışma, iş birliği öğrenme, vaka çalışmaları, eğitici oyunlar, gezi-gözlem gibi öğrenciyi duygusal olarak geliştirecek yöntem ve tekniklere daha fazla önem verilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Özel eğitimde çalışan öğretmenler değer kazandırırken çocuğun ilgi ve ihtiyacı, dikkat, motivasyon, sabırlı olma, tekrar, yöntem ve teknik, ipucu, sevgiyle yaklaşma, sosyalleşme, olumlu dil, ortak çalışma, ailenin özellikleri, jest ve mimikler ve bireysel farklılıklara dikkat etmektedirler.

Özel eğitimde çalışan öğretmenler ailelerle iletişimde; doğrudan iletişim, yüz yüze iletişim, telefon ile iletişim, toplantılarla, okul giriş çıkışlarında, çevrim içi toplantılarla, ev ziyaretleri ile, küçük not kağıtları ile ve samimiyetle iletişim kurduklarını ifade etmektedirler. Başka bir çalışmada öğretmenler lisans eğitimleri boyunca uygulama döneminde aile eğitimi ile ilgili herhangi bir uygulama yapmadıklarını ve ailelerle yüz yüze gelmedikleri için çalışma hayatında ailelerle karşılaştıklarında deneyimsiz olduklarını belirtmişlerdir (Sarı, Atbaşı ve Çitil, 2017).

Özel eğitimde çalışan öğretmenlere göre aileler kabul, psikolojik destek, duygusal destek, öğretim yöntem ve teknikleri, doğru iletişim, öz bakım, davranış eğitimi, pekiştirme kullanımı, sabır eğitimi, engel özellikleri, okul aile iş birliği, cinsel eğitim, empati, bilgilendirme, sorunlarla baş etme, rehberlik, ev etkinlikleri, değerler eğitimi konularında eğitime ihtiyaç duymaktadırlar. Özel eğitime ihtiyacı olan çocuk sahibi babalar duygusal destek kaynağı olarak en yakın aile üyelerini gördüklerini ve onlardan destek aldıklarını belirtmişlerdir (Hu, 2020). Başka bir çalışmada ise annelerin en çok bilgi ihtiyaçlarını belirttikleri, en az ise çocuğunun durumunu başkalarına açıklama ihtiyacını tercih ettikleri görülmüştür (Öztürk, 2011). Engelli çocuğu olan aileler; bilgi, destek, toplum hizmeti, finansal kaynaklar ve başkaları tarafından anlaşılma ihtiyaçlarını ifade etmektedirler (Durualp, Kocabaş, Arslan & Özaydın, 2011).

Özel eğitimde çalışan öğretmenlerin %14,6'sı aile eğitim ya da katılım çalışması yapmadıklarını ifade etmişlerdir. %85,4'ü ise seminerler, bireysel görüşmeler, sınıfa davet, etkinlik paylaşma, aile toplantıları, grup sohbetleri, online eğitim ve gezi yaptıklarını ya da planladıklarını ifade etmişlerdir. Ancak Türkiye'de ailelerle ilgili yapılan çalışmaların çoğunda ailelerin çocuklarının eğitimine katılmadığı ve eğitimde yeterince yer almadığı ifade edilmektedir (Cavkaytar ve Özen, 2009). Oysa Türkiye'de verilen özel eğitim hizmetlerinin yoğunluğunun düşük olması ve çocukların ihtiyaç duyduğu eğitimin kurumlarda tam olarak karşılanamaması nedeniyle, özel gereksinimli bireylerin eğitimine aile bireylerinin katılımı zorunludur (Özdemir, 2013).

Özel eğitime ihtiyaç duyan bireyler için değerlere yönelik çalışmalar artırılabilir. Özel eğitimde aile eğitimine yönelik lisans düzeyinde uygulamalı eğitimlere ağırlık verilmelidir. Özel eğitimde değerler eğitime yönelik etkinlik havuzları oluşturulabilir. Değerlerin kazanılmasında öğretmenlere yönelik eğitim etkinlikleri düzenlenebilir. Ailelerin değer odaklı bakış açısı geliştirmesi konusunda ortak çalışmalar yapılabilir. Ebeveynlerin özel eğitime ihtiyaç duyan çocuklarını kabul etmede yaşadığı zorlukları aşmada değerlerden yararlanılabilir. Bu anlamda özel eğitimde ailelerin değer odaklı aile eğitimine ihtiyaç duydukları, buna yönelik aile eğitim çalışmaları yapılması gerektiği önerilebilir.

Kaynakça

- Akarsu, S. (2015). *İlkokul (1-4) ve Ortaokul (5-8) Müzik Ders Kitaplarında Yer Alan Şarkıların Değerler Bakımından İncelenmesi ve Değerler Eğitimi İlişkin Öğrenci Algıları*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Van.
- Akyol, Ş. (2010). *İlköğretim 6. Sınıf türkçe ders kitaplarında yer alan sevgi temasının değerler eğitimi açısından incelenmesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Aydın, M. Z. ve Gürler, Ş. A. (2012). *Okulda Değerler Eğitimi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Baykoç, N. (2011). Özel gereksinimli çocuklar ve özel eğitim. N. BAYKOÇ (Ed.). *Özel gereksinimli çocuklar ve özel eğitim* içinde (s.15-29). Ankara: Eğiten Kitap.
- Büyükoztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. Ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Yayıncılık: Ankara.
- Cavkaytar, A. ve Özen, A. (2009). Aile katılımı ve eğitimi. İçinde AKÇAMETE, G. (Ed.), *Genel eğitim okullarında özel gereksinimi olan öğrenciler ve özel eğitim*, (169-198) Ankara: Kök Yayıncılık.
- Charlop, M.H., Dennis, B., Carpenter, M. H. ve Greenberg, A.L. (2010). Teaching socially expressive behaviors to children with autism through video modeling. *Education and Treatment of Children*, 33 (3), 371-393.

- Clark, M. (2007). *A practical guide to quality interaction with children who have abearing loss*. San Diego, CA: Plural
- Çitil, M. (2016). *Engelli çocuğu olan ailelerin toplumsal yapısı ve eğİtsel sorunları (Ankara ili örneği)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Diler Sönmez, N. (2008). Eve dayalı gündüz tuvalet kontrolü aile eğitimi programının annelerin kuruluk kaydı tutma ile gündüz tuvalet kontrolü kazandırma becerisini ve çocukların gündüz tuvalet kontrolünü kazanmasındaki etkisi. (Doktora tezi). <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Durualp, E., Kocabaş, K., Arslan, A., & Özyayın, K. (2011). The Examination of The Needs and Stress Levels of the Parents of Handicapped Children in Terms of Some Variables. *China Education Rewiev*, 260-272.
- Gündüz, M. ve Akın,A. (2014). Türkiye’de devlet okullarındaki özel eğitimle ilgili sorunlar ve çözüm önerileri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 86-95.
- Güzel, Ş. (2006). Dört altı yaş grubu çocuğa sahip annelerin aile eğitimine yönelik ihtiyaç duydukları konuların belirlenmesi. (Yüksek lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Hu, X. (2020). Chinese fathers of children with intellectual disabilities: Their perceptions of the child, family functioning, and their own needs for emotional support, *International Journal of Developmental Disabilitie*. doi: 10.1080/20473869.2020.1716565
- İlhan, T. (2017). Özel gereksinimli 3-6 yaş çocuklarının ebeveynlerinin stres düzeyleri ile rolleri arasındaki ilişki. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi*, 18(3), 383-400.
- Kaner, S. (2015). Aile katılımı ve iş birliği. B. SUCUOĞLU (Ed.), *Zihin engelliler ve eğitimleri içinde* (5. Baskı, s.355 402). Ankara: Kök Yayıncılık.
- Koca, A. (2016). İştirme kayıplı çocuğu olan bir ailenin aile eğitimi sürecinin incelenmesi. (Yüksek lisans tezi). <https://tez.yok.gov.tr> sayfasından erişilmiştir.
- Mahoney, G. (2009). Relationship focused intervention (RFI): Enhancing the role of parents in children's developmental intervention. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 1(1), 79-94.
- Metin, N. (2012). Özel gereksinimli çocuğun aileye katılımı. Metin, N. (Ed.), *Özel Gereksinimli Çocuklar*. (s. 11-28). Ankara: Maya Akademi,
- Milli Eğitim Bakanlığı (2018). Özel eğitim hizmetleri yönetmeliği. Resmî Gazete: 30471.
- Öncül, N. (2012). Özel Gereksinimli Çocuk Ailesini Anlayalım. CAVKAYTAR, A. (Ed.), *Özel Eğitimde Uygulamalı Aile Eğitimi* (s. 12-26). Ankara: Vize Yayıncılık.
- Özbyay, Y. ve Aydoğan, D. (2013). Aile yılmazlığı: Bir engele rağmen birlikte güçlenen aileler. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, 7 (31), 129-146.
- Özdemir, O. (2010). Özel eğitimde aile eğitimi ve rehberliği. A. CAVKAYTAR (Ed.). *Ailelere sunulan hizmetler içinde* (s.51-77). Ankara: Maya Akademi Yayınları.
- Özdemir, O. (2013). Özel eğitimde aile eğitimi ve rehberliği. İçinde CAVKAYTAR, H. (Ed.), *Ailelere sunulan hizmetler ve destekler*, (57-86) Ankara: Vize Yayıncılık.
- Öztürk, Y. (2011). *Engelli Çocuğu olan Ailelerin Gereksinimlerinin Ve Aile Yükünün Belirlenmesi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sarı, H., Atbaşı, Z., & Çitil, M. (2017). Özel eğitim ve rehabilitasyon merkezlerinde görev yapan öğretmenlerin aile eğitimi konusundaki yeterliliklerinin belirlenmesi. *Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(3), 668-684.
- Sazak-Pınar, E. ve Kocabıyık, D. (2014). Orta düzeyde zihinsel yetersizliği olan öğrencilere örüntü oluşturma becerisinin öğretiminde doğrudan öğretim yönteminin etkililiği. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(3), 279-298.
- Simmerman, S., Blacher, J., & Baker, B. L. (2001). Fathers "and mothers" perceptions of father involvement in families with young children with a disability. *Journal of Intellectual &Developmental Disability*, 26(4), 325 338.
- Şeker, E. (2013). Özel gereksinimli çocuğa sahip ebeveynlere yönelik olarak düzenlenen aile eğitimi etkinliklerinin değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Yıkımsı, A. ve Özbey, F. Y. (2009). Otistik çocuğa sahip annelerin çocuklarının devam ettiği rehabilitasyon merkezlerinden beklentilerinin ve önerilerinin belirlenmesi. *International Online Journal of Educational Sciences*, 1, 124-153.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yiğittir, S. (2010). İlköğretim Öğrenci Ailelerinin Okullarda Kazandırılmasını Arzuladığı Değerler. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 8, 19,207-223.

Extended Abstract

Aim and Scope

The term "individual in need of special education" is used in the Special Education Services Regulation, which was revised in 2018 in Turkey. The individual in need of special education is named as "an individual who differs significantly from the expected level in terms of individual characteristics and educational qualifications for various reasons". In article 18 of this regulation; the importance of family education has been expressed as "Family education includes all kinds of guidance and education services to be given to the family in order to contribute to the education of students in need of special education in all types and levels. Research shows that the support of children with special needs by their families contributes positively to the development of these individuals and that the participation of families in the family education program is vital for children. The aim of the study is to examine the views of teachers working in special education on value-oriented family education.

Methods

Qualitative research design was used in the research. The data were collected with the structured interview technique, which is one of the qualitative research methods was applied using an open-ended question form in the structured interview technique. The study group of this research, which consists of 82 teachers working in private education institutions that can be reached with easily accessible sampling method, constitutes the study group. The interview form developed by the researchers in line with the purpose of the research was used in the collection of data in the research. There are 7 questions in the questionnaire. The face-to-face interviews were conducted while the teachers were at work. Data analysis was done with content analysis.

Findings and Conclusion

According to the teachers, students who need special education need self-care, social harmony, love, responsibility, respect, acceptance, human values, self-confidence, empathy, trust, perseverance, effort and hard work, values related to daily life, social values and tolerance. According to teachers working in special education, families mostly want to see their children's independent life, responsibility, happiness, love, respect, academic development, self-care, social harmony, acceptance, compassion, social values and universal values. 14.6% of teachers working in special education stated that they do not conduct family education or participation studies. 85.4% of them stated that they do or plan seminars, individual interviews, class invitations, sharing events, family meetings, group chats, online training and trips.

Gümüşhane Üniversitesinin Dijital Dönüşüm ve Covid-19 Pandemisine İlişkin Çalışmalarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Gümüşhane University's Actions on Digital Transformation and Covid-19 Pandemic

Halil İbrahim Zeybek¹, Günay Çakır², Ferkan Sipahi³, Handan Çam⁴

Öz

Dünya, 2019 yılında ortaya çıkan ve 2020 yılı başında pandemiye dönüşen SARS-CoV virüs salgını ile mücadele etmeye başlamış ve salgın tüm yaşam biçimimizi etkilemiştir. Bu zorlu süreçte tüm insanlık bir arada savaş vermek zorunda kalmıştır. Salgından önce teknolojik gelişmeler ve çevresel kirlilikler hayatımızın her alanında etkili olmaya başlamışken, salgınla eğitimde de radikal değişiklikler olmuştur. Ülkemizde salgın öncesi az sayıda üniversite uzaktan eğitimde ön planda yer almıştır. Yükseköğretim Kurulu, pandemiden önce, üniversitelerde dijital teknoloji kullanımını yaygınlaştırma stratejisi ile geleceği görerek etkili bir adım atmış ve "Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi" başlatmıştır. Bilgi teknolojileri kullanımının yaygınlaşması, öğrenme tekniklerinin değişmesi, toplumsal istekler, öğrenen/öğreten profili ve son olarak pandemi, dijital dönüşümde etkili olmuştur. Dijital dönüşümün gerekliliği, pandemi döneminde daha belirgin şekilde anlaşılmıştır ve yaşanan zorluklar, toplumlarda farklı eğilimlerin daha hızlı benimsenmesine neden olmuştur. Gümüşhane Üniversitesi de Yükseköğretim Kurulu'nun 2018 yılında başlattığı Dijital Dönüşüm Projesi'ne ikinci aşamada dahil olmuştur. Bu çalışmanın ana amacı da Gümüşhane Üniversitesinin COVID-19 pandemisi dönemindeki dijital dönüşüm ve pandemi odaklı çalışmaların bir kısmını değerlendirmektir. Sonuç olarak, Gümüşhane Üniversitesinin pandemi süreci boyunca oldukça başarılı faaliyetler yürütmüş ve dijitalleşmeyi eğitimin her alanına yaymak adına önemli çabalar sarf etmiştir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Gümüşhane, Pandemi, Yükseköğretim, Dijital Dönüşüm

Abstract

The world started to struggle with the SARS-CoV virus epidemic, which emerged in 2019 and turned into a pandemic at the beginning of 2020, and the pandemic has affected our entire way of life. In this rough time, all humanity had to fight together. While technological developments and environmental pollution started to be effective in all areas of our lives before the pandemic, there have been radical changes in education with the pandemic. Before the pandemic in our country, few universities were at the forefront of distance education. The Council of Higher Education took an effective step with the strategy of extending the use of digital technologies in universities and started the "Digital Transformation Project in Higher Education." The widespread use of information technologies, changes in learning techniques, social demands, learner/teacher profile, and finally the pandemic have been effective in digital transformation. The necessity of digital transformation has been more clearly understood during the pandemic period, and the difficulties experienced have led to faster adoption of different trends in societies. Gümüşhane University was also involved in the second phase of the Digital Transformation Project initiated by the Council of Higher Education in 2018. The main purpose of this study is to evaluate the digital transformation and pandemic-oriented actions of Gümüşhane University during the COVID-19 pandemic period. As a result, Gümüşhane University has carried out very successful activities during the pandemic and made significant efforts to spread digitalization in all areas of education.

Keywords: Education, Gumushane, Pandemic, Higher Education, Digital Transformation

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: I2, O33

Submitted: 10 / 06 / 2021

Accepted: 02 / 11 / 2021

¹ Prof. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, zeybekhi@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-4097-9079>.

² Prof. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane Meslek Yüksek Okulu, Ormanlık Bölümü, gcakir@gumushane.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-4951-4283>

³ Prof. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi, Jeoloji Mühendisliği, ferkansipahi@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-4072-4834>

⁴ Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, hcam@gumushane.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-0982-2919>

Giriş

Son yıllarda, dijital teknolojiler birçok girişim tarafından yaygın şekilde kullanılmaya başlanmıştır. Dijital dönüşüm, yönetsel ve örgütsel süreçlerde ve örgüt yapılarında değişikliklere neden olmuştur. Organizasyonlar yeni teknolojilere uyum sağlayarak geleceğe güvenli adımlar atmak için çalışanlarını eğitmektedirler (Matt vd., 2015). Öte yandan, toplumlar hızlı değişimlerle yeniden şekillenirken, her alanda kendini hissettiren teknoloji, bilgi üreten kurumların başında gelen üniversitelerin de ilgi odağı olmasını sağlamıştır. Lenzner ve Johnson (1998), büyük üniversite yerleşkelerinin yerine büyük bir değişimle küçük yerleşkelerin geniş coğrafyalara doğru yayıldıklarını ileri sürmektedirler. Bunun yanında, üniversitelerin bilginin üretilmesi ve topluma sunulmasında; güncellenmiş, esnek ve işlenmeye uygun olan teknolojik bilgiye ve deneyime ihtiyacı olduğu da ayrıca belirtilmektedir Lenzner ve Johnson (1998). Duderstadt (2001) ise hızlı gelişen dijital teknolojiler ile bilgiye ulaşma, bilgiyi yönetme ve kullanma süreçlerinin de hızlı değişim gösterdiğini ve üniversitelerin bilgi aktarımını yerleşke sınırlarından kurtaracağını vurgulamaktadır.

Kaos kuramına göre Dünya küçük bir gezegendir. Dünyanın bir bölgesinde oluşan olaylar zincirleme olarak farklı etkiler yaratabilmekte ve tetikleyici olayların sonuçları sistemin tüm bileşenlerini etkileyebilmektedir (Lorenz, 1972). Kurama verilecek en güncel örnek, Aralık 2019'da Çin'de ortaya çıkan COVID-19 pandemidir (Kovalevskaia vd., 2021, Postavaru vd., 2021). Pandemilerin her zaman halk sağlığı ve ruh sağlığı üzerinde önemli etkileri ile çevresel ve politik sonuçları vardır. Bu bağlamda, kitle iletişim araçları aracılığıyla yayılan ve bireyler ile kuruluşlar tarafından sağlanan güven, normallik ve istikrar duygusunun sürdürülmesinde önemli bir idari ve psikolojik özelliktir (Siegrist ve Zingg, 2014). Halkın yayılan bilgiye olan güveninin artması pandemiye uyumu sağlayarak toplumsal iyileştirmeyi hızlandırmaktadır. Aynı zamanda, sağlık tehdidi içeren ulusal felaketlerin yarattığı krizleri yönetmenin önemli boyutlarından biri de halka sunulan toplu bilgilerin geçerlilik ve güvenilirlik derecesidir (Lin vd., 2018). Bu nedenle, topluma aktarılan bilginin şeffaflığı, pandemiler gibi küresel sağlık krizleri sırasında ve sonrasında kriz yönetiminin esaslarından biridir (Jones vd, 2010; Henrich ve Holmes, 2011; Lai, 2012). Toplumda kaygıyı engelleyerek toplumun ruh sağlığını korumak, pandemi sürecindeki temel amaçlardan biriyken pandeminin diğer toplumsal etkilerini de dikkate alarak krizi yönetmek elzemdir. Örneğin, salgın döneminde kamusal hizmetlerin sunumu, çalışma biçimleri ve eğitim gibi konularda önemli değişiklikler söz konusu olmuştur (Gallacher ve Hossain, 2020; Koçoğlu ve Tekdal, 2020; Sari ve Nayır, 2020; Gocha, 2021; Manea, 2021). Bahsi geçen konulardaki en köklü ve ortak değişim, artık birçok hizmete ulaşımın, çalışmanın ve eğitimin “uzaktan” hale gelmesidir. Süreçlerin uzaktan yürütülmesinin temeli ise başarılı bir dijital dönüşümdür (Abdulrahim ve Mabrouk, 2020).

Birçok ülke, henüz COVID-19 pandemisi başlamamışken öngörülü projeleri sayesinde krizi fırsata çevirebilmeyi başarmıştır. Bu projelerden biri de Türkiye Cumhuriyeti'nin 1982 Anayasası ile belirlenen yükseköğretim sisteminin temel esaslarına göre oluşturulan anayasal bir kuruluş olan ve tüm yükseköğretim kurumlarını çatısı altında toplayan Yükseköğretim Kurulu (YÖK, 2021) tarafından 2018 yılında başlatılan “Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi”dir. Projeye ikinci gruptaki pilot üniversitelerden biri olarak dahil olan Gümüşhane Üniversitesi de dijital dönüşüme yönelik çalışmalarının ve dönüşümü kurum çapında yaygınlaştırma misyonunun sayesinde COVID-19 pandemisine hazırlıksız yakalanmamıştır. Bu bağlamda, mevcut çalışmada, Gümüşhane Üniversitesinin pandemi dönemindeki dijital dönüşüme yönelik çalışmalarını değerlendirmek amaçlanmaktadır.

Gümüşhane Üniversitesinde Anadolu Üniversitesi ile sertifika programına ilişkin eğitimler çevrim içi devam ederken hızla uzaktan eğitim altyapısı çalışmalarına başlanmış ve 23 Mart 2020 itibarıyla açık kaynak kodlu ve herkesçe kullanılacak tamamen ücretsiz bir ders yönetim sistemi olan Moodle öğrenme bilgi sistemi ve ona entegre açık kaynak kodlu BigBlueBotton canlı ders sistemi ile senkronizasyonu oluşturulmuş olup yapılan çalışmaya kaynak sağlamaktadır.

Çalışmanın bir sonraki bölümü literatür araştırmasına ayrılmıştır. Akabinde, Gümüşhane Üniversitesinin dijital dönüşüm ve dönüşümün zaruri kıldığı uzaktan eğitim sürecindeki çalışmaları ve bu çalışmalara yönelik istatistikler sunulmaktadır. Son bölümde ise bahsi geçen çalışmalara ilişkin bir değerlendirmenin yapıldığı sonuç ve tartışmaya yer verilmiştir.

1. Literatür Taraması

2000'li yılların başında etkin olarak kullanılmaya başlanan dijital dönüşüm için önemli bir bileşen olarak değerlendirilen “dijital okuryazarlık” kavramı ortaya çıkmıştır. Dijital okuryazarlık kavramı, teknik, psikolojik ve kişilerarası boyutlara yönelik birçok alt kavramı kapsamaktadır. Sosyal, psikolojik ve kültürel yeterlilikler bağlamında da radikal değişiklikler gerektirecek olan dijital dönüşüm birçok farklı şekilde kavramsallaştırılmaktadır (Alexander vd., 2017). Kavramların en kabul görenleri ise Endüstri 4.0, Sanayi 4.0, Dördüncü Sanayi Devrimi ve Toplum 5.0'dır (Pereira vd., 2021; Demirbağ ve Yıldırım, 2021). Dördüncü sanayi devrimini tariflendirmek üzere ise nesnelerin interneti ve siber-fiziksel üretim sistemleri gibi alt kavramlar ön plana çıkmaktadır. Endüstri 4.0'ın yalnızca iş birliği robotlar ya da otonom araçlar gibi teknolojilerle sınırlandırılmayacak bir kavram ve bütüncül bir gelişim stratejisi olduğunun bilincinde olan Türkiye de dönüşümde ön plana çıkan ülkelerden biri olmak adına “%100 yerli ve milli” girişimleri yaygınlaştırarak sosyoekonomik ve politik yapılara

entegre etmektedir (Yıldırım ve Demirbağ, 2019). Endüstri 4.0 döneminin ülkemizdeki karşılığı Milli Teknoloji Hamlesi ve Dijital Türkiye olarak karşımıza çıkmaktadır.

Pandemi Mart 2020 itibarıyla çok kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına almıştır (WHO, 2020a; 2020b). 2019 Aralık ayında tespit edilerek literatüre giriş yapan koronavirüs (COVID-19) pandemisi sosyokültürel, politik, ekonomik, eğitimsel, hukuki ve idari yönlerden etkisini sürdürmektedir. Birçok can kaybı ve zarara neden olan bu doğal felaket, değişimler, yeni başlangıçlar ve dönüşümlere sebep olmuştur (El Maarouf vd., 2020) ve dönüşümler sonrasında yeni bir yaşam düzeninin benimsenmiş olacağını söylemek mümkündür.

Toplumsal yaşamı etkileyecek tüm boyutların sürdürülebilir olması önem arz ederken araştırmamızın konusu olan eğitimin sektöre uğramadan devam etmesi oldukça kritiktir. Hiç şüphesiz, pandemi eğitime bakış açımızı ve eğitimi yorumlama şeklimizi değiştirmiştir Pandemi dönemi boyunca, kısmi ve tam zamanlı sokağa çıkma kısıtlamaları ve bireysel/genel karantinalar (izolasyonlar) gibi birçok önlem alınmıştır. Bu önlemlerden biri de eğitim kurumlarının örgün eğitime ara vermeleridir (Bozkurt ve Sharma, 2020; Bozkurt vd., 2020; Doghonadze vd., 2020; Gupta ve Goplani, 2020). Eğitim kurumlarında yüz yüze eğitime ara verilmesi neticesinde 1,6 milyara yakın öğrenci de uzaktan eğitim sistemiyle tanışmış veya eğitim alamamıştır (UNESCO, 2020a; 2020b). Pandemi, Türkiye’de ise yaklaşık 25 milyon öğrenciyi ve eğitim kurumlarını etkilemiştir. Eğitimin insan hakkı olduğu ilkesi doğrultusunda (MEB, 2020) pandemi dolayısıyla eğitimin kesintiye uğramaması için dijital eğitime hızlı bir geçiş refleksi gösterilmiştir.

Pandemi sürecinden önce “Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi” ilk olarak 8 pilot üniversitede başlamıştır (YÖK, 2019a). Ardından, 16 Temmuz 2019’da Türkiye’nin Fırsat Penceresi: “Türk Yükseköğretimi” toplantısı kapsamında bu üniversitelere 8 adet daha üniversite ilave edilmiştir. Bahsi geçen üniversiteler; Ağrı İbrahim Çeçen, Ardahan, Artvin Çoruh, Bayburt, Batman, Bitlis Eren, Bingöl, Gümüşhane, Hakkâri, Iğdır, Kilis 7 Aralık, Munzur, Muş Alparslan, Osmaniye Korkut Ata, Siirt ve Şırnak Üniversiteleridir. Protokol YÖK Başkanlığı ile Üniversite rektörlerinin katılımı ile imzalanmıştır. Gümüşhane Üniversitesinde projeye yönelik işlemler “Dijital Dönüşüm Koordinatörlüğü” tarafından yürütülmüştür (YÖK, 2019b).

T.C. Cumhurbaşkanlığı “Dijital Türkiye Projesi”ni Dijital Dönüşüm Ofisi tarafından yürütmeye başlamıştır. Bu projede kurumlar arası eşgüdüm ve iş birliği ile altyapıların kullanılması, insan kaynağının planlanması ve güvenli ortamlarda sistemlerin yapılması hedeflenmiştir. Projenin bütünlük içinde ve etkin olarak kurumlara yaygınlaştırılmasına yönelik bir yönetim anlayışı benimsenmiştir (Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi, 2020). Projenin temel amacı, ülkemizin dijital ortamda dünya ile entegrasyonunu sağlayarak tecrübelerin pandemi süreci boyunca ve sonrasında eyleme geçirilmesini sağlamaktır. Eğitimde süreç yönetimi sorumluluğunun en büyük payı yükseköğretime düşmüş ve eğitim-öğretim anlayışında esaslı dönüşümler yaşanmıştır. Eş zamanlı olan ya da olmayan yazılımlar ve öğretim araçları ile eğitim vermek ve eğitim almak zaman, mekân ve insana yönelik kısıtlamalar olmaksızın mümkün hale gelmiştir (Duderstadt, 2001).

Yükseköğretimde dijital dönüşüm sebebiyle öğrenci profilleri de değişim göstermiştir. Değişim aracının teknoloji olduğu düşünüldüğünde, üniversite öğrencileri eğitim almak için teknolojik araç, yöntem ve hizmetleri daha hızlı benimsemektedirler (Connolly vd., 2006; Seely Brown ve Adler, 2008; Greenhow vd., 2009; Knight, 2009; Kamenetz, 2010; Njenga ve Fourie, 2010). Aslında teknolojinin hızlı benimsenmesinin en büyük nedeni, öğrencilerin çoğunluğunun 2000 yılı ve sonrasında doğmuş olan ve teknoloji ile iç içe büyüyen kuşaktan olmasıdır.

Eğitim; eğitici ile öğrenci arasında sürekli gerçekleşebilir. Daha da önemlisi öğrenme her alanda belirlediğimiz olaylar etrafında gerçekleşir (Richardson, 2012). Eğitici, bilginin dağıtımında etkin rol oynarken öğrenciler, öğrenme hedeflerini belirli yörüngelerle başarmak zorundadırlar. Artık paket programlar ile öğrenme, diğer bir deyişle, hazır olarak verilen bilgiyi ezberleme yerine, dijital kaynaklı motivasyon araçları kullanılmaya başlanmıştır (Lister, 2014). Aynı şekilde Duderstadt (1998) tarafından ifade edildiği gibi, günümüzde yükseköğretimde eğiticilerin üstlendikleri görevler değişmiş ve eğiticiler öğrencilerin öğrenme süreçlerinde etkili bir düzenleyici olmaları önem arz etmeye başlamıştır.

Yükseköğretimde dijitalleşme tam anlamıyla hayata geçirilmeye çalışılmaktadır (Gazi ve Aksal, 2011). Kurumsal alanda yönetim ve organizasyon yapıları değişmektedir. Özellikle, kurumlarda gelecek kuşak planlamaları, ekonomi, öğrenciyeye teknik destek, araştırma projeleri ve kütüphaneler gibi tüm boyutlarda da dönüşüm hakimdir.

2011 yılında “Dijital Türkiye Platformu” kurularak farkındalık yaratılmıştır. Dernek ve vakıflar dijital alanda çalışmalarına destek vermiştir. Türkiye’de birçok kurum ve kuruluş iş birliklerini arttırmaya başlamıştır. Ortaya çıkan sorunlara çözümler yaratmak adına genel yol haritası; akılcı, sürdürülebilir ve katılımcı büyüme ana başlıkları ile özetlenmektedir (Dijital Türkiye Platformu, 2020). Yapılan çalışmaların ana hedefi dijitalleşmeye ayak uydurmak ve ortak projelerin olağanüstü durumlardaki önemini anlaşılmışından dolayı çalışmalarını daha kapsamlı şekilde yürütmektedir. Dijital Türkiye başlığına uygun olarak kurumlarda yol gösterici ve çözüm üreten yol haritaları oluşturulmuştur.

2. Gümüşhane Üniversitesi Dijital Dönüşüm ve Uzaktan Eğitim Süreci ve İstatistikleri

Dijital dönüşümün gereği olarak dijital okuryazarlık konusunu daha kapsamlı bir şekilde değerlendiren, ikinci gruptaki pilot üniversiteler arasında yer alan Gümüşhane Üniversitesi, Dijital Dönüşüm Koordinatörlüğü vasıtasıyla konuya daha kapsamlı bir şekilde yaklaşmıştır. Koordinatörlük içerisinde idari bir yapılanma gerçekleştirilmiş, Üniversitede konu ile ilgili farklı eğitimler için çalışmalar yapılmıştır. Öncelikle tüm fakültelerde birer dijital dönüşüm koordinatörü ve bunlara bağlı birimlerde birim koordinatörleri belirlenmiş ve sisteme tanımlanmıştır. Bu koordinatörler aracılığı ile akademik personel ve öğrencilere Web 2.0 araçları tanıtımı ve eğitimi gibi özellikle gençlerin sosyal medyayı etkin kullanımını hedefleyen farklı eğitim başlıkları planlanmıştır. “Dijital Dönüşüm Projesi”nin iki ayağı bulunmaktadır. Bunlar, eğiticinin dijital dönüşümü ve öğrencilerin dijital dönüşümüdür. Koordinatörlük ayrıca Dijital Dönüşüm Projesi hakkında da ayrı bir sekme altında tüm ayrıntıların yer aldığı bir içerik oluşturmuştur. Bu çerçevede, üniversite dijital dönüşüm alt yapısını güçlendirmek için Temmuz 2019 tarihinden itibaren çalışmalar yapmaya başlamıştır. Dijital ortamda öğrenme konusunda sundukları ders içerikleri yanında teknolojik alt yapı ilk etapta “Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi” kapsamında yapılan protokolle Anadolu Üniversitesi tarafından sağlanan destekle yürütülmüştür. Pandemi ile birlikte Gümüşhane Üniversitesi dijital dönüşüm çalışmalarını hızlandırılmış ve kendine ait bir alt yapı kurma hazırlıklarına farklı bir boyut kazandırarak devam etmiştir. Aynı anda derse katılımı mümkün kılmak üzere katılımcıların sayıları belirlenerek haftalık ders saatleri oluşturulmuştur. Farklı organizasyona ihtiyaç duyan alanlarda diğer üniversiteler ile iş birliğine gidilmiş ve alt yapı ile açık erişim kaynakları kullanılmıştır.

Eğitimden sorumlu Rektör Yardımcısı koordinatörlüğünde birim koordinatörleri eğitimin aksatılmadan yürütülmesini sağlamıştır. Birimler dijital dönüşümde kavramsal çerçeveye bağlı olarak değerlendirmelerde bulunmuştur. Akademik ve idari birimler bu çerçevede hareket etmişlerdir. Derslerden sorumlu öğretim elemanlarına mesleki yetkinliğin kazandırılması için uğraş vermeyi hedeflemeleri istenmiştir. Dersin gerektirdiği yetkinliği kazanmak için; ölçme ve değerlendirme, ders içerikleri, öğrenim çıktıları, materyallere erişim süreçleri belirlenmiştir.

Gümüşhane Üniversitesinde görev yapmakta olan öğretim elemanlarının “Dijital Çağda Yükseköğretimde Öğrenme ve Öğretme” sertifika programında eğitim uygulamaları yapılmıştır. Aynı kapsamda, Gümüşhane Üniversitesi öğrencilerine yönelik “Dijital Okur Yazarlık” dersi verilmiştir. Bu uygulamalar için seçilen Gümüşhane Üniversitesi öğretim elemanları ve öğrencilerine Anadolu Üniversitesi vasıtasıyla bir eğitim içeriği hazırlanmıştır. Sonuç olarak hazırlanan sertifika programı ve ders içerikleriyle öğretim elemanlarının dijital yeterlilikleri geliştirilmiş ve öğrencilere dijital okuryazarlığın önemi anlatılmıştır.

Pandemi öncesi YÖK’ün 2007 yılı sonrasında kurulan 16 üniversite ile dijital dönüşüm sürecine başladığı dikkat çekmektedir. Bu üniversitelerin geneli Türkiye’nin doğusunda bulunmaktadır ve üniversitelerin ortak bir diğer özelliği de dijital alt yapılarının çevrim içi eğitim için yetersiz olmasıdır. Üniversitelerin dijital dönüşüm projesiyle ivedi bir şekilde dönüşüm sağlamaları hedeflenmiştir. Pandemi öncesinde başlatılan süreçte Gümüşhane Üniversitesi avantajlı bir başlangıç yapmıştır. 2008-2016 yılları arasında uzaktan eğitim teknolojilerinde çok ileri gitmemesine rağmen 2019 yılı sonrasında oldukça başarılı adımlar atmıştır. YÖK’ün Gümüşhane Üniversitesini dijital dönüşüm kapsamına alması bu başarıyı artırmıştır. YÖK Anadolu Üniversitesi Dijital Dönüşüm Projesi kapsamında yapılan protokole bağlı olarak 2019-2020 güz yarıyılında Anadolu Üniversitesi Uzaktan Eğitim Birimi tarafından ANADOLU e-Kampüs sistemi üzerinden Gümüşhane Üniversitesi öğretim elemanları ve öğrencilerine çevrim içi eğitimler vermeye başlanmıştır. 2019-2020 bahar yarıyılında öğretim elemanlarının ikinci grubu sertifika eğitimine devam ederken Mart 2020 tarihi itibarı ile pandemi nedeniyle örgün eğitime ara verilmiştir. Bu dönemden sonra Anadolu Üniversitesi ile sertifika programına ilişkin eğitimler çevrim içi devam ederken Gümüşhane Üniversitesi hızla uzaktan eğitim altyapısı çalışmalarına başlamış ve 23 Mart 2020 itibarıyla açık kaynak kodlu Moodle öğrenme bilgi sistemi ve ona entegre açık kaynak kodlu BigBlueBotton canlı ders sistemi ile senkron (eş zamanlı) ve asenkron (eş zamansız) olarak 20.000 kullanıcı ile uzaktan eğitime başlamıştır. Gümüşhane Üniversitesi Öğrenci İşleri Bilgi Sistemine kullanılan öğrenme bilgi sistemi (LMS) entegre edilerek iki sistemin birlikte uyumlu bir şekilde çalışması sağlanmıştır.

Eğitim süreçlerinin aksamaması için hazırlanan platformlarda öncelikle üniversiteler arası iş birliği gerçekleşmiştir. Teknolojik alt yapı önce kiralık sunucular ile kurulmuştur. Daha sonra 2021 yılı itibarı ile Gümüşhane Üniversitesi sunucuları satın alındıktan sonra üniversite kendi bünyesindeki uzaktan eğitim çalışmalarına kendi sistemi ve sunucuları ile devam etmektedir. Bir yıl gibi kısa bir sürede çevrim içi tüm alt yapı çalışmaları tamamlanarak eğitim-öğretim aksatılmadan sağlanmıştır. Ayrıca, Gümüşhane Üniversitesi YÖK ile Sakarya Üniversitesi ortaklığında olan uzaktan eğitim prototip hazırlama çalışmalarına da Eylül 2020 tarihinde ortak edilmiştir. Gümüşhane Üniversitesi bünyesinde 3500 öğrencilik 3 birim Sakarya Üniversitesi-UZEP platformu üzerinde eğitim sürecine devam etmektedir. Gümüşhane Üniversitesi, yerli ve milli bir yazılım ile bulut erişim üzerinde bu sistemin kurulmasına da katkıda bulunmaktadır.

Gümüşhane Üniversitesi akademik personeline yönelik bir dönem olmak üzere “Dijital Çağda Yükseköğretimde Öğrenme ve Öğretme” sertifika programı YÖK-Anadolu Üniversitesi Protokolü iş birliği düzenlenmiştir. Bu sertifika programı 2019-

2020 Güz yarıyılı ve 2019-2020 Bahar yarıyılında Anadolu Üniversitesi tarafından verilmiştir (Tablo 1). YÖK öncülüğünde Anadolu Üniversitesinin uzaktan eğitim biriminde dijital eğitim konularına ilişkin hazırlanan haftalık dersler, öğretim elemanlarına ANADOLU e-Kampüs sistemi üzerinde verilmiştir. Her dersin sonucunda değerlendirme sınavı yapılmıştır. Derslerin son aşamasında bir adet derse ait ders izlencesi oluşturularak proje çalışması yapılmıştır. Derse katılım ve başarı oranları Tablo 1’de sunulmuştur. Benzer durum 2. sınıftaki lisans öğrencilerimize verilen “Dijital Okur Yazarlık” dersi için de geçerlidir (Tablo 2). Dijital Dönüşüm Koordinatörlüğü’nün öncülüğünde derslerin yürütülmesi sağlanmış ve öğrencilerin ders başarı notları transkriptlerine işlenmiştir. Programı başaran öğretim elemanlarına ise sertifikaları YÖK tarafından gönderilmiştir. Pandemi süreciyle birlikte 2020-2021 Güz yarıyılında 2. Sınıf lisans öğrencilerine verilen “Dijital Okur Yazarlık” dersi Gümüşhane Üniversitesi bünyesinde “Dijital Dönüşüm Koordinatörlüğü” tarafından hazırlanan planlama çerçevesinde yürütülmüştür (Tablo 2). Ders materyali olarak Anadolu Üniversitesinin açık erişim ders kaynakları kullanılmıştır.

Tablo 1. Akademik Personel “Dijital Çağda Yükseköğretimde Öğrenme ve Öğretme” Sertifika Programı Sonuçları

DÖNEM	Dersi alan Akademik Personel Sayısı	Başarılı	Başarısız	Başarı Oranı (%)
2019-2020 Güz Dönemi	528	384	144	72,33
2019-2020 Bahar Dönemi	136	69	67 (53 pasif ve 14 aktif)	69,51

Tablo 2. Lisans 2. Sınıf Öğrencilerinin “Dijital Okur Yazarlık” Dersi Sonuçları

DÖNEM	Dersi Alan Öğrenci Sayısı	Başarılı	Başarısız	Başarı Oranı (%)
2019-2020 Güz Dönemi	1794	1568	226	87,40
2020-2021 Güz Dönemi	2360	2193	167	92,92

Mart 2020 yılından sonra başlayan pandemi sürecinde yüz yüze eğitim öğretime ara verilmesi ile uzaktan eğitim sürecine geçilmiştir. Uzaktan eğitim sürecinin başında, Üniversitenin hali hazırda kullanılan bir uzaktan eğitim altyapısı olmadığı için kaynak arayışına gidilmiş ve bu sürecin sonucunda oluşturulan ekip ve kiralanan donanımlar ile uzaktan eğitim başlatılmıştır. Eğitim süreci iş birlikleri üzerinden devam ederken alt yapı donanım, yazılım ve ağ yapısı kurulmuştur. Akabinde bütün uzaktan eğitim bilgi sistemi Üniversite bünyesine taşınarak eğitim çalışmaları Gümüşhane Üniversitesi Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi üzerinden yürütülmeye başlanmıştır.

Eğitim-öğretim sürecindeki asenkron uygulamalar; proje, ödev ve kaynak paylaşımını kapsarken senkron uygulamalar tüm derslerin uygulanan ders programlarının birebir aynı haliyle çevrim içi dersler şeklinde yürütülmesini kapsamaktadır. Öğrencilerin mağduriyet yaşamaması adına çevrim içi derslerin kayıtları alınarak daha sonra dinlenebilmeleri için sisteme yüklenmektedir. Eğitim ve öğretimin ölçme değerlendirme sürecinde ise asenkron uygulamalar ödev ve projelerle ölçme ve değerlendirmeyi kapsarken senkron uygulamalar ise online sınavlar ile öğrencilerin değerlendirilmesini kapsamaktadır. Gümüşhane Üniversitesi 23 Mart 2020’den itibaren ortalama 20.000 kullanıcı, halihazırda da 23586 kullanıcı ile kendi bünyesinde kendi kaynakları ile uzaktan eğitim faaliyetlerine devam etmektedir (Tablo 3).

Tablo 3. Gümüşhane Üniversitesi Dönemsel Uzaktan Eğitim Etkinlikleri Kullanım Sonuçları

DÖNEM	Canlı Ders Sayısı	Derse Katılan Öğrenci Sayısı	Ders Tekrar İzleme Sayısı	Sınav Sayısı	Sınava giriş Sayısı	Verilen Proje/Ödev Sayısı	Teslim Edilen Proje Sayısı
2019-2020 Bahar Dönemi	41028	459446	220117	978	11199	18979	239023
2020-2021 Güz Dönemi	34342	923159	420254	5931	196886	4782	82560
2020-2021 Bahar Dönemi	23270	633625	179077	1734	76193	1884	30485

Bu sonuçlar içerisinde Yükseköğretim Kurumunun ortak projesi kapsamında YÖK-SAKARYA-UZEP platformu üzerinden ders alan 3301 öğrenciye ait bilgilere yer verilmemiştir. Değerlendirme, Gümüşhane Üniversitesine ait uzaktan eğitim sistemi üzerindeki öğrenci verilerini içermektedir.

Pandemi döneminde lisansüstü, lisans ve ön lisans seviyelerindeki öğrencilerin başarı durumlarına göre değerlendirmeler yapılmıştır. Buna göre 2019-2020 bahar yarıyılı, 2020-2021 güz yarıyılı değerlendirme kapsamına alınmıştır. Bu dönemler uzaktan eğitimin yapıldığı ve derslerin çevrim içi şekilde gerçekleştirildiği dönemlerdir. Tablo 4'te pandemiden önceki dönem ile pandemi döneminde birimlerdeki öğrencilerin başarı oranları gösterilmiştir. Pandemiyle uzaktan eğitimin başladığı 2020 Mart ayından sonra başarı oranlarında belli bir artış gözlenmektedir.

Tablo 4. Pandemi Öncesi ve Sonrası Öğrenci Başarı Durumları

Birimler	Pandemi öncesi 2019-2020 güz	Pandemi Dönemi 2019-2020 bahar	Pandemi Dönemi 2020-2021 güz
FBE	0.49	0.52	0.50
SBE	0.46	0.41	0.55
BESYO	0.78	0.68	0.88
Edebiyat F	0.72	0.85	0.84
Mühendislik F*	0.39	0.62	0.45
İİBF	0.72	0.90	0.79
İlahiyat F.	0.92	0.97	0.96
İletişim F.	0.80	0.85	0.83
Mühendislik ve Doğa Bilimleri F.	0.64	0.94	0.84
Sağlık Bilimleri F.	0.90	0.95	0.96
Turizm F	0.78	0.68	0.92
G. Sağlık YO**	0.85	0.94	0.78
Gümüşhane MYO	0.56	0.72	0.67
G Sağlık Hizmetleri MYO	0.83	0.94	0.91
Köse MYO	0.72	0.96	0.87
Kelkit ADMYO	0.73	0.83	0.82
Kelkit SHMYO	0.92	0.63	0.94
Kürtün MYO	0.87	0.65	0.93
Sosyal Bilimler MYO	0.77	0.79	0.83
Şiran MB MYO	0.80	0.94	0.88
Şiran SHMYO	0.88	0.62	0.93
Torul MYO	0.65	0.57	0.87

*Mühendislik Fakültesi daha sonra Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi olarak değişmiştir.
**Gümüşhane Sağlık Yüksek Okulu alınan kararla Sağlık Bilimleri Fakültesine dönüşmüştür.

Sonuç ve Değerlendirme

Yükseköğretim kurumları toplumların bir aynasıdır. Üniversitelerin her alanda esneklik göstermesi son yüzyılda daha da önemli hale gelmiştir. Değişime açık olmak gelecek gelişmelere rahatlıkla uyum sağlamakla mümkün olmaktadır. Teknolojinin hayatımızın her alanında olmasından hareketle gelecek ihtiyaçlarının belirlenmesi ve biçimlendirilmesi için planlı hareket etmek ve risk yönetimine odaklanmak gerekmektedir. Gümüşhane Üniversite bünyesinde kurulan ve kullanılan dijital teknolojiler de gelecek riskler dikkate alınarak planlanmıştır. Öğrencilerin öğrenme hedeflerine ya da çıktılarına katkısı olan dersler sisteme ilave edilmiştir. Geleneksel örgün eğitim ortamından ayrılarak çevrim içi derslere geçiş sağlanmıştır. Öğretim elemanlarından bu süreçte; materyal, müfredat, öğretim metodu değişimi yapmaları ve hatta yerleşkeden teknolojik tabanlı ortamlara geçmeleri istenmiştir.

Pandemi sürecinden önce "Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi" ilk olarak 8 pilot üniversitede başlamıştır (YÖK, 2019a). Ardından, 16 Temmuz 2019'da Türkiye'nin Fırsat Penceresi: "Türk Yükseköğretimi" toplantısı kapsamında bu üniversitelere 8 adet daha üniversite ilave edilmiştir. Bahsi geçen üniversiteler; Ağrı İbrahim Çeçen, Ardahan, Artvin Çoruh, Bayburt, Batman, Bitlis Eren, Bingöl, Gümüşhane, Hakkâri, Iğdır, Kilis 7 Aralık, Munzur, Muş Alparslan, Osmaniye Korkut Ata, Siirt ve Şırnak Üniversiteleridir. YÖK'ün dijital dönüşüm kapsamında pilot üniversite olarak Gümüşhane Üniversitesini seçmesi dijital ortama geçişi kolaylaştırmıştır. Öğretim elemanlarının aldıkları eğitim pandemi döneminde hem eğitimde

hem de öğrenciler üzerinde olumlu etkiler yaratmıştır. Gümüşhane Üniversitesi sekron ve asenkron eğitimi üç dönemdir başarılı bir şekilde yürütmeye devam etmektedir.

COVID-19 pandemisi eğitim kurumlarının çoğunu hazırlıksız yakalamıştır. Acil uzaktan eğitim sürecinde bilhassa ölçme ve değerlendirme sistemlerinde karmaşalar yaşanmıştır. Birçok ülke de mevcut ölçme ve değerlendirme sistemlerini askıya almış (Bozkurt vd., 2020) veya yeterli geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları olmaksızın çevrim içi sınavlar yaratılmasını onaylamıştır (d'Orville, 2020). Önlem olarak sınavlar ve projeler öğrencilerin yetkinliklerini kazanmalarına yönelik çeşitlendirilerek gerçekleştirilmiştir. Eğitimin temel felsefesi yetkinliğin kazandırılması için çaba göstermektedir.

Örgün eğitim odaklı ölçme ve değerlendirme yaklaşımları yeniden yapılandırılmış ve dijitalleşmenin olası bir sonucu olarak farklı bir boyut kazanmıştır. Ölçme ve değerlendirmeye imkânlar dahilinde farklı alternatif çözümler ortaya atılmıştır (Johnson vd., 2011). COVID-19 pandemi süresince dijital ayak izleriyle ortaya çıkmıştır. Kişisel verilerin nasıl kullanılacağına yönelik kaygıları da beraberinde getirmiştir. Veri gizliliği ve verilerin etik çerçeveler kapsamında nasıl kullanılacağı gibi konular da dikkat çekerek literatürde yer edinmeye başlamıştır.

Yeni nesil, dijital ortamda öğrenme etkinlikleri ile doğmuşlardır. Ayrıca, öğrenenlerin farklı platformlarda ve profillerde olan öğreticilerle eğitime bakışları da değişecektir. Örgün öğretimin öğrenci merkezli olduğu ve mekânsal olarak değiştiği bu süreçte; işlevsellik, açıklık ve etkileşim önem kazanmıştır. Bu nedenle, yükseköğretimde dijital dönüşüm daha kolay sağlanmıştır.

Eğitim sürecindeki bireyler ve üniversiteler sürekliliği olan bir dönüşümü birlikte yürütmektedirler (Gümüsoğlu, 2017). COVID-19'un bu kadar dikkat çekmesi, küresel boyutta bir kesintiye sebep olmasındandır. Savaşlar, toplumsal baskılar, ekonomik farklılıklar dahi çoğunlukla eğitimi engelleyemezken pandeminin, eğitimde köklü değişiklikler yaratarak stratejik planlamalar gerektirmesi dönüşümü sağlayan bir rönesans olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Dijital dönüşümle alakalı farklı alanlarda birçok çalışma yapılmış ve bu dönüşüme hazırbulunuşlukla alakalı da yine Pamukkale Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma yapılmıştır. 2020' de Sarıtaş ve Barutçu tarafından yapılan çalışmada Pamukkale Üniversitesinde çevrimiçi öğretim başlamadan önce, öğrencilerin bu çevrimiçi öğretime hazır olma durumu incelenmiş ve bu dijital dönüşüme ayak uydurabilme durumları incelenmiştir. Hazırbulunuşluk ölçüğü ile analiz ettikleri bu çalışmada öğrencilerin çevrimiçi öğrenim için hazır bulunuşluklarının olduğu, fakat dijital ortamın kontrolü ve çevrimiçi öğrenmeye tam entegrasyon konusunda kendilerini yetersiz buldukları çıkarımı yapılmış, ayrıca daha önceden dijital öğrenme konusunda deneyimli olup olmamalarına göre de bu hazırbulunuşluğun değiştiği çıkarımını yapmışlardır. Bu ve benzeri çalışmalardan da edinilen bilgiye göre; uzaktan eğitimde derslerin teknoloji ile birleştirilmesi üniversitenin dijital dönüşüme ugradığını iddia etmede yeterli değildir. Öğrencilere öğrenim kazanım yetkinliklerini vermek için çabalar sarf edilmesi gerekmektedir. Türkiye'de yükseköğretim kurumlarına bakıldığında misyonlarında çağın gerektirdiği eğitimi sağlayacaklarına dair ifadeler bulunmaktadır. Üniversiteler; bilgi teknolojilerinin kullanımı, açık erişimdeki ders malzemeleri ve çevrim içi dersler gibi uygulamaları hayata geçirirken profesyonel bir şekilde alan uzmanlarıyla çalışmalıdır. Uygulamaların sadece ana sayfalarda verilen özgörev ve öngörülerde kalması beklenmemelidir. Dijital dönüşümün her aşamasını iyice planlayan, çıktılarını değerlendiren ve iş birliği içerisinde teknoloji kullanımı sağlayan bir üniversite dijital çağın ihtiyaçlarını karşılayabilmekte ve geleceğe hazırlıklı olmaktadır (Brown ve Duguid, 1996). Yükseköğretimde dijital yeteneklerin artması ve topluma sosyal ağlar yolu ile iletilmesi sağlanmalıdır. Kısacası bir yükseköğretim kurumu hayat boyu öğrenmeyi yaygınlaştırıcı faaliyetlerini arttırmalıdır.

Pandemi sonrasında da planlı eğitsel eylemler bağlamında öğrenme yaklaşımlarının (Bonk ve Graham, 2012), uygulamalarının yanı sıra hibrid ve esnek [Beatty, 2014, Maloney ve Joshua Kim, 2020] eğitim uygulamalarına doğru bir yönelim olacağı öngörülmektedir. Her iki eğitim uygulaması da özünde; eğitimde erişilebilirlik, açıklık, şeffaflık ve esneklik gibi çözümler sunmalıdır (Knowles, 1975). Ayrıca gelecekte, geleneksel eğitim yanında ve öğrenenlerin bilgiye farklı ortamlardan erişme çabalarını seçebilme imkânı da sağlanmalıdır.

Pandemi gerçeği öğrencilerin (Alipio, 2020), eğitimcilerin (Ali, 2020) ve devletlerin kriz süresince ihtiyaç duyulan dijital yeterlilik ve becerilere (Deshmukh, 2020) tam olarak sahip olmadıklarını göstermiştir (Bozkurt vd., 2020). Pandemi sırasında doğru bilginin ne kadar önemli olduğu gözlenmiş (Depoux vd., 2020), bu durum hem öğrenenler hem de öğretmenler açısından eleştirel bakış açısı geliştirebilme (Bozkurt vd., 2020) imkânı sağlamıştır. Bilgiye doğru kaynaktan ulaşma ve bilgiyi filtreleyebilmenin [Siemens, 2005] bilgi çağında bir beceri olduğu görülmüştür. Eğitimcilerin gözlemlediği sorunların çözümlenmesi sonucunda; pedagojik ve alan bilgisi modelinin (Koehler ve Mishra, 2009) tüm üniversitelerde yaygınlaşması gerektiği belirtilmiştir. Sadece öğretmenlik mezunu veren eğitim ile ilgili fakültelerin müfredatlarında değil bütün üniversite müfredatlarında olması gerektiği pandemi ile gün yüzüne çıkmıştır.

Sonuç olarak, Gümüşhane Üniversitesi dijital dönüşüm sürecini YÖK Dijital Dönüşüm Projesi sayesinde eksik alt yapıya rağmen oldukça iyi koordine etmiş ve YÖK-üniversite iş birliği programları ile krizi kısa sürede lehine çevirerek iyi bir alt

yapıya sahip olmuştur. Yeni ve hızlı gelişen her şeyde olduğu gibi Gümüşhane Üniversitesi de yapılan dijital dönüşüm çalışmalarını daha ileriye götürmek için çalışmalarına devam etmektedir.

Teşekkür

YÖK Proje Geliştirme ve Destekleme Dairesi Başkanlığı, Anadolu Üniversitesi UZEM, Gümüşhane Üniversitesi Dijital Dönüşüm Koordinatörlüğü, Gümüşhane Üniversitesi Öğrenci İşleri Daire Başkanlığı, Gümüşhane Üniversitesi Bilgi İşlem Daire Başkanlığı ve Gümüşhane Üniversitesi Uzaktan Eğitim Uygulama ve Araştırma Merkezi birimlerine ve çalışanlarına katkıları için teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Abdulrahim, H. ve Mabrouk, F. (2020). COVID-19 and the Digital Transformation of Saudi Higher Education. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), 291-306.
- Alexander, B., Becker, S. A., Cummins, M. ve Giesinger, C. H. (2017). *Digital literacy in higher education, part II: An NMC Horizon project strategic brief* (pp. 1-37). The New Media Consortium.
- Ali, W. (2020). Online and remote learning in higher education institutes: A necessity in light of COVID-19 pandemic. *Higher education studies*, 10(3), 16-25.
- Alipio, M. (2020). Education during COVID-19 era: Are learners in a less-economically developed country ready for e-learning?. 1 Eylül 2021 tarihinde <https://www.econstor.eu/handle/10419/216098> adresinden erişildi.
- Beatty, B. (2014). Hybrid courses with flexible participation: The HyFlex course design. In *Practical applications and experiences in K-20 blended learning environments* (pp. 153-177). IGI Global.
- Bonk, C. J. ve Graham, C. R. (2012). *The handbook of blended learning: Global perspectives, local designs*. John Wiley & Sons.
- Bozkurt, A., Jung, I., Xiao, J., Vladimirschi, V., Schuwer, R., Egorov, G., ... ve Paskevicius, M. (2020). A global outlook to the interruption of education due to COVID-19 pandemic: Navigating in a time of uncertainty and crisis. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), 1-126.
- Bozkurt, A. ve Sharma, R. C. (2020). Emergency remote teaching in a time of global crisis due to CoronaVirus pandemic. *Asian Journal of Distance Education*, 15(1), i-vi.
- Brown, J. S. ve Duguid, P.(1996). Universities in the digital age. *Change*, 28(4), 10-19.
- Connolly, M., Jones, N. ve Turner, D. (2006). E-learning: a fresh look. *Higher education management and policy*, 18(3), 1-12.
- Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi (2020). 2 Şubat 2020 tarihinde <https://cbddo.gov.tr/projeler/dijitalturkiye-v1.0/tanimlar/> adresinden erişildi.
- Demirbağ, K. Ş. ve Yıldırım, N. (2021). Revisiting the theoretical evolution of Industry 4.0: a thematic analysis of research focus. *International Journal of Technology, Policy and Management*, 21(1), 20-46.
- Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A. ve Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3), 1-2.
- Deshmukh, S. R. (2020). Social realities of higher education in the age of uncertainties. *Smart Moves Journal IJELLH*, 8(4), 279-289.
- Dijital Türkiye Platformu. (2020). 7 Ocak 2020 tarihinde Erişim: <http://dijitalturkiyeplatformu.org/> adresinden erişildi.
- Doghonadze, N., Aliyev, A., Halawachy, H., Knodel, L. ve Adedoyin, A. S. (2020). The degree of readiness to total distance learning in the face of COVID-19-teachers' view (Case of Azerbaijan, Georgia, Iraq, Nigeria, UK and Ukraine). *Journal of Education in Black Sea Region*, 5(2), 2-41.
- d'Orville, H. (2020). COVID-19 causes unprecedented educational disruption: Is there a road towards a new normal?. *Prospects*, 49, 11-15.
- Duderstadt, J. J. (1998). Transforming the University To Serve the Digital Age. *Cause/Effect*, 20(4), 21-32.
- Duderstadt, J. J. (2001). The future of the university in the digital age. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 145(1), 54-72.

- El Maarouf, M. D., Belghazi, T. ve El Maarouf, F. (2021). COVID-19: A Critical Ontology of the present¹. *Educational philosophy and theory*, 53(1), 71-89.
- Gallacher, G. ve Hossain, I. (2020). Remote work and employment dynamics under COVID-19: Evidence from Canada. *Canadian public policy*, 46(S1), S44-S54.
- Gazi, Z.A. ve Aksal F.A. (2011). Handbook of online pedagogy. Germany:LAP.
- Gocha, A. (2021). IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE ACTIVITIES OF GEORGIAN BANKS. *European science review*, (1-2), 51-54.
- Greenhow, C., Robelia, B. ve Hughes, J. E. (2009). Learning, teaching, and scholarship in a digital age: Web 2.0 and classroom research: What path should we take now?. *Educational researcher*, 38(4), 246-259.
- Gupta, A. ve Goplani, M. (2020). Impact of COVID-19 on Educational Institution in India. *Purakala Journal U (CARE Listed)*, 31(21), 661-671.
- Gümüšoğlu, E. K. (2017). Yükseköğretimde dijital dönüşüm. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 30-42.
- Henrich, N. ve Holmes, B. (2011). Communicating during a pandemic: information the public wants about the disease and new vaccines and drugs. *Health promotion practice*, 12(4), 610-619.
- Johnson, L., Levine, A., Smith, R. ve Stone, S. (2010). *The 2010 Horizon Report*. New Media Consortium. 6101 West Courtyard Drive Building One Suite 100, Austin, TX 78730.
- Jones, S. C., Waters, L., Holland, O., Bevins, J. ve Iverson, D. (2010). Developing pandemic communication strategies: Preparation without panic. *Journal of business research*, 63(2), 126-132.
- Kamenetz, A. (2010). *DIY U: Edupunks, edupreneurs, and the coming transformation of higher education*. Chelsea Green Publishing.
- Knight, S. (2009). Effective Practice in a Digital Age. A guide to technology-enhanced learning and teaching. *Higher Education Funding Council for England (HEFCE)*.
- Knowles, M. S. (1975). Self-directed learning: A guide for learners and teachers. New York: Association Press.
- Koçoğlu, E. ve Tekdal, D. (2020). Analysis of Distance Education Activities Conducted during COVID-19 Pandemic. *Educational Research and Reviews*, 15(9), 536-543.
- Koehler, M. ve Mishra, P. (2009). What is technological pedagogical content knowledge (TPACK)?. *Contemporary issues in technology and teacher education*, 9(1), 60-70.
- Kovalevskaia, N. V., Fedoritenko, I. A. ve Leahy, W. (2021). Chaos Theory: The Case of the COVID-19 Pandemic in Wuhan, China from the perspective of international relations. *Cuestiones Políticas*, 39(68).
- Lai, A. Y. (2012). Organizational collaborative capacity in fighting pandemic crises: a literature review from the public management perspective. *Asia Pacific Journal of Public Health*, 24(1), 7-20.
- Lenzner, R. ve Johnson, S. S. (1997). Seeing things as they really are. *Forbes*, 159(5), 122-128.
- Lin, L., McCloud, R. F., Jung, M. ve Viswanath, K. (2018). Facing a health threat in a complex information environment: a national representative survey examining American adults' behavioral responses to the 2009/2010 A (H1N1) pandemic. *Health Education & Behavior*, 45(1), 77-89.
- Lister, C. (2014). Changing role of the teacher in the dijital age. 1 Eylül 2021 <http://christopherlister.ca/tiegrad-2/the-changing-role-of-the-teacher-in-the-digital-age/> tarihinde erişildi.
- Lorenz, E. (1972). *Predictability: does the flap of a butterfly's wing in Brazil set off a tornado in Texas?* (p. 181). Paper presented at 139th Annual Meeting of the American Association for the Advancement of Science, Washington DC.
- Maloney, E. J. ve Joshua Kim, J. (2020). Fall Scenario #13: A HyFlex Model. *Inside HigherEd*. 1 Eylül 2021 tarihinde <https://www.insidehighered.com/blogs/learning-innovation/fall-scenario-13-hyflex-model> adresinden erişildi.
- Manea, C. (2021). A Managerial Approach on Reputational Risks in the Banking Sector under the Effects of Covid-19 Pandemic. *Annals of the University Dunarea de Jos of Galati: Fascicle: I, Economics & Applied Informatics*, 27(1).
- Matt, C., Hess, T. ve Benlian, A. (2015). Digital transformation strategies. *Business & information systems engineering*, 57(5), 339-343.

- MEB. (2020) Milli Eğitim, Özel Sayı, 49(1). ISSN:1302-5600. Ankara.
- Njenga, J. K. ve Fourie, L. C. H. (2010). The myths about e-learning in higher education. *British journal of educational technology*, 41(2), 199-212.
- Pereira, A. G., Lima, T. M. ve Charrua-Santos, F. (2020). Industry 4.0 and Society 5.0: opportunities and threats. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8(5), 3305-3308.
- Postavaru, O., Anton, S. R. ve Toma, A. (2021). COVID-19 pandemic and chaos theory. *Mathematics and Computers in Simulation*, 181, 138-149.
- Richardson, W. (2012). Why school: How education must change when learning and information are everywhere. Ted Conferences.
- Sari, T. ve Nayır, F. (2020). Challenges in distance education during the (Covid-19) pandemic period. *Qualitative Research in Education*, 9(3), 328-360.
- Sarıtaş, E., ve Barutçu, S. (2020). Öğretimde dijital dönüşüm ve öğrencilerin çevrimiçi öğrenmeye hazır bulunuşluğu: Pandemi döneminde Pamukkale Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Journal of Internet Applications and Management*, 11(1), 5-22.
- Seely Brown, J. ve Adler, R. P. (2008). Open education, the long tail, and learning 2.0. *Educause review*, 43(1), 16-20.
- Siegrist, M. ve Zingg, A. (2014). The role of public trust during pandemics: Implications for crisis communication. *European Psychologist*, 19(1), 23-32.
- Siemens, G. (2005). Connectivism: a learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 2(1)
- UNESCO. (2020b). Startling digital divides in distance learning emerge. UNESCO. 1 Eylül 2021 tarihinde <https://en.unesco.org/news/startling-digital-divides-distance-learning-emerge> adresinden erişildi.
- WHO. (2020a). Coronavirus disease (COVID-19) Pandemic. World health Organization. 1 Eylül 2021 tarihinde <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> adresinden erişildi.
- WHO. (2020b). WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. World health Organization. 1 Eylül 2021 tarihinde <https://covid19.who.int/> adresinden erişildi.
- Yıldırım, N. ve Demirbağ, K. Ş. (2019, August). From Chaos to Calm: Industry 4.0 Practices of Turkish White Goods Companies. In *Proceedings of the International Symposium for Production Research 2019* (pp. 278-287). Springer, Cham.
- YÖK. (2019a). YÖK'ün "Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm Projesi"nde İmzalar Atıldı. 7 Mart 2020 tarihinde <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/agri-dijital-donusum-tanitimtoplantisi.aspx> adresinden erişildi.
- YÖK. (2019b). Türkiye'nin Fırsat Penceresi: "Türk Yükseköğretimi" Toplantısı Muş'ta Gerçekleştirildi 2 Ocak 2020 tarihinde <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2019/turkiyenin-firsat-penceresi-turk-yuksekogretimi-toplantisi.aspx> adresinden erişildi.

Extended Abstract

As of March 2020, the pandemic has affected the whole world in a very short time (WHO, 2020a; 2020b). The coronavirus (COVID-19) pandemic, which was detected in December 2019 and entered the literature, has produced sociocultural, political, economic, educational, legal, and administrative effects. This natural disaster, which resulted in considerable losses, has caused changes, new beginnings, and transformations (El Maarouf et al., 2020), and it is possible to say that new lifestyles will be adopted after the mentioned changes and transformations.

Many countries have succeeded in turning the crisis into an opportunity thanks to their foresighted projects, even before the COVID-19 pandemic has begun. One of these projects is the "Digital Transformation in Higher Education" initiated in 2018 by the Council of Higher Education (YÖK, 2021). Gümüşhane University, which was included in the project as one of the pilot universities in the second group, was not caught unprepared for the COVID-19 pandemic, by means of its efforts towards digital transformation and its mission to spread the transformation throughout the institution. In this context, the current study aims to evaluate the efforts of Gümüşhane University on digital transformation during the pandemic period.

Focusing on digital literacy as a requirement of digital transformation, Gümüşhane University, has approached the issue more comprehensively through its digital transformation units. First of all, a digital transformation coordinator in all faculties and unit coordinators in their affiliated units were identified in the system. Through these coordinators, different training topics have been planned, such as the introduction to Web 2.0 tools to academic staff and students, aimed specifically at young people's effective use of social media. Digital Transformation Project has two parts. These are the digital transformation of the lecturers/educators and the students. The unit has also created content about the Digital Transformation Project. In this context, the university has started to work since July 2019 to strengthen its infrastructure to accelerate digital transformation. In addition to the course contents offered on learning in the digital environment, the technological infrastructure was strengthened with the support provided by Anadolu University with the protocol made within the scope of the "Digital Transformation in Higher Education Project" in the first place. Because of the pandemic, Gümüşhane University accelerated its efforts on digital transformation and established its own infrastructure. Collaboration was made with other universities in areas that needed a different organization and infrastructure, and open access resources were used.

The practical training of the academics was carried out in the "Learning and Teaching in Higher Education in the Digital Age" certificate program. In the same context, the "Digital Literacy" course was added to the curriculums as a compulsory course.

Gümüşhane University started to strengthen its distance education infrastructure rapidly. As of March 23, 2020, it started distance education with 20,000 users, synchronously and asynchronously, via the open-source Moodle, which is one of the learning platforms and course management systems, and the BigBlueButton. The learning management system (LMS) used was integrated into the Gümüşhane University Student Affairs Information System, enabling the two systems to work together in harmony.

Findings

Collaboration between universities was established in order not to disrupt the educational processes. The technological infrastructure at Gümüşhane University was first established with rental servers. As of 2021, after the servers of Gümüşhane University were purchased, the university continued its distance education processes with its own system and servers. In a year, all online infrastructure activities were completed and education was given without interruption. In addition, Gümüşhane University participated in the distance education prototype preparation studies in partnership with YÖK and Sakarya University in September 2020. In this regard, three units covering 3500 students continue their education process on the Sakarya University-UZEP platform. Gümüşhane University also contributes to the establishment of this system with its local and national software.

Conclusion

As a result, Gümüşhane University has coordinated the digital transformation process very well despite the lack of infrastructure by dint of the YÖK Digital Transformation Project. Now, Gümüşhane University has a strong infrastructure since it has turned the crisis into its favor in a short time thanks to the YÖK-university cooperation programs. Gümüşhane University continues its efforts to mature in digital transformation.

Gümüşhane Dölek Köyü'nde Çarksız Çömlekçiliğın Kültürel Coğrafyası: Adaptasyon, Kültür ve Ekoloji

Cultural Geography of Wheelless Pottery Making in Gümüşhane Dölek Village: Adaptation, Culture and Ecology

Yılmaz Arı¹

Öz

Gümüşhane merkez Dölek Köyü, geleneksel çarksız çömlekçiliğın Anadolu'da halen yaşamakta olduğu az sayıdaki yerden birisidir. Çalışma Gümüşhane Dölek Köyü'nde yapılan çömlekçiliğın başlıca özelliklerini ve çömlekçilik etrafında gelişen kültürü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu kapsamda Dölek Köyü'nde uzun dönemli saha çalışmaları yapılmış ve çömlekçilik yapan bazı ustalar ve çömlek satıcıları ile konu hakkında derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Bu kapsamda çömlek üretim süreçleri, formları, pazarlanması ve çömlekçiliğın halk kültürünün şekillenmesindeki rolü üzerinde durulmuştur. Çalışma sonuçları, çömlekçiliğın köy kültürünün ana öğelerinden birisi olduğunu; ancak son zamanlarda özellikle dış göçler ve plastik ve metal teknolojisindeki gelişmelere bağılı olarak çömlekçilikte bir gerileme olduğunu göstermiştir. Önemli bir kültürel miras olan çömlekçilikteki bu gerilemenin kırsal ve sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile uyummadığı düşünülmektedir. Çömlekçiliği yaşatabilmek ve sürdürülebilir kılmak için yerel halkın ihtiyaçlarını önceleyen, sürdürülebilir kalkınma hedefleri ile uyumlu ve çömlekçilik için kullanılan doğal kaynaklar üzerinde baskı oluşturmayacak destekleme programlarına ihtiyaç vardır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Coğrafya, Çömlekçilik, Gudu, Gümüşhane Dölek Köyü.

Abstract

Gümüşhane Dölek Village is one of the few places in Anatolia where traditional wheelless pottery is still alive. This study aims to reveal the culture that developed around pottery made in that village. In this context, long-term fieldwork was conducted in the village and the history and culture of pottery-making was tried to be understood through in-depth interviews with pottery masters and sellers. In this context, pottery production processes, forms, marketing and the role of pottery in shaping the folk culture were emphasized. The results of the study show that the daily life in the village is largely shaped around pottery activities; however, there has been a decline in pottery, especially due to migrations and technological developments involving plastics and metal technologies. It is thought that this decline in pottery, which is an important cultural heritage, does not comply with the goals of rural and sustainable development. In order to keep pottery alive and sustainable, there is a need for support programs that prioritize the needs of local people, are compatible with sustainable development goals and do not put pressure on natural resources that are used for pottery production.

Keywords: Cultural Geography, Pottery, Gudu, Gümüşhane Dölek Village.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 02 / 10 / 2021

Accepted: 15 / 12 / 2021

¹ Prof. Dr. Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Coğrafya Bölümü, yari@bandirma.edu.tr. Orcid no: <https://orcid.org/0000-0001-7735-7890>.

Giriş

Seramik uzmanı Prof. Güner, 1970'li yıllarda tüm Anadolu'yu dolaşarak mukayeseli veri topladığı geleneksel çömlekçilik çalışmasında Gümüşhane Dölek Köyü'nü de ziyaret etmiş ve yapılan çömlekçiliği özetle "Dölek köyünde ...formlar oldukça olgunlaşmış, işçilik kalitesi çok yükselmiştir. En ilkel tezgâh türüyle böylesine düzgün, seri üretimin nasıl başarılı olduğuna şaşmamak elde değildir" (Güner, 1988: 19) cümleleriyle ifade etmiştir. Burada sözü edilen olgunlaşmış formlar ve yüksek işçilik kalitesi gibi nitelermeler Dölek Köyü çömlekçiliğini karakterize eden özelliklerdir. Ancak seri üretim yapılmamaktadır. Çömlekçilik yüzyıllardır geleneksel olarak el ile standartlaşmamış bir üretim yöntemi ile yapıla gelmiştir. Güner (1988: 19-20) gibi Özkul Fındık ve Köşklü de (2013: 56) Dölek Köyü çömlekçiliğinin usta-çırak ilişkisi ile nesilden nesile aktarılan ve yüksek ustalık gerektiren bir karakterde olduğunu ifade etmiştir. Dölek Köyü'nde yapılan geleneksel çömlekçiliği modern çömlekçi çarkı ve ürün çeşitliliği ile geliştirmek adına zaman zaman girişimler yapıldıysa da bu girişimler neredeyse hiçbir etki yaratmamış ve çömlekçilik yüzlerce yıl öncesinde yapıldığı gibi geleneksel yöntemlerle yapılmaya devam edilmektedir (Arı, 2021: 198).

UNESCO'nun (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı) somut olmayan kültürel miras listelerine bakıldığında, çarksız çömlekçiliğin dünyanın çeşitli yerlerinde yapıldığı görülmektedir. Dünyanın farklı bölgelerinde bulunan çömlek kalıntıları, iletişimin oldukça sınırlı olduğu o dönemlerde çömlek yapımının bağımsız yenilik olarak yaklaşık eş zamanlı olarak ortaya çıktığını göstermektedir (Norton, 1956: 91). Çömlek yapımı en eski sanatlardan birisidir. M.Ö. 30.000 ile 7.000 yılları arasında eski insanların kil kullanarak mağara duvarlarına çeşitli şekiller ve resimler çizdiği bilinmektedir (Haron ve Motalib, 2013: 82). Kuran-ı Kerim'de farklı ayetlerde geçen çömlek kelimesi diğer ilahi kitaplarda da farklı şekillerde geçmektedir. Dolayısı ile topraktan yapıma, ya da topraktan gelme fikri dinler tarafından da beslenen bir düşüncedir. Böylece çömlekçilik etrafından gelişmiş çeşitli inanışlar ortaya çıkmış ve çömlek yapımına kutsallık atfedilmiştir (Öney, 2020: 623).

Çömlekçilik eski Anadolu uygarlıklarında olduğu gibi bazı günümüz toplumlarında da önemli bir kültürel ve ekonomik faaliyet olarak devam etmektedir. Metal ve plastik kapların yaygınlaşması ile her ne kadar geleneksel çömlekçilik gerilemeye başlasa da (Crane, 1987: 10; Çizer ve Öney, 2010) yine de belli özellikleri nedeniyle ayakta kalmaya devam etmektedir. Bu özelliklerin bazıları çömleklerin dayanıklı olması, mantar ya da böcek saldırıları nedeniyle paslanmaması, yalıtım sağlaması, soğuk saklama özelliği ve çürümeye karşı dirençtir (Ali, 2012: 21). Çömlekler aynı zamanda ısıyı uzun süre muhafaza edebildiğinden yemek hazırlama yöntemlerini çeşitlendirir. Böylece kaynatma ve buharlama yanında, yiyecekleri kavurma ve kızartma şeklinde hazırlamak da mümkündür (Nicklin 1971: 32; Ali, 2014: 136). Diğer bazı sosyo-ekonomik sebepler dışında bu özelliklerinden dolayı geleneksel çömlekçilik dünyanın farklı bölgelerinde halen yaşamaktadır (Ibeanu, 2006: 113; Enoch, 2012: 19).

Gümüşhane Dölek Köyü'nde ise geleneksel çömlekçiliğin nasıl başladığı kesin olarak bilinmemektedir. Köy halkı arasında yaygın olan bir anlatıya göre, çömlekçilik başka bazı yerlerde olduğu gibi göçmenler tarafından getirilmemiş (Myers, 1977: 2); tarla sürümleri sırasında buralardan çıkan çanak-çömlek parçalarını gören köy kadınlarının gördüklerini yapma isteği sonucunda ortaya çıkmıştır ve köyün yakınından geçen kervan yolunu kullanan kervanlara satılmıştır (Gür, 2007: 16). Topraktan çeşitli kaplar yapmayı içeren bu faaliyet köyde "güveç yapmak" olarak bilinir. Başka kaynaklarda Dölek Köyü'nde yapılan faaliyeti tanımlamak için kullanılan guduculuk, çömlekçilik ya da diğer isimler yerel kullanımı karşılamamaktadır. Köyde güveç yapımı toplumsal kültürün esasını oluşturmuştur. Yüksek bir dağ köyü olan ve geçim kaynakları kısıtlı olan Dölek Köyü'nde güveç yapımı bu zor doğa koşullarına adapte olmak için geliştirilmiş önemli bir stratejidir. Bu çalışma Dölek Köyü'nde yapılan güveççilik faaliyeti etrafında gelişmiş olan kültürü, farklı boyutları ile ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu kapsamda çalışma şu soruları cevaplamayı hedeflemektedir: Gümüşhane Dölek Köyü'nde yapılan çömlekçiliğin temel karakteri nedir? Çömlekçiliğin köy kültür ve ekonomisinde oynadığı rol nedir? Uzun serüveni boyunca geleneksel çömlekçiliğin gerilemesi ve yeniden yükselmesini hazırlayan/sağlayan koşullar nelerdir? Teknolojik gelişmeler ve diğer toplumsal değişimler geleneksel çömlekçiliği tamamen ortadan kaldırılabir mi? Çömlekçilik nasıl sürdürülebilir hale getirilebilir?

Bu çerçevede çalışma Giriş bölümünden sonra konuya kavramsal bir çerçeve çizmekte ve geleneksel çömlekçilik konusundaki literatür analizine yer vermektedir. Metodoloji bölümü, çalışmanın veri toplama aşamalarını, yazarın pozisyonunu ve veri analiz yöntemlerini ele almaktadır. Takip eden bölümlerde Gümüşhane Dölek Köyü'nde yapılan geleneksel çömlekçilik, çömlekçilik etrafında gelişen yerel kültür, çömlekçilik üzerinden bu yüksek dağ köyündeki insan çevre ilişkileri ve çömlekçiliği etkileyen teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmeler konu edilmektedir. Sonuç bölümü geleneksel çömlekçiliğin toplumsal rolü ve geleceği ile ilgili çıkarımlara yer vermektedir.

1. Kavramsal Çerçeve ve İlgili Literatür

1.1. Kavramsal Çerçeve

İnsan toplulukları bir fiziki çevrede yaşar ve bu fiziki çevrenin iklim, toprak, vejetasyon gibi fiziki unsurları ile sürekli ve karşılıklı ilişki içerisinde. Bu ilişkiyi akademik olarak inceleyen çalışmalarda son 100 yıla kadar fiziki çevre faktörlerinin insan yaşamına etkileri konu edinilmiştir. Çevresel determinizm denen bu bakış açısı, insan faaliyetlerinin fiziki çevre koşulları tarafından belirlendiği ve insanın bu çevrenin sunduğu imkanlar ölçüsünde gelişebileceği iddia ediliyordu (İbn-i Haldun, 1990: 194; Diamond, 2003: 60; Semple, 2005: 26). Bu görüşe göre herhangi bir yerdeki insan faaliyetlerinin belirleyicisi o yerdeki iklim, toprak, vejetasyon, jeomorfoloji gibi fiziksel çevre unsurlarıdır. Ancak zamanla anlaşıldı ki bu düşünce biçimi tarihi gelişme, teknoloji, dini inanışlar, yönetim şekli, ekonomik kurumlar, sosyal organizasyonlar, girişimcilik, inovasyon, diğer toplumlarla ilişkiler gibi gelişmeyi doğrudan etkileyen kilit kültürel konuları dikkate almayarak önemli bir yanılığa düşmüştür (Pattison, 2003: 123; Arı ve Köse, 2005: 55; Arı, 2017: 7). Dolayısı ile insan-çevre ilişkilerini incelerken etkileyen faktörler olarak hem fiziki hem de kültürel özellikleri dikkate alan daha geniş perspektiften bakmak, belli bir konudaki resmin daha bütünsel olarak anlaşılmasına olanak verecektir. Bu düşünceyi geleneksel çömlekçiliğe uyguladığımızda bir soru kaçınılmaz olarak cevaplanmaya muhtaçtır. Çömlekçilik gerekli fiziki koşullar var olduğu için mi yoksa çömlekçiliği ortaya çıkaran bazı kültürel ve ekonomik nedenler de var olduğu için mi bazı toplumlarda yapıla gelmiştir? Eğer fiziki faktörler belirleyici olsaydı uygun kil yataklarının olduğu çoğu yerde çömlekçilik yapılıyor, uygun yatakların olmadığı yerlerde de yapılmıyor olması gerekirdi. Ancak Dölek Köyü ve Türkiye’de geleneksel çömlekçilik yapılan başka birçok yerdeki örnekler fiziki koşulların belirleyici olmadığını göstermektedir. Nitekim çömlekçilikte doğal malzemelerin seçimi ve çömleklerin şekillendirilmesi ve kalitesinin büyük ölçüde kültürel faktörlere bağlı olduğu ifade edilmiştir (Rye, 1976: 106).

Kültürel birikimin aktarıldığı bir el sanatı olan çömlekçilik geleneksel kültürün en önemli unsurlarından biridir. Anadolu’da bu kültür, Türklerin kendi getirdikleri bilgi birikiminin Anadolu halklarının binlerce yıllık tecrübesi ile birleşerek gelişmiş ve özel bir şekil almıştır (Acartürk, 2012: 1). Bugün halen birçok merkezde yapılmakla birlikte, yeni gelişen teknolojiler ve hayat tarzları nedeniyle geleneksel çömlekçilik son 40-50 yılda belirgin bir şekilde gerilemiştir (Çizer ve Öney, 2010). Böylece çömlekçiliğin sürdürülebilirliği kaygı verici bir noktaya gelmiştir. Çeşitli isimlerle anılan bu tür el sanatları, UNESCO tarafından 2003 yılında somut olmayan kültürel miras olarak sınıflandırılmıştır (Oğuz, 2013: 6). Somut olmayan kültürel miras müzik, şarkı, dans, kuklacılık ve tiyatro, sosyal uygulamalar, ritüeller ve festival etkinlikleri, doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar, sözlü gelenekler ve ifadeler, geleneksel el sanatları ile kültürel olarak önemli yer ve olayları ifade eder (Kurin, 2004: 67). Daha çok geleneksel yaşam ve halk kültürü ile özdeşleşen bu faaliyetler modern hayat ve üretim tarzları nedeniyle gerilemekte, hatta yok olmaktadır. Bunların korunması ve gelecek nesilleri aktarılması da bu noktada önemli hale gelmektedir.

1.2. İlgili Literatürün Analizi

Çömlekçilik binlerce yıldır devam eden bir el sanatıdır. Anadolu’da Neolitik çağın (M.Ö. 8000-5500) ilk dönemi seramiksiz dönem olup, bu dönemde kullanılan kap-kaçaklar ahşap ve taştan yapılmaktaydı. Bu ilk dönemde basit toprak kaplar yapılmaya başlanmış olmasına rağmen, çanak çömlek yapımının Neolitik’in yerleşik yaşama geçilen ikinci döneminde başladığı varsayılır (Güner, 1988: 8; Acartürk, 2012: 4). Bu dönemde insanlar kili kurutup, pişirip sertleştirerek barınma yerleri yapmaya başlamışlardır. Yerleşik yaşamla birlikte mutfak kültürü gelişmeye başlamış, bu da dayanıklı kap-kaçak ihtiyacını ortaya çıkarmıştır (Başgelen, 2006: 111; Acartürk, 2012: 5). Neolitik’in geç dönemlerinde ise mesela Çatalhöyük’te kilden yapılmış tanrıça figürleri, mühürler, hayvan figürleri, geometrik desenli süslemeler ve tutamaçlı mataralar bulunmuştur. Kalkolitik dönem olarak adlandırılan M.Ö. 5500-3000 yılları arasında ise “Seramikler perdahlı ve bezemelidir...Oval ağızlı, küre gövdeli, dikdörtgen seramik kaplar bulunmuştur. Geç Kalkolitik dönemde ise ince et kalınlığında, krem rengi astarlı, kafes görünlü süslemeli seramikler bulunmuştur” (Acartürk, 2012: 6). İlk Tunç Çağı’nın başında, yani M.Ö. 3000’li yıllarda çömlekçilikte önemli bir yenilik olan çark keşfedilmiştir. Böylece daha az emekle daha gelişmiş formların yapımı mümkün oluyordu. Orta Tunç Çağı’nda ise çarkın kullanımı Anadolu’ya yayılmıştır. Anadolu’daki tüm antik dönem uygarlıklarında seramik sanatı devam etmiş ve bu sanat yaklaşık 9 bin yıldır kesintisiz yapılmaktadır (Güner 2019: 91). Hatta Anadolu’da mirasından en fazla yararlanan sanat dalının seramik olduğu iddia edilmiştir (Acartürk, 2012: 11-12).

Bugün Anadolu’da geleneksel çömlekçilik yapılan yerlerde kullanılan teknik ve teknolojilerin antik dönem çömlekçiliğinden çok farklı olmadığı bilinmektedir (Acartürk, 2012: 2). Hatta Dölek Köyü’nde olduğu gibi çarksız çömleğin yapılışı, kullanılan malzemeler ve teknoloji anlamında belki de binlerce yıl önceki ile aynıdır. Bu tür çömlek yapımı geleneksel toplumlarda ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda önemli role sahipti. Ancak son 40-50 yılda geleneksel çömlekçiliğin aleyhine bazı köklü değişimler izlenmeye başlanmıştır. Dünyanın farklı bölgelerinde yapılan geleneksel çömlekçiliğin, Batı teknolojilerinin ve eğitiminin yaygınlaşması ile gerilediği bilinmektedir (Ali, 2014: 124). Ancak geleneksel toplumların sosyo-ekonomik hayatında oynadığı rol nedeniyle çömlekçilik tamamen ortadan kalkmamıştır.

Türkiye’de de geleneksel çömlekçilik ile ilgili çoğu son 10-15 yılda üretilmiş, yaklaşımları bakımından çok çeşitlilik göstermeyen, nispeten zengin bir literatür vardır. Bu literatürün pek azı ölçek olarak tüm ülkedeki durumu ele almaktadır (Yalçın, 1940; Koşay ve Zübeyir-Ülkü, 1962; Güner, 1988; Çizer ve Öney, 2010). Bunlardan şüphesiz en kapsamlısı Güner’in 1970’li yılların ortalarında geleneksel çömlekçiliğin Anadolu’daki merkezlerini, zahmetli bir alan çalışması ile inceleyerek, ancak 10 yıl sonra yayınlatabildiği öncü çalışmasıdır. Bu merkezlerin 2010’daki durumu ve Güner’in çalışması üzerinden geçen yaklaşık 35 yıldaki değişimi, Çizer ve Öney (2010) tarafından yapılan bir proje çerçevesinde incelenmiş ve haritalanmıştır. Buna göre 1970’lerden günümüze geleneksel çömlekçilik önemli ölçüde gerilemiş ve artık birçok merkezde yapılmamaktadır. Çalışma bulgularına göre 2010’larda Anadolu’da sadece 16 merkezde bu tür çömlekçilik devam ettirilirken, yaklaşık 100 merkezde üretim ya tamamen bitmiş ya da bitmek üzeredir.

Dolayısı ile geleneksel çömlekçilikte söz konusu edilen 35-40 yıllık dönemde belirgin bir gerileme olduğu açıkça görülmektedir. Halen devam etmekte olan geleneksel çömlekçilik merkezlerini ele alan akademik çalışmalar vardır. Bu çalışmalar geleneksel çömlekçiliğin yapım aşamaları, pazar koşulları, gelişen sosyo-ekonomik yapı içerisindeki durumu ve sürdürülebilirliği ile turizm amaçlı kullanımını ele almaktadır. Bunlardan bazıları Manisa, Salihli Gökeyüp kasabası (Baykal, 1990; Çizer ve Yarol, 2005; Başkıran, 2012), Trakya (Çakır, 2009; Ölçer, 2018), Ankara Gölbaşı (Buner ve Okça, 2016), Avanos (Aslan, 2012), Sakarya (Eroğlu ve Köktan, 2013), Van Bardakçı Köyü (Batmaz, 2016), Burdur, Ağlasun (Ceylan, 2014), Kastamonu, Küçüksu (Çalışıcı Pala, 2017) Bitlis (Sökmen, 2015), Aydın, Karacasu (Çizer, 2006; Yardımcı ve Bardak, 2019), Konya, Sille (Tapur, 2009; Çetintaş, 2018) ve diğer bazı yörelerdir. Özellikle 2010 yılından sonra geleneksel çömlekçiliğin hızlı gerilemesiyle tezat oluşturacak şekilde konu hakkında yazılan bilimsel makalelerde belirgin bir artış söz konusudur.

Dölek Köyü çömlekçiliği de bu literatüre konu edinilmiştir. Bu konudaki ilk kaynak 1932 yılında yapılan bir envantere dayandırılan bir çalışmadır (Koşay ve Zübeyir-Ülkü, 1962: 93). Bu çalışmada ek olarak verilen haritada Dölek Köyü işaretlenmiş ve burada yapılan çömleklerin tandırlarda, üçer-beşer konularak pişirildiğine işaret edilmiştir. Dölek Köyü çömlekçiliği ile ilgili ilk ayrıntılı akademik çalışma ise Güner (1988) tarafından yapılmıştır. Güner, 1974 yılında Dölek Köyü’nü ziyaret etmiş ve burada yapılan çömlekle ilgili kayıtlara yer vermiştir (Güner, kişisel mülakat, 2020). Daha sonra Dölek Köyü’nde doğup, büyümüş olan Balaban ise (1997) ilk kez Dölek Köyü çömlekçiliğini bir lisans bitirme tezi kapsamında incelemiş ve hem alan çalışması hem de Güner’den (1988) alıntılarla güveç üretim süreçleri hakkında değerlendirmelere yer vermiştir. Uzun ve Uzun ise (2001) ekmek pişirmede kullanılan toprak pilekileri ele aldıkları çalışmalarında Dölek Köyü çömlekçiliğine de yer vermişler ve güveç formlarının yapımı ve kullanma biçimlerini konu etmişlerdir. Bu alandaki literatürün genel eğilimine paralel olarak son 5-10 yıldır Dölek Köyü çömlekçiliği hakkında akademik dergilerdeki makale sayısı artmaya başlamıştır. Özkul Fındık ve Köşklü (2013) Dölek Köyü’nde yaptıkları alan çalışmasında burada yapılan geleneksel çömlekçiliğin genel karakteri üzerinde durmuş ve çömlekçiliğin gerileyerek artık daha çok yerel ihtiyaçlar için yapıldığı sonucuna varmışlardır. Çalık ve Ödemiş (2018) ve Ödemiş ve Çalık (2019) Dölek Köyü’nde yapılan geleneksel çömlekçiliği turizm çekiciliği ve kültürel miras bakımından değerlendirmiş, bu sanatın yaşatılması ve sürdürülebilirliği için öneriler getirmişlerdir. Arı (2021) ise somut olmayan kültürel miras olarak Dölek Köyü çömlekçiliğinin korunması ve sürdürülebilirliğini değerlendirmiştir. Ancak bu çalışmalar çoğunlukla güveç üretiminin teknik boyutu üzerinde durmuş; güveç yapımı etrafında gelişmiş olan halk kültürüne ve yaşam tarzına odaklanmamıştır. Bu çalışmanın temel amacı da bu boşluğu doldurmaktır.

2. Metodoloji ve Çalışma Alanı

2.1. Metodoloji

Çalışma uzun dönemli gözlemler ve arazi çalışmalarından elde edilen veriler üzerine kurgulanmıştır. Ancak spesifik bir amaçla ve sistematik olarak yapılmayan gözlemlerin bilimselliği ve bu yolla elde edilen verilerin geçerliği ve güvenilirliği ile ilgili bazı problemlerin olması kaçınılmazdır (Arı ve Kaya, 2014). Bu problemleri ortadan kaldırmak için çömlekçilik ile ilgili konular 2020 ve 2021 yazında ikişer ay (temmuz ve ağustos) süren sistematik saha çalışmaları ile araştırılmıştır. Arazi çalışmaları Arı’nın (2014: 309) tarif ettiği yöntemle yapılmıştır. Bu çalışmalarda çömlekçiliğin etnografik boyutuna odaklanılmış ve derinlemesine görüşmelerle çömlekçilikle ilgili ilk bakışta fark edilemeyen konular, problemler ve ayrıntılı anekdotlar toplanmıştır. Böylece çömlekçilikle ilgili iş ve işlemlerin toplumsal yaşamda oynadığı rol, köy kültüründeki yeri ve ekonomik boyutu anlaşılmasına çalışılmıştır. Her ne kadar geleneksel üretim yöntemleri değişmeye de değişen sosyo-ekonomik bağlam, göçler, ekonomik ve teknolojik gelişmelerle birlikte çömlekçilikle ilgili süreçlerde önemli değişiklikler de meydana gelmiştir. Bu değişimi ve çömlekçiliğin toplum yaşamında ve kültüründe eskiden beri oynadığı rolü mukayeseli anlayabilmek için özellikle 1980 öncesi dönemde çömlekçilik yapan bazı yaşlı bireylerle özellikle görüşülmüştür. Bu kişiler amaçlı örneklem yöntemi ile seçilerek geçmiş deneyimleri ve çömlekçilikteki değişim onların bakış açısından anlaşılmasına çalışılmıştır. Bu amaçla yazının sonunda teşekkür kısmında adları sayılan köy halkı ile değişik kereler derinlemesine

görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerden elde edilen veriler, yazarın ilk elden deneyimleri ve gözlemleri ile teyit edilmiş ve olası hatalar ya da yanlış anlamalar ortadan kaldırılmıştır.

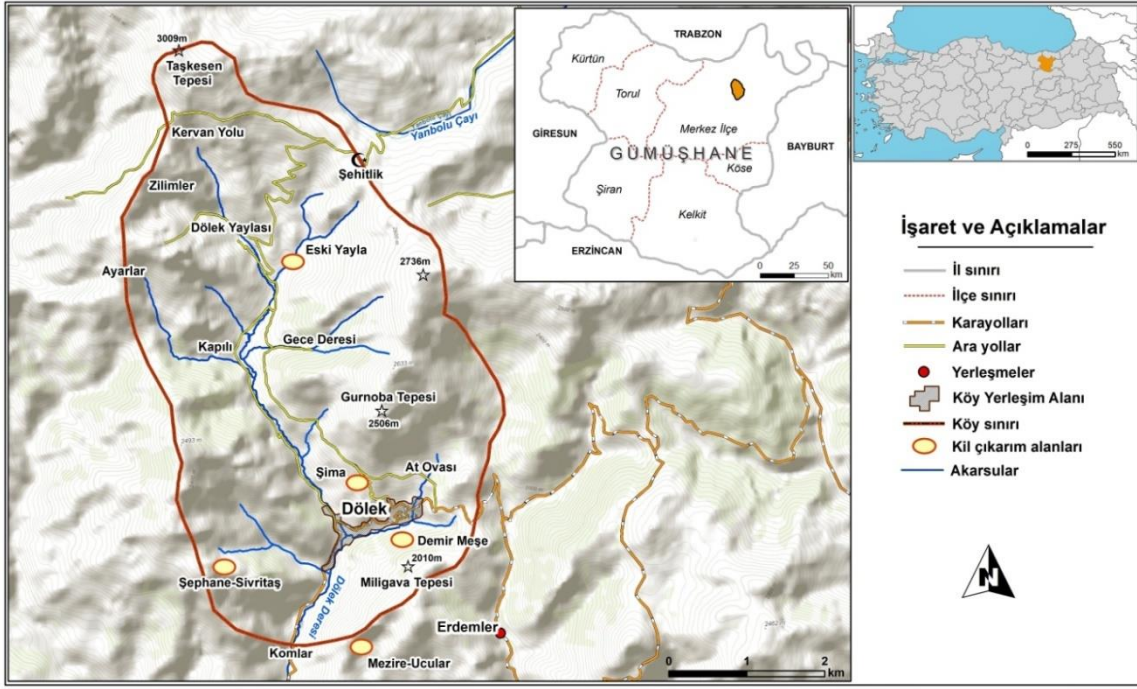
Çalışma, konu hakkında yapılan önceki çalışmaların aksine çömlekçilik sonunda üretilen sonuçlara (yani çeşitli çömlek formlarına) değil, çömlek üretim süreçlerine odaklanmaktadır. Üretilen çömlekler aynı zamanda ekonomik yaşamın da önemli bir parçası olduğu için çömleklerin satış süreçleri özellikle incelenmiştir. Köyde yetişmiş olan bütün erkeklerin ki buna yazar da dahildir, uzak yerlere çömlek satmaya gitmekle ilgili anıları vardır ve bu yaşamışlıklar toplumsal bellekte önemli bir yer tutmaktadır. Yazar ilgili köyde doğup, büyüdüğü için çalışmanın veri toplama süreci 20 yıl gibi uzun bir zaman dilimine yayılmıştır. Metinde kullanılan bazı fotoğraflar 1998 yılında yazar tarafından çekilmiştir. Çömlekçiliğin köy kültüründe oynadığı temel rolü yansıtabilmek için özellikle yaşlı kişilerden eskiye dair anlatılar ve anılara özel bir önem verilmiştir. Veri kaynağı olan kişilerden bazıları artık köyde yaşamadığı için bunlarla İstanbul, İzmit, Erzincan gibi şehirler ile Almanya ve Fransa gibi ülkelerde ya yüz yüze ya da telefonla görüşmeler yapılmıştır. Çalışmanın birincil verileri ise Dölek güveççiliğinin baş aktörü durumunda olan Dölekli kadınlardan elde edilmiştir. Bu kadınların bazılarının çok yakın akraba olması ve bazıları ile de uzun dönemli tanışıklıklar, alana girme ve derinlemesine veri toplama ile ilgili zorlukları ortadan kaldırmıştır.

2.2. Çalışma Alanı

Dölek Köyü, Karadeniz Bölgesi'nin, Doğu Karadeniz Bölümü'nde, Kalkanlı Dağları'nın güney eteklerinde deniz seviyesinden 1700-1900 m yükseklikte kurulmuş olan, idari olarak Gümüşhane iline bağlı eski bir köy yerleşmesidir ve şehir merkezine uzaklığı 30 kilometredir. Tarihi kayıtlardan anlaşıldığına göre köyde en az 400-500 yıldır iskân edilmektedir (Miroğlu, 1975: 87). Dölek ismi Türkçe sözlükte "ağır başlı, uslu, ağır davranışlı ya da düz engebesiz toprak parçası, tepenin eteği" gibi anlamlara gelmektedir (TDK, 2021). Muhtemelen ilk yerleşmelerin dağ eteğindeki küçük düzlüklere kurulmuş olmasından bu ismi almıştır. Çevredeki köylerin isimleri birçok kez değiştirilmesine rağmen Dölek ismi hiçbir zaman değiştirilmemiştir. Köyün bilinen başka bir adı yoktur. Bu da konargöçer Türk aşiretlerinden bazılarının köydeki ilk yerleşmeyi kurduğunu ve isimlendirmenin Türkçe olduğunu göstermektedir. Çevre köylerde bulunan kilise kalıntıları gibi tarihi Hristiyan yapılar Dölek Köyü'nde bulunmamaktadır. Zamanla nüfus arttıkça köy büyümüş ve dağ eteğindeki nispeten düzlük alanlara yeni mahalleler kurulması ile 3 kilometreye yayılan 13 mahalleden oluşan bir yerleşmeye dönüşmüştür (Şekil 1). Köyün 2018 nüfusu 180'dir. 1970-1980'li yıllarda 800'ü bulan nüfus, zamanla Almanya, Fransa, Belçika ve Hollanda'ya olan dış göçler ve özellikle İstanbul ve Kocaeli gibi illere olan iç göçlerle azalmıştır (Arı, 2021: 195).

Köy arazisinin yarısından çoğu 2000 metrenin üzerindedir. En alçak nokta 1645 m ile köyün güney sınırındaki Komlar mevki, en yüksek noktaları ise köy sınırının en kuzey noktası olan ve yakınından kervan yolu da geçen 3009 m'lik yükseltisi ile Taşkesen Tepe ve 2736 m ile Gurnoba Tepedir. Köy, Doğu Karadeniz kıyı dağlarının güneye bakan yamaçlarında kurulduğu için köy iklimi Karadeniz iklimi ile karasal iklim arasında geçiş karakteri arz eder. Kışlar uzun, kar yağışlı ve oldukça soğuktur. Yaz ayları ise kısa, nemli ve serindir. Karın yerde kalma süresi çok uzun olup, genellikle Ekim sonundan Nisan ayı başına kadar devam eder. Kış sıcaklıkları çok düşük olup, özellikle geceleri sıfırın altındadır. Yaz sıcaklıkları ise nadiren 30 dereceye kadar çıkabilmektedir. Mevcut şartlar altında fiziksel çözünme çok güçlüdür.

Köy arazisinin yaklaşık dörtte biri sarıçam (*Pinus sylvestris*), meşe (*Quercus sp.*) ve yaban kavağı (*Populus tremula*) ormanları ile kaplıdır ve bu ormanlar kuzeye bakan yamaçlarda gür koruluklar şeklindedir. Orman üst sınırı 2300 m olup, daha yüksek alanlar, alpin çayırlardan ve çıplak alanlardan oluşur. Köy, su kaynakları bakımından çok zengindir. Harşit Çayı'nın ana kaynaklarından birisi köy sınırları içerisindeki sayısız kaynağın oluşturduğu Dölek Deresi'dir. İklim ve yükselti koşullarından dolayı köy arazisi tarım yapmaya çok müsait bir karakter göstermez. Mesozoik yaşlı volkanik ve volkano-sedimentar kayalardan oluşan köy arazisi oldukça engebeli olup, tarım yapılabilecek alanlar yamaçlarda küçük tarlalar halindedir (Arı, 2021). Buğday yetişme sınırının üstünde olan bu alanlarda eskiden arpa ve çavdar yetiştirilirdi ancak yükselti ve sert iklimden dolayı tarımda verim oldukça düşüktü. Yaz süresi oldukça kısa olmasından dolayı yüksek alanlarda ekilen çavdar bazen ani gelişen hava olayları nedeniyle kar altında kaldığı olurdu (Murat Durmuş, kişisel mülakat, 2020). Sabanla ekim yapılan bu alanlar, köyden hızlı göçün yaşandığı 1980'lerden sonra artık ekilmemektedir. Köyde bugün bile traktör yoktur. Eskiden ekilen alanlar da dahil olmak üzere ormanlar dışındaki bütün köy arazisi bugün otlak durumundadır. Bu otlakların biz kısmı yazın otlatılırken, bir kısmından da hayvanların kışlık yiyeceği biçilerek uzun kış ayları için merelerde depo edilir. Dolayısı ile hayvancılık, güveç yapımı ile birlikte köydeki en önemli ekonomik faaliyettir. Ziraat faaliyetleri ise artık evlerin etrafındaki küçük alanlara ekilen fasulye, patates, bazı sebzeler ile sınırlı meyvecilik faaliyetlerine indirgenmiş durumdadır.



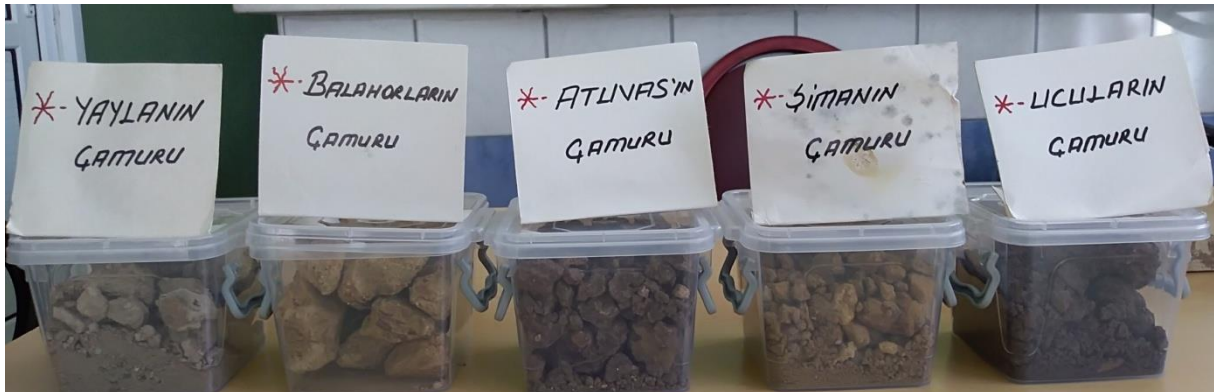
Şekil 1. Dölek Köyü Lokasyon Haritası ve Kil Çıkarım Alanları.

Anadolu'nun birçok yerinde artık yok olmuş konar-göçerlik ise köyde tüm canlılığı ile devam etmektedir. Bu göç, havaların ısınması ile daha yüksekte (2200 m) ve 5 kilometre kuzeybatıdaki köy yaylasına yapılmaktadır. Amaç, hem yüksek dağ yamaçlarında hayvanlara daha taze otlaklar bulmak hem de hayvanları, ekilen tarımsal alanlardan ve kışlık ot yetiştirilen meralardan uzak tutmaktır. Bu göçe katılanlar, köydeki büyük ve küçükbaş hayvanları alarak her yıl temmuz ayının ilk haftasında yaylaya hareket eder, eylül ayının ortasında da tekrar köye döner. Eskiden daha geniş katımlı yapılan bu göç şimdilerde hayvanlara bakacak ve tereyağı, lor ve peynir yapacak genç kızların ya da yaşlı kadınların katıldığı bir faaliyet durumundadır. Tamamen organik olarak üretilen bu ürünler yerel tüketim için kullanıldığı gibi son yıllarda ticarete de konu edilmektedir. Her ne kadar artık tahıl tarımı yapılmıyorsa da kültürel bir ritüel haline gelen bu faaliyet halen devam etmektedir. Son dönemlerde ise bazı köy sakinlerinin rekreatif amaçlı olarak yazları yaylaya göç ettikleri ve kalıcı konutlar yaptıkları gözlenmiştir.

3. Gümüşhane Dölek Köyü'nde Güveç Yapımı

3.1. Güveç Çamurunun Çıkarılması, Depolanması ve Hazırlanması

Güveç yapımında kullanılan ve çamur olarak isimlendirilen kil, köy sınırları içerisinde olan 4 ayrı nokta ve komşu bir köyün arazisinde yer alan 1 yer olmak üzere toplam 5 farklı yerden getirilir (Şekil 2). Bu yerlerin hiç birisine 1990'lı yıllara kadar karayolu ulaşımı yoktu. Bugün ise sadece 2'sine toprak yollarla ulaşmak mümkündür. Dolayısı ile çamurun çıkarıldığı bu yerlerden köye nakledilmesi ya hayvan sırtında ya da insan sırtında gerçekleşirdi. Çamur genellikle sedimentar damarlar halinde yerin derinliklerine ya da ileriye doğru uzandığından, üzerindeki örtünün kaldırılması ve kazma ile eşilerek çıkarılması gerekir.



Şekil 2. Köy Sınırları İçerisinde, Farklı Noktalardan Alınan Güveç Kili Örnekleri.

Çamurun, güveç yapımına uygun olup olmadığına ancak güveç ustası kadınlar karar verebilir. O nedenle güveç çamurunun bulunduğu yerden kazma ile eşilerek çıkarılması işi neredeyse tamamen kadınlar tarafından yapılır. Eskiden beri bu durum hiç değişmemiştir. Adete bir maden ocağına dönüşen alanlarda güveç çamuru çıkarabilmek bir madencilik becerisi gerektirir. Galeri madenciliğinin tehlikeleri burada da söz konusudur. Bu galerilerin zaman zaman çökmesi kadınlar için hayatı risk oluşturur. Hatta şu an köyde yaşayan yaşlıların hatırlayabildiği dönem içerisinde köyden 2 kadın çamur çıkarırken, galerilerin göçmesi sonucu hayatını kaybetmiştir. Onlarcası ise farklı zamanlarda çeşitli mevkilerdeki çamurluklarda göçük altından sağ olarak kurtarılmıştır. 1944 doğumlu olan ve beraber çalıştığı arkadaşı (Fadime Marmaralı) göçükte ölen, aynı zamanda yazarın annesi olan Menşure Arı, yaşadığı bu göçük olayını şu cümlelerle ifade etmiştir:

1966 yılının Eylül ayının ortalarıydı. O gün, sabah kahvaltı yaptıktan sonra ...at ve eşeklerimizi alarak çamur getirmek için Şima mevkisine gittik. O esnada yukarı mahalleden Fadime (Marmaralı) abla geldi. Fadime abla elinde getirdiği kazma ile çamurluğun dışında ayakta durarak, vücudunun yarısı çamurluğun içerisinde bir şekilde bir kazma vurdu, ardından bir kazma daha vurunca çamurluğun tavanı büyük bir gürültü ile çökmeye başladı, ben sesi duydum, kendimi dışarı atmaya çalıştım ama toprak üstüme gelerek, iki büklüm şekilde üzerimi örttü. Toprağı temizlemek için elimi ağzıma götürdüğümde (oturarak ve öne eğilerek çalıştığım için toprak üzerime kapandığında zaten elim yüzüme yakındı) ağzımın köpürdüğünü fark ettim ve artık orada öleceğimi düşünmeye başladım. Bir süre sonra, oraya sonradan gelenlerden erkek olan (Bahri Solakoğlu) sırtını çamurluğun kopan kısmına vererek benim üzerimdeki büyük bir kerseği (toprak parçası) ittirince, ben...hafifledim ve nefes almaya başladım. Ben ayağa kalkınca beni çıkardıkları çukur bir anda kan gölüne döndü. Ben o kanı görünce ... kendimden geçtim...orada bayılmışım. Fadime ablanın ise sadece kafası içeride kaldığı için onun fazla zarar görmeyeceğini düşünmüşlerdi. Ancak sonradan anlaşıldı ki hızla kopan toprağın ittirmesi ile kazmanın ters tarafı Fadime ablanın alnını yarmış ve benim çıkarıldığım çukura dolan kan oradan gelmişti. Çıkarıldığında ölmüştü.

Aslında heyelanlı bir bölgede yer alan bu çamurlukta daha sonra Aralık 1981'de Hatice Çardak isimli başka bir kadın da göçük altında kalarak hayatını kaybetmiştir.

Evlerin bir köşesinde ya da evin dışında bağımsız bir bölme vardır ve buraya çamurluk adı verilir. Bu alan çıkarım yerlerinden getirilen çamurun depo edildiği yerdir. Bu yer, genellikle evin kiler ve tandir evi olarak kullanılan ya içerideki bir köşesi ya da eve dışarıdan yapılan bir eklentidir. Çamur çıkarımı genellikle köydeki çayırın biçilip, ekinlerin kaldırılmasından sonra eylül ayında başlar ve kış bastırıp, kar kapatıncaya kadar devam eder. İlbaharda yağmurlu hava ve ulaşım koşulları nedeniyle çamur çıkarımı ve taşınması zor olduğu için ilbaharda başlayan güveç yapımı döneminin kesintiye uğramaması için çamur, çoğunlukla sonbaharda getirilerek depo edilir.

Depolanan çamurun güveç yapımına hazır hale gelmesi için karıştırılması ve içerisindeki taşların ayıklanması gerekir (Şekil 3). Bu amaçla temelde sert ve yumuşak çamur olmak üzere iki çeşit olan çamur, yaklaşık yarı yarıya karıştırılır. Bir kadının bir günde yapabileceği yaklaşık 25-30 güveçlik kil ayrılarak, 4-5 m² genişliğinde *deri* denen ve eskiden tamamen hayvan derilerinden, şimdilerde ise çuvallardan oluşan bir bez üzerine konur. Bu kil kadınlar tarafından çıplak ayakla başka yerlerde de yapıldığı gibi (Djordjeviç ve Zlatkoviç, 2014) belli bir süre çignenerek homojen hale getirilir. Bu işlem sırasında kil içerisindeki taş ve yabancı maddeler çıplak ayakla kolayca hissedilerek ayıklanır. Buna *çamur basma* adı verilir. Yine ustanın kararına göre eğer çamur çok cıvık olmuşsa biraz sert çamur, çok katı olmuşsa da biraz yumuşak çamur karıştırılarak kıvamı ayarlanır. Bu esnada varsa çamur içerisindeki büyük taşlar ve yabancı maddeler ayıklanır. Bu işlem genellikle yarım saat ile 1 saat arasında sürer ve güveç yapılacak günün sabahında yapılır.



Şekil 3. Güveç Çamurunun Çıkarılması, Köye Taşınması, Ayakla Basılması ve Ellenmesi.

Basılan çamur, içerisinde ayakla hissedilemeyecek kadar küçük taşları ayıklamak ve daha homojen hale getirmek için elle yoğrulur. Bu işleme de *elleme* adı verilir. Ellenen çamur artık güveç yapımına hazır hale gelmiştir. Yardımcı, gün boyunca çamuru ellerken usta da güveç yapar.

3.2. Güveç Yapımı: Kadın Maharetinin Tezahürü

Güveç ustaları güveç yapmaya sabah erken saatlerde başlar ve bu iş gün boyu devam eder. Güveç yapımı ile ilgili işlere yardımcı olmak üzere bir yardımcı bulunur. Bu yardımcı genellikle ailedeki genç kızlardan ya da çocuklardan birisidir. Bazen de bir komşudur. Güveç yapma zamanı, ilkbahardan yayla göçünün başladığı Haziran sonuna kadar geçen birkaç aylık süre ya da sonbaharın başlarıdır. Bu zamanlar köyde diğer işlerin henüz başlamadığı ya da yoğun olarak yapılmadığı zamanlardır. Güveç yapmaya başlamadan önce kullanılacak alet-edevat hazırlanır. Bunlar *saksı*, *taraklar*, *kurufa*, *kıranzi*, *kolçak* ve *peştamal*dır (Şekil 4). Bir teneke kaba su doldurularak zaman zaman tarak, kıranzi, taslak ya da eller ıslatılır. Bu kaba *saksı* adı verilir. Güveç yapımı sırasında giyilen elbiseye çamur bulaşmaması için her iki kola elbise üzerinden giyilen giysiye *kolçak* denir. Aynı şekilde ustanın giydiği eteği çamurdan korumak için de uzunca bir peştamal giyilir (Arı, 2021).



Şekil 4. Güveç Yapımında Kullanılan Malzemelerden Bazıları. Sırayla Kurufa, Tahta, Kıranzi, Gogoç Taşı Ve Namlu.

Daha sonra usta, altına bir minder ya da post gibi yalıtım malzemeleri koyarak düz bir zemine oturur. Yardımcı kişi çamuru eller ve yapılan güveçlerin taşınması ve diğer işlerde ustaya yardımcı olur. Usta, üzerinde güveç yapacağı tahtayı kurufa üzerine yerleştirir. Önce güvecin tabanı yapılır. Bunun için bir parça çamur, iki elle vurularak yassı hale getirilir ve tahtanın üzerine konulur. Usta kadın tekrar bir parça çamur alarak bu çamuru uzun ve kalın bir çubuk halinde biçimlendirir. Bu çubuğa *holoz* denir. Usta bu aşamadan sonra holozları üst üste tutturup, bir eli içeride, diğeri dışarıda olacak şekilde güvecin ana gövdesini yapar. Bu esnada tahta, ya bir elle ya da üst üste konan çamurun döndürülmesi ile kendi etrafında döndürülerek güvecin yapımı tamamlanır (Şekil 5).



Şekil 5. Güvecin Ana Gövdesinin Yapımı.

Bu işleme *holozlama* denir. Holozlama yapıldıktan sonra taraklarla güvece şekil verilir. Taraklar çeşit çeşittir. *Yukarı çekme tarağı*, aşağıdan yukarı çekilerek bir yandan inceltme yapılırken bir yandan da holozlanan parçaların birbirine iyice yapışıp, tutunmasını sağlar. *Karınlama tarağı*, güvecin içerisindeki taranarak düzeltilmesi hem de dışa doğru olan eğimin ayarlanması için kullanılır. Karınlama tarağının içeriden karınlaştırdığı güveci dışarıdan da düzleştirmek ve pürüzsüzleştirmek için *düzleme tarağı* kullanılır. Bu şekilde oluşturulan güveç, *çekmesi* (biraz kuruması) için bir müddet güneş altında bırakılır. Daha sonra tekrar ele alınan güveç, *düzleme* ve dudak *kırma tarağı* ile düzleştirilir, kulplanır ve ağız kısmına şekil verilir. Bu son iki iş için genellikle aynı tarak kullanılır (Şekil 6).



Şekil 6. Güveç Yapımında Kullanılan Tarak Çeşitleri: Sırayla Yukarı Çekme Tarağı, Karınlama Tarağı, Düzleme ve Dudak Kırma Tarağı.

Tahta üzerine konulan taban, yapılacak güvecin boyutuna göre farklı yarıçapta olur. Büyük güveçler için büyük tahtalar, küçük güveçler için ise daha küçük tahtalar kullanılır. Büyük güveçler iki aşamada yapılır. Önce güveç yarıya kadar yapılır ki buna *hot* adı verilir. Hotlanan güveçler üzerine gelecek ağır yükü taşıyabilmesi için bir süre güneşe kurumaya bırakılır. Henüz tamamlanmadan bir süre kurumaya bırakılan bu güveçlere *taslak* adı verilir. Taslaklar taraklarla halen şekillendirilebilecek kadar kuruyunca üzerine ekleme yapılarak büyütülür. Böylece büyük ya da hotlu güveç denen formlar yapılmış olur.

Güvecin büyüklüğünü belirleyen temel faktör ise kullanım amacıdır. Bu amaçla birlikte pazar koşulları da güvecin şekli ve büyüklüğüne karar vermede önemli etkenlerdir. Örneğin eğer yapılan güveç Van iline götürülecekse, güveç oldukça büyük olmalıdır ve içerisine yaklaşık bir teneke zahire alabilmelidir. Güveç eğer Erzincan'a götürülecekse bu güveç dar ve uzun olmalıdır. Bayburt'a götürülecekse kısa ancak geniş karınlı olmalıdır. Erzurum güveci de Bayburt güvecine benzer olmalıdır. Trabzon güveci ise tencereye benzer şekilde tabanı geniş, karınlı ve yayvan olmalıdır. Eğer güveçte et pişirilecekse o zaman tabanı oldukça geniş, boyu kısa ve ağız açık olmalıdır. Güvecin kullanım amacı, satıldığı bölgelerin sosyo-ekonomik özelliklerine bağlıdır. Bir bölgedeki aile büyüklüğü, tarımsal ürün çeşidi, aile yapısı ve ekonomik durum özellikleri o bölgede satılan güveç türünü etkileyen temel faktörler gibi görünmektedir. Dolayısı ile tabanı aynı şekilde yapılan güveçlerin devamının nasıl yapılacağına, nerede satılacağına bağlı olarak karar verilir. Bu güveçlerin ana formları aşağıdaki gibidir.

3.3. Pişirme Formları

3.3.1. Güveç: Önce hot kısmı yapılan, bir süre kurutulduktan sonra devamı yapılan büyük kaplardır. Geniş ailelerde yemek pişirmek ve çeşitli yiyecekler saklamak için kullanılır. Özellikle Doğu Anadolu Bölgesi'nde bu tür formlar satılırdı, çünkü bunlar kalabalık ailelerde yiyecekleri ya da *ağartı* (hayvansal ürünler) saklamak ve yemek yapmak için kullanılırdı (Şekil 7).



Şekil 7. Başlıca Güveç Formları. Sırayla Güveç, Gudu, Tencere, Çanak, Bakraç, Tanas, Kırıs, Küp, Tandır.

3.3.2. Gudu: Daha küçük olduğu için hot yapılmadan doğrudan tek seferde yapılan daha küçük güveçlerdir. Tencereden daha yüksek gövdelidir ve tencerenin yatay yapılan kulplarına karşın gudu kulpları güveçte olduğu gibi dikey yönlüdür.

3.3.3. Tek Kulplu: Çirdek'in kulpu dudağı yerine karnından başlayanıdır. Özellikle yazları köye yakın yaylalarda satılmak için yapılır. Dölek Köyü'nün kuzey bölgesindeki yüksek dağlık alanlarda Trabzonlular tarafından kullanılan çok sayıda yayla vardır ve bu tür güvecin pazar alanı bu yaylalardır. Güveçler mısır unu, peynir ve kaymak ile takas edilir.

3.3.4. Dört Kulplu: Kalabalık ailelerin tandırda çorba ya da yemek pişirmede kullandığı büyük güveçlerdir. Aile büyüklüğü ve tandırın kullanımının azalmasına bağlı olarak artık oldukça az üretilmektedir.

3.3.5. Tencere: Genellikle Karadeniz kıyı bölgelerinde kullanılan, daha küçük ölçekli, fırında yemek pişirmeye yarayan küçük yassı güveçlerdir. Güveç yemeğinin de yapıldığı toprak kap budur. O nedenle son zamanlarda ağırlıklı olarak bu tür yapılmaktadır. Güveç yemeği yanında kuru fasulye, sarma ve et pişirilmesi için de bu form tercih edilmektedir (Şekil 8). Özellikle ramazan aylarının popüler güveç formudur.

3.3.6. Tanas: Tencere birkaç aile için yemek yapacak kadar büyükken, tanas lokantalarda müşterilere servis edilen güveç yemeğinin yapıldığı, 15-20 kişilik geniş güveç kaplar olup, piyasa koşullarıyla oluşan talep doğrultusunda üretimi ancak son zamanlarda yapılmaya başlanmıştır.

3.3.7. Çanak: Çeşitli amaçlarla üretilen, ağız açık, geniş ve kısa formlardır. Kullanılış amacına göre çeşitli isimler verilmektedir. En yaygın olarak yapılanları şunlardır:

3.3.7.1. Et Çanağı: Tabanı geniş ve yayvan çanak şeklindeki güveçlerdir. Bunda et, hamsi buğulama ya da sebze kebab yapımında kullanılır. Genellikle Karadeniz Bölgesi'ndeki kuzinelerin fırınlarında, bir yandan soba yanarken bir yandan da yemekler bu şekilde pişirilir.

3.3.7.2. Balık Çanağı: Fırında balık pişirmek için, balık şeklinde yapılan ve özellikle Trabzon ve Rize illerinde alıcı bulan bir güveç formudur.



Şekil 8. Güveçle Pişirilen ya da Saklanan Başlıca Yiyecekler: Sırayla Güveç, Balık, Sarma, Kahve, Minzi, Ekmek.

3.4. Saklama Formları

3.4.1. Bakraç: Özellikle yoğurt mayalamak ve saklamak için kullanılan formdur. Köy dışında günübirlik işlerde çalışanların ya da yayladan gelenlerin rahatça taşıyabilmesi için üstten, bir taraftan diğer tarafa kulp ile birleştirilen tek güveç çeşididir.

3.4.2. Çirdek (Testi): Tabanı geniş, yukarıya doğru daralan, tek kulplu güveçlerdir. Kulp, güvecin dudağından başlar ve ortasına kadar uzanır. Genellikle su testisi olarak kullanılır.

3.4.3. Kurut Çanağı: Tabanı dar üstü geniş olan, kışları kurut (kurutulmuş süzme yoğurt) ezilerek ayran yapılan geniş kaptır. Eskiden çok yaygın olarak yapılan ve özellikle Erzurum-Van illerinde alıcı bulan bu güveçler, buzdolapları ve derin dondurucuların yaygınca kullanılmaya başlanması ile artık pek üretilmemektedir. Ancak benzer formlar soba önlerinde küllük olarak halen kullanılmaktadır.

3.5. Depolama Formları

3.5.1. Küp: Yaklaşık 75-100 cm boyundaki en büyük formdur ve diğer formların aksine yapımı birkaç günde tamamlanır. Birinci günde küp hotu yapılır ve kurumaya için bekletilir. Ertesi sabah küpün ana gövdesi yapılır ve karınlama ve düzleme tarafları ile şekillendirilir. Bu şekilde tekrar kurumaya bırakılır. Öğleden sonra ise küpün üst kısmı daraltılarak yapımına devam edilir. Bu aşamada küpün boyuna yetişebilmek için sonraki kısmı ayakta yapılır. Bir süre daha kurumaya bırakıldıktan sonra, son olarak dudak ve kulpları yapılır ve böylece yapım tamamlanmış olur. Plastik ve metal kapların henüz ucuz ve yaygın olmadığı zamanlarda küp oldukça önemli bir işlev görüyordu. Yapımı tamamlanan küplerin içi ve dışı *gobal* denilen bir sopanın ucuna bağlanan çaput vasıtası ile eritilmiş karasakızla sakızlanarak kaplanırdı. Böylece geçirimsiz hale gelen küplere tuzlanmış balık ya da turşu gibi sıvı yiyecekler, sadece dışı sakızlanan küplere ise bulgur, yarma, pirinç, mısır gibi zahireler ile yağ ve kuru meyveler ve kabuklu yiyecekler konularak kış boyunca saklanabilirdi. Küpler yerel olarak her evin mutfağında mutlaka bulunurdu ve köydeki geleneksel evlerde halen kullanılmaktadır (Şekil 9). Satılmak için de özellikle Erzurum iline götürülürdü.



Şekil 9. Küpler, Halen Birçok Evde Kullanılmaktadır (Foto: Mustafa Zengin).

3.5.2. Kırıs: Küpün yaklaşık yarısı büyüklüktedir. Bu formda da önce hot kısmı yapılarak, kurumaya bırakılır ve öğleden sonra yapımına devam edilerek bitirilir. Kullanımı küp gibidir.

3.6. Ekmek yapım formları

3.6.1. Tandır: Tandır, ticari ekmek üretiminin köye kadar ulaşmadığı dönemlerde (1990'lar öncesi) hem ekmek yapımının hem de sosyal hayatın merkezinde olan bir fonksiyona sahipti. Tandır yaparken önce açık bir alana çapı yaklaşık 1 m olan bir daire çizilir. Güveç yapımına hazır hale getirilen çamur holoz yapılarak bu daire üzerine üst üste konmak suretiyle tandırın gövdesi yapılmaya başlanır. Gövde kalınlığı yaklaşık 10 cm olduğundan holozlar da güveç yapımında olduğundan oldukça kalın olarak hazırlanır. Bu kalınlıktaki çamur üst üste konulduğunda oldukça ağır olacağından taban kısmının ve üzerine eklenen her bir sıranın taraklarla düzlenmesinden sonra kurutulması gerekmektedir. Aşama aşama yapılan eklemelerden sonra yaklaşık 1 metreye ulaşan gövdeden sonra, son olarak tandırın *şurt* denilen üst kısmı yapılır. Genişletilen üst taraf, yaklaşık 15 cm çapında dairesel düz alan şekline gelinceye kadar yapım devam eder. Bu şekilde yapımı tamamlanan tandırın iç kısmı gogoç ile düzleştirilerek kurumaya bırakılır. 8-10 gün sonra kurumakta olan tandır gövdesinin yere değen bir yerinde yarım ay şeklinde, içerisinde ateş yakıldığında alttan hava almasını sağlayacak *külve* denilen bir delik açılır. Tandır, yaklaşık 1 ay da gölgede kurutulduktan sonra ipe bağlanarak tandır evinin ortasında açılan bir çukura indirilir ve şurtları evin taban yüzeyi ile hizalanır. Tandır yerine oturtulurken külve, 10-15 cm çapında birkaç metrelik bir hava tüneli ile dışarıya bağlanarak yanma sırasında oksijen alması sağlanır (Şekil 10).



Şekil 10. Tandırda Lavaş Ekmeği Pişiren Kadınlar.

Tandır, Köşklü'nün (2005) Erzurum yöresi için tarif ettiği benzer bir şekilde, genellikle evin içerisinde bir kısımda ya da eve eklenen bağımsız, tek göz bir yapı içerisinde bulunur ve buraya *tandır evi* adı verilir. Tandır evi hem ekmek pişirilen

hem de kışın vakit geçirilen, ailenin sosyal olarak bir araya geldiği alandır. Ekmek yapımından sonra tandırın üzeri ayakları kısa bir masa ile kapatılır ve üzeri keçi kılından yapılan çullarla örtülerek sıcaklığını uzun süre muhafaza etmesi sağlanır. Masanın her bir yanına serilen minderlere oturularak ayaklar epeyce soğumuş olan, ancak dışarıya göre oldukça sıcak olan tandıra salınarak ısınılır. Bu masa üzerinde yemek yenir, okul çocukları kitap okur ve ödevlerini yapar ya da aile içerisinde çeşitli oyunlar oynanırdı. Bu şekilde kapatılan tandır ertesi sabaha kadar sıcak kalır ve soğuk kış gecelerinde ısınma imkânı sağlardı. Böylece tandır evi sadece güveçlerin pişirildiği ya da ekmek yapılan yer değil, soğuk kış zamanlarında aile yaşamının merkezi durumundaydı.

Ancak tandırın sebep olduğu önemli tehlikeler de vardı. Dikkatsiz yakılan tandırın her zaman yangına sebep olma riski vardı. Ancak asıl risk, soğuk havada bir çekim merkezi haline gelen sıcak tandırda özellikle çocukların kazara yanmalarıydı. Tandır yakılan günlerde, tandır üzerinde ısıtılan su ile bir köşeye konan teknelerde çocuklara banyo yaptırmak adettendi. Bir keresinde 1963 yılında henüz 1 ve 2 yaşındaki 2 çocuğuna banyo yaptıırıp, tandır kenarında uyutup, komşuları ziyarete giden bir kadın, geri döndüğünde 2 çocuğunun da tandıra düşerek yanmış cesetlerini bulmuştur. Onlarcası da daha hafif yanıklarla bu kazaları atlattır (Menşure Arı, kişisel mülakat, 2021). O nedenle tandır, neşe kaynağı bir ortamın yaratıcısı ve aynı zamanda en büyük dramların hazırlayıcısı durumundaki bir formdur.

4. Kurutma ve Sırlama: Çömlekçilik Sırları

Yapımı tamamlanan güveçler güneş altında birbirini gölgelemeyecek şekilde, gün içerisinde birkaç farklı yöne çevrilerek, havanın çok sıcak olduğu zamanlarda da gölgede bırakılarak kurutulur. Kışın ve ilkbaharda ise yapılan güveçleri kurutmak oldukça zordur ve gündüz güneşe, ayaz olma olasılığı yüksek olduğundan geceleri ise içeriye alınır. Kış ayları bu nedenle güveç yapmaya ve kurutmaya uygun değildir. Bazı aileler ise işgücü azlığı ya da diğer nedenlerle uygun zamanlarda güveç yapamazlarsa, o zaman bu iş kış aylarına kalırdı. Havaların sürekli kapalı ve yağışlı olduğu kış aylarında yapılan güveçleri kurutmak ise ancak tandır evlerinde yapılırdı. Bu durumda güveçler, ekmek yapmak üzere yakılan tandır evinde, ahşap direkler arasına monte edilen terekler üzerine konularak kurutulurdu. Bu durumda da kurutma normalden uzun sürer, hatta güveçlerin hotları yapılır ve biraz kuruması için tereklere bırakılır, ertesi gün yapımına devam edilirdi.

Kuruyan, ancak halen şekillendirilebilecek durumda olan güveçlerin yüzeylerinin düzleştirilmesi işlemine geçilir. Bu işlem için iki basit alet kullanılır. Bunlardan birisi *namlu* denen bir metal parçası, diğeri ise *gogoç* olarak isimlendirilen, köydeki dere yataklarından ya da deniz kıyısından getirilen yumurta şekli ve büyüklüğündeki sert taşlardır. Önce güvecin tahtaya oturtulan ve bu nedenle halen köşeli olan tabanı, namlu ile aşındırılarak güvecin şeklinin köşe oluşturmaksızın taban ile birleşmesi sağlanır. Sonra ara ara suya batırılan gogoç taşı güvecin tüm iç ve dış yüzeyi boyunca sürtünerek düzleşmesi sağlanır. Bu sırada güvecin yüzeyinde kalması muhtemel küçük taşlar da namlu ile çıkarılarak yerine tabandan çıkarılan çamur eklenir ve üzeri gogoç ile düzeltilir. Böylece pürüzsüz bir yüzey elde edilir. Gogoçlanan güveç önce gölgede birkaç gün bekletildikten sonra tamamen kuruması için güneş ışığını doğrudan alabileceği bir alana bırakılır. Burada tamamen kuruyuncaya kadar bekletilen güveçler artık pişirmeye hazır hale getirilir (Şekil 11).



Şekil 11. Kurumaya Bırakılan Güveçler

Kurutma işinin uygun yapılmaması güveçlerin sağlam olmaması ve beklenenden erken bir zamanda kırılmasına sebep olabilir. O nedenle güveç yapımının da kendine göre bir takım sırları vardır. Bazı toplumlarda bu sırlar belli kişilerce saklanır ve paylaşılmaz. Örneğin Nicklin'in (1971) aktardığına göre bazı toplumlarda bu sırlar, çömlek ustaları tarafından ömrünün sonuna kadar saklanır ve ancak ölüm döşeğindeki bir yakınına aktarılırdı. Dölek Köyü'nde de çömlekçilik sırlarının köy dışındakiler tarafından öğrenilmemesi için dışarıdan evliliklere izin verilmediği yönünde bir söylenti vardır. Ancak evlenme verileri bu düşüncüyü desteklememektedir, çünkü köyden neredeyse bütün komşu köylere hem kız verilmiş hem de alınmıştır. Ancak dışarıya giden kızlardan hiç birisi bu uğraşı gittiği yerde devam ettirmemiştir. Köye gelenlerden bazıları ise güveç yapmayı öğrenmiş ve köyden birisiymiş gibi bu işi yapmışlardır, halen yapmaya devam edenler de vardır. Köy içerisinde ise sırlar paylaşılmakta ve öğrenilen ya da bilinen konular başkaları ile de paylaşılmaktadır. Hatta genç neslin

bu konudaki isteksizliği karşısında deneyimli güveç ustalarının sanatlarını öğretme konusunda oldukça istekli olduğu gözlenmiştir.

5. Pişirme

Güveçler kuruduktan sonra ateşte pişirilmeleri gerekmektedir. Bu işleme *güveç yakma* adı verilir. Homojenlik için pişirme ısısının belli bir derecede sabit olması gerekmektedir (Clough, 1992). Dölek Köyü'nde pişirme işlemi eskiden ya *gaffera* denilen bir ateşle ya da Koşay ve Zübeyir-Ülkü (1962: 93) ve Güner'in de (1988: 20) belirttiği gibi ekmek tandırlarında üçer-beşer konularak yapılırdı. Gaffera ateşinde pişirmede başka yerlerde de yapıldığı gibi açık bir alanda alta odunlar bir daire oluşturacak şekilde dizilir, üzerine en dış sıradaki güveçler ağız alta gelecek şekilde, diğerleri de tabanları birbirine değecek şekilde çifter çifter yerleştirilirdi. Bu ilk sıra üzerine tekrar odunlar, onların üzerine güveçler, yükseldikçe daralarak ters huni şeklinde dizilerek yerleştirilirdi. Böylece üstteki güveçlerin düşmesi engellenirdi. Bu şekilde 5-6 sıra üst üste konulan ve üzeri tamamen tezekle kaplanan bir piramide benzeyen yığın, rüzgarın esiş yönüne göre ateşlenir ve ateş tamamen sönünceye kadar beklenirdi. Kayan odun ya da güveçler ile iyi yanmayanlar varsa bunlar uzun *maşalarla* yer değiştirilerek tamamen pişmeleri sağlanırdı. Bu şekildeki pişirme yöntemi belli riskler taşırdı, çünkü güveçler, aralara yerleştirilen odunların yanmasıyla oluşan boşluklara düşerek kırılabilirdi. Aynı zamanda açık alanda yakılan ateş, rüzgârlı havalarda yangın riski oluştururdu.

Bu riskleri bertaraf etmek için 1960'li yıllardan sonra güveçler yarı açık tandırlarda pişirmeye başlanmıştır. Bu tandırlar köydeki her mahallede ortak alanlarda 1-2 tane olmak üzere yapılmış ve tüm mahalleli tarafından ortak kullanılmaktadır. Burada da en alta bir sıra odun ve tezekten oluşan yakacak, onun üzerine birer sıra arayla güveç ve yakacak dizilerek tandır doldurulur (Şekil 12). Doldurulduktan sonra güveçlerin üzeri tezekle kaplanır ve hava almak üzere tandırın her iki tarafından bulunan külvelerden aynı anda ateşlenir. Böylece güveçlerin nispeten daha homojen bir ısıda pişmesi sağlanır. Havanın yağmurlu olması durumunda ve özellikle kış mevsiminde güveçler kapalı tandır evlerindeki ekmek tandırlarında pişirilir. Tandırlarda güveçleri ateşe koymak ya da almak için bir ya da iki ucu kıvrılmış inşaat demiri kullanılır ki bunlara *eğiş* adı verilir.



Şekil 12. Yarı Açık Tandırlarda Güveç Yakımı.

Pişirmede genellikle köy sınırları içerisindeki ormanlık alanlardan getirilen sarıçam, meşe ve yaban kavağı odunu kullanılır. Bu odunlarla birlikte tezek de kullanılır. Nüfusun arttığı 1940'lardan, köyden dışarıya yoğun bir nüfus göçünün başladığı 1980'li yıllara kadar aşırı kesimden dolayı çam ormanları azalmıştır. Bu durumda bazen komşu Kabaköy ve İmera sınırları içerisindeki çam ve meşe ormanlarından kaçak olarak getirilen odunlar güveç pişirmede kullanılmıştır. Bu ormanlardan odun kesmek yasal olmadığı için bu iş genellikle orman bekçilerinin sahada olmadığı soğuk ve fırtınalı günlerde yapılırdı. Bu hava şartları köy halkı için büyük bir risk oluşturmuştur. Hatta ormanda donarak ölenler de olmuştur. Bu satırların yazarının dedesi Mustafa Balaban 1959 yılında komşu Kabaköy sınırlarında odun alırken kalp krizinden, köy halkından Eyüp Çolak, oğlu Yusuf ile İmera Köyü'nde donarak, Ahmet Ayvaz yine Kabaköy sınırları içerisinde donarak hayatlarını kaybetmişlerdir.

Tandırlarda 2-3 saat boyunca yakılarak kırmızı rengi alan güveçler son olarak bir işlemde daha geçirilince kullanıma hazır hale gelirler. Bu işleme *zilleme* adı verilir ve tandırdan çıkarılan güveçler biraz soğuyunca üzerine süt ya da yoğurt serpilerek yapılır. Böylece güveçler sırlanarak pişirme kabı olarak kullanılması sağlanır.

Güveç yakmanın çocuklar için eğlenceli bir tarafı da vardır. Pişirilen ve ateşten alınan nar gibi kızarmış güveçlerin içerisine çoğunlukla çocuklar tarafından, bazen da yetişkinler tarafından, *lazut* denilen mısır konarak patlatılır ya da patates konularak pişirilir. Yoğun çalışma sonrasında böylece küçük bir kutlama yapma imkânı doğar. Bir yandan tandırın soğuması beklenirken bir yandan da yenilip-içilerek dinlenme imkânı bulunur. Daha sonra pişen ve pembe/kırmızı bir renk alan güveçlerden soğuyanlar alınarak pazarlanmak üzere istiflenir. İyi pişmediği koyu renginden anlaşılan güveçler ise bir kenara ayrılarak sonraki tandırda tekrar yakılır.



Şekil 13. Yanmış Güveçler Satılmak Üzere Evin Boş Bir Alanında İstiflenir.

6. Yola Gitme: Bizim Hayvanları Gördünüz mü?

Dölek güveci Karadeniz kıyısından Hakkâri'ye kadar uzanan geniş bir alanda kullanılmaktadır. Karayolu ağının henüz bölgeye ulaşmadığı dönemlerde güveçler hayvanlarla yüzlerce kilometre uzağa satılmaya götürülürdü. Güveç satacak yetişkin erkekler olmadığı ya da bunların başka işlerle meşgul olduğu durumlarda güveçler, yarıcılık esasına göre satılmak üzere bir komşuya verilir. Bu güveççiler günlerce yolda oldukları için yol boyunca kendileri ve hayvanlarının yiyeceklerini sırtlarında götürdükleri güveçleri yol boyunca satarak karşılardı. Bu dönemde gidilen en uzun mesafe Erzurum'un Pasinler ilçesiydi ki bu da yaklaşık olarak 300 kilometrelik bir mesafeye denk gelmektedir. Trabzon-Erzurum karayolunun 1936'da açılmasından sonra güveçler, bu yol üzerinde 20 kilometre uzaklıktaki Erzincan yol ayrımında Tohumoğlu mevkiindeki hanlara taşınırdı. Komşu Kabaköy'e 1952 yılında karayolu bağlantısı yapıldıktan (Şenel, 2000: 8) sonra da 7 kilometre uzaktaki bu köye taşınır, buradan kamyonlara yüklenerek Bayburt, Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars, Muş, Van hatta Hakkâri'ye kadar götürülürdü. Geleneksel çömlekçilikte, özellikle su yolu bağlantısının olduğu bazı bölgelerde birkaç yüz kilometreyi bulan mesafelere nakliye yapıldığı bilinmektedir, ancak karayoluyla çömlek nakli daha kısa mesafelerde yapılmaktadır (Nicklin, 1971: 14). Ancak Dölek Köyü'nden 1936 öncesi 300-350 kilometre, karayolu taşıtlarının kullanılmaya başlandığı 1940'lı yıllardan sonra ise 600-700 kilometrelere kadar götürülmeye başlanmıştır.

1960'lı yıllardan önce bir anlamda ağır kış koşullarından kurtulmak ve yerinde güveç yaparak satmak üzere tüm ailenin mevsimlik olarak göç ettiği olurdu. Bu göçler kuzeydeki Trabzon'un Yomra ilçesine bağlı Şana (Çınarlı), İshan (Özdil), ve Maçka ilçesine bağlı Livera (Yazlık) gibi köylere olurdu. Bu mevsimlik göç hareketine "aşağıya gitme" denirdi ve köyde bakacak hayvanları olmayan ya da hayvanlarını bakabilecek yakınları olan herkes giderdi. Aşağıya gitme yaya olarak hayvan sırtında Karadeniz kıyı dağlarını aşarak gerçekleştirilirdi. Burada birkaç aile ortaklaşa tuttuğu bir evde kalır, çevreden temin edilen kilden güveç yapılır ve oralarda, yine erkekler tarafından üçer-beşer gezdirilerek satılırdı. Aileler böylece hem kışlık geçimini sağlar hem de mümkünse baharda havaların ısınması ile belli bir ekonomik birikimle köye dönerlerdi. Böylece köydeki yiyeceklerinin bir sonraki satış dönemine kadar bitmemesi sağlanırdı (Süleyman Marmaralı, kişisel mülakat, 2020).

Güveçlerin hayvanlarla taşınmasında ölçü birimi *at yükü* idi. Bir at yükünde 60-70 güveç vardı ve bu güveçler atın semerinin her iki tarafına tutturulan *harar* denen büyük çuvallara yerleştirilirdi (Şekil 11). Hayvanlar bazen günlerce yollarda olurdu ve uzak mesafelere gidebilirdi. Bu durumlarda zaman zaman mola verilir ve *tarıcık zamanı* denilen molalarda atlar otlatılırdı. 1960'lı yıllarda Muş iline güveç satmaya giden bir köy sakinine, oralarda da geleneksel güveç yapılan yerler olduğunu, nasıl olup da onlarla rekabet ettiklerini sorduğumuzda Gümüşhane güvecinin diğerlerine göre daha bilinen, dayanıklı bir güveç olduğu ve oralarda da müşteri bulabildiğini ifade etmiştir (Süleyman Marmaralı, kişisel mülakat, 2020). Adı geçen illerde merkezi bir yerleşmede kiralanın depolara konulan güveçler, yine kamyonlarla, bazen de yaya olarak buralara götürülen hayvanlara yüklenerek yakınlardaki köy yerleşmelerinde satılırdı. Güveçler bu köylerde satılır ya da takas yolu ile çeşitli tahıllar, meyve kuruları, yün ya da ceviz gibi ürünlerle değiştirilirdi. Bu ürünler akşama depoya getirilir, aynı depoda gecelenir ve ertesi gün hayvanlara yüklenen güveçlerle başka bir köye gidilirdi. Böylece satış tamamlanınca yine kamyon kiralanarak ürünler köye taşınırdı. Güveçlerin satışı yaklaşık olarak 1980'lere kadar bu şekilde devam etmiştir ve 1 kamyon yükü güveci satmak bazen 1 ayı geçebilirdi.



Şekil 14. Motorlu Taşıtlardan Önce Güveçler Fotoğrafta Görüldüğü Gibi Hayvanlara Yüklenerek Yüzlerce Kilometre Uzağa Götürülebilirdi.

Doğası gereği kırılğan olan güveçlerin uzun mesafelere kırılmadan taşınması başlı başına büyük bir dikkat ve özen gerektiriyordu. Güveçlerin kamyon kasasına istiflenmesi ya da hayvanlara yüklenmek üzere büyük çuvalara yerleştirilmesine *yük tutma* adı verilir. Güveçlerin kırılmaması için her bir güveç, ağzı alta gelecek şekilde ters olarak yerleştirilir ve üzerine, üste konulacak güveç ile sürtünerek aşınmasını ya da kırılmasını engelleyecek malzemeler konur. Bu malzeme *palak* denilen, yörede 2500 m'den yükseklerde doğal olarak yetişen topak ya da demet çayır da denilen bir alpin çayır türüdür. Palak getirilen alanların uzak olması ve bu işin zahmetli olması nedeniyle artık yük tutma işi sonbaharda dökülen yapraklar (*gazel*) ve köy içerisinde yetişen çayır otu ile yapılmaktadır. Bu çayır otları eskiden köyde çokça beslenen hayvanların uzun kış mevsimi boyunca yiyeceği (*alaf*) olduğundan bu iş için kullanılmazdı. Palak kullanılmasının asıl nedeni ise bu bitkinin normal çayır ve gazelin aksine birden çok kere kullanılabiliyor olmasıydı. Oldukça dayanıklı ve ezilip, kırılmayan bir ot olan palak, yola gidenler tarafından tekrar tekrar kullanmak için çuvalara doldurularak, erzaklarla birlikte köye getirilirdi. Gazeller ve normal çayırlar ise tek kullanımlıktır. Köydeki hayvan sayısının oldukça azalması nedeniyle çayır otları yük tutmada kullanılmaktadır. Ayrıca güveçlerin Kars, Hakkari ve Van gibi uzak mesafelere artık götürülüyor olması, daha dayanıklı olan palak yerine daha az dayanıklı muadillerinin kullanılmasına neden olmuştur.

"Yola gitme" belli riskleri de barındıran bir faaliyetti. Güveç satmak için gidilen yerlerde dostane olmayan davranışlarla karşılaşılabilirdi. Mesela 77 yaşındaki Süleyman Marmaralı bu tehlikeli durumlardan birisini şu şekilde anlatmıştır:

1973 yılında güveç satmak için Hakkâri'ye gittik. Orada satamayınca güveçleri Van, Gürpınar'a götürdük ve Gürpınar'daki ardiyemizden atlarımıza yükleyerek satmaya götürüyorduk. Kızılmeden Köyü'nün altına geldiğimizde aniden tüfekli bir adamın bana doğru yaklaştığını gördüm. Adam yanıma gelince sert bir ses tonuyla "atı ver" dedi. Ona dedim ki at bizim sermayemiz biz bununla geçimimizi sağlıyoruz, atı sana veremem. Adam kararlılığını görünce belinden bir kama çıkardı, atın kolonunu (semeri atın sırtında tutan bağ) kesti, semer ve yükü iterek atın sırtından attı, aniden atı bindi ve oradan uzaklaştı. Atımı çalmıştı. O gece Kızılmeden Köyü'nde konakladım. Ertesi gün Gürpınar Jandarma Karakoluna giderek şikâyetçi oldum. Tam 3 gün boyunca jandarma jipi ile beraber arazide atı aradık ama hiçbir ize rastlayamadık. Sonradan atı çalan kişinin karısını öldürmüş bir katil olduğunu öğrendik. O olaydan sonra satamadığımız 5-6 yük güvecimizi orada bırakarak, Enter marka bir kamyonla binip, önce Erzurum'a, oradan da köye geldik.

Bu durumlar güveç satma işini zorlaştırdığı gibi, süresini de uzatır ve satıcıların güz mevsiminin ayaz gecelerine maruz kalmasına neden olabilirdi. Bazen de kışlık erzakları yetersiz gelenler, ya da beklenmedik şekilde erken biten aileler için güveç satışları kritik bir role sahipti. Bu durumlarda güveçler şiddetli kış şartlarında bile komşu illere götürülerek satılır ve aile bütçelerine önemli bir katkı sağlanırdı.

Güveç satmaya gidenler, gittikleri yerlerden kaynaklanan risklere de maruz kalırlardı. Örneğin, 1939 yılının Aralık ayında güveç satmak üzere Erzincan'a giden iki kişi (Remzi Balaban ve Hüseyin Çolak), 26-27 Aralık gecesinde saat 01.57'de meydana gelen 7.9 büyüklüğündeki depremde, konakladıkları yapının yıkılması sonucu hayatlarını kaybetmişlerdir. Yine 1940'li yıllarda güveç satmak amacıyla Bayburt'a giden bir kişi (Mehmet Gergin), merkeze bağlı Kırkpınar Köyü yakınında, bir gölette boğulmuş ve Erzincan depreminde ölenlerin aksine, cenazesi köye getirilerek defnedilmiştir (Besim Korçil, kişisel mülakat, 2021).

Yola giden gruplar bazen olumsuz hava koşulları (fırtına ya da ani kar yağışları) nedeniyle güveçleri depo ettikleri yerleşmeden çıkamaz ve tehlikeli durum geçinceye kadar orada kalırdı. Bu duruma *oturak etme* denir. Bu durumda kafile belli bir süre o yerde kalmak zorundaydı. Bu istenmeyen bir durumdur çünkü bu durumda kafilenin iâşe giderleri, satış ya da takastan elde edilecek gelirlerden karşılanırdı ki bu da toplam geliri azaltan bir durumdu. Bazen de iki ayrı grup satıcı aynı yerde bir birlerine denk gelir ve satış konusunda ortak hareket ederdi, çünkü bir birinden habersiz kişilerin aynı köylere aynı zamanda güveç satmaya gitmesi boşa emek harcamak anlamına gelirdi. Bu durumda farklı kafileler birleşirdi. Bu birleşme işine *könos olma* adı verilir. Kafilenin tamamını ifade etmek için kullanılan *barhana* bu durumda daha kalabalıklaşır.

Bu risklerden dolayı yola gidenlerden haber alabilmek, nerede olduklarını, sağlıklı olup, olmadıklarını bilmek oldukça önemliydi. Telefon iletişiminin de olmadığı o dönemlerde (Dölek Köyü'ne ilk telefon bağlantısı 1988'de gerçekleşmiştir) yola gidenlerden haber almanın tek yolu, satış işlemini bitirerek köye dönenlere sormaktı. Güveç satmaya gidenler erkekler, köyde kalanlarsa kadınlardı. Başka yerlerde de olduğu gibi (Han, Elkılıç ve Aybirdi, 2019: 172) köy kültüründe kadınların büyüklerin ve başka erkeklerin yanında eşlerinin adını söylemeleri ya da onlardan eşleri olarak bahsetmeleri ayıp karşılanırdı. Yola giden herkes yanında at ya da eşek götürdüğü için kadınlar haberi bir soru cümlesi ile alabiliyorlardı: "Bizim hayvanları gördünüz mü?" Bu soruyla eşini ve eşinin arkadaşlarını görüp görmediklerini soruyorlardı. Zamanla isim söylemenin normal karşılanması ile bu defa isim vererek haber alabiliyorlardı.

Güveç üretiminin önceki aşamalarının aksine bu aşama neredeyse tamamen erkekler tarafından yapılır. Kadınlar güveç satmak üzere erkeklerle asla eşlik etmezlerdi. Çalışma süresince sadece bir kez bir adamın (Hulusi Çolak) 10 yaş civarındaki kızını (yazarın eşi) kendisine yardımcı olmak üzere Bayburt'a götürdüğü; erkek çocuğu olmayan bir başkasının da (Hakkı Solak) kendisine yardımcı olarak 2 kızından birini değiştirerek götürdüğü belirtilmiştir.

Hayatın oldukça zor olduğu ve neredeyse 6 ayı kar altında geçen bu köyde başka bir geliri olmayan aileler için güveç satışından elde edilen gelir hayati bir öneme sahipti. Ancak motorlu taşıtların olmadığı dönemlerde özellikle Ağrı, Kars, Van ve Hakkâri gibi oldukça uzak yerlere kadar gidip, güveç satmak oldukça meşakkatli bir işti. Güveç satılan yerler tamamen kırsal yerler olduğu için yeme-içme ve barınma konusunda önemli zorluklar yaşanır. Buralarda çoğu kere lokanta ya da otel gibi konaklama yerleri olmadığı için bu ihtiyacın gidilen yerlerden karşılanması gerekirdi. *Güveççiler*, ya da bazı yerlerde söylendiği gibi *dölekçiler* bazen bu ihtiyaçlarını güveç karşılığında elde ederlerdi. Ancak güveçlerden oldukça az gelir elde edildiği için çoğu kere gidilen yerlerde bu konuda kendilerine yardım edilmesini ister ve beklerlerdi. Bu beklentileri de genellikle köy odalarının olduğu birçok yerleşmede karşılanır; buralarda konaklanır ve köylülerin ikram ettiği yemekler yenirdi. İşlerin o kadar da iyi gitmediği durumlarda ise oldukça sıkıntılı zamanlar onları beklerdi. Özellikle gençler yiyecek istemeyi reddeder ve "ne isterim ne de yerim" gibi bir tavır ortaya koyarlardı.

Ancak işleri kolaylaştıran faktörler de vardı. Uzun yıllar aynı yere sürekli olarak aynı kişiler gittiğinden, uzun yıllar devam eden gidiş-gelişlerde bazı yerlilerle tanışılır ve iki grup arasında zamanla gelişen dostluk, karşılıklı ikramların yapıldığı bir ilişkiye dönüşürdü. Böylece güveç yapmaya gidenlerin gittikleri yerde konaklayacakları bir yer olduğu gibi, gerektiğinde zahire ve diğer eşyalarına göz-kulak olacak birileri olmuş oluyordu. Hastalık ya da ölüm gibi nedenlerle o yere başka bir kişinin gitmesi durumunda önceki kişinin yokluğu mutlaka fark edilir ve sebebi sorulurdu.

Yoldan gelen kişilerin getirdiği yiyecekler önemli bir ihtiyacı giderirdi. O nedenle yoldan dönüş zamanları refahı ve bolluğu temsil eden dönemler olarak algılanmıştır. Güveçler bazen parayla satıldığı gibi, çoğu kere de çeşitli ürünlerle takas edilirdi. Takas edilen ürünler genellikle tahıllar olmakla beraber, gidilen yerde bol bulunan diğer ürünlerle de olabilirdi. Örneğin güveçler Bayburt ve Erzurum'da tahıllar, lahana, bulgur ve yarma; Erzincan'da tahıllar, kuru kayısı, kuru fasulye, Tortum'da kuru dut ve cevizle, Van'da yün ve otlu peynir ile takas edilirdi. Tahıllarla takas edildiğinde bir güveci, o güvecin 1 dolusu kuru fasulye, 2 dolusu buğday, 3 dolusu arpa ve 4 dolusu çavdar ile takas etmek normal ölçüydü. Eğer daha yüksek bir orandan takas yapılırsa bu karlı bir alış-veriş olarak kabul edilirdi. Bazı gruplar karlı satış yaptıkları konusunda abartılı anlatılar yaparlardı. Bu gruplardan birisi iyi satış yaptıklarını anlatmayı alışkanlık haline getirdikleri için köyde bu gruba "bando takımı" ismi verilmiştir.

Motorlu taşıtların yaygınca kullanılmaya başlanması ile güveçler artık küçük kamyonetlerle götürülerek birkaç günde satılmaya başlandı. Bu durumda yine giderleri azaltmak için kamyonet kasasına yatak ve yorgan konulur, orada gecelenirdi. Şimdilerde uzun dönemli satışlar artık yapılmamakta, birkaç günlük kısa satış turları ile güveçler satılmaya çalışılmaktadır. Son zamanlarda ise özellikle Ramazan ayı öncesinde çevredeki şehir ve kasabalardan tüccarlar kendi

araçları ile köye gelip, güveçleri almaktadır. Dölek Köyü'nde üretilip satılan güveçlerden başka bazı yerlerde yapılanın aksine (Koşay ve Zübeyir-Ülkü, 1962: 93) hiçbir zaman köy için ya da devlet adına vergi alınmamıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Fiziki koşulların tarımsal faaliyetleri destekleyemeyecek kadar olumsuz olduğu yüksek bir dağ köyü olan Gümüşhane Dölek Köyü'nde yüzyıllardır yaşayan toplum, kültürel kodlarında geliştirdiği adapte olma kabiliyeti sayesinde bu olumsuz koşullarda ayakta kalmayı başarabilmiştir. Bu başarının sırrı büyük ölçüde geleneksel çömlekçiliğe ve yaylacılığa dayanmaktadır. Köyün farklı bölgelerinden alınan kil, aslında çömlek yapımına çok da uygun görünmemektedir. Diğer bazı yerlerde yapılan çömlekçiliğin hammaddesini sağlayan hazır kil yatakları burada yoktur. Dolayısı ile güveç yapımı doğal özelliklere bağlı bir faaliyet olarak gelişmemiştir. Çömlek yapımına çok da uygun olmayan kil, köy kadınlarının ustalık meziyetleri ve yüzlerce yıl geliştirdikleri tecrübeleri sayesinde çömlek yapacak hale getirilmektedir. Köy erkekleri de kadınların ürettiği bu ürünleri benzer zorluklarla yüzlerce kilometre uzağa götürerek satmış ve böylece kolektif bir çabanın ürünü olarak toplum ayakta kalabilmiştir.

Geleneksel çömlekçilikle ilgili çalışmalarda genellikle bir biri ile ilişkili iki soru ön plana çıkmaktadır. Bunlardan birincisi çömlekçiliğin teknolojik gelişmeler karşısında ayakta kalıp, kalamayacağı; ikincisi ise sonuçta bu tür çömlekçiliğin tamamen yok olup, olmayacağıdır. Türkiye'nin çeşitli bölgelerindeki geleneksel çömlekçilikle ilgili yapılan çalışmalar, bu tür çömlekçiliğin gerilemekte olduğunu, hatta birçok yerde yok olduğunu göstermektedir. Dölek Köyü'nde ise 1970'li yıllardaki seviyesine ulaşması mümkün olmasa da son zamanlarda kısmen bir canlanma eğilimi gözlenmiştir. Bunun çeşitli nedenleri vardır. Öncelikle hiçbir kimyasal madde içermeyen toprak kaplar, sağlık açısından endüstriyel ürünlere göre daha avantajlıdır. Ayrıca çömlekçilik günümüzde bile köy ekonomisinin önemli girdilerinden birisidir. Bu girdiler doğrudan satış yolu ile sağlanabileceği gibi turizm gibi dolaylı yollardan da olabilir. Güveççiliğin ekonomik önemi devam ettikçe Dölek Köyü çömlekçiliğinin yakın bir gelecekte yok olmayacağını tahmin edebiliriz. Ayrıca Dölek çömlekleri 2021 yılı nisan ayında Türk Patent ve Marka Kurumu tarafından Gümüşhane Dölek Güvenci adı ile coğrafi işaretli ürün olarak tescil edilmiştir. Bu işlemin Dölek güvencine olan ilgiyi arttırdığı ve güveç talebinin önceki yıllara göre belirgin şekilde arttığı gözlenmiştir.

Ayrıca gelişen turizm olgusu ve somut olmayan kültürel mirasın korunması konusundaki çabaların da çömlekçiliğin ayakta kalması konusunda bir işlevi olabileceği düşünülmektedir. Turizm kapsamında yöreye yapılan ziyaretlerde Dölek Köyü'nün de turlar kapsamına alınması, gelen turistlere hem geleneksel çömlekçiliği tanıttacak, hem de ilk elden tecrübe ettirecek düzenlemelerin yapılması olumlu yönde etki yapacaktır. Çizer'in (2006: 488) deyimi ile "Çünkü usta ellerin her hareketiyle biçimden biçime giren çamurdan bin bir eşyanın üretildiğini izlemek gerçekten nefes kesici, denemek arzusu uyandıracak kadar da ilgi çekicidir." Değişen sosyo-ekonomik ve teknolojik bağlam nedeniyle yok olma riski bulunan çömlek formlarının ve alet-edevatının etnografik bir galeride sergilenmesi düşünülebilir. 20 yıldır boş tutulan köy ilkokulu binası bunun için uygundur ve böylece yüzlerce yıldır devam eden bu kültürün yaşatılması ve önceki literatürün de (Çalık ve Ödemiş, 2018; Öter, 2010; Soykan 2003; Yılmaz, 2019) önerdiği gibi kırsal turizme katkı yapması sağlanabilir. Dölek Köyü çömlekçiliğini geliştirme konusundaki girişimlerin ise öncelikle bir ihtiyaç analizi yapılarak çömlek üreticilerinin istek ve ihtiyaçlarını önceleyecek şekilde planlanması gerekmektedir. Valilik, belediye ve diğer yerel kurumların bilhassa pazarlama konusunda sağlayacakları desteklerin, çömlekçiliğin önemli bir somut olmayan kültürel miras olarak gelecek nesillere aktarılmasını temin etmede önemli olduğu düşünülmektedir. Bütün bunları yaparken sürdürülebilir kalkınma hedefleri ve doğal kaynaklar üzerinde oluşabilecek baskılar göz önünde tutulmalıdır. Bu tür destek programları çömlekçiliğin seri üretimini amaçlamak yerine çömlekçilik kültürünü yaşatmayı amaçlamalıdır. Bu da ancak üretilen objeler yerine üretim süreçlerini, mekânlarını, kültürünü ve üretimde kullanılan doğal kaynakları korumakla mümkündür.

Teşekkür

Çalışmanın veri toplama aşamasında Dölek Köyü halkından bilgi, tecrübe ve zamanını paylaşan Şamizer Çolak, Şengül Çolak, Menşure Arı, Huri Ayvaz, Senem Ayvaz, İlhan Çolak, Besim Korçil, Süleyman Marmaralı ve Murat Durmuş'a teşekkür ederim.

Kaynakça

- Acartürk, B. (2012). Toprağın binlerce yıllık macerası. *Acta Turcica Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 4(1), 1-17.
- Ali, V. E. (2012). *Continuity and change in traditional pottery in Igboland, Nigeria: pottery forms and decoration*. Saarbrücken: Lambert Academic Publishing.
- Ali, V. E. (2014). A critical survey of the growth, decline, and sustainability of traditional pottery practice among the Igbo of South Eastern Nigeria. *The Journal of Modern Craft*, 7(2), 123-139.

- Arı, Y. (2014). Coğrafyada saha öğretimi ve saha araştırmaları. Yılmaz Arı ve İlhan Kaya (Ed.), *Coğrafya Araştırma Yöntemleri* içinde (s. 303-317). Balıkesir: Coğrafyacılar Derneği.
- Arı, Y. (2017). Çevresel determinizmden politik ekolojiye: son 100 yılda Dünya'da ve Türkiye'de insan-çevre coğrafyasındaki yaklaşımlar. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 22(37), 1-34.
- Arı, Y. (2021). Somut olmayan kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilirliği: Gümüşhane Dölek Köyü'nde geleneksel çömlekçilik. *Milli Folklor*, 33 (17), 190-203.
- Arı, Y., Kaya, İ. (2014). *Coğrafya Araştırma Yöntemleri*. Balıkesir: Coğrafyacılar Derneği.
- Arı, Y., Köse, A. (2005). İnsan-çevre etkileşimini yorumlamada yeni bir alternatif: Kültürel coğrafya. *Ulusal Coğrafya Kongresi 2005 (Prof. Dr. İsmail Yalçınlar Anısına) Bildiriler Kitabı* içinde (s. 51-59). İstanbul: Türk Coğrafya Kurumu.
- Aslan, E. E. (2012). Avanos çömlekçiliğinde kaybolan bir değer: kara fırın. *İdil Sanat Ve Dil Dergisi*, 1(4), 1-13.
- Balaban, Y. (1997). *Dölek Köyü'nde yaşamakta olan ilkel çömlekçilik sanatı*. Yayımlanmamış Lisans Tezi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Van.
- Başgelen, N. (2006). Seramiğin bulunup geliştiği Anadolu'nun benzersiz dönemi Neolitik Çağ. *Seramik Türkiye Dergisi*, 13, 108-113.
- Başkıran, H. (2012). Türkiye'de; Sorkun Köyü, Gökeyüp Kasabası, Uslu Köyü'nde açık ateşte pişirim ve konu üzerine yeni bir öneri. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 2(2), 109-123.
- Batmaz, A. (2016). Van/Bardakçı Köyü'nde seramik pişirimi. *Uluslar Arası Geçmişten Geleceğe Sanat Sempozyumu Ve Sergisi, Bildiriler Kitabı* içinde (s. 59-66). Çorum: Hitit Üniversitesi.
- Baykal, F. (1990). Kırsal yerleşim coğrafyası açısından bir araştırma: Gökeyüp Köyü (Salihli/Manisa) ve ilkel çömlekçiliğin köy ekonomisindeki yeri. *Ege Coğrafya Dergisi*, 5(1): 55-74.
- Buner, Ö. P. Ve Okca, A. K. (2016). Gölbaşı (Ankara) çömlekçiliğinin korunması, sorunları ve çözüm önerileri. *Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 9(17): 278-296.
- Ceylan, S. (2014). Mamak (Çanaklı) beldesinde (Ağlasun-Burdur) geleneksel yöntemlerle sürdürülen toprak kap üretiminin kırsal turizm bağlamında irdelenmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(32), 231-242.
- Clough, R. (1992). Firing temperatures and the analysis of Oceanic ceramics: a study of Lapita ceramics from Reef/Santa Cruz, Solomon Islands. *Pottery Lapita et peuplement* içinde (s. 177-192). ORSTOM Noumea: New Caledonia.
- Crane, H. (1987). Traditional pottery making in the Sardis region of western Turkey. *Muqarnas Online*, 5(1), 9-20.
- Çakır, D. (2009). *Geçmişten günümüze Trakya Bölgesi'ndeki çömlekçilik merkezleri*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İzmir.
- Çalık, İ. ve Ödemiş, M. (2018). Gümüşhane ilinin somut olmayan kültürel miras değerlerinin sürdürülebilir turizm çerçevesinde incelenmesine yönelik nitel bir araştırma. *Mediterranean Journal of Humanities* VIII/2, 233-249.
- Çalışıcı Pala, İ. (2017). Kastamonu Küçüksu çömlekçiliğinin günümüzdeki durumu ve kullanılan caba çamurunun güncel tasarımlarla değerlendirilmesi. Mustafa Eğilmez ve Serap Balcı (Ed). *Uluslar Arası Taşköprü Pompeipolis Bilim Kültür Sanat Araştırmaları Sempozyumu, Tam Metin Kitabı* içinde (s. 3-21), Kastamonu.
- Çetintaş, E. (2018). Sille çömlekçilik geleneği ve bugünü. *Kalemşi-Türk Sanatları Dergisi*, 6(13), 427-438.
- Çizer, S. (2006). Batı Anadolu' da geleneklerini koruyan bir çömlekçilik merkezi Karacasu, *Karacasu Geliştirme ve Eğitim Dergisi*, 1, 482-492.
- Çizer, S. ve Öney, D. (2010). Anatolian Pottery Centers. Research Project. https://www.academia.edu/39488469/Primitive_Pottery_Centers_in_Anatolia 15.04.2020 tarihinde erişildi.
- Çizer, S.- Yarol, Y. (2005). Çömlekçiliğin halen yaşadığı bir merkez: Gökeyüp. *Sanat Art*, 12, 104-109.
- Diamond, J. (2003). *Tüfek, mikrop, çelik*. 8. Baskı. (Çeviri: Ülker İnce). Ankara: Tübitak.
- Djordjević, B., ve Zlatković, D. (2014). Traditional technology and its variations applied in making bread-baking pans in the Stara Planina Mountain (Serbia). Djordjević (Ed.). *Proceedings of the First International Conference (Belgrade, 10th to 12th June 2011) içinde* (s. 32-41). Belgrade: National Museum.
- Enoch, O. F. (2012). The act of mass production in Kelantan traditional pottery, Malaysia. *Arts and Design Studies*, 3, 18-26.

- Eroğlu, E., Köktan, Y. (2013). Geleneksel Türk el sanatlarından çömlekçilik (Sakarya Örneği). *Akademik Bakış Dergisi*, 36, 1-14.
- Güner, G. (2019). Anadolu'da ateş, su ve kilin ilk buluşma tarihi (M.Ö. 6700). *Seramik Türkiye*, 55, 90-93.
- Güner, G. (1988). *Anadolu'da yaşamakta olan ilkel çömlekçilik*. Ak: İstanbul.
- Gür, İ. (2007). Nineden toruna süregelen zanaat: güveç (gudu). *Toprak Ana, Gebze Gümüşhane Dölek Köylüleri Yardımlaşma Kültür Ve Dayanışma Derneği Dölek Köyü Tanıtım Dergisi*, 1, 16.
- Han, T. Elkılıç, G. ve Aybirdi, N. (2019). Eşlerin birbirlerine sosyo-edimsel hitap biçimleri üzerine tanımlayıcı bir çalışma. *Milli Folklor*, 31(123), 66-76.
- Haron, H., ve Motalib, N. A. (2013). Technology and production process of Malay traditional heritage pottery in Malaysia. *Jurnal Teknologi*, 64(1): 81-88.
- Ibeanu, A. M. (2006). Pottery making in Nigeria: continuity and change. *Journal of Ceramics* 3, 12-121.
- İbn-Haldun, (1990). Mukaddime I. Şark İslam klasikleri. İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı.
- Koşay, H. ve Zübeyir-Ülkü, A. (1962). Anadolu'da iptidai çömlekçilik. *Türk Etnografya Dergisi*, 5, 89-93.
- Köşklü, Z. (2005). Eski Erzurum mutfağında tandır: Yapılışı, kullanımı ve Doğu Anadolu'daki yeri üzerine. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 155-178.
- Kurin, R. (2004). Safeguarding intangible cultural heritage in the 2003 UNESCO convention: a critical appraisal. *Museum International*, 56(1-2), 66-77.
- Miroğlu, İ. (1975). *XVI. yüzyılda Bayburt Sancağı* (Vol. 1). İstanbul: Üçler Matbaası.
- Myers, S. H. (1977). A survey of traditional pottery manufacture in the mid-Atlantic and north-eastern United States. *Northeast Historical Archaeology*, 6(2), 1-13.
- Nicklin, K. (1971). Stability and innovation in pottery manufacture. *World Archaeology*, 3(1), 13-48.
- Norton, F. N. (1956). *Ceramics for the artist potter*. London: Addison-Wesley Publishing Company.
- Oğuz, M. Ö. (2013). Terim olarak somut olmayan kültürel miras. *Milli Folklor*, 25(100), 5-13.
- Ödemiş, M. ve Çalık, İ. (2019). Çömlekçilik (Guduculuk) el sanatının sürdürülebilir turizm kapsamında incelenmesi: Gümüşhane Dölek Köyü örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 1274-1288.
- Ölçer, S. (2018). Trakya'da yok olmaya yüz tutmuş bir meslek: çömlekçilik. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 55-70.
- Öney, D. (2020). Anadolu çömlekçiliğinde gelenek ve inanışlar. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, 26(45), 620-629.
- Öter, Z. (2010). Türk el sanatlarının kültür turizmi bağlamında değerlendirilmesi. *Milli Folklor*, 22(86), 174-185.
- Özkul Fındık, N. ve Köşklü, Z. (2013). Gümüşhane Dölek Köyü'nde çömlekçilik. *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, (31), 51-67.
- Pattison, W. D. (2003). Coğrafyanın dört geleneği (Çev. Yılmaz Arı). *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(2), 119-125.
- Rye, O. S. (1976). Keeping your temper under control: materials and the manufacture of Papuan pottery. *Archaeology & Physical Anthropology in Oceania*, 11(2), 106-137.
- Semple, E. (2005). Fiziki çevrenin insana etkileri (Çev. Yılmaz Arı). Yılmaz Arı (Ed.). *20. Yüzyılda Amerikan Coğrafyasının Gelişimi* İçinde (s. 23-38). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Soykan, F. (2003). Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- Sökmen, S. (2015). Bitlis İli Kavakbaşı ve Günkırı beldelerinde ilkel çömlekçilik ve günümüzdeki durumu. *Kalemşi-Türk Sanatları Dergisi*, 3(6), 59-73.
- Şenel, V. (2000). *Güzel köyüm Kabaköy*. İstanbul: Gümüşhane Merkez Kabaköy Kültür Ve Yardımlaşma Derneği.
- Tapur, T. (2009). Konya'da tarihi bir yerleşim merkezi: Sille. *Türk Coğrafya Dergisi*, 53, 15-30.
- TDK (Türk Dil Kurumu). 2021. Dölek. <https://sozluk.gov.tr/> 03.04.2021 tarihinde erişildi.

- Uzun, S. ve Uzun, A. (2001). Gömme ekmek kültürü ve toprak pilekiler. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 7(5), 375-389.
- Yalçın, A. R. (1940). Çok iptidai çömlekçilik. *Türk Tarih, Arkeologya ve Etnografya Dergisi*, 4, 193-201.
- Yardımcı, İ. ve Bardak, M. (2019). Geleneksel Karacasu çömlekçiliği ve gelin testisinin gelişimi ve günümüz yorumlamaları. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 82-98.
- Yılmaz, S. (2019). Hediyelek seramik objeler ve kent kimliği üzerine bir değerlendirme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Özel Sayı, 163-182.

Extended Abstract

Aim and Scope

Pottery continues as an important cultural and economic activity in some contemporary societies as well as in ancient Anatolian civilizations. Although traditional pottery started to decline with the spread of metal and plastic pots, pottery still survives due to certain characteristics. Some of these features are that the pots are durable, do not rust due to fungal or insect attacks, and provide insulation, cold storage feature and resistance to decay. Pots also diversify food preparation methods, as they can retain heat for a long time. Thus, besides boiling and steaming, it is also possible to prepare foods by roasting and frying. Apart from some other socio-economic reasons, traditional pottery still lives in different parts of the world due to these advantages. One of these areas is Dölek Village, which is inside the province of Gümüşhane and located approximately 30 kilometers northeast of the city centre. This study aims to reveal the culture developed around the pottery making activity in Dölek Village with its different dimensions. In this context, the study aims to answer the following questions: What is the basic character of the pottery made in Gümüşhane Dölek Village? What role does pottery play in village culture and economy? What are the conditions that prepared/provided the decline and resurgence of traditional pottery during its long adventure? Could technological developments and other social changes completely abolish traditional pottery?

Methods

The study is based on data obtained from long-term fieldwork. These studies spanned a long period of time which lasted almost 20 years. Since the author was born and raised in this village, the data used in the study was obtained during long-term observations. However, it is inevitable that there will be some shortcomings with the validity and reliability of the data obtained from the observations that are not made systematically for specific purposes. In order to eliminate these problems, pottery-related issues were investigated with systematic fieldwork lasting two months (July and August) in the summers of 2020 and 2021. Fieldwork was carried out with the method described by Arı (2014: 309). These studies focused on the ethnographic dimension of pottery and collected in-depth interviews with issues, problems and detailed anecdotes about pottery that could not be noticed at first glance. Thus, the role of pottery-related works and processes in social life, its place in village culture and its economic dimension have been investigated. Although traditional production methods have not changed, important changes have occurred in the processes related to pottery with the changing socio-economic context, migrations, economic and technological developments. In order to understand this change and the role that pottery has played in the life and culture of society for a long time, some elderly individuals who made pottery especially in the pre-1980 period were interviewed. These people were selected by purposive sampling method and their past experiences and changes in pottery were questioned from their point of view. These people were listed in the acknowledgment section in the text. Data from these interviews are confirmed by the author's first-hand experiences and observations, and possible errors or misunderstandings were eliminated.

Findings

Although the beginning date cannot be determined precisely, pottery has been made in Dölek Village for centuries. The pots are made entirely by women. However, men also have certain roles in pottery production. Bringing wood to cook the pots and travelling hundreds of kilometres to sell them are at the top of these jobs. The pottery produced in Dölek village basically consists of cooking forms, storage forms, conserving forms, and bread baking forms. There are many variations of each of these. These various forms are made by mixing the clay, which is carried to the village from different locations within the borders of the village, often on the back of an animal. The pots made are taken by men to neighbouring provinces and sometimes even farther, either sold for money or exchanged for various products or goods. Before the Second World War, when the highways were not yet developed, pottery was sold on animal backs, sometimes hundreds of kilometres away. The development of highways and motor vehicles has also facilitated the sale of pottery products. However, especially after the 1980s, migrations from the village to the other parts of the country and abroad caused many pottery masters to leave the village. The widespread and cheap availability of industrial food and cooking utensils also caused the decline of pottery. Another reason for the decline is the reluctance of the younger generations to learn pottery making

because they do not see a future in it. However, recently, a relative revival in pottery has been observed with the development of tourism, the increase in interest in natural products and the importance of protecting intangible cultural heritage. In any case, fieldwork has shown that pottery has always played an important role in the economy of Dölek Village.

Conclusions

The society, which has been living in Gümüşhane Dölek Village, a high mountain village where the physical conditions are not favourable to support agricultural activities, has been able to survive in these adverse conditions thanks to its adaptability developed in its cultural codes. Clay, which is not very suitable for pottery making, is made into pottery thanks to the skills of the village women and their experience developed for hundreds of years. Village men also sold these products produced by women by taking them to hundreds of kilometres away with similar difficulties, and thus the society was able to survive as a product of a collective effort. However, recently, there has been a decline in pottery due to migrations and technological developments. It is necessary to stop this decline and safeguard the pottery production processes as a whole. Attempts to improve the pottery of Dölek Village should be planned in a way that prioritizes the wishes and needs of the pottery producers. It is thought that the support provided by the governorship, municipality and other local institutions, especially in marketing, is important in ensuring that pottery making is transferred to future generations as an important intangible cultural heritage. While doing all these, sustainable development goals and possible pressures on natural resources should be taken into consideration. Such development programs should aim at keeping the pottery culture alive rather than advocating the mass production of pottery. This is only possible by preserving the production processes, spaces and culture and the natural resources used in production instead of focussing on the objects produced.

Makine Yenileme Kararlarında Geçerli Maliyet Analizi ile COPRAS Yönteminin Karşılaştırılması

Comparison of Relevant Cost Analysis and COPRAS Method in Machine Replacement Decisions

Tolga Oral¹, Hakan Erkuş²

Öz

İşletme yönetimine karar almada destek sağlayan yönetim muhasebesi, işletmelerin başarısında oldukça önemli bir görev üstlenmektedir. Yönetim muhasebesi uygulamalarının en önemlilerinden biri de makinelerin elde tutulması veya yenilenmesi kararında da başvurulan geçerli maliyet analizidir. Bununla birlikte bu benzeri kararların verilmesinde çok kriterli karar verme tekniklerinin kullanımının da günden güne arttığı görülmektedir. Bu çalışmanın amacı makine yenileme kararlarında geçerli maliyet analizi ile COPRAS yönteminin karşılaştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda hipotetik bir çalışma yapılarak geçerli maliyet analizi yöntemi ile COPRAS yöntemi arasındaki farklılıklar ortaya konulmaya çalışılmıştır. Her iki yöntem uygulayarak alternatifler arasında hangi makinenin seçilmesi gerektiğini belirlemeye çalışılmıştır. Çalışma sonucunda her iki yönteme göre seçilecek ilk alternatif farklı makine olmuştur. Diğer alternatif makinelerin sıralamasında da farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Her iki yöntemin bir arada kullanılması ile işletme yöneticilerinin alacakları kararların daha verimli olabileceği anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Geçerli Maliyet Analizi, Makine Yenileme Kararı, COPRAS.

Abstract

Management accounting, which provides support to business management in decision making, plays a very important role in business success. One of the most important management accounting approaches is the relevant cost analysis, which is also used in the decision to retain or replacement the machinery. However, it is seen that the use of multi-criteria decision-making techniques in making such decisions is increasing day by day. This study aims to compare relevant cost analysis method and the COPRAS method, in machine replacement decisions. For this purpose, a hypothetical study was conducted to reveal the differences between the relevant cost analysis method and the COPRAS method. By applying both methods, it was tried to determine which machine should be selected among the alternatives. As a result of the study, the first alternative to be selected according to both methods was the different machine. It has been determined that there are differences in the ranking of the other alternative machines. It has been understood that the decisions to be taken by business managers can be more efficient by using both methods together.

Keywords: Relevant Cost, Machine Replacement, COPRAS.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M40, M41, M49

Submitted: 04 / 10 / 2021

Accepted: 20 / 12 / 2021

¹ Dr. Öğr. Üyesi, İnönü Üniversitesi İİBF, tolga.oral@inonu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-7173-8171>

² Prof. Dr., İnönü Üniversitesi İİBF, hakan.erkus@inonu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-0925-9396>

Giriş

Günümüz rekabet ortamında müşteri ihtiyaçlarına cevap verebilmek için sürekli bir değişim ve dönüşüm yaşanmaktadır. Bu değişim ürünlerin tasarımından müşteriye ulaştırılmasına ve hatta satış sonrası hizmetlere kadar kendini hissettirmektedir. Değişimin en hızlı yaşandığı alanların başında ise teknoloji gelmektedir. İşletmelerin rekabet güçlerini korumak için yeni teknolojilerle donatılmış makineleri kullanmaları neredeyse bir zorunluluk haline gelmiştir.. Bu nedenle işletme yöneticilerinin yeni teknolojilere sahip makinelere yatırım yapıp yapmama kararları ve bu kararları etkileyecek analiz ve bilgilere sahip olmaları önemli hale gelmiştir. Makine yenileme ya da teknolojik yatırım kararları yönetimin sorumluluğundadır. İşletmelerin başarısı ve piyasada güçlü bir aktör olarak bulunmaları bu tür kararları daha da önemli hale getirmiştir. Üretim durdurulması ve ya sürdürülmesi, üretmek yerine satın alma kararları, muhasebe bilgi sistemi tarafından sağlanan bilgiler aracılığıyla desteklendiği sürece sağlık olacaktır. Alternatifler arasından seçim yapma süreci olarak ifade edilen karar verme süreçlerinde ürün ya da hizmet maliyetleri yönetimin kararlarını etkileyen en önemli değişkendir ve bu konu yönetim muhasebesinin ilgi alanına girmektedir. Tüm kararların alternatif maliyetinin olduğu göz önüne alındığında, alınan her bir kararın maliyet ve getirisinin detaylı olarak sorgulanması gerekir. Bu nedenle yönetim kararlarında maliyet bilgilerinin kullanılması, işletme yöneticilerine somut katkılar sunmanın yanında geniş bir değerlendirme imkânı da vermektedir.

Bu çalışmada, , makine yenileme kararları alınırken kullanılan geçerli maliyet analizi ile çok kriterli karar verme tekniklerinden COPRAS yöntemi karşılaştırılmıştır. Hipotetik bir örnek üzerinde bir makine yenileme kararı, hem geçerli maliyet yöntemi ile hem de COPRAS yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu sayede işletme başarısı açısından önemli olan makine yenileme kararı farklı tekniklerle elde edilmiş bilgiye dayandırılarak oluşturulmuştur. Çok kriterli karar verme teknikleri çok farklı alanlarda uygulama alanı bulmaktadır. Bu çalışma COPRAS yöntemi ile geçerli maliyet analizi yöntemini hipotetik bir örnek üzerinde karşılaştırarak uygulamaya ve literatüre katkı sağlayamay hedeflemektedir.

1. Makine Yenileme Kararları

İşletme yönetimi, teknolojik ilerleme, üretim kapasitesini artırma ve verimliliği artırma gibi nedenlerle makine ve teçhizatlarını yenileme yoluna gidebilir. Bu durum işletmeler açısından karar alınmasını gerekli kılmaktadır. Söz konusu bu kararlar maliyet ve karlılığı doğrudan etkileyebilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle işletme yönetimleri tarafından çeşitli analizler yapılarak bir karara varılması gerekmektedir.

Yönetim muhasebesi, işletme yöneticilerine karar almada destek sunmaktadır. Makine yenileme kararları da yönetim muhasebesi içerisinde dikkate alınan bir konu olmaktadır. Hangi makinenin seçilmesi sorusuna cevap arandığında, geçerli maliyet analizleri yapılarak, alternatifler arasından en yüksek karı sağlayacak makinenin seçilmesi sağlanmaktadır. Ancak sadece karı bir ölçüt olarak ele almak her zaman için doğru olmamaktadır. Zira beklenen karın gerçekleşmesi varsayımların geçerliliğine bağlı olmaktadır. Yönetim muhasebesinde sıkça kullanılan geçerli maliyet analizleri, makine ve donanım yenileme kararları açısından da oldukça kullanılmaktadır. Ancak makine yenileme kararları, çok sayıda değişkeni bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla bu karar önemli bir problem çözümünü beraberinde getirmektedir.

Makinenin yenilenmesi sabit giderlerde bir artışa neden olurken, değişken giderlerde de bir azalmaya neden olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle verimliliğe ve karlılığa etki etmesi beklenmektedir. Bu durumun işletmenin başarısında da etkisi yadsınamaz bir gerçektir. Dolayısıyla makine yenileme kararları, karmaşık bir yapıda olmaktadır. Bu nedenle sadece tek bir kriteri dikkate alıp karar verme eylemi işletme yönetiminin alacağı kararın isabetliliğini azaltacaktır. Çok sayıda değişken ya da kriterin dikkate alınması bu açıdan oldukça önemlidir. İşte bu noktada çok kriterli karar verme teknikleri de günümüzde makine yenileme kararları gibi birçok kararlarda kullanılmaktadır.

2. Geçerli Maliyet Analizleri

Geçerli maliyetler, karar alma aşamasında dikkate alınması gereken ve bu karardan etkilenmesi beklenen maliyetlerdir (Büyükmirza, 2011:566). Bu açıdan geçerli maliyetler karar verme ile doğrudan ilgilidir. Geçerli maliyetin verilen karara destek olması ve sonuçta alınan bu karardan kendisinin de etkilenmesi bu doğrusal ilişkiyi açıklamaktadır. Bir maliyetin geçerli maliyet olabilmesi için, gelecekle ilgili olması ve seçenekler arasında fark göstermesi gerekmektedir (Büyükmirza, 2011:566). Karar verme süreci doğal olarak gelecekle ilişkilidir. Verilen kararın maliyeti de gelecekte ortaya çıkmakta ve her bir alternatif kararın bir diğerinden farklı maliyeti söz konusu olmaktadır. Geçerli maliyet açısından bu iki özelliğin bir arada olması gerekmektedir. Alternatifler arasında maliyet açısından farklılık olması durumunda söz konusu maliyet gelecek yönelimli olsa dahi geçerli maliyet olarak ifade edilmemektedir.

2.1. Ek Maliyet

Ek maliyet, normal faaliyet hacmi dışında maliyetler üzerinde meydana gelen değişiklikler ya da alternatifler arasında yapılacak seçim neticesinde toplam maliyetlerde meydana gelen farklılıklar olarak ifade edilebilir (Akdoğan, 2000:15). Ek maliyetten söz edebilmek için faaliyet hacminde bir değişiklik olması ve bu karar sonrasında toplam maliyetin farklılaşması gerekmektedir. Örneğin, yeni bir sipariş alınması neticesinde bu siparişin kabul edilmesi durumunda maliyetlerde ortaya çıkacak olan farklılık ek maliyet olacaktır. Bu siparişin kabul edilip edilmemesinde de söz konusu bu ek maliyet ve sağlanacak ek gelirin karşılaştırılması yapılarak bir karar verilebilmektedir. Bir başka açıdan ek maliyet, bir alternatifin diğer bir alternatife tercih edilmesi durumunda toplam maliyette meydana gelen fark şeklinde tanımlanabilir (Büyükmirza, 2011:568). Bu durumda da alternatifler arasında seçim yapıldığında bir iki seçim arasında toplam maliyette meydana gelen fark ek maliyet olmaktadır. Bu açıardan bakıldığında ek maliyet, alternatiflerin değerlendirilmesinde önemli bir kavramdır. Söz konusu seçeneklerin ek maliyetleri ve sağlayacakları gelir, karar almada yöneticilere destek sağlamaktadır.

2.2. Fırsat Maliyeti

Fırsat maliyeti, alternatifler arasında, seçilen alternatif lehinde kaybedilen bir kazancın değeri olarak ifade edilebilir (Yıldıztekin, 2005:409). Fırsat maliyeti ya da alternatif maliyet, seçilmeyen alternatifin olası geliri olarak düşünülebilir. Sonuç olarak alternatifler arasında seçim yapmak durumunda olan işletmeler seçmediği alternatifin gelirinden mahrum kalacaktır. Bu durum da fırsat maliyeti şeklinde ifade edilmektedir. Yöneticiler karar verirken bu fırsat maliyeti unsurunu da dikkate almaktadır. Karar verme alternatiflerinden birinin seçilmesi olduğuna göre, doğal olarak diğer alternatiflerden vazgeçilmesi gerekmektedir. Bunun sonucunda diğer alternatiflerden sağlanacak net kazançtan mahrum olunmaktadır. Bu mahrumiyet de fırsat maliyet olarak ifade edilmektedir.

3. Çok Kriterli Karar Verme ve COPRAS Yöntemi

Karar verme, hayatın her alanında karşılaşılan bir olgudur. Çünkü yaşam içerisinde hem bireysel açıdan hem de kurumsal açıdan birçok kararlar alınmaktadır. Verilen kararlar bireylerin ve kurumların geleceğine etki etmektedir. En basit şekilde alternatifler arasından birinin seçilmesi şeklinde tanımlanan karar verme, bir süreci ifade etmektedir. Bu süreç aynı zamanda var olan problemi çözmeye yöneliktir. Karar vermeyi gerektiren basit ya da karmaşık olaylar ancak varılacak bir karar ile ortadan kalkabilecektir.

Çok kriterli karar verme (ÇKKV), çok sayıda çelişen soyut ve somut ölçütlere ya da özelliklere göre olası karar alternatiflerinden en iyisini belirlemek, sıralamak veya sınıflandırmak için çeşitli yöntemlerin ve işlemlerin gerçekleştirilmesi olarak ifade edilebilir (Özbek, 2021:26). ÇKKV, çok sayıda alternatif arasından belirli özellikleri ya da kriterleri dikkate alarak bir değerlendirme yapmaktadır. Bu değerlendirmede alternatifler arasından en iyisini belirlemeye çalışılmaktadır. Bu açıdan gelecekle ilgili bir çok belirsizliğin olduğu durumlarda kriter ve niteliklerin doğru belirlenmesi ile optimum karar verme için ideal bir çözüm sunmaktadır. ÇKKV açısından birçok yöntem bulunmaktadır. Bu yöntemler çeşitli problemlerin çözümünde sıkça kullanılmaktadır. Bu çalışmada söz konusu yöntemlerden COPRAS yöntemi kullanılmıştır.

3.1. COPRAS Yöntemi

Complex Proportional Assessment (COPRAS) yöntemi, "Karmaşık Oransal Değerlendirme" anlamına gelmektedir. Hem kalitatif hem de kantitatif ölçütleri değerlendirebilen yöntem, Zavadskas ve Kaklauskas tarafından 1996 yılında Vilnius Gediminas Teknik Üniversitesinde ortaya çıkarılmıştır (Özbek, 2021:269; Özbek ve Erol, 2016:30). Alternatiflerin sıralanması ve değerlendirilmesinde kriterlerin fayda ve maliyet yönlü olmalarını dikkate almaktadır (Kaklauskas vd, 2005). Bu nedenle makine yenileme kararlarında kullanımının da uygun olacağı düşünülmektedir.

COPRAS yöntemi alternatiflerin birbirleriyle karşılaştırmasını yaparak diğer alternatiflerden ne kadar iyi ya da kötü olduğunu yüzdesel olarak tespit etmektedir. Bu durum, yöntemi diğer ÇKKV yöntemlerden ayıran en önemli özellik olarak ifade edilmektedir (Özbek ve Erol, 2016:30).

COPRAS yönteminin işlem basamakları şu şekildedir (Kaklauskas vd. 2005; Özbek, 2021:272-273):

-Karar matrisinin oluşturulması.

Karar matrisi, (1) nolu eşitlikteki gibi oluşturulur.

$$X_{ij} = \begin{matrix} x_{11} & x_{12} & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & x_{2n} \\ x_{i1} & x_{i2} & x_{in} \end{matrix} \quad (1)$$

- Karar matrisinin standartlaştırılması.

Karar matrisinin normalleştirilmesi için Eşitlik (2) kullanılır. q_i kriter ağırlıklarını ifade etmektedir. Bu yöntemde kriter ağırlıklarının tespitine yönelik bir uygulama bulunmamaktadır. Kriter ağırlıkları farklı yöntemler kullanılarak tespit edilebilmektedir.

$$d_{ij} = \frac{x_{ij} q_j}{\sum_{i=1}^m x_{ij}}, \quad i=1, \dots, m; \quad j=1, \dots, n \quad (2)$$

Her bir kriterin x_i 'ye göre ağırlıklandırılmış d_{ij} değerlerinin toplamı söz konusu kriterin ağırlık değeri olan q_i 'ye eşittir. Eşitlik (3)' te bu durum gösterilmektedir.

$$q_j = \sum_{i=1}^m d_{ij}, \quad i=1, \dots, m; \quad j=1, \dots, n \quad (3)$$

- Ağırlıklı indekslerin toplanması.

Maliyet yönlü kriterlere göre hesaplanan S_{-i} değeri ne kadar küçük olursa amaca ulaşmak o derece yüksek olmaktadır. Aynı şekilde fayda yönlü kriterlere göre hesaplanan S_{+i} değer ise ne kadar büyük olursa amaca ulaşmada o derece yüksek olmaktadır.

$$S_{+i} = \sum_{j=1}^m d_{+ij}; \quad S_{-i} = \sum_{j=1}^n d_{-ij}, \quad i=1, \dots, m; \quad j=1, \dots, n \quad (4)$$

- Seçeneklerin göreceli önemini hesaplanması.

Karşılaştırılan alternatiflerin göreceli önem değerini gösteren Q_i , Eşitlik (5)'ten yararlanılarak hesaplanır.

$$Q_i = S_{+i} + \frac{S_{-min} \sum_{i=1}^m S_{-i}}{S_{-i} \sum_{i=1}^m \frac{S_{-min}}{S_{-i}}} \quad i=1, \dots, m; \quad j=1, \dots, n \quad (5)$$

Q_i , büyükten küçüğe olacak şekilde sıralanır. Q_i yükseldikçe, göreceli önemi o derece büyüktür.

- Seçeneklerin fayda derecesinin tespit edilmesi.

Alternatiflerin fayda derecesini belirlemek için Eşitlik (6) kullanılır. En iyi alternatif fayda derecesi 100 olmalıdır. Diğerleri ise en iyiye göre derecelendirilir.

$$N_i \left(\frac{Q_i}{Q_{max}} \right) \times 100 \% \quad (6)$$

3.2. Literatür Özeti

COPRAS yöntemi ile ilgili olarak yerli literatürde farklı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalar genellikle performans değerlendirme ve uygun yer seçimine yöneliktir. Literatürde makine yenileme ile ilgili yok denecek kadar az çalışma bulunmaktadır. COPRAS yöntemi kullanılarak yapılan çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir:

Aksoy vd. (2015), çalışmalarında Türkiye kömür işletmelerinin 2008-2012 yılları arasındaki performansını AHP temelli MULTIMOORA ve COPRAS yöntemleri ile değerlendirmişlerdir. Araştırma sonucunda yüksek performans gösteren işletme, her iki yönteme göre aynı olmuştur.

Özbek ve Erol (2016), çalışmalarında depo yeri seçimi kararına çözüm bulmak için, COPRAS ve MOORA yöntemlerini kullanarak bütünleşik bir model önermişlerdir. Çalışma sonucunda yöntemler açısından en uygun yerin aynı olduğu tespit edilmiştir.

Sarıçalı ve Kundakçı (2016), çalışmalarında tatil için otel seçiminde AHP ve COPRAS yöntemlerini kullanmışlardır. En uygun otel yerinin tespit edilmesini hedefleyen çalışma sonucunda, tüketiciye Side bölgesinde bir otelin seçilmesi önerilmiştir.

Karaca vd. (2017), çalışmalarında Türkiye'nin elektrik üretiminde yenilenebilir enerji payının % 100 olması durumunda yapılacak ilave yatırımların istihdama sağlayacağı katkıyı tahmin etmek amacıyla, hangi yenilenebilir enerji kaynağına ayrılacak payın belirlenmesinde COPRAS yöntemini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda fosil yakıt santralleri yerine yenilenebilir enerji santrallerinin kurulmasının daha fazla istihdam sağlayacağı tahmin edilmiştir.

Bayrakci ve Aksoy (2019), çalışmalarında 2018 yılındaki bireysel emeklilik temel gösterge verileri kullanılarak bireysel emeklilik şirketlerinin performanslarını ARAS ve COPRAS yöntemleri ile değerlendirmişlerdir. Çalışma sunucunda her iki yöntemde de sıralama aynı olmuştur.

Topak ve Çanakçıoğlu (2019), çalışmalarında Türkiye'de faaliyet gösteren mevduat bankalarının 2017 yılı performanslarını Entropi ve COPRAS yöntemi ile değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda sektörde faaliyet gösteren en büyük bankaların en yüksek performansa sahip olduğu belirlenmiştir.

Yakut ve Kuru (2020), çalışmalarında Avrupa Birliği ülkelerinin cinsiyet eşitliklerini değerlendirmek ve sıralamalarını gerçekleştirmek amacıyla Gri ilişkisel analiz (GİA), ARAS ve COPRAS yöntemlerini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda GİA yönteminin diğer yöntemlere göre daha iyi bir başarı sıralaması yakaladığı tespit edilmiştir.

Çakır ve Gök Kısa (2020), çalışmalarında lojistik firmasında işe alınacak stajyerlerin belirlenmesinde bütünlük DEMATEL COPRAS yaklaşımını kullanmışlardır. Çalışma sonucunda ilk dört sırada yer alan stajyerin alınması ve gelecekte kullanılabilecek bir veri tabanı oluşturmasına yardım edeceği ifade edilmiştir.

Erdoğan vd. (2020), çalışmalarında BİST'da işlem gören futbol kulüplerinin 2014-2017 yılları arasındaki performanslarını COPRAS yöntemi ile değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda en iyi performans gösteren Beşiktaş olurken, Galatasaray en kötü performans gösteren kulüp olduğu belirlenmiştir.

Şahin ve Karacan (2020), çalışmalarında BİST inşaat endeksinde yer alan şirketlerin 2018 yılına ilişkin finansal performanslarını COPRAS ve ARAS yöntemleri ile değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda her iki yöntemin benzer sonuçlar verdiği tespit edilmiştir.

Altın ve Yalçındağ (2020), çalışmalarında sigara dağıtıcısının sigara satışlarına ilişkin performansını değerlendirme amacıyla MULTIMOORA, COPRAS ve WASPAS yöntemleri kullanılmıştır. Çalışma sonucunda satış miktarı ve net karın en etkili kriterler olduğu ve en yüksek performansın 2016 yılında gerçekleştiği tespit edilmiştir.

Katrancı ve Kundakcı (2020), çalışmalarında soğuk hava deposu seçiminde SWARA ve Bulanık COPRAS yöntemlerini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda çiftçilerin meyve ve sebzelerini koruyabilmeleri için en iyi alternatifin A2 olduğu tespit edilmiştir.

Acer vd. (2020), çalışmalarında Türkiye'de faaliyet gösterilen bireysel emeklilik şirketlerinin 2018 yılı performanslarını Entropi ve COPRAS yöntemleri ile değerlendirmişlerdir. Çalışma sonucunda katılımcı fon tutarının en yüksek öneme sahip kriter olduğu tespit edilmiştir.

Yabancı literatürde ise pek çok farklı alanda uygulaması bulunmaktadır. Bunlardan bazıları;

Fouladgar vd. (2012), çalışmalarında maden sektöründe bakım stratejisinin seçiminde AHP ve COPRAS yöntemini kullanarak yeni bir yöntem önerisinde bulunmuşlardır. Çalışma sonucunda yöntemin bakım stratejisi seçiminde avantajlarının olduğu tespit edilmiştir.

Chatterjee ve Chakraborty (2012), çalışmalarında malzeme seçimi için dört yöntemi kullanmışlardır. Çalışma sonucunda dört yöntemde de en iyi ve en kötü malzemeler aynı olmuştur.

Razavi Hajiagha vd. (2013), çalışmalarında belirsiz bir ortamda grup kararı verilmesinde COPRAS yönteminin geliştirilmiş halinin kullanılmasını araştırmışlardır. Çalışma sonucunda söz konusu yöntemin belirsiz ve kötü tanımlanmış koşullar altında uygulanmasının tatmin edici sonuçlar doğuracağı tespit edilmiştir.

Vahdani vd. (2014), çalışmalarında robot seçim problemi için bulanık COPRAS yöntemini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda 3. Robotun seçilmesinin en uygun karar olduğu tespit edilmiştir.

Valipour vd. (2017), çalışmalarında derin temel kazı projesinde risk değerlendirmesi için SWARA ve COPRAS yöntemini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda inşaat güvenliği, olumsuz jeolojik koşullar, yönetimsel deneyim eksikliği, acil durum planı eksikliği ve zemin çökmesi gibi risklerin önemli riskler olduğu belirlenmiştir.

Zheng vd. (2018), çalışmalarında kronik obstrüktif akciğer hastalığının ciddiyet değerlendirmesinde COPRAS yöntemini kullanmışlardır. Çalışma sonucunda HFL-COPRAS yönteminin bu değerlendirmeyi yapabileceği tespit edilmiştir.

Roy vd. (2019), çalışmalarında otelleri değerlendirmek ve sıralamak için WIRN ve COPRAS yöntemini kullanmışlardır. Hindistan' daki uygulama sonucunda H18 ve H5 otellerinin en iyi seçim olacağı sonucuna ulaşmışlardır.

Roobahani vd. (2020), çalışmalarında COPRAS yöntemini havzalar arası su transferi planlamasında kullanmışlardır. Çalışma sonucunda teknik riskler ve metreküp başına su maliyeti temel kriterler olarak belirlenmiş ve sekizinci senaryonun en iyi alternatif olduğu belirlenmiştir.

Lu vd. (2021), çalışmalarında yeşil tedarikçi seçiminde bulanık COPRAS yöntemini kullanarak bir model önerisinde bulunmuşlardır. Çalışma sonucunda önerilen modelin yeşil tedarikçi seçiminde uygulanabileceği sonucuna ulaşmışlardır.

4. Geçerli Maliyet Analizi ve COPRAS Yönteminin Makine Yenileme Kararlarında Kullanılması

4.1. Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Kısıtları

Geçerli maliyet analizleri, makine yenileme kararlarında kullanılan yönetim muhasebesi uygulamalarındandır. Ancak makine yenileme kararlarında farklı yöntemlerin kullanıldığı da bilinmektedir. Bu çalışmanın amacı, makine yenileme kararlarında geçerli maliyet analizleri ile COPRAS yönteminin karşılaştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda makine yenileme kararında geçerli maliyet analizi ile COPRAS yöntemine göre verilen kararın karşılaştırılması yapılmıştır. Bu karşılaştırma için hem yönetim muhasebesine göre örnek çözümü yapılmakta, hem de COPRAS yöntemine göre çözüm yapılmaktadır. Bu sayede her iki açıdan seçilecek makinelerde bir farklılık olup olmadığı belirlenmiştir.

Çalışma makine yenileme kararları özelinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu makine yenileme kararına ilişkin olarak kullanılacak olan veriler hipotetik olarak oluşturulmuştur. Bu durum bir kısıt olarak ifade edilebilir.

4.2. Makine Yenileme Kararlarında Geçerli Maliyet Analizleri

Gerek teknolojik ilerlemeler gerekse de değişim ihtiyacı işletmelerin mevcut makinelerinin yenilenmesi ihtiyacını doğurmaktadır. Böylesi bir kararın verilmesi için mevcut makine ile alternatif makinelerin fayda ve maliyetleri arasında kıyaslama yapabilmek amacıyla genellikle geçerli maliyet analizleri yapılmaktadır. Sonuç olarak hangi makinenin seçileceği sağlayacağı ek kâra göre belirlenmektedir.

Bu çalışmada Tekstil sektöründe faaliyet gösteren X işletmesinin kullanmakta olduğu A makinesini yenilemek amacıyla piyasa araştırması yaparak tespit ettiği B, C ve D makinelerinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Söz konusu bu makinelerin hangisinin seçilmesine ilişkin olarak geçerli maliyet analizi gerçekleştirilmiştir. Bu makinelere ilişkin bilgiler Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Makinelere Ait Bilgiler

	A Makinesi	B Makinesi	C Makinesi	D Makinesi
Satın Alma Bedeli	360.000 TL	500.000 TL	650.000 TL	480.000 TL
Ekonomik Ömür	12 yıl	10 yıl	10 yıl	10 yıl
Hurda Değeri	-	-	-	-

İşletmenin mevcut ve alternatif makinelerin Tablo 1'deki satın alma fiyatları, ekonomik ömürleri ve hurda değerleri incelendiğinde, tüm makinelerin hurda değerinin bulunmadığı, mevcut makine hariç diğer makinelerin aynı ekonomik ömre sahip olduğu ve satın alma fiyatının en yüksek C makinesinin olduğu görülmektedir.

İşletme mevcut A makinesini 2 yıldır kullanmaktadır. Mevcut makine ve alternatif makinelerin kullanılarak elde edilecek 10 yıl için tahmin edilen satış ve maliyet bilgileri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Makinelere Ait Satış Gelirleri ve Giderler (10 Yıl)

	A Makinesi	B Makinesi	C Makinesi	D Makinesi
Satışlar (TL)	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Değişken Giderler (TL)	7.500.000	6.720.000	6.000.000	7.200.000
Sabit Giderler ³ (TL)	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000

Alternatif makinelerin değişken giderlerde bir azalmaya neden olacağı ve sabit giderlerde bir değişim yaratmayacağı tahmin edilmiştir. Mevcut makinenin ekonomik ömrünü henüz tamamlamamış olması işletme yönetiminin yenileme kararına isteksiz yaklaşmasına neden olabilir. Bu nedenle söz konusu kararın geçerli maliyet analizi ile desteklenmesi gerekmektedir. Gelecek 10 yıl birlikte değerlendirildiğinde elde edilecek karın tespit edilmesi ve ek maliyetin karlılığa etkisi belirlenmelidir. Bu hususta mevcut makinenin yenilenmesi durumunda daha önce ayrılan amortisman tutarı ve makine için ödenen satın alma bedeli batmış maliyet olarak göz önüne alınmalı ve geçerli maliyet analizinde dikkate alınmamalıdır.

³ Amortisman Gideri hariç sabit giderleri içermektedir.

Mevcut makine ile alternatiflerin geçerli maliyet analizi yapılarak, makine yenilemesine ilişkin ek maliyetin karlılığa etkisi göz önünde bulundurularak karar verilmelidir. Sağlayacağı ek kara göre hangi makinenin seçilmesi ya da mevcut makine ile devam edilmesi belirlenecektir. Buna yönelik olarak gerçekleştirilen geçerli maliyet analizi Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Geçerli Maliyet Analizi (10 Yıllık)

	A Makinesi	B Makinesi	C Makinesi	D Makinesi
Satışlar (TL)	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
Değişken Giderler (TL)	7.500.000	6.720.000	6.000.000	7.200.000
Sabit Giderler (TL)	3.500.000	3.500.000	3.500.000	3.500.000
Amortisman Gideri (TL)	300.000	500.000	650.000	480.000
Elden Çıkarma Zararı (TL)	-	300.000	300.000	300.000
KAR (TL)	3.700.000	3.980.000	4.550.000	3.520.000

Tablo 3 incelendiğinde 4 makinenin gelecek 10 yılda sağlayacağı toplam kar tutarları tespit edilmiştir. A makinesin kullanılması durumunda 3.700.000 TL kar elde edileceği görülürken, B makinesi A makinesinin sağlayacağı 3.700.000 TL'lik kara ek olarak 280.000 TL, C makinesinin ise ek olarak 850.000 TL kar sağlayacağı tespit edilmiştir. D makinesi ise tüm bu makineler arasında en az karı getirecek olan makine olmuştur. Dolayısıyla işletme yöneticileri C makinesi için yatıracakları 650.000 TL'lik bir yatırım yılda 85.000 TL ek kar getirecektir. Yatırımın yıllık kar oranı ise %13,07'dir. B makinesi için yapılacak olan 500.000 TL'lik bir yatırım yılda 28.000 TL ek kar sağlayacaktır. Geçerli maliyet analizi sonucuna göre işletme yönetiminin makine yenileme kararı verirken ilk tercihi C makinesi olmalıdır.

Tablo 4. Makinelere Ait Toplam Kar Tutarları (10 Yıllık) ve Makine Tercih Sıralaması

	Toplam Kar	Sıralama
A Makinesi	3.700.000	3
B Makinesi	3.980.000	2
C Makinesi	4.550.000	1
D Makinesi	3.520.000	4

Tablo 4 incelendiğinde makinelerin sağladığı kar tutarları dikkate alındığında en yüksek karı sağlayacak olan C makinesinin ilk alternatif olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. C makinesinin ardından ikinci sırada B makinesi gelirken, B makinesini A makinesi izlemektedir. D makinesi ise alternatifler arasında en az karı sağlayan makinedir.

4.3. Makine Yenileme Kararlarında COPRAS Yönteminin Kullanılması

Geçerli maliyet analizine göre oluşturulan uygulamayı COPRAS yöntemine göre düzenlemek gerekmektedir. Çok kriterli karar verme teknikleri, alternatifler arasından belirli özelliklere göre en iyi alternatifin seçilmesine odaklanmaktadır. Söz konusu örnek özelinde hangi makinenin seçileceği problemi çözebilmek için makinelerde istenene özellikler ve bu özelliklere ilişkin bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır. Makine yenileme kararı için COPRAS yöntemi için belirlenen kriterler şunlardır:

K1: Satın Alma Bedeli

K2: Bakım Giderleri

K3: Garanti

K4: İşlem Hızı

Bu 4 kritere göre COPRAS yönteminin işlem basamakları şu şekilde gerçekleştirilmektedir:

Kriter ağırlıklarının belirlenmesine yönelik olarak COPRAS yönteminde bir uygulama söz konusu değildir. Bu nedenle kriterlerin ağırlıklandırılmasında tüm kriterlerin eşit ağırlıkta olduğu kabul edilerek işlemler gerçekleştirilmiştir. Söz konusu kriterlerin yönü de K1 ve K2 için Maliyet (-), K3 ve K4 için Fayda (+) olarak belirlenmiştir.

4.3.1. Karar Matrisinin Oluşturulması

Alternatiflerin kriterlere göre değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan performans değerlerine göre oluşan başlangıç karar matrisi Eşitlik 1'e göre düzenlenmiştir. Başlangıç karar matrisi Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Başlangıç Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4
A Makinesi	360.000	50.000	4	15
B Makinesi	500.000	60.000	3	20
C Makinesi	650.000	45.000	5	25
D Makinesi	480.000	52.000	4	18

Tablo 5 alternatif makinelerin kriterlere göre değerlerini yansıtmaktadır. Bu kriterlere göre satın alma maliyeti (K1) en yüksek C makinesi iken en düşük A makinesi olmaktadır. Buna karşılık en yüksek işlem hızına (K4) sahip makine de C makinesidir. Aynı zamanda C makinesi en uzun garanti süresine (K3) de sahiptir.

4.3.2. Karar Matrisinin Standartlaştırılması ve Ağırlıklı İndekslerin Toplanması

Eşitlik 2 kullanılarak başlangıç karar matrisi standartlaştırılmıştır. Standardize edilmiş karar matrisi Tablo 6'da gösterilmiştir.

Tablo 6. Standartlaştırılmış Karar Matrisi

	K1	K2	K3	K4
A Makinesi	0,180905	0,241546	0,25	0,192308
B Makinesi	0,251256	0,289855	0,1875	0,25641
C Makinesi	0,326633	0,217391	0,3125	0,320513
D Makinesi	0,241206	0,251208	0,25	0,230769

Alternatif makinelerin kriterlerinin farklı değerleri Tablo 6'da standart hale getirilmiştir. Bu aşamada her bir kriter kendi sütun toplamına bölünerek standart değerleri bulunmaktadır.

4.3.3. Seçeneklerin Göreceli Öneminin Hesaplanması

Seçeneklerin göreceli önemi olan Q_i , eşitlik 5'ten faydalanılarak hesaplanmıştır. Q_i değerleri tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Seçeneklerin Göreceli Önemi

	S_{+i}	S_{-i}	S_{-min}	S_{-i-Top}	$S_{-min/S_{-i}}$	$S_{-min/S_{-i}Top}$	Q_i
A	0,442308	0,42245	0,42245	2	1	0,211225	9,910874524
B	0,44391	0,541111			0,780709		7,836104065
C	0,633013	0,544024			0,776528		7,985623262
D	0,480769	0,492414			0,857918		8,604019083

Tablo 7 incelendiğinde söz konusu makine alternatiflerinin göreceli önem değerleri belirlenmiştir. Bu önem derecelerine göre hangi makinenin diğerlerine göre önem dereceleri saptanmıştır. Bu aşamada maliyet yönlü kriterler ne kadar düşük olursa ve fayda yönlü kriterler de ne kadar yüksek olursa en iyi alternatife ulaşmak o kadar kolaydır. Önem derecelerine göre en yüksek değere sahip makine mevcut A makinesidir. Yani alternatifler arasında önem derecesi en yüksek olanı mevcut makinedir. Bu durum mevcut makinenin diğer makinelere nazaran belirlenen kriterlere göre daha yüksek önem derecesine sahip olduğunu göstermektedir.

4.3.4. Seçeneklerin Fayda Derecesinin Belirlenmesi

Alternatiflerin fayda derecesini belirlemek için Eşitlik 6 kullanılmıştır. Alternatiflerin önem sıralamasına göre sıralandığı performans değerleri Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Performans Değerleri

	S_{+i}	S_{-i}	S_{-min}	S_{-i-Top}	$S_{-min/S_{-i}}$	$S_{-min/S_{-i}Top}$	Q_i	N_i	Sıra
A	0,442308	0,42245	0,42245	2	1	0,211225	9,910874524	1	1
B	0,44391	0,541111			0,780709		7,836104065	0,790657176	4
C	0,633013	0,544024			0,776528		7,985623262	0,805743554	3
D	0,480769	0,492414			0,857918		8,604019083	0,868139241	2

Tablo 8 incelendiğinde belirlenen kriterlere göre makine seçimi için en iyi kararın belirlenmesinde performans değerleri en yüksekte en düşüğe göre sıralama yapılmıştır. Bu performansa değerleri göz önüne alındığında mevcut A makinesinin en iyi alternatif olduğu görülmektedir. Daha sonra ise en iyi ikinci alternatif olarak D makinesi gelmektedir. Sıralamada

üçüncü sırada C makinesi yer alırken, dördüncü sırada B makinesi gelmektedir. Söz konusu kriterlerle seçim yapılırken COPRAS yöntemine göre alternatifler arasında en iyi makinenin mevcut makine olduğu saptanmıştır. Dolayısıyla bu yöntemle göre karar verilirken mevcut makine ile devam edilmesi uygun olacaktır.

4.4. Geçerli Maliyet Analizleri ile COPRAS Yönteminin Karşılaştırılması

Maliyet bilgilerinin kullanılarak karar alınması işletme yöneticilerine destek sağlamaktadır. Bu çalışmada geçerli maliyet analizi ile COPRAS yönteminin makine yenileme kararlarında kullanılmasına yönelik uygulama gerçekleştirilmiştir. Söz konusu yöntemler neticesinde ortaya çıkan karar tercihleri Tablo 9'da gösterilmiştir.

Tablo 9. Sonuçların Karşılaştırılması

	Geçerli Maliyet Analizi		COPRAS Yöntemi	
	Toplam Kar	Sıralama	N_i	Sıralama
A Makinesi	3.700.000	3	1	1
B Makinesi	3.980.000	2	0,790657176	4
C Makinesi	4.550.000	1	0,805743554	3
D Makinesi	3.520.000	4	0,868139241	2

Tablo 9 incelendiğinde geçerli maliyet analizi yöntemi ve COPRAS yöntemine göre alternatif makinelerin seçim sonuçlarının birbirinden farklı olduğu görülmektedir. Söz konusu yöntemlerden geçerli maliyet analizi, alternatif makineler arasında C makinesinin ilk alternatif olması gerektiğini göstermektedir. Çünkü en yüksek karı sağlayacak olan makine C makinesidir. Dolayısıyla karı maksimize edecek olan C makinesi seçimi işletme yönetimi tarafından en uygun seçimdir. Ancak COPRAS yöntemine göre ilk tercih edilecek makine mevcut A makinesi olmaktadır. Çok kriterli karar verme tekniklerinde alternatiflerin kriterleri göz önüne alınarak bir sonuca varılmaktadır. Dolayısıyla bu sonuç doğrultusunda A makinesi en uygun seçim olmaktadır. Daha sonraki sıralamalarda da yöntemler arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Dolayısıyla fayda ve maliyet yönlü kriterler bir arada değerlendirildiğinde optimum sonucu veren makinenin seçimi gerçekleşmektedir. Bu nedenle işletme yönetiminde oldukça önemli olan bu kararların, çeşitli yöntemlerin bir arada kullanılması ve karşılaştırılması ile daha isabetli olacağı söylenebilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Yönetsel açıdan karar verme eylemi işletme başarısı ile doğrudan ilişkilidir. İşletme yönetiminin vereceği kararlar işletmenin geleceğini ve performansını etkilemektedir. Bu nedenle işletme yöneticileri karar vermede birçok karar destek sistemlerinden faydalanırlar. Bu sistemler işletme yöneticilerine alacakları kararlarda yardımcı olmaktadır. Temel amacı işletme yöneticilerine karar almalarına destek sağlayacak bilgiler sunmak olan yönetim muhasebesi, bu noktada önemli bir misyon üstlenmektedir. Ancak yönetim muhasebesi tarafından yapılan analizlere ek olarak farklı yöntemlerin kullanılması da sonuçların değerlendirilmesi açısından oldukça önemlidir.

Makine yenileme kararları, işletme yönetimi tarafından verimliliği sağlamak üzere verilmektedir. Ancak hangi makinenin alınması ya da yenileme kararının verilmesi oldukça önemlidir. Bu nedenle işletme yöneticileri bu noktada farklı alternatifler arasında bekledikleri ya da arzuladıkları hedefe ulaşmayı sağlayacak makineyi seçmek isterler. Bu sürecin istedikleri gibi gerçekleşmesi için farklı özellikleri içeren tekniklerden faydalanmaktadırlar.

Bu çalışmanın amacı, makine yenileme kararı gibi yönetsel anlamda verilecek bir karar için geçerli maliyet analizi ile çok kriterli karar verme tekniklerinden COPRAS yönteminin karşılaştırılmasıdır. Bu amaç doğrultusunda bir işletmede makine yenileme kararı verilirken hem geçerli maliyet analizine göre hem de COPRAS yöntemine göre bir çözüm gerçekleştirilmiştir. Geçerli maliyet analizi ve COPRAS yöntemine göre hangi makinenin seçilmesi gerektiği belirlenmiştir. Söz konusu yöntemlerin sonucunda geçerli maliyet analizi yönteminde C makinesi ilk alternatif olarak görünmektedir. C makinesi karın en yüksek olduğu makinedir. Dolayısıyla ilk alternatif olarak bu makinenin seçilmesi, işletme yönetimi tarafından desteklemektir. Ancak COPRAS yönteminde ise ilk seçenek mevcut A makinesi olmaktadır. Yani her iki yöntemde de önem verilen kriterler farklılık arz etmektedir. Dolayısıyla alternatif makinelerin seçiminde yöntemler sonucunda seçilecek makinelerde farklılıklar bulunmuştur. Bu sonuç Coşkun Arslan (2017) çalışması ile farklılık içermektedir. Diğer sıralamalar açısından yöntemler arasında farklılık olduğu görülmektedir. Her iki yöntemle göre yapılan değerlendirmeler göstermektedir ki, alternatifler arasında seçim yaparken farklı kriterlerin etkisi söz konusu olmaktadır. Bu durum işletme yöneticilerine karar almada bu yöntemleri bir arada kullanıp sonuçlarını karşılaştırarak değerlendirmelerinde fayda sağlayacaktır. Bundan sonraki çalışmalarda farklı kriterler kullanılarak değerlendirme yapılması mümkün olabilecektir.

Kaynakça

- Acer, A., Genç, T. ve Dinçer, E. (2020). Türkiye’de Faaliyet Gösteren Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Performansının Entropi ve COPRAS Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (1), 153-169.
- Akdoğan, N., (2000). *Tekdüzen Muhasebe Sisteminde Maliyet Muhasebesi Uygulamaları* (5. Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aksoy, E., Ömürbek, N. ve Karaatlı, M. (2015). AHP Temelli MULTIMOORA ve COPRAS Yöntemi ile Türkiye Kömür İşletmeleri’nin Performans Değerlendirmesi. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33 (4) , 1-28 .
- Altın, F. ve Yalçındağ, B. (2020). Performans Ölçümünde Entropi Temelli Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri İle Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11 (27), 419-443.
- Bayrakci, E. ve Aksoy, E. (2019). Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Entropi Ağırlıklı ARAS Ve COPRAS Yöntemleri İle Karşılaştırmalı Performans Değerlendirmesi. *Business and Economics Research Journal*, 10(2), 415-433.
- Büyükmirza, H. K. (2011). *Maliyet Ve Yönetim Muhasebesi Tekdüzene Uygun Bir Sistem Yaklaşımı* (16. Baskı), Ankara: Gazi Kitabevi.
- Chatterjee, P. & Chakraborty, S. (2012). Material Selection Using Preferential Ranking Methods. *Materials and Design*, 35: 384–393.
- Coşkun Arslan, M. (2017). Yönetim Kararlarında Geçerli Maliyet Analizlerine Alternatif Bir Yöntem: Bulanık TOPSIS Yöntemi. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 3 (2), 72-101.
- Çakır, E. ve Gök Kısa, A. (2020). Bütünleşik DEMATEL – COPRAS Yöntemi İle Stajyer Seçimi: Bir Lojistik Firmasında Uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* , (65) , 107-124.
- Erdoğan, N., Altınırmak, S., Şahin, C. ve Karamaşa, Ç . (2020). Analyzing the Financial Performance of Football Clubs Listed in BIST Using Entropy Based Copras Methodology . *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (63), 39-53.
- Fouladgar, M. M., Yazdani-Chamzini, A., Lashgari, A., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2012). Maintenance strategy selection using AHP and COPRAS under fuzzy environment. *International Journal of Strategic Property Management*, 16(1), 85–104.
- Kaklauskas, A., Zavadskas, E. K. & Raslanas, S. (2005). Multivariant Design And Multiple Criteria Analysis Of Building Refurbishments. *Energy and Buildings*, 37(4), 361-372.
- Karaca C.,Eşgünoğlu, M. ve Ulutaş, A. (2017). Türkiye’de Optimal Yenilenebilir Enerji Kaynağının COPRAS Yöntemiyle Tespiti Ve Yenilenebilir Enerji Yatırımlarının İstihdam Artırıcı Etkisi. *Maliye Dergisi*, 0(172), 110 - 131.
- Katrancı, A. ve Kundakcı, N. (2020). SWARA Temelli Bulanık COPRAS Yöntemi ile Soğuk Hava Deposu Seçimi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7 (1) , 63-80.
- Lu, J., Zhang, S., Wu, J., & Wei, Y.. (2021). COPRAS Method For Multiple Attribute Group Decision Making Under Picture Fuzzy Environment And Their Application To Green Supplier Selection. *Technological & Economic Development of Economy*, 27(2), 369–385.
- Özbek, A. (2021). *Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri Ve Excel İle Problem Çözümü* (3. Baskı). Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Özbek, A. ve Erol, E. (2016). COPRAS ve MOORA Yöntemlerinin Depo Yeri Seçim Problemine Uygulanması. *Ekonomi İşletme Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 2 (1), 23-42.
- Razavi Hajiagha, S., Hashemi, S., & Zavadskas, E. (2013). A Complex Proportional Assessment Method For Group Decision Making In An Interval-Valued Intuitionistic Fuzzy Environment. *Technological & Economic Development of Economy*, 19(1), 22–37.
- Roobahani, A., Mehdi, H. M. & Shahedani, H. (2020). Inter-Basin Water Transfer Planning With Grey COPRAS And Fuzzy COPRAS Techniques: A Case Study In Iranian Central Plateau. *Science of The Total Environment*, 726, 1-11.
- Roy, J., Sharma, H. K. Kar, S., Zavadskas, E. K. & Saparuskas, J. (2019). An Extended COPRAS Model For Multi-Criteria Decision-Making Problems And Its Application In Web-Based Hotel Evaluation And Selection. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 219-253.

- Sarıçalı, G. ve Kundakçı, N. (2016). AHP ve COPRAS Yöntemleri İle Otel Alternatiflerinin Değerlendirilmesi. *International Review of Economics and Management*, 4 (1) , 45-66.
- Şahin, İ.E. ve Karacan, K. B. (2020). Entropi Temelli COPRAS ve ARAS Yöntemleri ile Borsa İstanbul İnşaat Endeksi (XINSA) Firmalarının Finansal Performans Analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (44), 171-183.
- Topak M. S. ve Çanakçıoğlu, M. (2019). Banka Performansının ENTROPI Ve COPRAS Yöntemi İle Değerlendirilmesi: Türk Bankacılık Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Mali Çözüm*, 29(154), 107 - 132.
- Vahdani, B., Mousavi, S. M., Tavakkoli-Moghaddam, R., Ghodrathnama, A., & Mohammadi, M. (2014). Robot Selection By A Multiple Criteria Complex Proportional Assessment Method Under An Interval-Valued Fuzzy Environment. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 73(5–8), 687.
- Valipour, A., Yahaya, N., Md Noor, N., Antuchevičienė, J., & Tamošaitienė, J. (2017). Hybrid SWARA-COPRAS Method For Risk Assessment In Deep Foundation Excavation Project: An Iranian Case Study. *Journal of Civil Engineering and Management*.
- Yakut, E. ve Kuru, Ö. (2020). AB Ülkelerinin Küresel Cinsiyet Ayrımının Kadınlar Açısından Gri İlişkisel Analiz, ARAS ve COPRAS Yöntemleri İle Değerlendirilmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16 (30) , 2832-2862.
- Yıldıztekin, İ. (2005). Kalite Maliyetleri Ölçümlerinde Belirlenen Fırsat Maliyetleri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (1), 401 - 422.
- Zheng, Y., Xu, Z., He, Y., & Liao, H. (2018). Severity Assessment Of Chronic Obstructive Pulmonary Disease Based On Hesitant Fuzzy Linguistic COPRAS Method. *Applied Soft Computing*, 69, 60–71.

Extended Abstract

Aim and Scope

In today's competitive environment, there is a constant change and transformation in order to respond to customer needs. This change and transformation make itself felt from the design of the products to their delivery to the customer and even after-sales services. Technology is one of the areas where change is experienced the fastest. Equipping the machines used in the production processes with the latest technological features is very important for businesses in today's intense competition. From this perspective, technology investment decisions are critical for business managers. The aim of this study is to compare the relevant cost analyzes used in management accounting when making machine replacement decisions and the COPRAS method, which is one of the multi-criteria decision making techniques.

Methods

While making the decision to replace the machine, the decision to be made according to both the relevant cost analysis and the COPRAS technique was compared. In this way, it will be possible to evaluate the decision, which is so important in terms of business success, by using different techniques. A case study was conducted in the study.

Findings

According to the relevant cost analysis method, the first alternative is the C machine. However, according to the COPRAS method, the first machine to be preferred is the current A machine. It is seen that there are differences between the methods in the following rankings. It can be stated that this situation is specific to the example in question. It is possible that different results will come out in different applications.

Conclusion

From a managerial point of view, the decision-making action is directly related to the success of the business. The decisions to be made by the business management affect the future and performance of the business. For this reason, business managers benefit from many decision support systems in decision making. These systems help business managers in their decisions. Management accounting, whose main purpose is to provide information to support business managers in their decision-making, undertakes an important mission at this point. However, the use of different methods in addition to the analyzes made by management accounting is also very important in terms of evaluating the results. The aim of this study is to compare the cost analysis and the COPRAS method, which is one of the multi-criteria decision-making techniques, for a decision to be made in a managerial sense, such as a machine replacement decision. For this purpose, a solution has been realized both according to the current cost analysis and according to the COPRAS method while making a decision to renew the machine in a business. As a result of these methods, machine C appears to be the

first alternative in the current cost analysis method. In the COPRAS method, the first option is the existing machine A. This result differs from the study of Coşkun Arslan (2017). It is seen that there are differences between the methods in terms of other rankings. Evaluations made according to both methods show that different criteria have an effect when choosing among alternatives. This situation will be beneficial for business managers in their evaluations by using these methods together in decision making and comparing the results. In future studies, it will be possible to evaluate using different criteria.

İş Tatmini ile Örgütsel Bağlılık İlişkisinde İşyeri Beceri Geliştirme Sistemlerinin Aracı Rolü: Beyaz Yaka İşgücü Örneği

The Mediator Role of Workplace Skill Development Systems in the Relationship between Job Satisfaction and Organizational Commitment: The Case of White-Collar Workforce

Serdar Çakan¹

Öz

İşgörenler, örgütsel amaçlar doğrultusunda planlanan ve bölüşülen işleri gerçekleştirirken, teknik ve yönetsel becerilerini kullanırlar fakat becerilerinin yetersiz kaldığı durumlarda işverenlerin çalışanlarına gerekli desteği vermesi, eğitici ve öğretici faaliyetleri organize etmesi beklenmektedir. Bütün bu eğitimsel faaliyetler, beklendiği üzere işgörelere belli ölçülerde kendilerini geliştirme fırsatı vermektedir ancak aynı zamanda alıştıkları konfor ortamını da değiştirmektedir. Çünkü işyeri eğitimleri, bireylere farklı kariyer fırsatları tanımakta ve bu açıdan bakıldığında örgütsel bağlılık açısından farklı sonuçlar doğurabilmektedir. İnsan kaynakları yönetimi açısından eğitim ve geliştirme faaliyetleri, işgören üzerinde farklı etkilere de sahiptir. Bu çalışmada amaç, üç farklı değişken olarak kabul edilen; işyeri beceri geliştirme sistemleri, iş tatmini ve örgütsel bağlılık kavramları arasındaki ilişkiyi incelemek ve işverenlerce organize edilen farklı işyeri eğitimlerinin bireyler üzerindeki etkilerini, bireylerin demografik özelliklerini de göz önünde bulundurularak somutlaştırmak amaçlanmaktadır. Nicel bir çalışma olarak modellenen bu çalışmada toplam 244 katılımcıdan toplanan cevaplar analiz edilmiştir. En son değişkenler arası ilişkiler için Pearson korelasyon ve Lineer regresyon analizleri yapılmıştır. Sonuç olarak; işyeri beceri geliştirme sistemleri ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişkinin varlığı ve işyeri beceri geliştirme sistemlerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılık ilişkisinde aracı bir rol üstlendiği tespit edilmiştir. Bu çalışmanın hem literatüre hem de iş dünyasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: beceri geliştirme, işyeri eğitimi, iş tatmini, örgütsel bağlılık

Abstract

Employees use their technical and managerial skills while performing the planned and distributed works in line with organizational purposes, but in cases where their skills are insufficient, employers are expected to provide the necessary support to their employees and organize educational and instructive activities. All these educational activities, as expected, give employees the opportunity to develop themselves to a certain extent, but they also change the comfort environment they are used to. Because workplace training gives different career opportunities to individuals and from this perspective, it can lead to different results in terms of organizational commitment. In terms of human resources management, training and development activities also have different effects on the employee. The aim of this study is to examine the relationship between the workplace skill development systems, job satisfaction and organizational commitment and it is aimed to embody the effects of different workplace trainings organized by employers considering the demographic differences of the individuals. In this research, which is modeled as a quantitative study, the answers collected from a total of 244 participants were analyzed. It has been determined that there is a positive and moderate relationship between workplace skill development systems, job satisfaction and organizational commitment, and workplace skill development systems play a mediating role in the relationship between job satisfaction and organizational commitment.

Keywords: skill development, workplace training, job satisfaction, organizational commitment

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M30, M31, M37

Submitted: 07 / 10 / 2021

Accepted: 20 / 12 / 2021

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu MYO, drserdarcakan@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-7444-9079>

Giriş

Türkiye'deki Toyota fabrikasının insan kaynakları bölümünde çalıştığım on dört yıl boyunca işyeri eğitimlerinin uygulanması konusunda onlarca pratik örneği masanın her iki tarafında yer alarak deneyimledim. Bunlar; işe yeni başlayanlar için işe alıştırma eğitimleri, üretim ve ofis çalışanları için teknik beceri eğitimleri, yönetici adayları için yurt içi ve yurt dışı yönetici geliştirme programları, çevre koruma, afet yönetimi, ilk yardım ve iş güvenliği gibi zorunlu konularda verilen eğitimler ve örgüt kültürünü geliştirici, iletişim ve takım çalışması amaçlı dış eğitimlerdi. Uygulanan eğitim uygulamalarının sonucunda çalışanlar arasında var olan yaygın kanı; fabrikanın çok iyi bir okul olduğu şeklindeydi. O halde bireysel gelişimi ve iş performansını hedefleyen bütün bu eğitimler, orta ve uzun vadede iş tatminini artıran veya çalışanları işletmeye bağlayan bir unsur olarak kabul edilebilir miydi? Uzun yılları kapsayan kişisel gözlemlerimden yola çıkarak çalışma hayatının ilk evrelerini yaşayan genç yaşta beyaz yaka işgücü arasında devir oranlarının yüksek olduğunu ifade edebilirim. Bu nedenle bu araştırmanın yapılması ve sonucu itibarıyla ampirik bilgilere ulaşılması önemsenmektedir. Bu çalışma ile işverenlerce organize edilen farklı işyeri beceri geliştirme sistemlerinin, demografik özellikleri de göz önünde tutularak bireyler üzerindeki etkilerini somutlaştırmak amaçlanmaktadır. Çünkü bireyin çalışma hayatı süresince yaş, kıdem, öğrenim durumu, ücret/maaş ve medeni durum gibi özelliklerinde farklılaşmalar oluşmaktadır. Bu değişikliklerin, yıllar süren kariyer yolculuğu içinde birey üzerinde farklı etkiler yarattığı değerlendirilmektedir. Literatürde aşağıda detayları anlatılacağı şekilde; iş tatminini ve örgütsel bağlılığı konu alan çok sayıda çalışma yapılmıştır. İşletmelerde istihdam edilen işgücünün iş performansını artırmak, daha verimli çalışmalarını sağlamak ve işin standartlara uygun şekilde yapılabilmesini garanti altına almak için çeşitli eğitimler organize edilmektedir. Bu eğitimler, işgörelere teknik ve yönetsel bilgilerin kazandırılması amacıyla yapıldığı gibi, çalışanların kendi aralarındaki takım çalışmasını güçlendirmek, iletişimi artırmak ya da sadece motivasyonlarına katkı sağlamak amacıyla da taşınabilmektedir. Özellikle bilgi işlemenin daha fazla önem kazandığı günümüz şartlarında işletmelerin yerel ve uluslararası piyasalarda rekabet edebilmesi için yetenekli çalışanlara sahip olması ve mevcut işgücünde var olan yeteneklerin hızla değişen şartlara göre geliştirilmesi gerekmektedir. Bu durum, örgütsel sürdürülebilirlik açısından önemlidir fakat her geliştirme faaliyeti işgörelere yeni kariyer imkanları sağladığından aynı zamanda riskler de taşımaktadır. Literatür incelendiğinde; iş tatmini ile yaşam tatmini arasındaki ilişkinin ön plana alındığı (Judge, Bono, Erez ve Locke, 2005; Lum vd., 1998; Judge ve Watanabe, 1993; Tait, Padgett ve Baldwin, 1989) ya da iş yükü, ücret ve terfi gibi faktörlere bağlı gelişen iş tatmininin araştırıldığı (Folger ve Konovsky, 1989; Eslami ve Gharakhan, 2012; Mansur ve Seyhan, 2021) çalışmalara ulaşılmıştır. Bunun yanında iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi örgütsel kültür, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel adalet konuları bağlamında ele alan çalışmalar da vardır (Feather ve Rauter, 2004; Testa, 2001; Lok ve Crawford, 2004; Li vd., 2019; Efeoğlu, Abul ve Bedük, 2021). Literatürde, iş tatmini ve örgütsel bağlılığı işgücü performansı ile ilişkilendiren çalışmaların (Hazriyanto ve Badaruddin, 2019; Boz, Duran ve Uğurlu, 2021) yanında yönetime katılım, bilgi paylaşımı ve mesleki beceri geliştirme konusu üzerinden ele alan çalışmalar da (Rusu, 2013; Kılınç, 2020) bulunmaktadır. Literatür incelendiğinde iş tatmini ve örgütsel bağlılık kavramlarının bazen ayrı ayrı bazen de bu çalışmada olduğu gibi birlikte üçüncü bir başka ölçek ile ilişkilendirilerek çalışıldığı ve somut bulgulara ulaşıldığı tespit edilmiştir. İşyerinde beceri geliştirme sistemleri, insan kaynakları yönetiminin önemli fonksiyonlarından biridir çünkü her türlü eğitim, birey için aynı zamanda bir kariyer fırsattır. Bu nedenle işyeri beceri sistemlerinin uygulanması, işletmenin hedefleri ile işgörelere beklentileri arasındaki uyumsuzlukların da düşünüldüğü bir mekanizmayı içermelidir. Başka bir ifadeyle şöyle sorulabilir: *İşyeri eğitimleri çalışanlar üzerinde onların işletmedeki devamlılıklarını açısından hangi etkileri yaratmaktadır?* İşgücü için beceri sistemlerinin işverenlerce geliştirilmesi, çalışanların iş tatminleri ve örgütsel bağlılıkları üzerinde önemli bir etki yapıyorsa; bu etkinin yönü ve düzeyinin araştırılması ile literatüre, akademiye ve iş çevresine bir katkı sağlanacağı ve bu araştırma ile bilimsel bir yargıya ulaşılabileceği düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Bu araştırma, işyeri beceri geliştirme sistemlerinin iş tatmini ve örgütsel bağlılık ilişkisindeki rolünün tespit edilmesini amaçladığından işyeri beceri geliştirme sistemleri, iş tatmini ve örgütsel bağlılık kavramlarının açıklanmasında fayda vardır.

1.1. İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri

İşletmeler, özellikle kurumsallık seviyeleri yüksek olanlar, oldukça yüksek maliyetlere katlanarak, iç ve dış kaynakları kullanarak hizmet içi eğitim uygulamalarına önem vermektedirler. Bu eğitimler, üretime odaklı teknik yetenekleri arttırmayı hedeflediği gibi çalışanların iletişim, ikna ve algılama yeteneklerini geliştirecek şekilde düzenlenmektedir (Akar, 2015:19). İşletmeler, çalışanlarını işe alma süreci içinde yeteneklerine ve potansiyellerine göre değerlendirilmektedirler. Dolayısıyla işe alınan bir bireyin hizmet başlangıcında belli düzeyde yetkinliğe sahip olması beklenmektedir ancak mevcut yetkinlikler, çalışanların gelişen durumlar karşısında anında katkı sağlayabileceği veya uzun bir çalışma dönemi içinde en yüksek performansı sergileyebileceği (Abraham, 2011:620) bir düzeye getirilmelidir. Çünkü yetkinlikler başlangıçta hangi düzeyde

olursa olsun, gelişmeye muhtaçtır ve ister değişen çevre şartlarına uyum açısından ister bireyin kariyer hedeflerine ulaşması açısından ele alınsın, her yeteneğin mutlak surette geliştirilmesi ve dijital çağda hızla değişen şartlara uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Genel olarak bir çalışmada mevcut ya da eksik olan teknik, liderlik/yönetimsel, problem çözme, başarı/performans ve kişilerarası ilişki becerilerinin, işletme içinde sergilenen tutum, algı ve davranışlar üzerinde etkileri vardır (Kozak ve Yetgin, 2013:416). Fakat yüksek performans gösteren çalışanlar ile yeni işe başlayan çalışanlar arasında uzmanlık seviyeleri, verimli olma ve inisiyatif kullanma gibi becerilerde önemli farklılıklar gözlemlenebilmektedir (Tansley, 2011: 33).

1.2. İş Tatmini

İş tatmini kavramsal olarak erken dönemde Locke (1976)'nin ifade ettiği gibi kendini işyerinde değerlendiren çalışanın memnun olması ve işyeri hakkında olumlu düşünceler taşıması durumudur. Çalışanın işyerinde sahip olduğu fiziki şartlar, teknolojik imkanlar ve maddi kaynaklar (Bingöl, 2014) sahip olduğu iş tatminini etkilemekte ve bu nedenle iş tatmini, bireyin işinde çalışmaya devam etmesi açısından önemli bir motivasyon faktörü olarak değerlendirilmektedir (Brief ve Howard, 2002). Ayrıca bir işgören için çalışma ortamındaki stres düzeyi, yönetim tarzı, çalışma koşulları (Erdil vd., 2004) ve işletmenin kendisine sağladığı profesyonel gelişim imkanları (Unni vd., 2000) iş tatmini geliştirmesine olanak sağlayan faktörlerdendir. İş tatmini genel hatlarıyla, bireylerin yaşamlarını; sosyal, duygusal ve kişisel olarak etkileyen ve dışarıdan gözlemlenebilen bir olgu olarak kabul edilmektedir (Keser, 2012).

1.3. Örgütsel Bağlılık

Genel itibarıyla bireyin kendi çıkarlarını örgütün çıkarlarından üstün tutmadan geliştirdiği davranışlar olarak açıklanan (Baysal ve Paksoy, 1999) örgütsel bağlılık kavramı, işletme ile birey arasında var olan psikolojik bağı ifade etmektedir (Meyer vd., 2001). Bu psikolojik bağ, Allen ve Meyer (1991)'in açıkladığı şekilde duygusal, devamlılık ve normatif boyutlarıyla incelendiğinde daha iyi anlaşılabilir. Hangi boyutta olursa olsun, çalışanın örgütle arasında kurduğu bağın güç derecesi bireyin örgütte kalmasını ya da örgütten ayrılmasını etkileyen önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir (Derin ve Demirel, 2012). Çünkü örgüte bağlı olan birey, örgütün karşılaştığı olumlu ya da olumsuz her durumda örgütte kalan (Mansur ve Seyhan, 2021:1035) ve kendi potansiyeli ile etkin bir katkı sağlamayı sürdüren kişidir.

Ülkemizde işyeri beceri geliştirme sistemleri ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilere odaklanan kapsamlı çalışmalar (Ayan, 2008; Özpehlivan, 2018; Kılınc, 2020) bulunmaktadır. Önceki çalışmalara istinaden işyerindeki eğitimlerin, performans yükseltici etkisi üzerinden (Boz, vd., 2021) ele alındığında bireylerin iş tatminlerinde ve örgütsel bağlılıklarında pozitif yönde ilişkiler olduğu ifade edilebilir. Dolayısıyla iş tatmini ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin başka bir boyutu olarak; bireyin kendini geliştirme imkanlarına sahip olması ile iş tatmininin artması arasında gözlemlenebilir bir ilişki olduğu ifade edilebilmektedir (Unni, vd. 2000). Örgütteki insan kaynağının başarılı olması, o kişilerin işinden ve çalışma şartlarından memnun olmasını gerektirdiğinden (Şimşek vd., 2016), işverenlerin onlara gerekli önemi ve desteği vermesi (Geylan, 2004) gereklidir. İşyeri eğitimleri yani bireysel beceri geliştirme uygulamaları bu önemin bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Çünkü işyeri beceri geliştirme sistemleri, çalışanlar için kariyer geliştirme uygulamalarının en önemli ayağıdır (Soysal ve Kılınc, 2016) ve bu nedenle önceki çalışmalarda işyerindeki eğitimlerden duyulan memnuniyet ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki (Schmidt, 2009) tespit edilmiştir. Başka bir ifade ile işverenin uyguladığı eğitim programları bireyin, örgütün ve toplumun geleceği için yapılan bir tür yatırımdır (Özsoy, 2007). Farklı ülkelerde yapılan araştırmalarda da eğitim ve geliştirme faaliyetlerinin iş tatminini artırdığı (Jaiswal ve Chandra, 2014) ve çalışanların her zaman daha fazla eğitim talep ettiklerine dair (Quizon, 2014) bulgulara rastlanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında; işyeri beceri geliştirme faaliyetlerinin çalışanlar üzerindeki etkilerinin ampirik bulgularla desteklenmesi ve işverenlerin katlandıkları yüksek maliyetlerine rağmen beceri geliştirme sistemleri kurmaları karşısında işgücünde oluşan algı, tutum ve davranışların belirlenmesi önem arz etmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda şu hipotezler geliştirilmiştir.

H1: İşyeri beceri geliştirme sistemlerinin iş tatmini üzerinde etkisi vardır.

H2: İşyeri beceri geliştirme sistemlerinin örgütsel bağlılık üzerinden etkisi vardır.

H3: İş tatmini ile örgütsel bağlılık ilişkisinde işyeri beceri geliştirme sistemlerinin aracılık rolü vardır.

2. Araştırmanın Metodu

Bu çalışma nicel araştırma teknikleri ile gerçekleştirilmiştir. Veriler, teknolojik imkanlardan maksimum şekilde faydalanılarak çevrim içi platformlardan sağlanmıştır. Çalışmada kartopu örnekleme yöntemi uygulanmış olup, araştırmanın verileri, ankete gönüllü olarak katılan bireylerden elde edilmiştir. Araştırmanın literatür bölümü, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve işyeri beceri geliştirme sistemleri kavramlarının çalışanlar üzerindeki etkisi kapsamında incelenmiştir. Araştırmanın sonuç bölümünde elde edilen bulgulara ilişkin olarak ele alınan değişkenler arasındaki neden – sonuç ilişkisi

ve aracı roller incelenmiştir. Çalışmaya başlamadan önce Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Etik Kurulundan gerekli etik kurul raporu alınmıştır.

2.1. Örneklem

Çalışmanın evreni, son derece dinamik olduğundan dolayı, tam olarak belirlenememektedir. Sosyal bilimler araştırmaları için örneklem büyüklüğünü belirlemek kolay değildir. Literatürde uygun bir analiz için 300 örnekleme gerekli gören araştırmacılar (Tabachnick, Fidell ve Ullman, 2007) olduğu gibi 100 örneklemin yeterli olduğunu (Hair vd., 1998) savunanlar da vardır. Bu çalışma için alan yazın incelemesi sonunda sosyal bilimler araştırmaları için 200 örneklemin (Sürücü, Şeşen ve Maşlakçı, 2021) yeterli olacağı görüşü benimsenmiştir. Veriler, anonim olacak şekilde online ve yüz yüze anket tekniğiyle toplanmıştır. Örneklem sınırı, beyaz yaka statüsünde aktif çalışanlar olarak tanımlanmıştır. Araştırma sırasında kartopu tekniği ile en az 200 katılımcıya ulaşılması hedeflenmiş ve Temmuz – Eylül 2021 tarihleri arasında toplamda 261 cevaba ulaşılmıştır. Cevaplar içinden 17'si beyaz yakalı aktif çalışan olma şartını sağlamadığı (emekli, işsiz, stajyer, işyeri sahibi, mavi yaka) gerekçesi ile çıkarılmıştır. Dolayısıyla tüm analizler 244 katılımcının verdiği cevaplar üzerinden gerçekleştirilmiştir.

2.2. Ölçekler

Araştırmada bağımsız değişken olarak belirlenen iş tatmini için Weiss vd. (1967)'lerinin geliştirdiği Minnesota İş Tatmin Ölçeği (20 soru) ve bağımlı değişken olarak kabul edilen örgütsel bağlılık için Meyer, Allen ve Smith (1993)'in geliştirdiği ölçek (18 soru) kullanılmıştır. Öncekilerden farklı bir çalışma olarak tasarlanırsa da farklı birçok araştırmada kullanılmış ve güvenilirliği kanıtlanmış bu iki ölçeğin kullanılması ile araştırmanın bilimsel değerinin ve güvenilirliğinin artacağı düşünülmüştür. Aracı değişken olarak tespit edilen işyeri beceri geliştirme sistemleri için ise Duran vd. (2019)'nin Yetenek Yönetimi Ölçeği (7 soru) kullanılmıştır. Duran ve arkadaşlarının geliştirdiği ölçek, yetenek yönetimi konusu altında birden fazla boyut içerdiğinden; araştırma konusuna bağlı kalmak adına ölçek içinden işyeri eğitimi ile ilgili sorular alınarak, çalışmaya uyarlanmıştır. Bu ölçeğin yerel kaynaklardan seçilmesinin sebebi, Türkiye'ye özgü eğitim sistemi ve örgütsel kültüre dair gerçeklerle uyumun daha kolay sağlanabileceği düşüncesidir. Yetenek yönetimi ölçeği için sahibinden elektronik posta yolu ile izin alınmıştır. İş tatmini ölçeği <http://creativecommons.org> adresinde akademik amaçlı kullanıma açıldığından herhangi bir izne gerek duyulmamış ve soruların Türkçesi, ilgili üniversitenin <https://vpr.psych.umn.edu/msq-minnesota-satisfaction-questionnaire> internet adresinden temin edilmiştir. Örgütsel bağlılık ölçeği için ise ölçek soruları <https://innoverify.com/shop/download/> adresinden akademik lisans anlaşması ile izinli olarak indirilmiştir. Her üç ölçek için cevaplarda bütünlük sağlanması amacıyla, 5'li Likert (5=Kesinlikle Katılıyorum; 4=Katılıyorum; 3=Kararsızım; 2=Katılmıyorum; 1=Kesinlikle Katılmıyorum) tekniği tercih edilmiştir.

2.3. Veri Analizi

Veriler SPSS 22.0 programı ile analiz edilmiştir. Geçerlilik ve tutarlılık testleri için Cronbach Alfa, istatistiksel anlamlılık testleri için Independent Sample, One Way Anova ve Bonferroni testleri ve ayrıca değişkenler arası ilişkileri test etmek için Pearson korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

3. Bulgular

Katılımcıların sorulara verdikleri cevaplardan hareketle demografik özellikleri aşağıdaki tabloda belirtildiği şekilde belirlenmiştir.

Tablo 1. Çalışmaya Katılanların Demografik Özelliklerinin Frekans Dağılımı

Demografik Veriler		N	%
Yaş	18-20 Yaş Arası	5	2,00%
	21-30 Yaş Arası	36	14,80%
	31-40 Yaş Arası	71	29,10%
	41-50 Yaş Arası	100	41,00%
	51-60 Yaş Arası	22	9,00%
	60 Yaş Üstü	10	4,10%

Medeni Durum	Evli	68	27,90%
	Bekar	176	72,10%
Cinsiyet	Erkek	157	64,30%
	Kadın	87	35,70%
Öğrenim Durumu	İlköğretim	2	0,80%
	Ortaöğretim	2	0,80%
	Lise	29	11,90%
	Lisans	150	61,50%
	Lisansüstü	61	25,00%
Çalıştığı Kurum	Kamu	90	36,90%
	Özel	154	63,10%
Aylık Gelir	2500 TL'den Az	4	1,60%
	2501-4000 TL Arası	40	16,40%
	4001-7000 TL Arası	75	30,70%
	7001-10000 TL Arası	71	29,10%
	10001 TL ve Üstü	54	22,10%
Hizmet Süresi	1 Yılden Az	42	17,20%
	2-4 Yıl Arası	57	23,40%
	5-7 Yıl Arası	37	15,20%
	8-10 Yıl Arası	33	13,50%
	10-15 Yıl Arası	23	9,40%
	15 Yıl ve Üzeri	52	21,30%

Araştırmaya katılanlara medeni durumları açısından bakıldığında; katılımcıların %27,9'u evli, %72,1'i bekar. Katılımcıların cinsiyet dağılımı; %64,3'ü erkek %35,7'si kadındır. Yaş aralığı bakımından yaşları 18-20 olan 5 kişi, 21-30 olan 36 kişi, 31-40 olan 71 kişi, 41-50 olan 100 kişi, 51-60 arası 22 kişi ve 60 yaş üstü 10 kişi vardır. Öğrenim durumu ilköğretim ve ortaöğretim olan 2'ser kişi, lise olan 29 kişi, lisans olan 150 kişi ve lisansüstü olan 61 kişi vardır. Katılımcılara çalıştığı kurum açısından bakıldığında; katılımcılar çoğunlukla (%63,1) özel sektörden, geri kalanları ise (%36,9) kamu sektöründedir. Bunun yanında aylık geliri 2.500 TL'den az olan 4 kişi, 2.501-4.000 TL arası olan 40 kişi, 4.001-7.000 TL arası olan 75 kişi, 7.001-10.000 TL olan 71 kişi ve 10.001 TL ve üstü olan 54 kişi bulunmaktadır. Son olarak; çalıştığı işyerindeki hizmet süresi 1 yıldan az olanların oranı %17,2, 2-4 yıl arasında olanların %23,4, 5-7 yıl arasında olanların %15,2, 8-10 yıl arası olanların %13,5, 10-15 yıl arası olanların %9,4 ve 15 yıl ve üzeri olanların oranı %21,3 olarak tespit edilmiştir.

3.1. Güvenirlilik Testleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 2'de belirtilmiştir.

Tablo 2. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach's Alpha Değeri	Değişken Adedi
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	0,932*	7
İş Tatmini	0,919*	20
Örgütsel Bağlılık	0,833*	18
* $\alpha > 0.7$ Reliability Analysis (Alpha)		

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi sonucunda; alpha değerlerinin 0.7'nin üstünde çıkmasından dolayı anket soruları güvenilir olarak kabul edilmiştir.

3.2. Verilerin İstatistiksel Anlamlılık Testleri

Verilerin anlamlılık test sonuçları Tablo 3, 4, 5, 6, 7, 8 ve 9'da detaylarıyla gösterilmiştir. Bu testler ve sonuçları, özellikle öğrenim durumu, gelir düzeyi ve hizmet yıllarına bağlı olarak oluşan farklılıkları açıklamak için önemli kabul edilmektedir.

Tablo 3. Tüm Ölçeklerin Cinsiyete Göre Homojenitesi

Ölçekler	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	P
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	Erkek	157	23,0764	7,40975	0,919
	Kadın	87	22,977	7,0066	
İş Tatmini	Erkek	157	75,6879	14,82153	0,374
	Kadın	87	73,9655	13,76923	
Örgütsel Bağlılık	Erkek	155	58,7935	12,30811	0,36
	Kadın	87	60,2414	10,76381	
* $P < 0.05$ Independent Samples Test					

Tüm ölçeklerin puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ($p > 0,05$) tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların cinsiyete göre anlamlı (homojen) olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 4. Tüm Ölçeklerin Medeni Durumuna Göre Homojenitesi

Ölçekler	Medeni Durum	N	Ort.	Std. Sapma	P
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	Evli	68	23,3529	7,9509	0,677
	Bekar	176	22,9205	6,98688	
İş Tatmini	Evli	68	73,8235	14,91863	0,402
	Bekar	176	75,5568	14,27914	
Örgütsel Bağlılık	Evli	68	57,7353	13,46706	0,193
	Bekar	174	59,931	11,02367	
* $P < 0.05$ Independent Samples Test					

Tüm ölçeklerin puanlarının medeni durumlara göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların medeni duruma göre anlamlı (homojen) olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 5. Tüm Ölçeklerin Çalıştığı Kuruma Göre Homojenitesi

Ölçekler	Çalıştığım Kurum	N	Ort.	Std. Sapma	P
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	Kamu	90	21,8111	7,27145	0,053
	Özel	154	23,7597	7,17025	
İş Tatmini	Kamu	90	76,3333	11,91355	0,299
	Özel	154	74,3377	15,73524	
Örgütsel Bağlılık	Kamu	90	60,9111	9,95117	0,105
	Özel	152	58,3684	12,66778	
*P<0.05 Independent Samples Test					

Tüm ölçeklerin puanlarının çalışılan kuruma göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların çalışılan kuruma göre anlamlı (homojen) olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 6. Tüm Ölçeklerin Yaş Gruplarına Göre Homojenitesi

Ölçekler	Yaş Aralığı	N	Ort.	Std. Sapma	P
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	18-20 Yaş Arası	5	21,2	8,89944	0,127
	21-30 Yaş Arası	36	25,25	7,68812	
	31-40 Yaş Arası	71	22,1549	6,7858	
	41-50 Yaş Arası	100	22,49	7,36425	
	51-60 Yaş Arası	22	25,7273	7,49719	
	60 Yaş Üstü	10	21,9	4,45845	
İş Tatmini	18-20 Yaş Arası	5	65,8	21,42895	0,562
	21-30 Yaş Arası	36	76,8333	14,1714	
	31-40 Yaş Arası	71	73,5915	13,13292	
	41-50 Yaş Arası	100	75,7	14,54669	
	51-60 Yaş Arası	22	74,9091	17,58492	
	60 Yaş Üstü	10	78	13,06395	
Örgütsel Bağlılık	18-20 Yaş Arası	5	54,8	13,84558	0,42
	21-30 Yaş Arası	35	58,4571	12,22183	
	31-40 Yaş Arası	71	57,9859	13,45627	
	41-50 Yaş Arası	99	60,9394	10,90012	

	51-60 Yaş Arası	22	57,3182	10,43979	
	60 Yaş Üstü	10	62,3	5,43752	
*P<0.05 One Way ANOVA					

Tüm ölçeklerin puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların yaş gruplarına göre anlamlı (homojen) olduğu kabul edilmiştir.

Tablo 7. Tüm Ölçeklerin Öğrenim Durumuna Göre Homojenitesi

Ölçekler	Eğitim	N	Ort.	Std. Sapma	P
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	İlköğretim	2	32,5	2,12132	0,378
	Ortaöğretim	2	22,5	7,77817	
	Lise	29	22,6897	6,84577	
	Lisans	150	23,28	7,15797	
	Lisansüstü	61	22,3279	7,69572	
İş Tatmini	İlköğretim	2	81,5	0,70711	0,001*
	Ortaöğretim	2	66,5	19,09188	
	Lise	29	67,6897	17,72428	
	Lisans	150	74,34	13,95526	
	Lisansüstü	61	80,459	12,18	
Örgütsel Bağlılık	İlköğretim	2	75,5	2,12132	0,248
	Ortaöğretim	2	53,5	7,77817	
	Lise	29	57,3103	11,06831	
	Lisans	148	59,7568	11,45807	
	Lisansüstü	61	58,8525	12,82294	
*P<0.05 One Way ANOVA					

İşyeri beceri geliştirme sistemleri ve örgütsel bağlılık ölçeklerin puanlarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların öğrenim durumuna göre bu iki ölçekte homojenitesi sağlanmıştır. Ancak iş tatmini ölçeğinde farklılaşma vardır. Hangi öğrenim durumları arasında fark olduğunu tespit etmek için Bonferroni Testi uygulanmıştır ve öğrenim durumu açısından lise ile lisans düzeyleri arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, iş tatmini açısından beklenen bir durum olarak kabul edilebilir. Ancak örgütsel bağlılık ile iş tatmininin öğrenim durumu konusunda birbirinden ayrılmış olması dikkate değerdir. Bulgular bu konuda yapılan yeni dönem çalışmalarla (Mansur ve Seyhan, 2021; Kılınç, 2020) benzerlik göstermektedir.

Tablo 8. Tüm Ölçeklerin Gelir Düzeyine Göre Homojenitesi

Ölçekler	Gelir Durumu	N	Ort.	Std. Sapma	P
	2500 TL'den Az	4	20,75	12,44655	0,124

İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	2501-4000 TL Arası	40	23,5	7,06744	
	4001-7000 TL Arası	75	21,44	7,8624	
	7001-10000 TL Arası	71	23,3239	6,55477	
	10001 TL ve Üstü	54	24,7222	6,74723	
İş Tatmini	2500 TL'den Az	4	65,75	28,74456	0,001*
	2501-4000 TL Arası	40	70,25	16,71749	
	4001-7000 TL Arası	75	70,7867	14,84905	
	7001-10000 TL Arası	71	78,5634	10,62844	
	10001 TL ve Üstü	54	80,7037	12,21294	
Örgütsel Bağlılık	2500 TL'den Az	4	56,25	17,03673	0,657
	2501-4000 TL Arası	40	59,275	10,98714	
	4001-7000 TL Arası	74	58,4054	13,40713	
	7001-10000 TL Arası	70	58,8857	11,47466	
	10001 TL ve Üstü	54	61,3704	9,98545	
*P<0.05 One Way ANOVA					

İşyeri beceri geliştirme sistemleri ve örgütsel bağlılık ölçeklerin puanlarının gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların gelir düzeyine göre işyeri beceri geliştirme ve örgütsel bağlılık ölçekleri anlamlı (homojen) olarak kabul edilmiştir. Ancak elde edilen verilere göre iş tatmini ölçeğinde farklılaşmalar vardır. Oluşan farkın detaylı analizi için Bonferroni Testi uygulanmıştır. Yapılan test sonucunda gelir düzeyi 2.501-4.000 TL ve 4.001-7.000 TL bandında olanlar ile gelir düzeyi 7.001-10.000 TL ve 10.001 TL üstü bandında olanlar anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, iş tatmini açısından beklenen bir durum olarak kabul edilebilir. Ancak örgütsel bağlılık ile iş tatmininin ücret konusunda birbirinden ayrılmış olması dikkate değerdir. Bulgular bu konuda yapılan yeni dönem çalışmalarla (Mansur ve Seyhan, 2021; Boz, Duran ve Uğurlu, 2021) benzerlik göstermektedir.

Tablo 9. Tüm Ölçeklerin Hizmet Süresine Göre Homojenitesi

Ölçekler	Kıdem	N	Ort.	Std. Sapma	P
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	1 Yıldan Az	42	24,0714	7,62023	0,225
	2-4 Yıl Arası	57	22,3158	6,63367	
	5-7 Yıl Arası	37	20,9189	7,59524	
	8-10 Yıl Arası	33	24,303	6,1972	
	10-15 Yıl Arası	23	22,2174	7,53752	
	15 Yıl ve Üzeri	52	24,0769	7,69733	
İş Tatmini	1 Yıldan Az	42	76,5476	16,78153	0,37
	2-4 Yıl Arası	57	72,5614	14,09916	
	5-7 Yıl Arası	37	72,8108	15,24948	

	8-10 Yıl Arası	33	74,5152	15,09992	
	10-15 Yıl Arası	23	78,4783	14,27608	
	15 Yıl ve Üzeri	52	77,0962	11,53045	
Örgütsel Bağlılık	1 Yıldan Az	42	57,4762	12,19604	0,021*
	2-4 Yıl Arası	57	57,2105	12,23102	
	5-7 Yıl Arası	36	56,5556	11,91984	
	8-10 Yıl Arası	32	62,3438	11,39499	
	10-15 Yıl Arası	23	58,8261	11,82698	
	15 Yıl ve Üzeri	52	63,3654	9,93909	
*P<0.05 One Way ANOVA					

İşyeri beceri geliştirme sistemleri ve iş tatmini ölçeklerin puanlarının hizmet süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların hizmet sürelerine göre işyeri beceri geliştirme sistemleri ve iş tatmini ölçekleri anlamlı olarak kabul edilmiştir. Ancak hizmet sürelerine göre örgütsel bağlılıkta farklılaşmalar tespit edilmiştir. Bu farklılaşmanın detayının bulunması için Bonferroni Testi uygulanmıştır. Yapılan testten elde edilen sonuca hizmet süreleri 2-4 yıl olanlar ile 15 yıl ve üzeri olanlar arasında anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu durum örgütsel bağlılık ölçeği için beklenen bir durum olarak kabul edilebilir. Ancak örgütsel bağlılık ile iş tatmininin kıdem konusunda birbirinden ayrılmış olması dikkate değerdir. Bulgular, bu açıdan bakıldığında yeni dönemde yapılan son çalışmalarla (Boz, Duran ve Uğurlu, 2021; Efeoğlu, Abul ve Bedük, 2021) benzerlik göstermektedir.

3.3. Korelasyon Analizi

Araştırmada elde edilen verilere göre yapılan korelasyon analizinin sonuçları Tablo 10'da belirtilmiştir.

Tablo 10. İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri Ölçeğinin İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Ölçekleri ile Korelasyonu

	İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	İş Tatmini	Örgütsel Bağlılık
İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	1		
İş Tatmini	,564*	1	
Örgütsel Bağlılık	,479*	,613*	1
*P<0.05 Pearson Korelasyon Testi			

İşyeri beceri geliştirme sistemleri ölçeği ile iş tatmini ölçeği arasında tespit edilen korelasyon anlamlıdır. Korelasyonun yönü pozitif ve orta derecede ilişkiye sahiptir. Başka bir deyişle; elde edilen bulgulara göre işyeri beceri geliştirme sistemleri, iş tatminini orta seviyede pozitif yönde etkilediği ifade edilebilir. İşyeri beceri geliştirme sistemleri ölçeği ile örgütsel bağlılık ölçeği arasındaki korelasyonun da yine aynı şekilde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu iki ölçek arasındaki korelasyonun yönü de pozitif ve orta derecede ilişkiye sahiptir. İşyeri beceri geliştirme sistemleri, örgütsel bağlılığı orta seviyede pozitif yönde etkilemektedir. Korelasyon testi sonuçlarına istinaden hipotez 1 (H1) ve hipotez 2 (H2) doğrulanmıştır.

3.4. Regresyon Analizi

İşyeri beceri geliştirme sistemlerinin diğer iki değişken ile olan ilişkisindeki rolü tespit etmek için regresyon analizleri yapılmıştır. Analizlerin detayları Tablo 11 ve Tablo 12'de belirtilmiştir.

Tablo 11. Aracı Değişken Analizi Varsayımları

Model	Parametre	Katsayı	Std. Hata	t	p	R ²
1 İş Tatmini → Örgütsel Bağlılık	Sabit	21,9053	3,1689	6,9126	0,001*	0,3759
	İş Tatmin	0,5197	0,0415	12,0218	0,001*	
2 İş Tatmini + İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri → Örgütsel Bağlılık	Sabit	21,2958	3,113	6,841	0,001*	0,4024
	İş Tatmin	0,4087	0,0492	8,3145	0,001*	
	İş Beceri	0,3199	0,0983	3,2565	0,0013*	
3 İş Tatmini → İşyeri Beceri Geliştirme Sistemleri	Sabit	1,9051	2,0415	0,9332	0,3517	0,3155
	İş Tatmin	0,281	0,0267	10,5167	0,001*	

*P<0.05 Linear Regression

Bağımsız değişkenin; iş tatmini, bağımlı değişkenin; örgütsel bağlılık ve aracı değişkenin, işyeri beceri geliştirme sistemi olarak belirlendiği regresyon analizi sonucunda oluşan varsayımlar aşağıdaki şekilde ifade edilebilir.

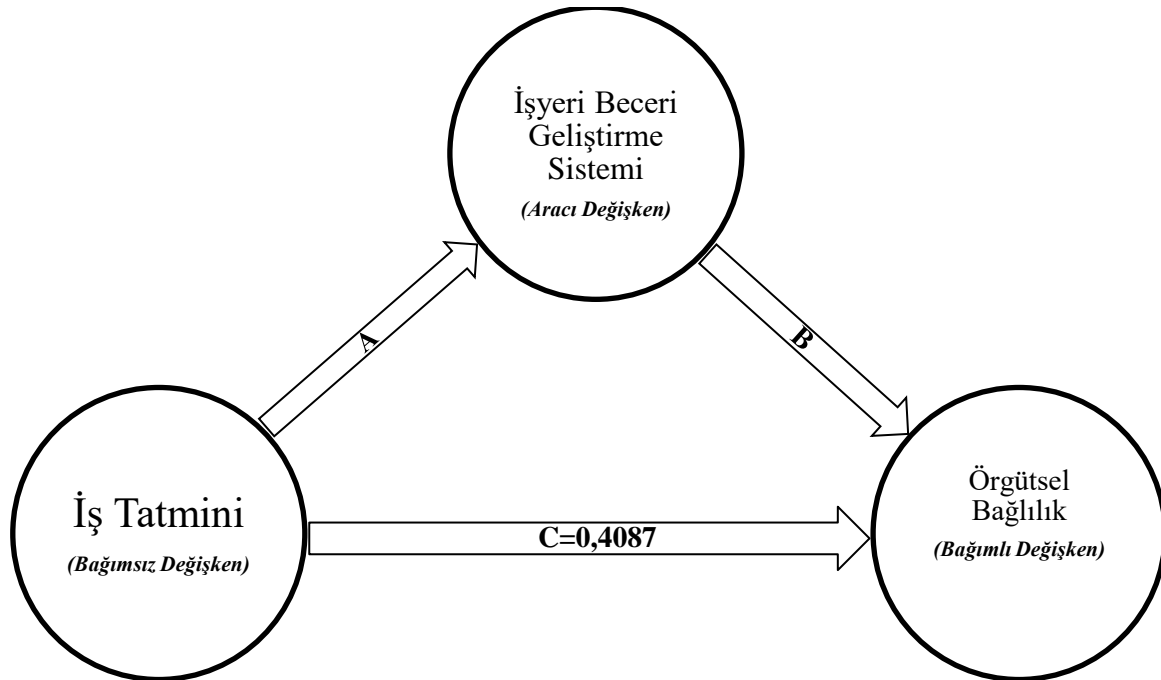
1. Bağımsız değişkenin tek başına bağımlı değişkeni anlamlı bir şekilde açıklaması: Model 1'in p değeri 0.05'ten küçük tespit edilmiştir. Bağımsız değişken bağımlı değişkeni anlamlı bir şekilde açıklamıştır.
2. Bağımsız değişken ile aracı değişken birlikte bağımlı değişkeni tahminlerken, bağımsız değişkenin katsayısının anlamlı çıkması: Bağımsız ve aracı değişken, bağımlı değişkeni modellerken her ikisinin de katsayısının, Model 2'in p değeri 0.05'ten küçük tespit edilmiştir.
3. Bağımsız değişkenin tek başına aracı değişkeni açıklaması: Model 3'ün p değeri 0.05'ten küçük tespit edilmiştir. Bağımsız değişken aracı değişkeni anlamlı bir şekilde açıklamıştır.
- 4.

Tablo 12. Aracı Değişken Etki Analizi

	Etki Katsayısı	Std. Hata	LLCI	ULCI
Direct Effect	0,4087*	0,0492	0,5055	0,5025
Indirect Effect	0,0899*	0,0322	0,0281	0,1568
Completely Standardized Indirect Effect	0,1105*	0,0312	0,0303	0,153

PROCESS V4.0 by F. Hayes

İşyeri beceri geliştirme sistemleri aracı değişkeninin LLCI ve ULCI değerleri arasında 0 olmadığı için bu aracı değişkenin anlamlı bir etkisi vardır ve bu etki 0.1105 düzeyindedir. Etki şeması aşağıdaki gibidir:



Şekil 1. Değişkenler Arası İlişkiler

Yukarıdaki şemada ifade edildiği üzere C, kendi başına iş tatmini değişkeninin örgütsel bağlılık ilişkisini açıklamaktadır ve değeri 0,4087'dir. "A+B" değeri de aracı değişkenin etkisiyle birlikte örgütsel bağlılık değişkeninin açıklamasını ifade etmektedir ve değeri 0,5197'dir. Bu değerdeki 0.1105'lik katkı aracı değişkenden gelmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

İşyeri beceri geliştirme sistemleri, genel olarak çalışanların yeteneklerini geliştirmeye odaklanan süreçlerini içermektedir. Bu açıdan bakıldığında işverenler, çalışanların kendilerini geliştirmelerine olanak sağlayacak faaliyetlerde bulunarak çalışanları ile kazan-kazan ilişkisi geliştirebilmektedirler. Çünkü yetkin çalışanlara sahip olmak işletme açısından daha verimli ve kaliteli üretim yapmak, işgörenler açısından ise kısa vadede performans, uzun vadede kariyer gelişimi anlamına gelmektedir. İşletmeler, yapısal büyüklüklerine oranla farklı işyeri beceri geliştirme sistemleri organize ederek ve çalışanlarının teknik bilgi kapasitelerini yükselterek entelektüel sermaye bakımından avantaj elde etmeyi hedeflemektedirler. Ancak çalışanları eğitmek, onlara farklı eğitimler vermek onları işletmede tutmak için yeterli gelmeyebilmektedir. Hatta işyeri eğitimleri, çalışanların kariyerine ekstra katkı sağladığı için işgücü devir oranına olumsuz etkiler de yapabilmektedir. Bu araştırma ile işyeri beceri geliştirme sistemlerinin, iş tatmini ve örgütsel bağlılık ile olan ilişkisi analiz edilmiş ve anlamlı bir sonuca varılmıştır. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; işyeri beceri geliştirme sistemleri, iş tatmini ve örgütsel bağlılık ilişkisinde aracı bir rol üstlenmektedir. Bunun anlamı, iş tatmininin sebep, örgütsel bağlılığın sonuç olduğu durumlarda işyeri beceri geliştirme sistemleri bu ilişki içinde nedenselliği güçlendiren bir etki yapmaktadır. Başka bir deyişle; bir işletmede iş tatmininin yükseltilmesi ile örgütsel bağlılığının da yükseltilmesi hedefleniyorsa, işyeri beceri geliştirme sistemleri sürecin desteklenmesi için etkili bir faktör olarak değerlendirilebilir. Bu araştırma ile en başta kurulan hipotezler doğrulanmıştır. İşyeri beceri sistemleri ile iş tatmini arasında (H1) pozitif ve orta düzeyde bir ilişki tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç, Ayan (2008); Özpehlivan (2018); Unni vd. (2000); Şimşek vd. (2016); Schmidt (2009); Jaiswal ve Chandra (2014)'nın araştırma sonuçları ile uyumludur. Ayrıca işyeri beceri geliştirme sistemleri ile örgütsel bağlılık arasında (H2) pozitif yönde ve orta düzeyde bir ilişki vardır. Elde edilen bu sonuç, Kılınç (2020); Quizon (2014); Brief ve Howard (2002); Efeoğlu, Abul ve Bedük (2021)'ün araştırma sonuçları ile uyumludur. Araştırmanın 3. hipotezi olan işyeri beceri geliştirme sistemlerinin aracılık rolü (H3) ile ilgili olarak; iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkide işyeri beceri sistemlerinin aracı bir rol üstlendiği tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuç, Boz vd. (2021); Kozak ve Yetgin (2013); Abraham (2011)'in araştırma sonuçları ile genel anlamda örtüşmektedir. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlara istinaden; örgütsel bağlılığı artırmak için işyeri beceri sistemlerinin kullanılması ancak iş tatmini belli bir seviyede olan çalışanlar için etkili olacağı değerlendirilmektedir. Çünkü işletme yöneticilerin, teknik ve yönetsel ihtiyaçlara binaen işyeri eğitimleri düzenlemesi elbette üretim kalitesini yükseltmek ve verimlilik artışı sağlamak için birtakım avantajlar sağlayacaktır ancak eğitim imkanları nedeniyle işletmedeki tüm işgücünün işletmeye olan bağlılıklarına beklenen düzeyde katkı sağlamamaktadır. Burada ülkedeki eğitim sistemi ve işletmelerin ölçek büyüklükleri etkili olabilecektir. Ayrıca emek piyasaları açısından yüksek rekabetin yaşandığı sektörlerde işyeri eğitimlerinin, başka işler bulmak adına bireyin alternatiflerini artıracak da göz önünde bulundurulmalıdır. Bu araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; bireylerin demografik özellikleri değişkenler arası ilişkiler bakımından farklılıklara sebep olmaktadır. İşletme yöneticilerine, beyaz yaka çalışanları örneğinde iş tatmini söz konusu olduğunda doğru kararlar alabilmeleri için öğrenim durumlarına ve ücret/maaş seviyelerine, yine benzer bir mantıkla; söz konusu örgütsel bağlılık ise 15 yıl ve daha fazla kıdeme sahip çalışanlara odaklanması tavsiye edilmektedir. İş tatmini düşük üniversite mezunu ve düşük maaşlı işgücünün iş tatminleri belli bir seviyeye çıkarılmadan onlar için organize edilecek işyeri beceri geliştirme faaliyetleri, işten ayrılma niyeti oluşmasını engellemeyecek fakat 15 yıl ve üzeri kıdeme sahip çalışanların eğitim imkanları ile desteklenmesi onların örgütsel bağlılıklarına katkı sağlayacaktır. Bu sonuçlar tek başına, örneğin benim Toyota fabrikasından 15. yılda ayrılmamı açıklamaz ancak 15 senesini dolduran çalışanların istifa etmeleri durumunda işletmelerinden yasal olarak kıdem tazminatı alarak ayrılmalarına imkân veren sistemi akla getirebilir. Bu duruma neden olarak ülke şartları ve mevcut kanunların etkisi değerlendirilebilir. Yüksek kıdemli işgücünün örgütsel bağlılık konusundaki farklılıkları bu konudaki yasal düzenlemelerin etkisi ile şekilleniyor olabilir ve maddi olanak sağlayacak alternatiflerin varlığı ile ilişkilendirilebilir. Bu nedenle bundan sonra yapılacak araştırmalarda araştırmacılara, kıdem tazminatı hakkı ve kazanımları ile ilgili daha detaylı bilgilere ulaşmaları tavsiye edilmektedir. Ayrıca benzer bir konuda araştırma yapacak araştırmacıların, çalışmalarını sırasında işyeri eğitimlerinin içeriklerine, eğitimler arasındaki farklılıklara odaklanmaları önerilmektedir. Bu nedenle bundan sonraki araştırmaların, sektör bazlı ve işletme ölçeği büyüklüğüne göre tasarlanması faydalı olacaktır. Çünkü teknik ve yönetsel becerileri yükseltmek veya iletişimi ve motivasyonu artırmak amacıyla yapılan faaliyetlerin iş tatminine ve örgütsel bağlılığa etkisinde farklılaşmalar olabilmektedir.

Kaynakça

Akar, F. (2015). *Yetenek yönetimi*, Ankara: İmge Yayıncılık.

- Abraham, S. (2011). Talent management strategies of an international bank in the middle east, *international conference on technology and business management*, Dubai: The Shaheed Zulfikar, Ali Bhutto Institute of Science and Technology, 608-617.
- Allen, N.J. & Meyer, J.P. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment, *Human Resources Management Review*, 1(1), 61-89.
- Ayan, B. (2008). İşletmelerde eğitimin çalışanlar üzerindeki iş tatmini: gıda sektöründe bir uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, *Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul.
- Baysal, A. C. ve Paksoy, M. (1999). Mesleğe ve örgüte bağlılığın çok yönlü incelenmesinde Meyer-Allen modeli, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 28(1), 7-15.
- Bingöl, D. (2014). *İnsan kaynakları yönetimi*, İstanbul: Beta Yayınları.
- Boz, D., Duran, C. ve Uğurlu, E. (2021). Örgütsel bağlılığın iş performansına etkisi, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 345-355.
- Brief, A.P. & Howard M.W. (2002). Organizational behavior: affect in the workplace, *Annual Review of Psychology*, 53(1), 279-307.
- Derin, N. ve Demirel, E. T. (2012). Tükenmişlik sendromunun örgütsel bağlılığı zayıflatıcı etkilerinin Malatya Merkez'de görev yapan hemşireler üzerinde incelenmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 509-530.
- Duran, C., Dursun, B. O. Z., Behdioğlu, S., & Kutlu, S. (2019). Yetenek yönetimi uygulamaları ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 158-189.)
- Efeoğlu, M. S., Abul, A. ve Bedük, A. (2021). Örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık ilişkisi: özel güvenlik görevlilerine ait bir uygulama, *International Journal of Tourism and Social Research*, 6, 94-108.
- Erdil, O., Alphan, L. H. ve Biber, L. (2004). İnsan kaynakları uygulamalarıyla örgütsel performans arasındaki ilişkileri araştırmaya yönelik bir inceleme, *Dokuz Eylül Üniversitesi. İ.İ.B.F. Dergisi*, 19(2), 101-122.
- Eslami, J. & Gharakhani, D. (2012). Organizational commitment and job satisfaction, *Journal of Science and Technology*, 2(2).
- Feather, N. T. & Rauter, K. A. (2004). Organizational citizenship behaviors in relation to job status, job insecurity, organizational commitment and identification, job satisfaction and work values, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 81-94.
- Folger, R. & Konovsky, M.A. (1989). Effects of procedural and distributive justice on reactions to pay raise decisions, *Academy of Management Journal*, 32, 115-130.
- Geylan, R. (2004). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Eskişehir: AÖF Yayınları.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (1998). *Multivariate data analysis*, (5)3, 207-219, *Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall*.
- Hazriyanto & Badaruddin, I. (2019). The factor analysis of organizational commitment, job satisfaction and performance among lecturers in Batam, *Journal of Technical Education and Training*, 11(1), 151-158.
- Jaiswal, P. & Chandra, A. (2014). Employee Satisfaction Towards Training and Development Practices in Bharat Pumps and Compressor Limited Naini Allahabad, *Sam Higginbottom Institute of Agriculture Technology and Sciences (Shiats) Allahabad, Irjmst*, (5)10, 25-39.
- Judge, T. A. & Watanabe, S. (1993). Another look at the job satisfaction-life satisfaction relationship, *Journal of Applied Psychology*, 78(6), 939-948.
- Judge, T. A., Bono, J. E., Erez, A. & Locke, E. A. (2005). Core self-evaluations and job and life satisfaction: The role of self-concordance and goal attainment, *Journal of Applied Psychology*, 90(2), 257-268.
- Keser, A. (2012) *Çalışma Psikolojisi*, 3.Basım, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Kılınç, E. (2020). Sağlık çalışanlarının kariyer yönetimi kapsamında eğitim ve geliştirme faaliyetlerine yönelik algılarının iş tatmini üzerindeki etkisinin incelenmesi, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2) 353-361.
- Kozak, M. A. ve Yetgin, D. (2013). Profesyonel turist rehberlerinin yetkinliklerinin mesleki yeterlilikler çerçevesinde değerlendirilmesi, *14. Ulusal Turizm Kongresi Kitabı*, Erciyes Üniversitesi, Kayseri, 410.

- Li, N., Zhang, L., Xiao, G., Chen, J. & Lu Q. (2019). The relationship between workplace violence, job satisfaction and turnover intention in emergency nurses. *Int Emerg Nurs*. Jul;45, 50-55.
- Locke, E. (1976). *The nature and causes of job satisfaction*, Dunnette, MD. (ed.), Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Chicago (pp.1297-1349).
- Lok, P. & Crawford, J. (2004). The effect of organizational culture and leadership style on job satisfaction and organizational commitment: A cross-national comparison, *Journal of Management Development*, 23(4), 321-338.
- Lum, L., Kervin, J., Clark, K., Reid, F. & Sirola, W. (1998). Explaining nursing turnover intent: Job satisfaction, pay satisfaction, or organizational commitment? *Journal of Organizational Behavior*, 19(3), 305-320.
- Mansur, F. ve Seyhan, F. (2021). Kişisel dozimetre taşıyan çalışanlarda aşırı iş yükünün örgütsel bağlılık ve iş tatmini üzerindeki etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (2), 1033-1049.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. & Smith, C. A. (1993). Commitment to organizations and occupations: Extension and test of a three-component conceptualization. *Journal of Applied Psychology*. 78, 538-551.
- Meyer, J. P., Stanley, D. J., Herscovitch, L. & Topolnytsky L. (2001). Affective, continuance, and normative commitment to the organization: a meta-analysis of antecedents, correlates, and consequences, *Journal of Vocational Behavior*, 61, 20–52.
- Özsoy, C. (2007). *Türkiye’de Mesleki Eğitim ve Teknik Eğitimin İktisadi Kalkınmadaki Yeri ve Önemi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları; No.780.
- Özpehlivan, M. (2018). İş tatmini: kavramsal gelişimi, bireysel ve örgütsel etkileri, yararları ve sonuçları, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 43-70.
- Rusu, R. (2013). Organizational commitment and job satisfaction, *Bulletin Scientific*, 1(35).
- Quizon, Z. S. (2014). Employees’ Satisfaction on Training & Development of Atlantic, Gulf, & Pacific Company of Manila, Inc., Lyceum of the Philippines University. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 2(3), 45-53.
- Schmidt, S. W. (2009). Employee demographics and job training satisfaction: the relationship between dimensions of diversity and satisfaction with job training. *Human Resource Development International*, 12(3), 297-312.
- Soysal, A. ve Kılınc, E. (2016). İşletmelerde Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Sürecinde Performans Değerlendirme ve Kariyer Yönetimi Uygulamaları, *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (31), 325-347.
- Sürücü, L., Şeşen, H. ve Maşlakçı, A. (2021). *Spps, Amos ve Process Macro ile ilişkiler, aracı/düzenleyici ve yapısal eşitlik modellemesi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şimşek, M., Çelik, A. ve Akatay, A. (2016). *İnsan kaynakları yönetimi ve kariyer uygulamaları*, 3. Baskı, Konya: Eğitim Yayınları.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics*, (Vol. 5, pp. 481-498), Boston, MA: Pearson.
- Tansley, C. (2011). What do We Mean by the Team “talent” in Talent Management? *Industrial and Commercial Training*, 43(5), 266- 274.
- Tait, M., Padgett, M. Y. & Baldwin, T. T. (1989). Job and life satisfaction: A reevaluation of the strength of the relationship and gender effects as a function of the date of the study, *Journal of Applied Psychology*, 74(3), 502-507.
- Testa, M. R. (2001). Organizational commitment, job satisfaction, and effort in the service environment. *The Journal of Psychology*, 135(2), 226–236.
- Unni, K., Dag, H., Veenstra, M. & Per, H. (2000). Predictors of job satisfaction among doctors, nurses and auxiliaries in Norwegian hospitals: Relevance for micro unit culture, *Human Resources for Health*, 4:3.
- Weiss, D. J., Dawis, R. V. England, G. W. and Lofquist, L. H. (1967), Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. Vol. 22, *Minnesota Studies in Vocational Rehabilitation*, Minneapolis: University of Minnesota, Industrial Relations Center.

Extended Abstract

Aim and Scope

Various trainings are held to increase the work performance of employees in the enterprises and ensure that they work more efficiently and the work is done in accordance with the standards. In addition to providing employees with technical and managerial knowledge, it is also aimed to strengthen the teamwork among employees, increase communication or just contribute to their motivation with these trainings. Especially in today's conditions, under which information processing gains more importance, businesses need to have talented employees and they need to develop the existing talents in the current workforce by taking into account the rapidly changing conditions to compete in local and international markets. In terms of organizational sustainability, this situation is significant, however, each development activity has also risk since it provides new career opportunities to the employee. During the fourteen years I worked in the human resources department of the Toyota factory in Turkey, I have experienced dozens of practical applications on the implementation of workplace trainings by being on both sides of the table. These were the trainings, such as job training for newcomers, technical skills training for production and office workers, domestic and international manager development programs for manager candidates, environmental protection, disaster management, first aid and occupational safety, on compulsory subjects and external trainings aimed at improving organizational culture, communication and teamwork. In consequence of the training practices applied, the common belief among the employees was that the factory was a very good school. Then, could all these trainings aiming at individual development and job performance be accepted as a factor that increases job satisfaction or connects employees to the business in the medium and long term? Did the employees act with a sense of loyalty towards the investments made in them? I would like to express that I have been wondering the answer of this question for years. Skill development systems in the workplace are one of the important functions of human resource management because any training is also a career opportunity for the individual. Therefore, the implementation of workplace skills systems should include a mechanism that takes into consideration the conflicts between the aims of the enterprise and the expectations of the employee. In other words, it can be asked what effects the workplace trainings have on the employees in terms of their continuity in the business.

Methods

This study was carried out with quantitative research techniques. The data were obtained from online platforms by making maximum use of technological opportunities. Snowball sampling method was used in the study, and the data of the research were obtained from individuals who voluntarily participated in the survey. The data obtained from the study were analyzed through the SPSS 22.0 package program. The literature section of the research was examined within the scope of the effects of the concepts of job satisfaction, organizational commitment and workplace training on employees. In the conclusion part of the research, the cause-effect relation and mediator roles between the variables discussed in relation to the findings were examined.

Findings

In the research, firstly, the demographic characteristics of the individuals participating in this research were examined. For example, the links between their marital status, gender, age, education status, public or private sector employment status, income levels and working time in the workplace were examined. Afterwards, this information was analyzed and the consistency between the answers was tested, and the homogeneity between the participants was investigated. The correlation between the workplace skill development systems scale and the job satisfaction scale is significant. The direction of the correlation has a positive and moderate relation. In other words, according to the findings, it can be stated that workplace skill development systems affect job satisfaction in a moderately positive way. The correlation between the workplace skill development systems scale and the organizational commitment scale was also found to be significant. The direction of the correlation between these two scales also has a positive and moderate relation.

Conclusion

According to the findings obtained from the research, workplace skill development systems play a mediator role in the relation between job satisfaction and organizational commitment. In the case which job satisfaction is the cause and organizational commitment is the result, this means that workplace skill development systems have an effect that strengthens causality in this relation. In other words, if an enterprise aims to increase job satisfaction and organizational commitment, workplace skill development systems can be considered as an effective factor to support the process. The initial hypotheses were confirmed by this research. A positive and moderate relation was detected between workplace skill systems and job satisfaction (H1). The result obtained is in the same direction with the results of Ayan (2008), Özpehlivan (2018), Unni et al. (2000), Simsek et al. (2016), Schmidt (2009), Jaiswal and Chandra (2014)'s researches. Moreover, there is a positive and moderate relation between workplace skill development systems and organizational commitment (H2). This result obtained is in accord with the results of Kilinc (2020), Quizon (2014), Brief and Howard (2002), Efeoglu,

Abul and Beduk (2021)'s researches. It was determined that workplace skill systems play a mediator role in the relation between job satisfaction and organizational commitment, regarding the mediator role of workplace skill development systems (H3), which is the third hypothesis of the research. In a general sense, the result obtained corresponds to the results of Boz et al. (2021), Kozak and Yetgin (2013), Abraham (2011) 's researches. With regard to the results of the research, it is considered that the use of workplace skill systems to increase organizational commitment will only be effective for employees with a certain level of job satisfaction. In other words, the fact that business managers organize workplace trainings based on technical and managerial needs will surely provide some advantages in order to increase production quality and increase productivity, however, it does not contribute to the loyalty of the entire workforce in the enterprise at the expected level, due to the training opportunities. In regard to the results of this research, it is recommended that the business managers focus on employees with educational backgrounds and wage/salary levels so that they can make the right decisions when it comes to job satisfaction in the sample of white-collar workers. With a similar logic, they should focus on employees having a seniority of 15 years or more. Workplace skill development activities, who will be organized for the low-paid and university graduates with low job satisfaction before their job satisfaction is increase to a certain level, will not prevent them from leaving the job. These results alone do not explain the example of my leaving the Toyota factory in the 15th year, but they may bring to mind that the system that allows employees who have completed 15 years to resign from their businesses with legal severance pay. Differences in the organizational commitment of the senior workforce may also be shaped by the effect of legal regulations on this issue and may be associated with the existence of alternatives that will provide financial means. For this purpose, it is recommended that researchers obtain more detailed information about the right to severance pay and gains in future researches. Furthermore, it is recommended that researchers, who will conduct research on a similar subject, focus on the content of workplace training and the differences between trainings during their researches since there may be differences in the effect of trainings for different purposes on organizational commitment, which are made to increase technical and managerial skills or to increase communication and motivation.

Turizm Sektöründeki Yöneticilerin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Orta Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma¹

Determining The Financial Literacy Level of Managers in The Tourism Sector: A Research in The Central Black Sea

Fikret Oğuz Dincerol², Erdal Yılmaz³

Öz

Bu araştırma, Orta Karadeniz Bölgesi'ndeki konaklama işletmesi yöneticilerinin finansal okuryazarlık düzeyini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada kullanılacak verilerin elde edilmesi amacıyla anket yöntemi tercih edilmiş, hazırlanan anket online ortamda uygulanmıştır. Araştırmanın ana kütlesini Orta Karadeniz bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmesi sahipleri ve/veya yöneticileri oluşturmaktadır. Araştırma 226 konaklama işletmesi ile sınırlıdır. Elde edilen veriler üzerinde yüzde/frekans gibi tanımlayıcı istatistikler ile ki-kare ve korelasyon testleri uygulanarak yorumlanmıştır. Analizler sonucunda, eğitim düzeyinin artmasıyla birlikte finansal okuryazarlık düzeyinde artış olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan yönetici/ işletme sahiplerinin finansal araçların etkin kullanımı, finansal terimlerin tanımları, mali tablolar ve yatırım araçları konusundaki bilgilerinin eksik veya yanlış olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeylerinin finansal araçların kullanımı ve finansal terimleri bilme üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Finansal Okuryazarlık, Finansal Eğitim, Turizm, Konaklama İşletmeleri

Abstract

The research aims to determine the level of financial literacy of the accommodation business managers in the Central Black Sea region. To obtain the research data, the survey method was preferred and the prepared survey was applied online. The main focus of the research is the owners and/or managers of accommodation enterprises in the region. It is limited to 226 accommodation facilities. The obtained data were interpreted by applying descriptive statistics like percentage/frequency, chi-square and correlation tests. The results of the analysis revealed that as their education level gets higher, so does their financial literacy level. The knowledge of the managers/owners involved in the study in using financial instruments effectively, defining financial terms, financial statements and investment instruments was found to be incomplete or incorrect. The participant's educational levels were found to be effective in using financial instruments and realising financial terms.

Keywords: Financial Literacy, Financial Education, Tourism, Accommodation Facilities

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M40, M41, G20

Submitted: 08 / 10 / 2021

Accepted: 25 / 11 / 2021

¹ Bu çalışma Doç. Dr. Erdal Yılmaz danışmanlığında Fikret Oğuz Dincerol tarafından hazırlanan ve Ondokuzmayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde kabul edilen "Turizm Sektöründeki Yöneticilerin Finansal Okuryazarlık Düzeylerinin Belirlenmesi: Orta Karadeniz Bölgesinde Bir Araştırma" adlı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Bilim Uzmanı, Fikret Oğuz Dincerol, oguz.dincerol@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-9857-5739>

³ Doç. Dr. Erdal Yılmaz, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, eyilmaz@omu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-2491-446X>

Giriş

Turizm sektörü gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyümeleri ve sürdürülebilirliği açısından kilit rol oynayan önemli sektörlerden birisidir. Konaklama işletmelerinin başarısı; verdikleri hizmetin kalitesi yanında doğru, etkili bir yönetim ve verilen doğru finansal kararlara bağlıdır. Bu başarıların sağlanmasında en önemli etkenlerden biri de yöneticilerin finansal yetkinlikleri finansal okuryazarlık düzeyleridir.

Paranın icadı ile başlayıp günümüz dünyasına kadar toplumların alışkanlıklarına kültürlerine ve yaşam tarzlarına, değişerek ve gelişerek yön veren ekonomi terimi; yakın tarihte ve günümüzde gerek toplumsal ve bireysel krizler gerekse değişen piyasalar ve yönetimler etkisiyle finans, finansal yönetim kavramları ile sürekli iç içe kullanılmaktadır. Bu kavramları anlamak ve anlatmak için ise finansal okuryazarlık kavramı son yıllarda sıkça karşımıza çıkmaktadır. Finansal okuryazarlık becerisine sahip yöneticiler, sahip oldukları finansal bilgiler ile hata yapma payını azaltarak doğru planlama ve finansal araçlara erişim sağlayarak işletmenin büyümesi ve sürdürülebilirliğini olumlu yönde etkilemektedir. Bireylerin sıkıntı çektiği finansal sorunları azaltmak ya da ortadan tamamen kaldırmak ve ekonomide finansal etkinliği arttırmak finansal okuryazarlık ile mümkündür (Fettahoğlu, 2015: 102).

Bu araştırmanın amacı; turizm sektöründeki konaklama işletmesi yöneticilerinin ve/veya işletme sahiplerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda Orta Karadeniz Bölgesi içerisinde yer alan; Samsun, Amasya, Tokat, Çorum ve Ordu illerindeki konaklama sektöründe faaliyet gösteren işletme yöneticileri ve işletme sahiplerinin temel finansal bilgi düzeyleri, bütçeleme, defter tutma, finansal kavramları bilme, finansal tutum ve davranışları incelenmiştir. Şubat 2021 tarihi itibarıyla Orta Karadeniz bölgesinde faaliyet gösteren 280 konaklama işletmesi T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesi ve Tripadvisor web sitesi taraması ile tespit edilmiştir. Covid-19 salgını ve diğer ekonomik sebeplerle kapalı olan 54 işletmeye ulaşılamamış, 234 işletmeden veri toplanmıştır. Kontrol sorusuna yanlış cevap veren 8 anket veri setinden çıkarılmış, kalan 226 veri üzerinde yüzde/frekans gibi tanımlayıcı istatistikler ile ki-kare ve korelasyon testleri uygulanarak yorumlanmıştır.

Tüm işletmelerde olduğu gibi turizm işletmelerinde de işletme sahipleri ve/veya yöneticilerinin finansal okuryazarlık düzeyi, işletmenin amaç ve hedeflerine ulaşabilmesi için gereken finansal araç, ürün ve hizmetleri doğru bir şekilde kullanma, bütçeleme gibi faaliyetlerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi üzerinde önemli etkiye sahiptir. Turizm sektörü, ülkelerin ekonomik sıkıntılar yaşadığı dönemler başta olmak üzere, ülke ekonomisine büyük bir döviz girdisi ve istihdam sağlayıcı olarak cari açığın azaltılması ve işsizlik rakamlarının düşmesinde önemli bir rol oynamakta, ekonomik kalkınmaya destek olmaktadır (Akın, vd. 2012: 63).

Bu araştırmanın; turizm sektöründeki yöneticilerin finansal okuryazarlık seviyelerini ortaya koyması, finansal farkındalığı artırması, gelecekte yapılacak olası finansal eğitimlere veri sağlaması açısından literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Literatür incelendiğinde Türkiye’de turizm sektöründe konaklama işletmesi yönetici ve/veya sahiplerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesine yönelik bir çalışmanın bulunmaması, bu çalışmayı özgün ve önemli kılmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Turizm Sektörü

İnsanların dinlenme, eğlenme, merak, spor, sağlık gibi çeşitli amaçlarla yaşadıkları yerlerin dışına seyahat etmeleri ve bu seyahat sırasında turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep edip en az bir gece konaklamalarından doğan ilişkiler bütününe turizm denir (Kaygısız, 2019: 609).

Bir hizmet sektörü olan turizmde, ürünler üretildikleri yerde tüketilmekte ve üreticiler yurtdışına herhangi bir ürün ihraç etmeden döviz geliri elde etme imkânı bulmaktadır. Turistlerin satın aldığı turistik ürünler döviz girdisini artırarak ülkenin ihracat kalemine olumlu etki yapmaktadır (Terzi ve Tütüncü, 2017: 83). Dünya çapında gelişimine hızla devam eden sektörlerden biri olan turizm, gelişmekte olan ülkelerde başta olmak üzere yüksek potansiyelli bir gelir kaynağı sağlamaktadır (Opuş, 2001: 37).

İstihdam, ödemeler dengesi ve döviz gelirin katkısından dolayı, ulusal ve uluslararası ekonomik sıkıntıların giderilmesinde turizm sektörü, bir hareket noktası olarak görülmektedir (Kandır, vd., 2008: 212).

Aşağıdaki tablo 1’de Türkiye’ye gelen turistlerin yıllara göre konaklama verileri gösterilmektedir.

Tablo 1. Türkiye’de Yıllara Göre Konaklama İstatistikleri

Yıllar	Tesise Giriş Sayısı	Geceleme	Ort. Kalış Süresi
2008	40.498.138	113.873.200	2,81
2009	44.718.277	124.376.002	2,76
2010	53.250.106	149.180.710	2,80
2011	56.024.508	156.232.861	2,79
2012	58.821.363	172.318.540	2,93
2013	59.500.098	169.709.109	2,85
2014	66.053.340	181.593.241	2,75
2015	67.928.556	177.494.682	2,61
2016	59.383.862	154.311.928	2,60
2017	61.952.005	155.809.568	2,52
2018	71.957.656	190.686.722	2,65
2019	80.866.762	211.287.063	2,61
2020	29.100.813	95.323.093	2,28

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Tablo 1’de Türkiye’deki belediye ve bakanlık işletme belgeli konaklama tesislerinin 2008-2020 yılları arasındaki turistlerin tesise giriş, gecelik konaklama ve ortalama kalış sürelerinin istatistikleri gösterilmektedir. Genel olarak yıllara göre artış trendinde olan misafir giriş ve geceleme süreleri 2020 yılı covid-19 pandemi vakası ile ciddi bir rakamsal düşüş yaşamıştır.

1.2. Finansal Okuryazarlık

Finansal okuryazarlık kavramı, farklı toplumlarca genel bağlamda “finansal bilgi”, “finansal farkındalık”, “finansal yetkinlik” ve “finansal eğitim” gibi çeşitli terimler ile açıklandığı gibi (Huston, 2009: 296; Gökmen, 2012: 72) bu açıklama şekilleri kavramın kullanıldığı alanlara göre de değişebilmektedir. Finansal kararlar çocuk yaşta başlayarak yetişkinlik dönemi dahil hayatımızın her evresinde sürekli olarak verilmektedir. Çocukların harçlıklarını kullanırken verdiği kararlar, emeklilik planları, bireysel yatırımlar gibi finansal kararlar hayatı olumlu ya da olumsuz yönde etkileyebilirken bu kararlar aynı zamanda küresel olarak da ülke ve/veya dünya ekonomisine etki etmektedirler. Finansal okuryazarlık kavramı; finansal eğitim, finansal davranış, finansal psikoloji, bireysel finans ve teknoloji kullanımı gibi birçok farklı alan ile ilişki içerisinde olduğu görülmektedir (Bayram, 2014: 109). Finansal okuryazarlık kavramının gittikçe daha fazla ön plana çıkmasına neden olan şey ise yaşanan finansal krizlerdir. Finansal ortamlarda yaşanan hızlı değişimler, finansal risklerin çokluğu, finansal ürünlerdeki karmaşık yapının artması finansal okuryazarlık düzeyinin düşüklüğü bireysel ve toplumsal krizlerin yaşanma ihtimalini yükseltmektedir (OECD ve INFE, 2012: 3). Finansal okuryazarlığı kavramsal bir modelle açıklamaya çalışan Hung, Parker ve Yoong (2009), finansal okuryazarlığın; finansal bilgi, finansal beceriler, finansal davranış ve algılanan finansal bilgi olmak üzere 4 başlıkla açıklamaktadır.

Literatürde halen gelişimini tamamlayamamış olan finansal okuryazarlık kavramını tanımlarken birçok araştırmacının yanı sıra ülkeler ve kurumlar arasında değişiklikler olduğu görülmektedir. Türkçe’de finansal okuryazarlık olan kabul görmüş olan “financial literacy” kelimesi ABD, Avustralya gibi ülkelerde aynı anlamı taşırken; Kanada ve İngiltere finansal yeterlilik anlamına gelen “financial capability”, bazı kurumlar ve yazarlar ise finansal farkındalık anlamına gelen “financial awareness” terimini kullanmayı tercih etmektedirler (Dağdelen, 2017: 3). Yapılan çalışmalar incelendiğinde bu tanımların birbirleri yerine kullanıldığı da görülmektedir.

Noctor ve diğerlerinin (1992) yaptıkları finansal okuryazarlık tanımı bilinen en eski tanımlardan biri olarak kabul edilmektedir (Ergün, vd., 2014: 848). Bu tanıma göre finansal okuryazarlık, bireylerin parasal işlemlerini yönetirken bilinçli

değerlendirmeler yapabilmesi ve efektif kararlar alabilmesidir (Goel ve Khanna, 2014: 74). Bu tanım yaygın bir şekilde, "Finansal Hizmetler Kurumu" (FSA), İngiltere'de bulunan "Ulusal Sürekli Yetişkin Eğitim Enstitüsü" (NIACE), AINZ Bankası" ve Avustralya'da bulunan "Yetişkin Okuryazarlık Konseyi" dâhil birçok araştırma kurumu tarafından kabul edilen ve kullanılan tanımlardan biridir.

Karşılaştırılabilir ve tutarlılığı arttırabilmek için temel kavramların açıkça tanımlanabilmesi gerekir. Ancak, birçok araştırma alanında olduğu gibi farklı araştırmacılar ve kuruluşlar finansal okuryazarlığı çok çeşitli şekillerde tanımlamışlardır. Aşağıda kavramsal ve operasyonel finansal okuryazarlık tanımlarından literatürde sıkça karşımıza çıkan ve kabul edilmiş 5 finansal okuryazarlık tanımına yer verilmiştir.

PACFL (The Presidents Advisory Council of Financial Literacy) ve Jump\$tart koalisyonu ortak fikir kapsamında finansal okuryazarlığı, hayat boyu süren bir finansal refah için finansal kaynakları etkin bir biçimde yönetme ve kullanabilme becerisi olarak tanımlamaktadır (Hung, et al., 2009: 3). OECD (Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü) ve INFE (Uluslararası Finansal Eğitim Ağı) tanımına göre finansal okuryazarlık; finansal riskleri ve kavramları anlamak, birey ve toplumun finansal refahının artması amacıyla çeşitli finansal olaylara karşı etkili karar verebilmek için edinilen finansal bilgiyi kavrayış, uygulama becerisi, motivasyonu ve güvenidir (OECD, 2005). Lusardi ve Mitchell'e göre finansal okuryazarlık, insanların ekonomik verileri okuyabilme, kullanabilme, planlama, birikim yapma, emeklilik ve borç durumları ile ilgili bilinçli kararlar alabilmesidir (Lusardi ve Mitchell, 2013: 2). Schagen ve Lines (1996) bu kavramın finansal planlama, karar verme ve problem çözme olarak üç ana yetenek üzerine kurulu olduğunu belirtmiştir. Yazarlar finansal okuryazar olarak betimlenen birinin para yönetiminin temel kavramlarını anlayabileceğini, finansal sistemlerin, kurumların ve finansal servislerin çalışma şekilleri hakkında belirli bir düzeyde bilgi sahibi olabileceğini ileri sürmüşlerdir (Ergün, vd., 2014: 849).

Finansal okuryazarlık bireyin finansal alanda uzmanlığını ölçmekten ziyade finans alanında temel düzeyde kavram ve uygulamalara hakim olup olmadığını göstermektedir. Finansal okuryazar olarak değerlendirilebilmek için finansal araçları ve verileri okuyup anlayabilme ve temel düzeyde uygulayabilme şartı aranmaktadır. Finansal okuryazar bir birey kendisine ve çevresine minimum düzeyde yetecek kadar finansal bilgi ve davranışlara sahip olan kimsedir (Gökmen, 2012: 23). Finansal okuryazar olarak görülen bir kimseden hisse senedi, tahvil değerlendirmesi, piyasa yorumlaması gibi araçlar beklenmemelidir ancak bu finansal araçların ne anlama geldiğini bilmesi finansal okuryazar olarak nitelendirilebilmesi için yeterli olabilir. Finans uzmanı ile finansal okuryazar terimleri yukarıda belirtilen nedenlerle karıştırılmamalıdır. Finans uzmanları herhangi bir finansal okuryazardan daha çok bilgi beceri ve tecrübeye sahip kişilerdir. Dolayısıyla, burada bahsedilen finansal bilgi, temel seviyede yeterli ve kullanışlı bir finansal bilgiye sahip olmaktadır.

Finansal bilgiye ulaşabilmek, anlamak ve yorumlamak, finansal okuryazar olarak değerlendirmek için yeterli değildir. Tasarruf yönetimi, kısa ve uzun vadeli yatırım yapabilmeleri kısaca bu bilgileri uygulayabilmeleri de bir finansal okuryazardan beklenen davranışlardır. Finansal okuryazarlık, tüketici ve yatırımcıların, finansal ürün ve kavramlarla ilgili bilgi ve bakış açılarını geliştirmelerini, finansal risk ve fırsatları daha iyi değerlendirebilmelerini, bilinçli tercihler yapmalarını ve finansal refahlarını arttırmak için gereken faaliyetleri gösterebilmelerini sağlayan bir süreçtir (Temizel, 2010: 6-7). Bireylerin yaşamları boyunca hayat kalitelerini etkileyebilecek finansal kararlar alma zorunluluğu göz önüne alındığında finansal okuryazarlığın önemli bir yeri olduğu anlaşılmaktadır. Finansal geleceğe ilişkin endişelerin sebebi olarak hem genç hem orta hem de yaşlı olarak derecelendirilen yaş gruplarında geleceğe ait doğru finansal seçimler yapabilmek için gereken temel bilgilerden yoksun olduğu OECD tarafından ilk olarak 2005 yılında belgelendirilmiştir.

2. Literatür Taraması

Literatürde finansal okuryazarlık ile ilgili birçok araştırma yer almaktadır. Çalışmanın bu bölümünde Türkiye'de ve dünyada yapılmış finansal okuryazarlık ile ilgili araştırmalara yer verilmektedir. Literatür taraması sonucunda elde edilen veriler sırası ile yurt içinde ve yurt dışında yapılmış olan bilimsel çalışmalardan oluşmaktadır.

2.1. Yurt İçinde Yapılmış Çalışmalardan Örnekler

Saraç (2014) tarafından yapılan araştırma, üniversite öğrencilerin verdiği finansal kararlar doğrultusunda finansal okuryazarlık seviyelerini ölçmek ve finansal okuryazarlık seviyesinin toplumda nasıl yaygınlaştırılabileceğini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Sonuç olarak öğrencilerin temel finansal kavramlarla yönelik bilgilerinin ve genel olarak finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu, finans dersi alanların almayanlara göre daha bilgili olduğu tespit edilmiştir.

Temizel ve Özgüler (2015) tarafından yapılan çalışmada finansal eğitimin toplumlar açısından önemini ortaya koymak amaçlanmıştır; araştırmacılar, Türkiye'de kamu önderliğinde finansal eğitim verebilecek kuruluşların finansal eğitim örneklerini derlemiş, finansal okuryazarlığın ölçülmesi ve arttırılması için Avustralya, ABD, İngiltere, Japonya uygulamalarını ele almışlardır. Son olarak sivil toplum kuruluşlarının yukarıdaki ülkelerin eğitim örneklerini ele almaları önerildiği tespit edilmiştir.

Kaderli, Gümüş ve Danışman (2016) tarafından yapılan çalışma, Türk Silahlı Kuvvetlerinden emekli olmuş askeri personelin finansal okuryazarlık seviyelerini belirlemek amacıyla yapılmış; katılımcıların büyük çoğunluğunun temel finans sorularını yanlış cevapladığı görülmüş, katılımcıların eğitim seviyelerinin yüksek olmasına rağmen finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

Dağdelen (2017) yaptığı çalışmada finansal okuryazarlık düzeyinin, serbest muhasebeci mali müşavirlerin demografik özellikleri ile ne oranda ilişkili olduğunu ölçmeyi amaçlamış; araştırma sonucunda katılımcıların finansal okuryazarlık düzeylerinin yüksek olduğu tespit edilmiş, eğitim ve yaş durumu faktörlerinin finansal okuryazarlık düzeyleri üzerinde etkili olduğu saptanırken cinsiyet durumunun finansal okuryazarlık üzerinde nötr bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Kutukiz ve Özden (2018) yaptıkları çalışmada kadın girişimcilerin finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemek ve güncel finansal gelişmelerle ilgilenme durumlarını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır; araştırma sonucunda kadın girişimcilerin anket çalışması ile finansal okuryazarlık düzeylerinin çok düşük olduğu ve eğitime ihtiyaçları olduğu vurgulanmıştır. Finansal bilgi ve gelişmelerle ilgili kullandıkları araçlar ise sırasıyla gazete-dergi, televizyon ve internet geldiği tespit edilmiştir.

Gök ve Coşkun (2020) yaptıkları çalışmada z kuşağına mensup bireylerin finansal konulardaki algı ve tutumlarının harcama üzerinde negatif etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. Z kuşağı üzerinde elde edilen bu bulguya göre finansal algı ve tutum düzeyleri düşük olan bireylerin daha fazla harcama yapabilecekleri şeklinde yorumlanmıştır. Türk z kuşağı bireylerinin eksik oldukları finansal araç kullanımları, finansal tutum ve davranışlarını gidermek amacıyla verilecek finansal eğitimlerin refah seviyesini arttıracığı sonucuna ulaşılmıştır.

2.2. Yurt Dışında Yapılmış Çalışmalardan Örnekler

Lusardi (2008) yaptığı çalışmada, 50 ve üzeri yaş grubundaki Amerika vatandaşlarının finansal okuryazarlık düzeylerini belirlemeyi amaçlamış; katılımcıların çoğunun bileşik faiz, nominal ve gerçek değer arasındaki farkları ve risk değerlendirmesi gibi temel finansal kavramlar konusunda bilgi eksikliği olduğu ve temel ekonomik hesaplamaları yapamadıkları tespit edilmiştir.

Lusardi, Mitchell ve Curto (2010) yaptıkları çalışma sonucunda gençlerin finansal okuryazarlık düzeylerinin düşük olduğu ve yetişkinlerin de üç de birinden daha azının faiz oranları, enflasyon ve risk çeşitlendirmesi hakkında temel bilgiye sahip olduğu bulunmuştur. Sosyodemografik özelliklerin ailenin finansal okuryazarlığı ve finansal gelişmişlik düzeyi ile yakından ilişkili olduğu, özellikle ebeveynleri üniversite eğitimi almış erkeklerin hisse senedi ve emeklilik planlaması konusunda ebeveynleri üniversite eğitimi almamış ve düşük gelir düzeyine sahip olanlara göre risk çeşitlendirmesi ve planlama konusunu bilme olasılığının daha yüksek olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.

Mutegi, Njeru ve Ongesa (2015) yaptıkları çalışma sonucunda finansal okuryazarlık eğitimi sayesinde KOBİ'lerin finansal kuruluşlardan daha fazla fon sağlamalarının mümkün olacağı, finansal okuryazarlık eğitiminin kattığı defter tutma bilgisi ile işletme giderlerinin azaldığı ve kredi geri ödemelerinin önceden planlanarak gerçekleştirildiği, KOBİ'lerin eğitimden kazandığı finansal tablo analizi ve bütçeleme arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Garg ve Singh (2018) yaptıkları çalışma sonucunda genç nüfusun finansal okuryazarlık düzeylerinin dünyanın büyük bir bölümünde endişe verecek düzeyde düşük olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, medeni durum ve eğitim düzeyi gibi sosyo-ekonomik ve demografik faktörlerin gençlerin finansal okuryazarlık düzeyini etkilediği, finansal bilgi ile finansal tutum ve davranışlar arasında karşılıklı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Klapper ve Lusardi (2020) yaptıkları çalışma sonucunda finansal karar verme sürecinde 4 temel finansal kavramın etkilerini inceleyerek dünya çapında her 3 kişiden yalnızca birinin finansal okuryazar olduğunu yani 4 finansal kavramdan 3 ünü bildiklerini belirtmektedirler. Zamanla daha karmaşık finansal araçların piyasaya girmesi hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerdeki düşük finansal okuryazarlık seviyesindeki bireyler için ciddi ekonomik problemler doğurabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Niu, Zhou ve Gan (2020) yaptıkları çalışma sonucunda Çin'de yaşayan yaşlı bireylerin, kadınların ve eğitim düzeyi düşük olan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin de düşük olduğunu belirtmişlerdir. Ampirik sonuçlar, finansal okuryazarlığın, emeklilik, finansal ihtiyaçlarının belirlenmesi, uzun vadeli finansal planların yapılması ve özel emeklilik sigortası satın alınması dahil Çinli insanlar arasında emeklilik hazırlığının çeşitli yönleri üzerinde güçlü ve olumlu bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

3. Yöntem

Bu araştırma verilerinin elde edilmesinde tarama (survey) modeli kullanılmıştır. Tarama modeli çoğunlukla anket uygulaması barındıran çalışmalarda karşımıza çıkmaktadır (Büyüköztürk, vd. 2018: 183). Tarama türü araştırmalarda elde edilen veriler temelde nicel veriler olmaktadır (Gencan, 2018: 71). Anket uygulaması ile veri elde edilen tarama türü

çalışmalarda, sorulara verilen cevapların yüzde dağılım ve frekansları, katılımcıların görüşlerinin belirlenmesinde oldukça önemlidir (Büyüköztürk, vd. 2018: 183).

3.1. Veri Seti

Bu araştırma Türkiye'nin Orta Karadeniz Bölgesinde yer alan; Samsun, Amasya, Tokat, Çorum ve Ordu illerindeki konaklama işletmeleri yönetici ve/veya sahipleri ile sınırlıdır. Araştırmanın evrenini oluşturan Orta Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin sayıları, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı web sitesi ve bir online rezervasyon web sitesi olan "Tripadvisor" baz alınarak elde edilmiştir. Tripadvisor barındırdığı tesis çeşitliliği ve sayısı nedeniyle tercih edilmiş olup, mevcut tesis sayısı 2021 yılı Şubat ayı itibari ile 280 olarak belirlenmiştir.

Araştırma evrenindeki tüm konaklama işletmelerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak araştırmanın yapıldığı dönemde dünya çapında etkili olan Covid-19 salgını ve diğer bazı ekonomik nedenlerle kapalı olan 54 işletmeye ulaşılamamış, 234 konaklama işletmesinden cevap alınmıştır. Kontrol sorusu yanlış cevaplanmış 8 anket verisi örneklemden çıkartıldıktan sonra kalan 226 işletmeye ait veriler analize tabi tutulmuştur.

3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Literatürde incelenen çalışmaların da katkısıyla, araştırmanın bütününe uygun olarak hazırlanan 4 çift yönlü hipotez aşağıda tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticisinin finansal bilgi düzeyleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H2: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticilerinin yaşları ile yatırım araçlarına dair bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H3: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticisinin eğitim düzeyi ile kredi ve/veya banka kartı ekstresinde yer alan bilgileri anlama düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H4: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticisinin kişisel bütçe planlaması yapma durumları ile faturalarını düzenli ödeme eylemleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.3. Verilerin Analizi

Google formlar aracılığı ile oluşturulan anket formu online olarak gönderilerek veriler elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçek, Kaderli ve arkadaşları (2016) tarafından geliştirilen finansal okuryazarlık ölçeğidir. Geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan ölçek, araştırmanın konu bütünlüğüne uygun olarak düzenlenmiş ve uygulanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket toplam 3 bölüm 25 ifade 17 madde ve 1 kontrol sorusundan oluşmaktadır, açık uçlu sorulara yer verilmemiştir. Anketin ilk bölümünde katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim gibi demografik özelliklerini belirten sorular sorulmuştur. İkinci bölümde katılımcıların temel finansal bilgilerini ölçmeye yönelik madde ve ifadeler yöneltilmiş, üçüncü bölümde ise finansal kavramları bilme ve finansal davranışları ölçme temelli, finansal okuryazarlık düzeyini ölçmeye yönelik 3'lü ve 5'li likert ölçekli sorular katılımcılara yöneltilmiştir.

Araştırma kapsamında uygulanan anket sorularının ölçek güvenilirliği Cronbach's alpha katsayısı ile kontrol edilmiş ve 0,897 olarak kaydedilmiştir. Demografik sorular güvenilirlik testine dahil edilmemiştir. Cronbach's alpha katsayısı 0,50 değerinden yüksek olan katsayılar ölçek güvenilirliğini sağlamış olarak kabul edilmektedir (Sezer ve Demir, 2015: 77). 0,897 olarak kaydedilen Cronbach's alpha katsayısının literatüre göre güvenilir olduğunu söylemek mümkündür.

Toplamda 226 adet anketin istatistiksel analizi SPSS 23.0 "Statistical Packages for Social Sciences" paket programı ile yapılmıştır. Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi anlamına gelen SPSS ile elde edilen verilere öncelikle doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış, elde edilen veriler aşağıda, tablo 2'de gösterilmiştir. 0,893 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) değeri ve ,000 Sig. değeri ile faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir. ,893 olarak belirlenen KMO değeri örneklem büyüklüğünün faktör analizi için "iyi" olduğu sonucuna ulaştırmıştır (Büyüköztürk, vd. 2012: 207).

Tablo 3. Faktör Analizi Sonuçları (Factor Analysis)

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,893
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	4668,860
	df	496
	Sig.	,000

Anket verilerinin normal dağılım gösterip göstermediğinin tespit edilmesi için Kolmogorov-Smirnov testi uygulanmış ve test sonuçları aşağıda Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Normallik Testi (Tests of Normality)

	Kolmogorov-Smirnov(a)		
	Statistic	df	Sig.
Katılımcının yaşı	,261	226	,000
Temel faiz bilgisi	,241	226	,000
Basit faiz sorusu	,459	226	,000
Faiz ve tahvil ilişkisi	,237	226	,000

Kolmogorov-Smirnov test sonuçlarına göre verilerin normal dağılım göstermedikleri, anlamlılık (significance) değerinin 0,05'ten küçük olması (Sig.=,000) ile açıklanmaktadır (Akgül ve Osman, 2005: 122). Araştırmada normal dağılım olup olmadığının incelenmesi için Kolmogorov-Smirnov testinin kullanılmasının nedeni örneklem hacminin 50'den fazla ($n > 50$) ve 300'den az ($n < 300$) orta büyüklükte olmasıdır (Hae, 2013:52). Normal dağılım göstermeyen verilerde parametrik olmayan (non-parametric) testlerden faydalanılmaktadır (Çakıcı, vd., 1999:34). Bu nedenle verilerin analizinde parametrik olmayan (non-parametric) testlerden Ki-kare (chi-square) ve Spearman's rho korelasyon (correlation) analizlerinden yararlanılmıştır.

Ki-kare testi parametrik olmayan testler arasında en yaygın kullanılan testlerden birisidir (Yılmaz ve Yılmaz, 2005: 179). Spearman sıra korelasyonu çok genel ana kitle dağılımları için geçerli sınamalara temel olabilecek bir ilişki ölçüsü olup, sıra sayılarının kullanılması ile elde edilmektedir (Newbold, 2000).

Tablo 5. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Erkek	176	77,9
Kadın	50	22,1
Yaş		
26-35	93	41,2
36-45	88	38,9
46 ve üzeri	45	19,9
Aylık Gelir		

2000-4000 TL	25	11,1
4000-6000 TL	88	38,9
6000-8000 TL	82	36,3
8000 TL ve Üzeri	31	13,7
Eğitim Düzeyi		
Ön Lisans	11	4,9
Lisans	183	81
Yüksek Lisans	32	14,2
Ankete Katılan Yetkilinin Görevi		
İşletme Sahibi/Ortağı	45	19,9
İşletme Müdürü	170	75,2
Mali İşler Sorumlusu	11	4,9
Kredi Kartı Kullanımı		
Evet	215	95,1
Hayır	11	4,9
Kredi Kartı Kullanım Süresi		
3-5 yıl	12	5,3
5-7 yıl	20	8,8
7-10 yıl	41	18,1
10 yıl ve üzeri	142	62,8
Hiçbiri	11	4,9
Kredi Kartı Limiti		
1000-5000 TL	19	8,4
5000-10000 TL	73	32,3
10000 TL üzeri	123	54,4
Hiçbiri	11	4,9
Mali İşlerden Sorumlu Ayrı Bir Personel Mevcut Mu?		
Evet	157	69,5
Hayır	69	30,5

İşletme Bünyesindeki Çalışan Sayısı		
1-5	11	4,9
6-10	54	23,9
11-15	50	22,1
16-20	64	28,3
21 ve üzeri	47	20,8

Tablo 5 incelendiğinde araştırmaya dahil olan katılımcıların %77,9'u erkeklerden ve %22,1'unun kadınlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların yaş grupları incelendiğinde 25 ve altı yaşında katılımcılara rastlanmazken 93 kişinin 26-35 (%41,2) yaş aralığında, 88 kişinin 36-45 (%38,9) yaş aralığında ve 45 kişinin 46 yaş üzeri (%19,9) yaş grubunda olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun 26-45 yaş arasında olduğunu söylemek mümkündür. Katılımcıların aylık gelirleri incelendiğinde; 25 katılımcının (%11,1) 2.000-4.000 TL arasında, 88 katılımcının (%38,9) 4.000-6.000 TL arasında, 82 katılımcının (%36,3) 6.000-8.000 TL arasında ve son olarak 31 katılımcının (%13,7) 8.000 TL üzerinde aylık kazancının olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun aylık gelirinin 4.000 ila 8.000 TL arasında olduğunu söylemek mümkündür. Katılımcıların eğitim düzeyleri incelendiğinde çoğunluğun 183 kişi ile (%81) lisans mezunu olduğu, 32 kişinin (%14,2) yüksek lisans mezunu olduğu ve 11 kişinin (%4,9) ön lisans mezunu olduğu görülmektedir. Çalışmaya katılan yetkililer 170 kişi ile (%75,2) işletme müdürlerinden, 45 kişi ile (%19,9) işletme sahibi/ortağından ve son olarak 11 kişi ile (%4,9) işletmenin mali işler sorumlularından oluşmaktadır. Çalışmaya çoğunlukla işletme müdürlerinin katılım sağladığı söylenebilir. Çalışmaya katılan yetkililerden 215 kişi (%95,1) kredi kartı kullandığını belirtirken 11 kişi (%4,9) kullanmadığını belirtmiştir. Kredi kartı kullanım süreleri sorulduğunda katılımcılardan 11'i (%4,9) hiçbiri seçeneğini kullanarak süre belirtmemiştir. 12 katılımcı (%5,3) 3-5 yıldır, 20 katılımcı (%8,8) 5-7 yıldır, 41 kişi (%18,1) 7-10 yıldır ve son olarak 142 katılımcı (%62,8) 10 yılın üzerinde kredi kartı kullandığı görülmüştür. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun 10 yılın üzerinde kredi kartı kullanım sürelerinin olduğunu söylemek mümkündür. Katılımcıların kredi kartı limitleri incelendiğinde 11 kişinin (%4,9) hiçbiri seçeneğini kullanarak kredi kartı limiti belirtmediği görülmektedir. Bununla birlikte katılımcılardan 19 kişinin (%8,4) 1.000-5.000 TL arasında kredi kartı limitleri bulunduğu, 73 katılımcının (%32,3) 5.000-10.000 TL arasında ve 123 katılımcının (%54,4) 10.000 TL ve üzerinde kredi kartı limiti olduğu görülmüştür. Katılımcılardan 157 kişi (%69,5) işletme içerisinde mali işlerden sorumlu ayrı bir personel bulunduğunu belirtirken 69 katılımcı (%30,5) ayrı bir mali personel bulundurmadıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun işletme içerisinde mali işlerden sorumlu ayrı bir personel ile çalıştığı görülmektedir. Katılımcıların işletmelerindeki personel sayıları incelendiğinde, 11 katılımcının (%4,9) 1-5 personel ile işletmeyi idare ettiği, 54 katılımcının (%23,9) 6-10 personel ile 50 katılımcının (%22,1) 11-15 personel ile çalıştığını, 64 katılımcının (%28,3) 16-20 personel ile çalıştığı ve 47 katılımcının (%20,8) 21'in üzerinde personel ile çalıştığı görülmektedir.

4. Bulgular

4.1. Katılımcıların Finansal Bilgi ve Davranışlarına Yönelik Bulgular

Bu bölümde katılımcılardan finansal okuryazarlık, finansal bilgi ve davranışlara yönelik verilen ifadelere katılma düzeyleri sorulmuş ve "Kesinlikle Katılmıyorum", "Katılmıyorum", "Kararsızım", "Katılıyorum", "Kesinlikle Katılıyorum" seçeneklerinden biri ile cevaplamaları istenmiştir.

Tablo 6. Katılımcıların Finansal Eğilim ve Davranışlarına Yönelik Yüzde/Frekans Analizleri

		Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Fikrim Yok		Katılıyorum		Kesinlikle Katılıyorum	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Hisse senedi yatırımları Tahvile göre daha risklidir.	2	0,9	19	8,4	91	40,3	59	26,1	55	24,3
2	Yatırım alanlarından en cazip olanı altındır	22	9,7	56	24,8	51	22,6	58	25,7	39	17,3
1	Kişisel bütçe planlaması yaparım	-	-	10	4,4	6	2,7	105	46,5	105	46,5
2	Faturalarımı zamanında öderim	-	-	12	5,3	3	1,3	89	39,4	122	54
3	Gazetede ekonomi ve finans bölümü okurum	16	7,1	85	37,6	42	18,6	46	20,4	37	16,4
4	Dünyadaki ve Türkiye'deki finansal gelişmeleri takip ederim	4	1,8	33	14,6	33	14,6	100	44,2	56	24,8
5	Sektördeki finansal gelişmeleri takip ederim	3	1,3	27	11,9	30	13,3	98	43,4	68	30,1
6	İşletmenin mali tablolarına hakimim	2	0,9	8	3,5	22	9,7	105	46,5	89	39,4
7	Döviz kurlarındaki dalgalanmanın işletmemiz üzerindeki etkilerine hakimim	2	0,9	23	10,2	47	20,8	83	36,7	71	31,4
8	Rezervasyonlar için internet ve Acenteler gibi birçok kuruluşla çalışmaktayız	2	0,9	13	5,8	13	5,8	80	35,4	118	52,2
9	İşletmemizin başarısı ile rakiplerimizi düzenli olarak karşılaştırırız.	-	-	41	18,1	35	15,5	64	28,3	86	38,1

Tablo 6 incelendiğinde "hisse senedi yatırımlarının tahvil yatırımına göre daha risklidir" ifadesine doğru cevap veren katılımcılar toplam katılımcıların %50,4'ünü oluşturmaktadır. İfadeyle ilgili fikri olmayan katılımcılar %40,3'lük bir kısım oluştururken yanlış cevap veren katılımcılar %9,3'ünü oluşturmaktadır. "Yatırım alanlarından en cazip olanı altındır" ifadesine katılımcıların %42,9'u katılırken %22,6'sı fikrinin olmadığını, %34,5'i ise katılmadıklarını belirtmişlerdir. Tablo 6 incelendiğinde katılımcılardan %7,1'inin kişisel bütçe planlaması yapmadığı anlaşılmaktadır. Toplam katılımcıların %93 gibi büyük bir fark ile harcamaları için kişisel bütçe planlaması yaptıkları tespit edilmiştir. Katılımcılar %93,4 ile faturalarını zamanında ödediklerini belirtmiş, katılımcıların %1,3'ü fikrim yok cevabını verdiğini, %5,3'ü ise faturalarını zamanında ödemediklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun fatura ödemelerini zamanında gerçekleştirdikleri görülmüştür. Gazetelerdeki ekonomi ve finans ile ilgili bölümleri okumakla ilgili maddeye katılımcılar %63,3 ile okumadıklarını belirtirken katılımcıların %36,7 ile gazeteden ekonomi ve finans bölümlerini okuduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların çoğunun ekonomik ve finansal gelişmeleri gazeteden takip etmedikleri söylenebilir. Katılımcıların %69'u Dünyada ve Türkiye'de yaşanan finansal gelişmeleri takip ettiklerini belirtirken %14,6'sı fikrinin olmadığını belirtmiş ve %16,4'si bu gelişmeleri takip etmediklerini belirtmiştir. Yine katılımcıların %73,5'i Turizm sektöründeki finansal gelişmeleri takip ettiklerini belirtirken %13,3'ü fikrinin olmadığını ve %13,2'si sektördeki finansal gelişmeleri takip etmediklerini belirtmiştir. Katılımcıların, %85,9'unun mali tablolar üzerindeki hakimiyetleri olduğu görülürken %9,7'si fikrinin olmadığını, %4,4'ü ise işletmenin mali tabloları üzerinde herhangi bir hakimiyetleri bulunmadığını belirtmiştir. Döviz kurlarında meydana gelen dalgalanmanın işletmeleri üzerindeki etkilerini yorumlayabilen katılımcılar tüm katılımcıların %68,1'ini oluştururken, katılımcıların %31,9'u bu durumu yorumlayamadıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan Turizm konaklama

işletmesi müdürleri ve/veya sahiplerinden %87,6'sı rezervasyonları için internet siteleri ve turizm acenteleri ile çalıştıklarını belirtirken %12,4'ü bu kuruluşlarla çalışmadıklarını belirtmişlerdir. Yine katılımcılardan %66,4'ü işletmelerinin başarılarını sektördeki diğer rakipleri ile karşılaştırırken %33,6'sı böyle bir kıyaslama yapmadıklarını belirtmişlerdir.

Aşağıdaki tablo 7'de katılımcılardan tabloda verilen finansal araçları ve kavramları bilme durumları sorulmuş, "Hiç Bilmiyorum", "Duydum ama Ayrıntısını Bilmiyorum" ya da "İyi Biliyorum" seçeneklerinden 1 tanesi ile cevap vermeleri istenmiştir.

Tablo 7. Katılımcıların Finansal Kavramları Bilme Düzeyleri

		Hiç Bilmiyorum		Duydum ama Ayrıntısını Bilmiyorum		İyi Biliyorum	
		f	%	f	%	f	%
1	Mortgage	35	15,5	116	51,3	75	33,2
2	İnternet bankacılığı	4	1,8	28	12,4	194	85,8
3	Emeklilik fonları	40	17,7	111	49,1	75	33,2
4	Vadeli işlemler	13	5,8	109	48,2	104	46
5	Banka kredisi	2	0,9	29	12,8	195	86,3
6	Vadesiz mevduat	2	0,9	13	5,8	211	93,4
7	Hisse senedi yatırımı	35	15,5	128	56,6	63	27,9
8	Tahvil yatırımı	50	22,1	120	53,1	56	24,8
9	Yatırım fonu	41	18,1	117	51,8	68	30,1
10	Kredi kartı	4	1,8	7	3,1	215	95,1
11	Havale-EFT	2	0,9	3	1,3	221	97,8
12	Nakit akım tablosu	16	7,1	72	31,9	138	61,1
13	Bilanço	13	5,8	51	22,6	162	71,7
14	Borçlu cari hesap	17	7,5	70	31	139	61,5

Genel olarak katılımcıların ileri düzey finansal bilgi ve davranışlarına yönelik bulgular incelendiğinde; yatırım alanında bilgi eksikliği olduğu ortaya çıkmış, konaklama yöneticisi ve/veya işletme sahibi olan katılımcıların mali tablolar ve işletme üzerinde etkili olabilecek unsurlar hakkında yeterli düzeyde hazırlıklı ve bilgili olmadıkları görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğu gerek Türkiye ve dünyadaki gerek ise turizm sektörü içerisindeki ekonomik ve finansal gelişmeleri takip ettiklerini belirtirken bu gelişmeleri gazete üzerinden takip etmedikleri belirlenmiştir. Katılımcıların genel olarak yatırım ve birikim konularında eksik oldukları, temel düzey bankacılık ve finans kavramlarını bilme düzeylerinin düşük olduğu ortaya çıkmaktadır.

4.2. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile Temel Finansal Bilgi Düzeyleri Arasındaki İlişkiler

Bu bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile finansal bilgi, tutum ve davranışları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Demografik veriler ile anket içerisinde yer alan madde ve ifadeler arasındaki ilişkiler incelenmek üzere ki-kare (chi-square) testi uygulanmış ve bulgular tablolar aracılığı ile sunulmuştur.

Tablo 8. Faiz Oranı ve Tahvil Fiyatı İlişkisini Bilme Düzeyinin Demografik Özellikler Değişkenine Bağlı Olup Olmadığının Belirlenmesine Yönelik Yapılan Ki-Kare Testi Sonuçları

Demografik Değişkenler		Doğru Cevap Verenler (%)	Doğru Cevap Veremeyenler (%)	X ²	df	p
Yaş	26-35	26	74	6,268	2	,044
	36-45	42	58			
	46 ve üzeri	27	73			
Aylık gelir	2000-4000 TL	12	88	9,915	3	,019
	4000-6000 TL	27	73			
	6000-8000 TL	43	57			
	8000 TL ve üzeri	35	65			
Eğitim	Ön Lisans	9	91	19,880	4	,000
	Lisans	28	72			
	Yüksek Lisans	63	37			
Görevi	İşletme Sahibi/Ortağı	33	67	13,296	4	,001
	İşletme Müdürü	29	71			
	Mali İşler Sorumlusu	82	18			

Tablo 8'de katılımcıların "faiz oranı ve tahvil fiyatı ilişkisi" sorusuna verdikleri cevaplar ile demografik özellikleri arasında yapılan analize yer verilmiştir.

Faiz oranı ve tahvil fiyatı ilişkisini bilme düzeyinin yaş değişkeni ile aralarında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı incelemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir ($x^2=6,268$, $df=2$, $p=,044$). Bu sonuç, katılımcıların yaşlarının faiz oranı-tahvil fiyatı ilişkisini bilme üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. Katılımcıların aylık gelirlerindeki artış ile faiz oranı-tahvil fiyatı ilişkisini bilme arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı incelenmiş ve anlamlı ve bağımlı bir ilişki görülmüştür. ($x^2=9,915$, $df=3$, $p=,019$). Eğitim durumunun faiz oranı ve tahvil fiyatı ilişkisini bilme düzeyi ile aralarında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını incelemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir ($x^2=19,880$, $df=4$, $p=,000$). Buradan eğitim düzeyine göre faiz oranı-tahvil fiyatı ilişkisi sorusuna verilen cevapların farklılık gösterdiği anlaşılmaktadır. Katılımcının görevi değişkeninin faiz oranı- tahvil fiyatı ifadesi ile ilişkisi incelemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir ($x^2=13,296$, $df=4$, $p=,001$). Bir diğer değişle faiz oranı-tahvil fiyatı sorusuna verilen cevapların katılımcıların işletmedeki görevlerine göre farklılık gösterdiği şeklinde yorum yapılabilir.

Sonuç olarak eğitim düzeyi değişkeninin doğru cevap verme üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunluğunun faiz oranları ve tahvil fiyatı ilişkisi sorusuna yanlış cevap vermeleri dikkat çekmektedir. Katılımcılardan en yüksek doğru cevap veren grubun mali işler sorumluları olduğu, işletme yöneticileri ile sahip/ortakların birbirlerine yakın oranlarda doğru ve yanlış cevaplar verdikleri görülmektedir.

Tablo 9. Demografik Değişkenler ile Kredi Kartı Kullanım Bilgisi Düzeyleri Karşılaştırmasına Yönelik Ki-kare Testi Sonuçları

Demografik Değişkenler		Doğru Cevap Verenler (%)	Doğru Cevap Veremeyenler (%)	X ²	df	p
Yaş	26-35	65	35	5,943	4	,203
	36-45	74	26			
	46 ve üzeri	71	29			
Aylık gelir	2000-4000 TL	68	32	10,501	3	,043
	4000-6000 TL	61	39			
	6000-8000 TL	76	24			
	8000 TL ve üzeri	77	23			
Eğitim	Ön Lisans	9	91	26,884	4	,000
	Lisans	71	29			
	Yüksek Lisans	81	19			
Görevi	İşletme Sahibi/Ortağı	62	38	3,521	2	,096
	İşletme Müdürü	70	30			
	Mali İşler Sorumlusu	91	9			

Kredi kartı kullanımı bilgisi ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ölçmek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır ($x^2=5,943$, $df=4$, $p=,203$). Aylık gelir değişkeni ile "Kredi Kartı Kullanım Bilgisi" ifadesi arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir ($x^2=10,501$, $df=3$, $p=,043$). Katılımcıların eğitim düzeyi değişkeniyle "Kredi Kartı Kullanım Bilgisi" ifadesi arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir ($x^2=26,884$, $df=4$, $p=,000$). Katılımcıların işletmedeki görevleri ile "Kredi kartı kullanım bilgisi" ifadesi arasında ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan ki-kare (chi-square) testi sonucunda anlamlı bir ilişkiye rastlanılmamıştır ($x^2=3,521$, $df=2$, $p=,096$).

Sonuç olarak kredi kartı kullanım bilgisinin cinsiyet, yaş ve görev değişkenleriyle aralarında anlamlı bir ilişkisine rastlanmazken eğitim düzeyinin ve aylık gelirin kredi kartı kullanım bilgisi sorusu ile anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkisi olduğu gözlemlenmektedir. İfadeye en yüksek oranda doğru yanıt yine mali işler sorumlusu olarak görev yapan katılımcıların verdiği; İşletme müdürlerinin ve/veya işletme sahibi ve ortaklarının yakın oranlarda doğru ve yanlış cevap verdikleri tespit edilmiştir.

4.3. Araştırmanın Hipotezlerine Yönelik Bulgular

Konaklama işletmelerinde yönetici ve/veya işletme sahibi sıfatıyla görev yapan bireylerin finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesine katkıda bulunacağı düşünülen 4 çift yönlü hipotezdeki ifadelerin ilişkilerini incelemek için ki-kare (chi-square) ve korelasyon (correlation) testleri uygulanarak analizlerine yer verilmiştir.

Tablo 10. Katılımcıların Eğitim Düzeyleri ile Temel Finansal Bilgileri Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz

		Doğru Cevap Verenler (%)	Doğru Cevap Veremeyenler (%)	Toplam (%)	X ²	df	p
Eğitim Düzeyi	Ön Lisans	36	64	100	21,213	2	,000
	Lisans	47	53	100			
	Yüksek Lisans	75	25	100			
Toplam		49,6	50,4	100			

Tablo 10'da görüldüğü üzere, $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde katılımcıların eğitim düzeyi ile finansal bilgileri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu bulunmaktadır ($p=0,00$). Buna göre "H1: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticisinin finansal bilgi düzeyleri ile eğitim düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi kabul edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların eğitim düzeyleri arttıkça temel düzeydeki finansal bilgilerinin de arttığı görülmektedir. Bu sonuç; Kaya (2015), Gencan (2018) ve Kaderli vd. (2016) tarafından yapılan çalışmalarda elde edilen sonuçlar ile uyumludur.

Tablo 11. Katılımcıların Yaşları ile Yatırım Araçları Bilgisi Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz

		Doğru Cevap Verenler (%)	Doğru Cevap Veremeyenler (%)	Toplam (%)	X ²	df	p
Katılımcının yaşı	26-35	45	55	100	4,318	2	,115
	36-45	59	41	100			
	46 ve üzeri	44	56	100			
Toplam		49,6	50,4	100			

Tablo 11'de katılımcıların yaşları ile yatırım araçları bilgileri arasında, $p < 0,5$ anlamlılık düzeyinde bir ilişkiye rastlanılmamıştır ($p=0,115$). Buna göre ilgili "H2: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticilerinin yaşları ile yatırım araçlarına dair bilgi düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi reddedilmiştir. Buna göre; katılımcıların yaşlarının, yatırım araçlarını bilme durumları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç; Lusardi (2008) ve Mitchell (2009) tarafından yapılan çalışmaların sonuçları ile uyumlu iken Kartal (2009) ve Dağdelen (2017) bulduğu sonuçlar ile farklılık göstermektedir.

Tablo 12. Eğitim Düzeyi ile Hesap Ekstresinde Yer Alan Bilgileri Anlama Durumuna Yönelik Analiz

Hesap Ekstresindeki Bilgileri Anlama Düzeyi	Eğitim Düzeyi		
Çok İyi	Lise	Korelasyon Katsayısı	P
İyi	Ön Lisans	,377(**)	,000
Orta	Lisans		
Kötü	Yüksek Lisans		
Çok Kötü			

Tablo 12'de katılımcıların hesap ekstrelerinde yer alan bilgileri anlama düzeyleri ile eğitim düzeyleri arasındaki anlamlılık değerinin $p < 0.05$ olduğu görülmektedir. Hesap ekstresindeki bilgileri anlama durumu ile eğitim düzeyi arasında zayıf düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r = ,377$, $p = ,000$). Buna göre "H3: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticisinin eğitim düzeyi ile kredi ve/veya banka kartı ekstresinde yer alan bilgileri anlama düzeyi arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi kabul edilir. Pozitif yönlü bu ilişki, eğitim düzeyi arttıkça hesap ekstresinde yer alan bilgileri anlama düzeyinin de arttığı şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç; Tuğay ve Başgül (2007), Bayram, (2010) ve Kaderli vd. (2016) tarafından yapılan çalışmalarda elde edilen sonuçlar ile uyumludur.

Tablo13. Katılımcıların Bireysel Bütçe Planlamaları ve Fatura Ödemeleri Arasındaki İlişkiye Yönelik Analiz

Kişisel Bütçe Planlaması Yapar mısınız?	Faturalarımı Zamanında Öderim		
Kesinlikle katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Korelasyon Katsayısı	P
Katılıyorum	Katılıyorum	,784(**)	,000
Fikrim yok	Fikrim yok		
Katılmıyorum	Katılmıyorum		
Kesinlikle katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum		

Tablo 13'de katılımcıların bireysel bütçe planlama hareketleri ile faturalarını zamanında ödeme durumları arasındaki anlamlılık değerinin $p < 0.05$ olduğu görülmektedir. Katılımcıların bireysel bütçe planlama hareketleri ile faturalarını zamanında ödemeleri arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r = ,784$, $p = ,000$). Buna göre, "H4: Konaklama işletmesi sahipleri ve/veya işletme yöneticisinin kişisel bütçe planlaması yapma durumları ile faturalarını düzenli ödeme eylemleri arasında anlamlı bir ilişki vardır" hipotezi kabul edilir. Bu sonuç, katılımcılardan bütçe planlaması yapanların faturalarını da zamanında ödedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Finansal okuryazarlığın öneminin gün geçtikçe artmasıyla birlikte gerek ülke gerek dünya ekonomilerinde vazgeçilmez bir yere sahip olan turizm sektörü içerisindeki konaklama işletmeleri yöneticilerinin de finansal okuryazar olma düzeyleri son derece önemlidir. Konaklama işletmelerinin sürdürülebilir bir finansal yönetim ve doğru stratejiler ile başarıya giden yolda en gerekli yeteneklerden biri şüphesiz yöneticilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri olacaktır. Bu çalışmada Orta Karadeniz Bölgesinde bulunan konaklama işletmeleri sahip ve/veya yöneticilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri araştırılmıştır. Finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenmesi amacıyla konaklama işletmesi sahipleri/ortakları ve işletme yöneticilerine anket uygulanmıştır. Uygulanan anketin amacı, katılımcıların demografik özelliklerini, temel finansal araçlara dair bilgilerini, finansal araçları kullanımlarını, temel faiz, borçlanma, finansal kavramları bilme ve finansal alışkanlıkları gibi çalışma için önemli verileri elde etmektir.

Sonuç olarak Orta Karadeniz Bölgesindeki konaklama işletmeleri yöneticilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinde önemli eksiklikler olduğu belirlenmiştir. Defter tutma, güncel finansal araçlar ve finansal tablolar ile faiz bilgisi ve yatırım araçları mevcut çalışmada katılımcıların en çok eksik olduğu konular olarak görülmektedir. Finansal okuryazarlık düzeyi de işletmelerin sürekliliği, başarısı ve performansları üzerinde çok önemli bir rol oynamaktadır. İşletmeyi yöneten kimselerin vereceği kararlara ve uyguladıkları yönetim politikalarına göre işletmenin ömrü ve verimliliği değişim göstermektedir. İşletmelerin amaçlarına ulaşabilmesindeki en önemli etkenlerden bazıları finansal araçları doğru kullanabilme, bütçeleme, borçlanma, finansal gelişmeleri ve çevre unsurları takip etme olarak görülmektedir. Bu konulardaki eksikliklerin ilgili finansal okuryazarlık eğitimleri ile giderilmesi hem genel olarak turizm sektörü açısından hem de etkili bir yönetim ve sürdürülebilirlik açısından hayati önem taşımaktadır. Finansal okuryazarlık konusundaki en büyük sıkıntı, finansal okuryazarlığa en çok ihtiyaç duyanların bu durumun farkında olmamasıdır (Gökmen, 2012:106). Gelecekte Türkiye'nin diğer bölgelerindeki konaklama işletmeleri yöneticileri, sezonluk ve sürekli personel, turizm fakültesi öğrencileri üzerinde uygulanacak finansal okuryazarlık düzeyi belirleme araştırmaları, hem turizm sektörü hem de sektöre yetiştirilen öğrencilerin eksikliklerini belirleyebilme açısından faydalı olacağı düşünülmektedir. Akademik destek ve işletmelerin bağlı olduğu birimlerin ortaklığı ile yüz yüze gerçekleştirilecek finansal eğitim çalışmaları hem turizm sektörü için hem de genel olarak ülkedeki finansal okuryazarlık düzeyinin artmasına katkıda bulunacaktır.

Kaynakça

- Australia and New Zealand Banking Group (ANZ Bank). (2008). *ANZ survey of adult financial literacy in australia*. <https://www.anz.com/resources/3/1/31cbc1fd-9491-4a22-91dc-4c803e4c34ab/adult-financial-literacy-survey-full-results.pdf>
- Bayram, S. S. (2010). *Finansal okuryazarlık ve para yönetimi davranışları: anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayram, S. S. (2014). Finansal okuryazarlık ve para yönetimi davranışları: anadolu üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Business & Management Studies: An International Journal*, 2(2), 105-135.
- Baysa, E. (2015). *Finansal okuryazarlık ve banka müşteri segmentasyonları üzerine bir uygulama*. Tokat: Gaziosmanpaşa Üni. Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe-Finansman Bilim Dalı (Yüksek Lisans Tezi).
- Büyüköztürk, Ş. vd. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüköztürk, Ş. vd. (2018). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Dağdelen, T. (2017). *Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi ve aydın ilindeki serbest muhasebeciler mali müşavirler üzerine bir uygulama*. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe-Finansman Programı.
- Ergün, B. vd. (2014). Finansal okuryazarlık: İşletme bölümü öğrencileri üzerine bir çalışma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 847-864.
- Fettahoğlu, S. (2015). Hane halkının finans eğitimi ve finansal okuryazarlık düzeyleri üzerine kocaeli'nde bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 17(67), 101-116.
- Garg, N. and Singh, S. (2018) Financial literacy among youth. *International Journal of Social Economics*. 45(1), 173-186.
- Gencan, M. (2018). *Turizm sektörü kobilerinde finansal okuryazarlık: Trabzon ili örneği*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Goel, İ. and Khanna, S. (2014). Financial education as tool to achieve financial literacy. *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, 4(11), 72-79.
- Gök, B ve Coşkun, A. (2020). *Z Kuşağının Finansal Okuryazarlık Eğilimlerinin İncelenmesine İlişkin Bir Araştırma*. *International Journal of Cultural and Social Studies (IntJCSS)*, 6(1), 356-366.
- Gökmen, H. (2012). *Finansal okuryazarlık* (Cilt 1). İstanbul: Hiperlink yayınları.
- Hilgert, M. and Hogarth, J. (2002). *Financial knowledge, experience and learning preferences: Preliminary results from a new survey on financial literacy*. *Consumer Interest Annual*.
- Hung, A. et al. (2009). *Defining and measuring financial literacy*. Cambridge: RAND Labor and Population Working Papers.
- Huston, S. (2009). *Measuring financial literacy*. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296.
- Kaderli, Y. vd. (2016). *Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi: Türk silahlı kuvvetleri emekli personeli üzerinde bir araştırma*. *Finans ve Bankacılık Çalışmaları Dergisi*, 5(5), 52-70.
- Kaya, A. (2015). *Kobi yöneticilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin belirlenebilmesine yönelik bir araştırma: İzmir ili örneği*. İzmir: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Klapper, L. and Lusardi, A. (2020). *Financial literacy and financial resilience: Evidence from around the world*. *Financial Management*, 49(3), 589-614.
- Kolp, R. and Rodriguez, R. (1996). *Finansal yönetim*. (A. İ. Karacan, Çev.) Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu Yayınları.
- Krechovska, M. (2015). *Financial literacy as a path to sustainability*. *Západočeská univerzita v Plzni*(2), 3-12.
- Lusardi, A. and Mitchell, O. (2008). Planning and financial literacy: How do women fare? *American Economic Review*, 98(2), 413-417.
- Lusardi, A. and Mitchell, O. (2011). *Financial literacy and planning: Implications for retirement wellbeing*. 07 28, 2020 tarihinde nber.org: <https://www.nber.org/papers/w17078.pdf> adresinden alındı

- Lusardi, A. and Mitchell, O. (2013). *The economic importance of financial literacy: Theory and evidence*. Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Mason, C. and Wilson, R. (2000). *Conceptualising financial literacy*. Loughborough: Loughborough University Business School Research Series .
- Mutegi, H. K. et al. (2015). *Financial literacy and its impact on loan repayment by small And medium enterpreneurs*. International Journal of Economics, Commerce and Management, 3(3), 1-28.
- Neveu, R. (1986). Fundamentals of managerial finance. *Managerial finance* (s. 552). içinde Ohio: South Western Publishing Co.
- Newbold, P. (2000). *İşletme ve iktisat için istatistik*. (Ü. Şenesen, Çev.) İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Niu, G. et al. (2020). *Financial literacy and retirement preparation in China*. Pacific-Basin Finance Journal, 52
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), O.-o. D., & İnternational gateway for financial education (INFE), İ. (2012). *Finansal Eğitim Ulusal Stratejisi Üst Düzey İlkeleri*. TCMB.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2005). *Improving financial literacy analysis of issues and policies*. Paris: OECD Publishing.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2006). *OECD factbook 2006: Economic, environmental and social statistics*. Paris: VOCED Plus.
- President's Advisory Council on Financial Literacy (PACFL). (2008). Annual report to the president. President's Advisory Council on Financial Literacy.
- Rand. (2009). *Working papers*. 11 09, 2020 tarihinde www.rand.org: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/working_papers/2009/RAND_WR708.pdf adresinden alındı
- Remund, D. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276-295.
- SAGE. (2012). *Sage canadian small business financial literacy survey*. 05 11, 2020 tarihinde [sage.com](http://www.sage.com): <http://www.sage.com/na/~media/site/sagena/documents/surveys/Sage-Canadian-Small-Business-Financial-Literacy-Survey> adresinden alındı
- Samkin, G. (2014). Identifying the financial literacy skills necessary to run a small new zealand business. *e-Journal of Business Education & Scholarship of Teaching*, 8(1), 44-66.
- Schagen, S. and Lines, A. (1996). Financial literacy in adult life: A report to the natwest group charitable trust. *NFER*, 36-45.
- Temizel, F. ve Özgüler, İ. (2015). Finansal eğitime bakış. *Uluslararası İşletme ve Yönetim Dergisi*, 3(1), 1-16.
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB). (2011). *Dünya'da ve Türkiye'de finansal hizmetlere erişim ve finansal eğitim*. İstanbul: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası.
- Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB). (2015). *Finansal eğitim*. İstanbul: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (www.tcbm.gov.tr).
- Yılmaz, Y. ve Yılmaz, Y. (2005). Parametrik olmayan testlerin pazarlama alanındaki araştırmalarda kullanımı: 1995-2002 Arası yazın taraması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(3), 177-199.

Extended Abstract

Aim and Scope

The aim of this research is to determine the level of financial literacy of the accommodation business managers in the Central Black Sea region. The number of accommodation facilities has been determined from the T.C. Ministry of Culture and Tourism website and "Tripadvisor" website data.

Methods

In order to obtain the data to be used in the research, the survey method was preferred and the prepared survey was applied online. Data was collected from 234 businesses. 8 surveys that answered the control question incorrectly were

removed from the data set and interpreted by applying chi-square and correlation tests with descriptive statistics such as percentage/frequency on the remaining 226 data.

Findings

As a result of the analysis, there was an increase in the level of financial literacy with an increase in the level of Education. It was found that the information of the managers/ business owners involved in the study on the effective use of financial instruments, definitions of financial terms, financial statements and investment instruments was incomplete or incorrect. Participants educational levels were found to have an impact on the use of financial instruments and knowledge of financial terms. No significant association was found between the age and gender variables of participants and their financial literacy levels.

Conclusion

It should be noted that accurate financial information benefits individuals themselves and the businesses they manage, as well as incomplete and inaccurate information can cause financial harm. For this reason, the reliability of the source as well as the method in which financial information is obtained is an important factor. It is thought that financial literacy level determination researches to be applied on accommodation business managers and personnel in the future, together with academic support and financial education programs to be carried out in partnership with the units to which the enterprises are affiliated, will contribute to the increase in the level of financial literacy on a large scale.

Gastronomi Turizmi Kapsamında Lezzetin İzinde Kokulu Üzüm

Fragrant Grapes on the Trail of Flavour as part of Gastronomy Tourism

Elif Acuner¹, Cem Keskin²

Öz

Anadolu, binlerce yıllık geçmişiyle üzümün anavatanı ve gen merkezi konumundadır. Bu coğrafyada yaşayan her medeniyet üzümü ve üzümünden elde ettikleri ürünleri mutfak kültürlerinin içine almışlar ve mutfak kültürlerini farklılaştırmışlardır. Bu farklılık ise her geçen gün turizm açısından daha fazla çekicilik unsuru olarak değerlendirilmektedir. Bu doğrultuda değişen turizm dinamikleri ile gastronomi turistleri lezzetlerin takibini yaparak seyahatlerini planlamaktadırlar. Bu çalışma ile kokulu üzümün, Karadeniz Bölgesi'nin Orta ve Doğu sahil şeridinde yer alan illerdeki yeri ve önemi ayrıca gastronomi turizmüne yönelik bir ürün olarak potansiyeli ele alınmıştır. Gastronomi turizmüne yönelik ilginin arttığı sonucuna bağlı olarak, alternatif bir gastronomik ürün rotası önermesi açısından çalışma önem arz etmektedir. Çalışmanın teorik alt yapısı planlı davranış teorisine dayandırılmıştır. Çalışmanın evrenini Karadeniz Bölgesi'nin Orta ve Doğu sahil şeridinde yer alan; Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize ve Artvin illeri oluşturmaktadır. Çalışmanın verileri nitel araştırma yöntemlerinden doküman inceleme, gözlem ve görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Çalışmanın deseni örnek olaydır. Çalışmada veri analizi planı oluşturulmuş, betimsel analiz yöntemi ile veriler analiz edilmiştir. Çalışma ile elde edilen veriler; kokulu üzümün bölge için değerlendirilmesi gereken bir potansiyele sahip olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla kokulu üzümüne yönelik gastronomi rotalarının oluşturulması ile destinasyon çekiciliği artırılarak destinasyon imajının gelişmesine böylece yerel halkın yaşam kalitesinin yükseltilmesine önemli katkılar sağlanabilecektir.

Anahtar kelimeler: Gastronomi Turizmi, Kokulu Üzüm, Planlı Davranış Teorisi, Lezzet İzi.

Abstract

Anatolia, with its thousands of years of history, is the homeland and gene center of grapes. Every civilization living in this geography has included grapes and products produced from them into their culinary cultures and differentiated their culinary cultures. This difference is considered more and more attractive in terms of tourism day by day. With the changing tourism dynamics, gastronomy tourists plan their travels by following flavors. In this study, the place and importance of fox grape in the provinces located on the Middle and Eastern coastline of the Black Sea region, and its potential as a product for gastronomy tourism were discussed. Depending on the result that the interest in gastronomic tourism has increased, the study is important in terms of proposing an alternative route of gastronomic product. The theoretical background of the study is based on the theory of planned behavior. The population of the study consists of Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize and Artvin provinces located in the Middle and Eastern coastline of the Black Sea region. Data of the study were collected by document analysis, observation and interview techniques, which are among the qualitative research methods. The research was designed as a case study. In the study, a data analysis plan was created and the data were analyzed using the descriptive analysis method. The data obtained from the study reveal that fox grape has a potential that should be evaluated for the region. Therefore, the creation of gastronomic routes to fox grape can contribute to increasing the attractiveness of the destination and improving the image of the destination, and thus to increasing the local people's quality of life.

Keywords: Gastronomy Tourism, Fragrant Grapes, Planned Behavior Theory, Flavor Trail.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: Z30, Z32, L83.

Submitted: 10 / 10 / 2021

Accepted: 29 / 12 / 2021

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Ardeşen Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, elif.acuner@erdogan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7769-8705>.

² Yüksek Lisans Öğrencisi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, cem_keskin19@erdogan.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2591-3802>.

Giriş

Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organisation - UNWTO) istatistiklerine göre 2019 yılında dünyada 1,5 milyar insan turizm faaliyetlerine katılmıştır (UNWTO, 2020). Türkiye’de ise aynı yılda bu rakam 52 milyon kişidir (TÜİK, 2020). Tüm ülkeler 1,5 milyar kişilik pastadaki paylarını dolayısıyla turizm gelirlerini arttırmak üzere birbirleri ile rekabet etmektedir (Özdemir & Altiner, 2019, s. 1). Bu rekabetten kazançlı çıkmak isteyen farkındalık düzeyi yüksek olan ülkeler, küreselleşmenin etkisinden de doğan, turizm anlayışındaki değişiklikleri dikkate almaya, dahası geleneksel turizm hizmetlerinin yanında turistlere farklı deneyimler sunmaya ve bu hizmetleri turizm programları içerisine almaya başlamışlardır (Ortiz & Rama, 2016, s. 15). Turizm anlayışının değişmesiyle turizme katılan kişiler özel ilgi alanlarına göre yeni lezzetler, kültürler ve yeni yerler deneyimlemek için seyahat etmeye başlamışlardır. Dünyadaki turizm otoritelerinden gelen verilere göre artık deniz, kum, güneş kavramı turistler için sıradanlaşmaya başlamış, bunların yerini lezzet, yiyecek ve şarap deneyimi almaya başlamıştır (Taş & Taş, 2017, s. 2).

Gastronomi turizminin temelini yiyecek ve içecek kültürü oluşturmaktadır. Çiftliklere ve şarap üretim yerlerine düzenlenen gezilerde turistlere üretilen ürünlerin test edilmesini de kapsayan seyahatler sunulmaktadır (Özdemir & Altiner, 2019, s. 3). Gastronomi turizmi insanların yiyecek ve içecek deneyimlemeleri için seyahat motivasyonlarına önemli katkıda bulunmaktadır (Harrington & Ottenbacher, 2010, s. 14). Turistik yer seçiminde bu kavramlar tek başına olmasa bile seçim sırasında artan bir motivasyon olduğu görülmektedir (Scarpato & Daniele, 2003, s. 297).

Gelişmiş ülkelerde gastro turizm, turizmin en dinamik ve yaratıcı alanlarından biri haline gelmiştir. Gastro turistler geleneksel yiyecekler ve yerli içecekler aracılığıyla, gidilen bölgedeki kültürü ve insanları deneyimlemek için dünyanın birçok bölgesine seyahatler gerçekleştirmektedirler (Williams, Jr, & Omar, 2014, s. 6). Bir destinasyonun sahip olduğu gastronomik çeşitlilik bölgeye çekicilik kazandırıp diğer destinasyonlarla rekabet etmesini sağlamaktadır (Şahin & Ünver, 2015, s. 64). Yerel gastronomi kültürü günümüzde turizm amaçlı kullanılan en önemli değerlerdendir. Dünyada yerel gastronomi kültürünün sürdürülebilirliğini sağlamak için ulusal ve uluslararası örgütler gastronomi varlıklarını koruma altına alıp tescilleme yoluna gitmişlerdir (Çağlı, 2012, s. 1). Bu ürünlerden birisi de Karadeniz Bölgesi’nde doğal olarak yetişen ve bölgeye tescilli sağlanmış kokulu üzumdür (*VitisLabruscaL.*) (Kumcağız, 2017).

Araştırmanın temel amacı Karadeniz bölgesinin sahil şeridinde özgü gastronomik bir ürün olan kokulu üzümün, yerel halk açısından öneminin incelenerek turizm potansiyelinin değerlendirilmesidir. Bu kapsamda kokulu üzümün üretilen ürünler ve yerel halkın görüşleri alınarak gastro turistlere planlı davranış teorisi kapsamında niyet unsuru oluşturmayı hedeflemektedir. Kokulu üzüm Karadeniz bölgesine tam adapte olmuş, tat, aroma ve yapı bakımından diğer üzüm çeşitlerinden ayrılan farklı bir türdür. Ancak Gastronomi kapsamında incelendiğinde kokulu üzümle ilgili çalışmalar sınırlı kalmaktadır. Literatürde gastronomi turizmüne yönelik ilginin arttığı ilgili çalışmalarda görülmekle birlikte, alternatif bir gastronomik ürün rotası önermesi açısından çalışma önem arz etmektedir. Bu kapsamda gelecekte yapılacak çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Modern anlamda turizm, kapitalizmin gelişimine bağlı olarak batıda ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla turizmin gelişim süreçlerini algılayabilmek için kapitalizmin çalışma dinamiğini ayrıca irdelemek gerekir. Özellikle sanayi devriminin ortaya çıkmasının ardından kapitalist sistemdeki değişimler turizmde de değişimlere sebebiyet vermiştir (Roney, 2002, s. 9). Sanayi devriminin ortaya çıkardığı kapitalist sistemin bir yansıması olan post- modernizm; kendi içinde kurallar halkasını oluşturan kültürel boşluğun bir göstergesi olmuştur (Kozak, Evren, & Çakır, 2013, s. 7). Post-modern toplumda üretimden ziyade tüketim ön plana çıkmış, nesnelere metalaşmış ve tüketilmiştir. Post-modern toplumda turizm içerisinde tüketilen bir meta haline gelmiştir (Avcıkurt, 2017, s. 29). Yirmi birinci yüzyılın başlangıcından itibaren ise turizm kitlelilikten uzaklaşmış bireyselliğe doğru gelişme göstermiştir (Kozak, Evren, & Çakır, 2013, s. 8). Aynı şekilde post modern turizm paradigmasının etkisini devam ettirdiği günümüzde; turist tipleri anlamsızlaşmakta, teknoloji kullanımı artmakta ve yaygınlaşmakta, üst gerçeklik ve sanal tecrübeler otantik öğelere göre daha fazla talep görmeye başlamaktadır (Kozak, Evren, & Çakır, 2013, s. 8). İnternet teknolojilerinin gelişmesi ve ulaşım yollarının ucuzlayarak erişim kolaylığının artması, turistleri daha kısa ve sık şekilde ilgi alanlarına göre egzotik destinasyonlara seyahat etmeye yönlendirmiş ve bu durum turizm endüstrisinde de değişimlere neden olmuştur (López-Guzmán & Sánchez-Cañizares, 2012, s. 63). Bu değişimlerin bir sonucu olarak klasik ve geleneksel kitle turizminin olumsuz özelliklerini azaltmak amacıyla ortaya çıkan alternatif turizm, yeni turistik ürünlerin bir araya getirilip pazarlanması amacıyla oluşturulan bir turizm çeşididir (Ulusan & Batman, 2010, s. 245). Alternatif turizme katılan turistler turlarını kendi istek ve ilgi alanlarına göre planlayarak seyahatlerini bireysel ya da küçük gruplar halinde yapmaktadırlar (Cohen, 1987, s. 14). Turizme katılan ziyaretçilerin sıradan deneyimlerin aksine yeni deneyimlere yönelmesi örneğin yeni yerler keşfetmek, farklılıkları aramak gibi talepleri alternatif turizme yönelik ilgiyi arttırmaktadır (Çeken, Dalgın, & Çakır, 2012, s. 11). Ayrıca alternatif turizm yabancı mülkiyetli işletmeler ve dış sermaye yerine; küçük ölçekli, mülkiyeti ailelere ait işletmelere önem vermektedir. Bu sayede harcanan paranın bölgede kalmasına,

bölgenin ekonomik olarak kalkınmasına olanak sağlanmaktadır (Brohman, 1996, s. 64). Yukarıda sıralanan değişim ve gelişimler beraberinde insanlardaki beslenme düzenini çeşitlendirmiştir. İnsanlar artık fizyolojik olarak karnını doyurmak yerine yemekten haz alma peşine düşmüşlerdir (Deveci, Türkmen, & Avcıkurt, 2013, s. 31). Diğer yandan değişen turist tipolojisi, farklı olanın peşinde gitme isteği ve yerel kültürlere olan ilginin artması, (Trunfio, Petruzzellis, & Nigro, 2006, s. 429) gastronomi kavramıyla birlikte ele alınmaya başlanmış ve gastronomi turizmi denilen alternatif bir turizm çeşidini ortaya çıkarmıştır (Akdağ, Özata, Sormaz, & Çetinsöz, s. 272).

Gastronomi ve mutfak turizmi unutulmaz yiyecek içecek deneyimleri için turizme katılan ziyaretçilere seyahat motivasyonu ve seyahat etme davranışına önemli ölçüde katkı sunan bir turizm çeşididir (Harrington & Ottenbacher, 2010, s. 14). Gastronomi turizminin kökleri tarım, kültür ve turizme dayanmaktadır. Üç bileşen de gastronomi turizmini pazarlamak, insanların hedefinde cazibe ve deneyim olarak konumlandırmak için fırsatlar sunmaktadır. Tarım, ürünü sağlar, kültür, tarihi ve özgünlüğü sağlar; turizm ise altyapı ve hizmetleri sunar. Bu üç bileşen gastronomi turizminin temelini oluşturur (Rand & Heath, 2008, s. 208-209). Gastronomi turizmi diğer birçok seyahat aktivitesinden ve turistik destinasyonlardan farklı olarak yılın her mevsimi ve her türlü hava koşulunda gerçekleştirilebilir bir turizm türüdür. Ayrıca bir bölgede gastronomi turizmi geliştirilebilirse, özellikle turizm yaşam döngüsünün kritik aşamasında yer alan destinasyonlar için turizmin canlanması sağlanabilir (Kivela & Crofts, 2005, s. 40). Bir turistik bölgenin gastronomik açıdan zenginlikleri ve mutfak kültürü turistik bir ürün olarak her geçen gün değer kazanmaktadır (Şahin & Ünver, 2015, s. 65). Dünyada hemen hemen her mutfağın kendine has özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler o mutfağı diğer mutfaklardan ayıran farklılıkları göstermektedir. Din ve inanışlar, bölgeye has bitki ve hayvan çeşitliliği, toplum yapısı, gündelik yaşam biçimi gibi özellikler mutfakların temel belirleyicisi konumundadır (Deveci, Türkmen, & Avcıkurt, 2013, s. 31). Bu bağlamda gastronomi turizmi, yöresel mutfak kültürlerini tanımak, gidilen yöreye özgü lezzetlerin tadımını yapmak, ziyaret edilen bölgede yetişen ürünlerin yetiştirilmesini ve toplanmasını görmek, yöresel mutfaklara ait kullanılan araç ve gereçleri tanımak ya da ünlü restoranların yemeklerini tatmak amacıyla gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Şengül & Türkay, 2016, s. 89).

1.1. İlgili Çalışmalar

Literatür incelendiğinde gastronomik kimliği oluşturan belirli başlı unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar bir bölgede üretimi gerçekleştirilen ürünlerin tat doku ve lezzetlerine etki etmektedir. Gastronomik kimliğin bu özelliği lezzetlerin takibini yaparak turizme katılan gastronomi turistleri için çekicilik unsuru oluşturmaktadır (Harrington & Ottenbacher, 2010, s. 14). Gastronomi ve şarap turizmine katılan turist sayısı günümüzde hızla artmakta farklı lezzetlere yönelik talepler artmaktadır. Küresel turizm pazarında 2017 yılında turist harcamalarında en büyük artış %61'le yemek deneyiminde yaşandı. 2018 yılında mutfak turizmi pazarı 82 milyar dolara ulaşmış 2019 yılında %8'lik bir büyüme yakaladı. 2019 yılında toplam seyahat harcaması 1,1 trilyon dolar olmakla birlikte bunun 278 milyar doları yiyecek içecek hizmetlerinden sağlanmıştır (Anonim, 2021). 2027 yılında küresel turizm pazarının %16.8 büyüyerek 1.7 trilyon dolara ulaşması beklenmektedir (Kattiyapornpong, Ditta-Apichai, & Chuntamara, 2021, s. 1). Gastronomik kimliği oluşturan ürünlerin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi bölgesel kalkınmayı desteklemekte, bölge için çekicilik etkeni yaratmakta ve gastronomik kimliği oluşturan unsurların korunmasına yardımcı olmaktadır (Kivela & Crofts, 2005, s. 40).

Harrington (2005), gastronomik kimliğin tanımlanması, çevre, kültür ve yiyeceklerde hakim bileşenler; doku ve tatlar üzerine yaptığı çalışmada bir bölgenin gastronomik kimliğinin tanımlanabilmesi ve açıklanabilmesi için bir çerçeve gerektiğinden bahsetmektedir. Bu çerçeveyi belirleyen unsurlar, mevcut tarım ürünleri, bu ürünleri etkileyen iklim ve coğrafya, bölge kültürü, din, tarih, etnik çeşitlilik, inanç ve değerlerdir. Bu unsurların şarap ve yiyeceklerdeki mevcut bileşenleri, doku ve tatları büyük ölçüde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Nedalcu (2017), gastronomi ve şarap turizminin yerel ekonomik kalkınma ile ilişkisini incelediği çalışmada Romanya (bir şarap üretim bölgesi olan) Dealu Mare'de yerel ve ekonomik kalkınma için gastronomi ve şarap turizminin fırsatlarını analiz etmiştir. Gastronomi ve şarap turizminin bölge insanı için refah ortamı sağlayabilecek rekabetçi ve çevre dostu tarım politikası ile birlikte çekicilik unsuru oluşturulduğu görülmüş ve bölgeye özgü bir kimlik kazandırıldığı sonucuna varılmıştır.

Alonso (2013), gastronomik miras olarak Tannat şaraplık üzümünün sembolü ve referans olarak konumlandırılması ile ilgili yaptığı çalışmada, kırsal alanlarda şarap, yiyecek ve alternatif turizm türlerinin artan değerinin, bir bölgenin mutfak kültürüne olumlu yansımalarının olduğundan bahsetmektedir. Yapılan çalışmada Uruguay şarap endüstrisi, Uruguay şarapları ve şarap rotaları incelenmiş, ülkede 200 yıldan beri üretilen Tannat üzümüne karşın farkındalığın artması sonucu yerel yiyecekler ve benzersiz gastronomi deneyimleri arayan ziyaretçiler için yeni gastronomik konseptlerin oluşturulmaya başlandığından bahsedilmektedir.

Ergüven (2015), özel ilgi turizmi çeşitlerinden gastronomi ve şarap turizmi, Trakya bağ rotası üzerine yaptığı çalışmada toplu tüketim alışkanlıklarına sahip insanların yaşamlarında çeşitli farklılıklar oluşturmak, farklı deneyimleri tecrübe etmek için özel ilgi turizm türlerine yöneldiğinden bahsetmektedir. Gastronomi ve şarap turizmi bu insanlar için artan bir çekiciliğe sahiptir. Yapılan çalışmada Trakya bağ rotası üzerinde 12 girişimciden 9 tanesi ile mülakat yapılmıştır. Çalışma sonucunda

elde edilen veriler incelendiğinde turizm odaklı popüler olmayan destinasyonlarına çeşitli insan kaynakları ile alt ve üst yapının sağlanmasıyla turizm konusunda canlılık kazandırılabilceği ortaya çıkmıştır.

Akdağ (2015), Trakya bağ rotasını takip eden yerli turistlerin şarap turizmi deneyimleriyle ilgili yaptığı çalışmada bu rotayı takip eden 23 yerli şarap turisti ile mülakat gerçekleştirmiştir. Yapılan görüşme sonucunda bölgeyi ziyarete gelen şarap turistlerinin ekonomik durumlarının iyi olduğu, eğitim seviyelerinin yüksek, gastronomi ve şarap ile ilgili konulara hâkim olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca yapılan bu çalışmanın sonucuna göre şarap turistleri alternatif bağ rotalarının oluşturulmasını desteklemektedirler.

Dırak (2009), İzabella üzümünün Tekirdağ koşullarında yetiştirilmesi ile ilgili yaptığı çalışmada, İzabella (kokulu) üzümünün fenolojik gözlemleri, salkım, tane özellikleri ve şarap kalitesi incelenmiştir. Çalışmanın sonucunda İzabella üzümünün kendine has olan aroması nedeniyle hem sofralık ve şıralık hem de şaraplık üzüm olarak kullanılabilceği öngörülmüştür. Çalışmada İzabella üzümünün sofralık üzüm ve meyve suyu üretimi için de uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Karagöz (2018), Gastronomide tat ve aroma etkileşimleriyle ilgili yaptığı çalışmada, turistlerin yeni bir destinasyonu ziyaret etme seçimlerinde lezzet unsurlarının önemli olduğundan bahsetmektedir. Çalışma ayrıca, turistik potansiyele sahip bölgelerin tercih edilmesini artırmak ya da turistik potansiyeli düşük bölgelerin turist çekmesini sağlamak için gastronominin öneminin arttığından bahsetmektedir. Çalışmada, bölgeye gelen turistlerin lezzet isteklerini iyi bilmenin ve turistlerin beklentilerini öngörebilmenin bölgesel gastronomik ürünlerin geliştirilmesini kolaylaştırdığı sonucunda varılmıştır.

1.2. Dünyada ve Türkiye'de Üzüm Üretimi

Üzüm dünya üzerinde üretimi en fazla gerçekleştirilen kültür bitkilerinden birisidir. Bunun nedeni üzümün toprak ve iklim seçiliminin az olması kolay çoğaltılabilir bir bitki olması ve üzümünden üretilen ürünlerin çeşitliliği etkili olmaktadır (Tarım ve Orman Bakanlığı [TOB], 2021). Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) 2019 verilerine göre, Dünyada 93 ülkede 7,7 milyon hektar alanda üzüm üretimi yapılmaktadır. Dünyada üzüm üretim alanında İspanya 936.890 hektarla ilk sırada bulunmaktadır. İspanyayı Fransa, Çin ve İtalya izlemektedir. Türkiye 405.439 hektar üzüm üretim alanıyla dünyada 5. sırada yer almaktadır (Tablo 1). Dünyada üzüm üretimi 2019 yılında 77,1 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Çin dünyada 14 milyon tonla en fazla üzüm üretimini gerçekleştiren ülke konumundadır. Çin'i sırasıyla İtalya, Amerika Birleşik Devletleri, İspanya ve Fransa izlemektedir. Türkiye üzüm üretiminde dünyada 4 milyon tonla 6. sırada yer almaktadır (Tablo 2) (FAO, 2021).

Tablo 1. Üzüm Üretim Alanında Önemli Ülkeler (Hektar)

Ülkeler	2016	2017	2018	2019
İspanya	935.105	937.763	939.920	936.890
Fransa	751.366	750.463	750.620	755.470
Çin	723.062	706.550	725.100	743.192
İtalya	668.087	670.085	675.820	697.910
Türkiye	435.227	416.907	417.041	405.439
ABD	408.571	403.800	379.190	378.380

Kaynak: (FAO, 2021)

Tablo 2. Üzüm Üretiminde Önemli Ülkeler (Ton)

Ülkeler	2016	2017	2018	2019
Çin	12.629.400	13.082.900	13.666.800	14.019.797
İtalya	8.201.914	7.169.745	8.513.640	8.201.858
ABD	6.982.630	6.698.520	6.890.980	6.888.338
İspanya	6.102.851	5.387.403	6.983.260	6.373.113
Fransa	6.027.506	5.011.054	6.267.790	5.868.620
Türkiye	4.000.000	4.200.000	3.933.000	4.000.364

Kaynak: (FAO, 2021)

TUİK 2019 yılı verilerine göre Türkiye'de üretilen üzümlerin %50'si sofralık, %35'i kurutmalık %11'i ise şaraplık olarak değerlendirilmektedir. Türkiye'de bağ alanı olarak ilk sırayı Ege Bölgesi almaktadır. Ege Bölgesini Güneydoğu Anadolu, Akdeniz ve Orta Anadolu Bölgeleri izlemektedir. Son sırada ise Doğu Karadeniz Bölgesi yer almaktadır (TUİK, 2021). Karadeniz Bölgesinin sahil şeridi yüksek nem koşulları nedeniyle bağcılık bakımından düşük bir potansiyeli barındırmaktadır (Kıracı & Şenol, 2017, s. 126). Türkiye'de üzüm üretimi bölgeler özelinde incelendiğinde ise, Ege Bölgesi'nde çekirdeksiz, Akdeniz Bölgesi'nde turfanda, Marmara Bölgesi'nde sofralık ve şaraplık, Orta ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri'nde ise sofralık, şaraplık, çekirdekli kurutmalık üzüm üretimi gerçekleştirildiği görülmektedir (TOB, 2021). TUİK verilerine göre bölgelere göre üzüm üretim alanları Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3. Türkiye’de Bölgelerin Üzüm Üretim Alanlarına Göre Sıralaması (Hektar)

Bölgeler	2016	2017	2018	2019
Ege	141.245	140.445	138.124	136.064
Güneydoğu Anadolu	118.133	111.663	113.671	109.306
Akdeniz	59.078	56.982	56.604	54.218
Orta Anadolu	40.699	38.838	39.406	38.114
Batı Anadolu	18.473	17.645	18.027	17.091
Ortadoğu Anadolu	17.624	17.070	17.468	17.062
Batı Karadeniz	13.467	11.727	11.751	11.536
Batı Marmara	12.901	11.404	10.917	10.728
Doğu Marmara	12.422	9.937	9.841	10.090
Kuzeydoğu Anadolu	937	939	968	965
Doğu Karadeniz	201	258	217	217

Kaynak: (TÜİK, 2021).

1.3. Anadolu’da Üzümün Kısa Geçmişi

Bölgede bir ürünün kullanıldığının en önemli ispatı bölgede yapılan arkeolojik kazılar sonucu ulaşılan delillerdir. Yoğun olarak kullanılan eşyalar ya da tüketilen yiyeceklere ait kalıntılar arkeolojik kazılarda ortaya çıkmaktadır. Üzüm üretimine yahut tüketimine yönelik tarihsel sürecin tespiti ile ilgili bilgilere benzer yolla erişmek mümkündür. Dünya üzerinde çok geniş bir alana yayılan üzümün, Kafkasya, Hazar Denizi’nin güneyi ve Anadolu’da M.Ö. 5000-6000 yıllarında kültüre alındığı yapılan çalışmalarla ortaya çıkarılmıştır (Türkben, Gül, & Uzar, 2012, s. 48). Dolayısıyla Anadolu, geçmişten günümüze üzümün tüketildiği ve kültürünün yapıldığı bir coğrafyadır (Sağlam & Sağlam, 2018, s. 2). Anadolu’da yaşayan halkların üzümü sofralarından eksik etmedikleri ifade edilmekte, hatta üzümü çeşitli şekillerde işleyerek üzüm suyu, şarap, pekmez, sirke, pestil, sucuk vb. ürünler şeklinde tüketerek beslenme ve enerji ihtiyaçlarını karşıladıkları belirtilmektedir (Çelik, 2004, s. 5). Bununla birlikte üzüm toplumsal ve ekonomik olarak her zaman insanlara önemli katkılar sunmuştur (Dırac, 2009, s. 10). Xenophon, Plinius, Strabon gibi gezgin tarihçiler Karadeniz Bölgesindeki yerleşim alanları ve çevrelerinde son derece verimli bağların olduğunu bildirmişlerdir (Çelik, 2004, s. 5). Trabzon’da bağcılık kültürünün Bizans döneminden çok önce başladığı, M.Ö 400 yılında bölgede yaşayan Grek kolonilerinin hediyelerinden birinin de şarap olduğu Xenophon tarafından yazılmıştır (Planhol, 1979, s. 254). Bölgede bağcılığın geçmişten beri yoğun olarak yapıldığı, Canik sancağı olarak bilinen Samsun ilinin Bafra ilçesinde tütün tarımının artması ile birlikte üzüm bağlarının yok olduğu bildirilmektedir (Yılmaz & Çelik, 2005, s. 22). Evliya Çelebi 1640 yılında Karadeniz sahillerine yaptığı gezide Trabzon’daki üzüm bağlarına hayran kaldığını aynı zamanda; bu bağlarda üretilen şıraların hoş kokulu, yoğun aromalı ve lezzetli olduğundan bahsetmiştir (Dağlı & Kahraman, 2008, s. 111).

1.4. Kokulu Üzüm (*VitisLabrusca L.*) Hakkında

İzabella kokulu kara üzümü (*VitisLabrusca L.*); çilek üzümü, siyah üzüm, Amerikan üzümü ya da tilki üzümü olarak bilinmektedir. Çeşitli hastalık ve mantarlara karşı dayanıklı olduğundan dolayı nemli ve serin iklim şartlarında kendiliğinden doğal olarak yetişebilmektedir. Çilek tadını andıran kendine has aroması, kalın kabuklu olması, kabuğunun et kısmından kolayca ayrılması ve meyvenin iç kısmına doğru daha asidik bir karakter kazanması kokulu üzümü diğer türlerden ayıran en önemli özellikleridir (Brown, et al., 1997, s. 2). Karadeniz Bölgesinde doğal olarak yetişmekte olan kokulu üzüm, karaağaç, akçaağaç meşe, dut vb. ağaçlara sarılarak yetişmekte ve hiçbir ilaç ve gübreye ihtiyaç duymadan gelişimini tamamlamaktadır (Kavgacı, 2019, s. 4). Kokulu üzüm üzerine yapılan çalışmalarda, başta astım olmak üzere solunum yolu enfeksiyonlarının iyileşmesine yardımcı olduğu, kalp krizi riskini azalttığı, sindirim sistemine yardımcı olduğu, cilde taze ve temiz bir görünüm kazandırdığı ortaya çıkmıştır (Üneş, 2016, s. 3). Ayrıca içeriğinde amino asit, B vitaminleri (B1, B2), potasyum magnezyum, demir ve mineralleri barındırmaktadır (Çelik, 2004, s. 17). Üzüm kabuğunda bulunan resveratrol adlı maddenin antikanserojen etki gösterdiği ve kanser ilacına (Glivec) direnç gösteren hastalara bile resveratrolün etkili olduğu gözlemlenmiştir (Güder, 2012, s. 24). Diplock ve arkadaşlarının, 1999 yılında yaptığı çalışmada sağlık üzerinde önemli etkileri bulunan resveratrol bileşimini yüksek miktarda içeren kırmızı şarapların “Fonksiyonel Şarap” olarak adlandırılabilceğini belirtmişlerdir (Diplock, et al., 1999’dan aktaran Yaman, Kavas, & Yücel, 2012, s. 81).

1.5. Karadeniz Mutfağında Kokulu Üzümünün Yeri

Karadeniz mutfağında kokulu üzüm geçmişten günümüze yerini alan bir ürün olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan görüşmelerde kokulu üzümün üretiminin nesilden nesile süregeldiğinden ve yaşça daha büyük kişilerle yapılan görüşmelerde ise bölgede daha önceden yaşamış milletlere ait sirke ve şarap küplerinin bulunduğu bahsedilmektedir. Buradan yola çıkarak Karadeniz mutfağında kokulu üzüm her zaman yerini almış bir üründür diyebiliriz. Kokulu üzümün üretilen ürünler bölgeden bölgeye farklılıklar gösterebilmektedir. Bölgede üzüm en çok taze olarak tüketilmektedir. Taze olarak tüketilmesinin yanında pek çok şekilde kokulu üzümün işlenip değerlendirildiği de görülmektedir. Pekmez bu ürünlerin başında gelir. Pepeçura, şıra komposto yahut hoşaf gibi ürünler en çok üretilen ve

tüketilen ürünlerdendir. Bu ürünleri pestil, köme, sirke ve koruk suyu takip etmektir. Kokulu üzümün yapraklarının toplanmasıyla taze ya da salamura olarak tüketilen asma yaprakları, yerel halkın deyimine göre bağ üzümüne göre tat, koku ve aroma olarak büyük farklılıklar göstermektedir. Bu ürünlerin özellikleri ve imalatı aşağıda tek tek açıklanmıştır.

Pekmez: Geleneksel olarak pekmez üretimi binlerce yıllık bir geçmişe sahiptir. Türkler tarih boyunca içeriğinde şeker ihtiva eden her şeyden pekmez üretmişlerdir (Uçar, 2008, s. 1384). Karadeniz Bölgesi'nde bolca yetişmekte olan kokulu üzüm genellikle pekmez yapımında kullanılmaktadır. İçinde barındırdığı yüksek besin değeri ile pekmez özellikle kış mevsiminde yöre halkının enerji ihtiyacını karşılamaktadır (Anonim, 2020).

Pepeçura: Pepeçuranın ham maddesi bölgede yetişen kokulu üzümdür. Yaz sonunda hasat edilen üzümlerin şirasından elde edilen bu tatlının kendine has aromatik mayhoş bir tadı vardır (Başaran, 2017, s. 143). Yapımı bölgeden bölgeye farklılık gösteren pepeçura Lazca'da "*termon*" ismiyle bilinmektedir (Coşan & Seçim, 2020, s. 136). Kokulu üzümlerden elde edilen şıra kaynatılır, mısır unu ve şeker eklenerek soğuk şekilde servis edilir (Ertaş & Karadağ, 2013, s. 127).

Pestil ve Köme: Kışık tüketilmek için hazırlanan pestil, besin değeri yüksek geleneksel gıdalardan biridir. Hasat edilen kokulu üzümde elde edilen şıraya pekmez toprağı eklenerek kaynatılır. Hazırlanan bulamaç eni 75-100 cm boyu 150-200 cm olan çaput bezlere dökülerek karıştırılır ve güneş gören bir yerde kurumaya bırakılır (Batu, Kaya, Çitak, & Şahin, 2007, s. 72-75). Köme ise pestil için kaynatılan şıranın içerisine buğday unu ve nişasta eklenerek hazırlanır. İpe dizilen cevizler hazırlanan bulamaca 15 dakika ara ile üç kez daldırılıp açık havada kurutulmaya bırakılır (Bayrak, 2015, s. 446).

Üzüm Şırası: Hasat edilen kokulu üzümlerin temizlenip ayıklanması işleminin ardından üzümler ezilerek ağır ateşte pişirilir. Soğuduktan sonra elde edilen üzüm suyu süzülerek şişelenir. 1-2 ay sonunda üzüm şırası içilmeye hazır hale gelir (Anonim, 2020).

Sirke: Olgunlaşan kokulu üzümler hasat edilip sıkıldıktan sonra üzerine su ilave edilip tülbentle örtülerek bekletilir bu şekilde sirke elde edilmiş olur (Akyol, 2012, s. 318).

Koruk Suyu: Olgunlaşmamış üzümlerin suyu sıkılarak elde edilen fermente edilmemiş üzüm suyudur. Sirke ve limon gibi salataları asitleştirici ve aroma verici olarak kullanılmaktadır (Çevik, Tezcan, & Sabancı, 2016, s. 322).

Komposto ve Hoşaf: Taze olarak toplanan meyveler suda kaynatılır tatlandırıcı olarak şeker eklenir. Kuru meyveden yapılan ürün ise hoşaftır. Türk mutfak kültüründe komposto ve hoşaf yemeklere yardımcı ve sindirimi kolaylaştırıcı olarak tüketilmekle birlikte yaz aylarında ise harareti almak için de tüketilir (Anonim, 2020).

Şarap: Üzümler istenilen olgunluğa geldikten sonra toplanmalıdır. Bağ bozumu olarak adlandırılan bu işlem şarabın kalitesini doğrudan etkileyen bir unsurdur. Şarabın içinde bulunan alkol üzümün şekerinden oluştuğu için üzümdeki şekerin belirli bir seviyeye gelmesi beklenir (Kaya, 2017, s. 23). Kokulu üzümlerin olgunlaştığı ve içeriğindeki şeker oranının en yüksek noktaya ulaştığı dönem araların üzümlere nektar toplamaya gelmesiyle de anlaşılır. Ayrıca bu dönemde asma yapraklarının yarısı dökülmüş olur (Anonim, 2020). Şarap için toplanan üzümler ezilir saplarından ayrılır, 25-30 °C arasındaki sıcaklıkta üzümün kabukları ile birlikte 1-2 hafta mayalanmaya bırakılır, mayalanmanın bitmesinin ardından şıra üzüm kabuklarından ayrılır ve şişe, fıçı ya da tanklara doldurulup olgunlaşmaya bırakılır (Benli, 2003, s. 42-47).

Asma Yaprağı: Üzüm bitkisi yapraklarının yemeklerde kullanılabilme amacıyla toplanıp salamura edilmesiyle elde edilen bir üründür. Taze olarak da tüketilebilmektedir (Bakırcı & Kaya, 2019, s. 315).

2. Araştırma Yöntemi

Yapılan çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, gözlem görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama yöntemlerinin kullanılarak algı ve olayların bütünsel ve gerçekçi bir şekilde incelediği bir araştırma yöntemi şeklinde tanımlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 41). Çalışmanın deseni durum (örnek olay)'dır. Çalışmanın evrenini Karadeniz Bölgesi'nin Orta ve Doğu kısmında sahil şeridinde yer alan; Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize ve Artvin illerinde yaşayıp kokulu üzüm üreten yerel halk oluşturmaktadır. Araştırmada orta ve doğu Karadeniz sahil şeridinin seçilmesinin nedeni kokulu üzüm türlerinin yağış ve sıcaklık isteğidir. Sahil şeridinin yoğun olarak yağış alması ikliminin ılıman olmasından dolayı Karadeniz sahil şeridinde kokulu üzüm doğal olarak yetişmektedir. Amaçlı örneklem nitel araştırmalarda aktarılabilişliliği artırıp araştırma evreninde karşılaşılan olgu ve olayların özelliklerini ortaya koyan örnekleme türüdür (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 282). Tipik durum örnekleme ise evrende incelenecek olayı açıklamak için evrendeki ortalama geneli yansıtan durumlardır (Baltacı, 2018, s. 257). Belirlenen evrenden nitel araştırmalarda kullanılan amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme kullanılarak örneklem belirlenmiştir. Bu çalışmanın örneklemini Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize ve Artvin illerinde yaşayan kokulu üzüm üretimi gerçekleştiren 19 katılımcı oluşturmaktadır. Bu çalışmada gastronomik bir ürün olan kokulu üzümün çıktılarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

Yapılan çalışma planlı davranış teorisine dayandırılarak açıklanmaya çalışılmıştır. Planlı davranış teorisi belirli bir ortamda gerçekleşen insan davranışlarını tanımlamak ve tahmin etme üzere oluşturulmuş bir davranış teorisidir (Küçük, 2011, s. 146). Planlı davranış teorisi ilk kez 1975 yılında Ajzen ve Fishbein tarafından ortaya atılan gerekçeli eylem teorisinin bir devamı olarak ortaya çıkmıştır. Planlı davranış teorisine göre bir davranışı gerçekleştirme durumu niyet tarafından belirlenmektedir. Niyet, davranışı gerçekleştirmede motivasyonu artırmaktadır (Ajzen, 1991, s. 181). Planlı davranış teorisi insanların belirli bir davranışı gerçekleştirmek için ne kadar istekli olduklarını ve ne kadar çaba sarf etmeyi planladıklarını göstermektedir (Beck & Ajzen, 1991, s. 286). Bu teoriye göre bireylerin toplumsal davranışları belirli faktörlerden etkilenmektedir. Bireyin davranışlarının kaynağı çeşitli sebeplerdir ve bu sebepler planlanmış şekilde ortaya çıkmaktadır (Erten, 2002, s. 220). Planlı davranış teorisi bağlamında Turistler, seyahatlerine başlamadan önce bir motivasyon kaynağına ihtiyaç duymaktadırlar. Motivasyon faktörleri (tutum, duygu, durum ve davranışsal niyet) bir destinasyonun ziyaret edilmesinde büyük rol üstlenmektedir. Gastronomi turizmine katılmak isteyen turistler için de yerel yiyecek ve kültürler, kültürel ilişkiler, çekici yerel ürünler, yeni heyecan arama isteği bir motivasyon ve niyet unsuru oluşturmaktadır (Su, Johnson, & O'Mahony, 2020, s. 1013). Bu açıklamalara dayanılarak çalışmanın araştırma problemi aşağıda yer almaktadır.

Araştırma Problemi: Karadeniz Bölgesi'nin Orta ve Doğu kısmında sahil şeridinde yer alan illerde gastronomik bir ürün olan kokulu üzümün çıktıkları nelerdir?

Araştırmanın Alt Problemleri:

1. Karadeniz Bölgesi'nin Orta ve Doğu kısmında sahil şeridinde yer alan illerde gastronomik bir ürün olan kokulu üzümün yerel halk için önemi nedir?
2. Karadeniz Bölgesi'nin Orta ve Doğu kısmında sahil şeridinde yer alan illerde gastronomik bir ürün olan kokulu üzümün turizm potansiyeli nedir?

Yapılan çalışmanın amacı gastronomik bir ürün olarak kokulu üzümün gastronomi turizmi bağlamında farkındalığını artırmak, potansiyel olarak yerel halkın görüşlerini öğrenmek, mikro ölçekte kokulu üzümün diğer üzüm türlerinden farklılıklarını ortaya koymak ve Bölgede kokulu üzümün en fazla üretilen ürünleri tespit etmektir. Yapılan çalışmada verileri toplamak için görüşme, gözlem ve doküman inceleme yöntemleri uygulanmıştır. Görüşmeler yarı yapılandırılmış görüşme formları aracılığıyla yapılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanılan veri toplama yöntemlerinden birisidir. Bunun başlıca nedeni hem belirli bir kalıba bağlı olması, hem de esnek bir yapıda olmasından dolayıdır (Kallio, Pietilä, Johnson, & Kangasniemi, 2016, s. 2955). Bu kapsamda Akdağ, (2015), Ayazlar & Öngider, (2018) Katlav, Eren, & Tuna, (2019)'un çalışmaları incelenerek yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. Formun ilk bölümünde araştırmaya katılan kişilerin demografik özellikleri, ikinci bölümünde ise kokulu üzümün bölgedeki yeri ve önemini belirlemek amacıyla yöneltilen on bir soru bulunmaktadır.

Bu çalışmada veriler Ekim- Kasım 2020 aylarında Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize ve Artvin illerinde 19 kişi ile görüşülerek elde edilmiştir. Bu görüşmelerin her biri yaklaşık 35 dakika sürmüştür. Görüşmeler covid-19 pandemi koşulları nedeniyle Samsun ilinde yüz yüze diğer illerde ise telefon aracılığı ile yapılmıştır. Elde edilen veriler not alma yöntemi ile kaydedilmiştir. Kayıt edilen notlar yapılan görüşmelerin ardından gözden geçirilip elektronik ortama aktarılmıştır. Çalışmada kullanılan diğer yöntem doküman incelemesidir. Çalışmada veri elde etmek için incelenen dokümanlar; kokulu üzümle ilgili yazılan tezler ve makalelerden oluşmaktadır. Çalışmada en son kullanılan yöntem ise gözlemdir. Gözlem formu iki kısımdan oluşmaktadır. İlk bölümde kokulu üzüm türleri ve farklı üzüm türleri incelenmiş, ikinci kısımda ise kokulu üzümün üretilen ürünlerin nasıl imal edildiği gözlemlenmiştir.

Araştırmada elde edilen verilerin özellikleri dikkate alınarak veri analizi planı oluşturulmuş, betimsel analiz ve içerik analizi ile elde edilen veriler analiz edilmiştir. Nitel araştırmalarda betimleme, analiz ve yorumlama araştırmanın analiz temelini oluşturmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 238). Elde edilen veriler betimsel ve içerik analiz kullanılarak işlenmektedir. Verilerden yola çıkarak olaylar arasındaki bağlantıyı ilişkilendirmek yeni kavram ve fikirlerin ortaya çıkabilmesini sağlamak için tümevarım yöntemi kullanılmaktadır (Baltacı, 2018, s. 377). Araştırmacılar tümevarım ile sonuca ulaşarak kuram oluşturmaya çalışmaktadırlar. Tümevarım analizi araştırmacının elde ettiği verilerin kodlanması, kategorize edilmesi ve son olarak temaların bulunması ile gerçekleşmektedir (Özdemir M., 2010, s. 330-332). Kodlama verilerin içerik analizi uygulanarak anlamlı bölümlere ayrılması, isimlendirilmesi sürecidir (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 342). Buradan yola çıkarak araştırma sorularına ilişkin elde edilen veriler literatürden elde edilen verilerle karşılaştırılmış süreç dâhilinde iki farklı araştırmacı tarafından gözden geçirilerek "Gastronomik bir ürün olarak kokulu üzümün yerel halk için önemi" ve "Gastronomik bir ürün olarak kokulu üzümün turizm potansiyeli" olarak iki başlık olarak kodlanmıştır. İçerik analiziyle elde edilen birbiriyle ilişkili kavramlar gruplandırılarak kategoriler (temalar) elde edilmektedir (Özdemir M., 2010, s. 332). Tematik kodlama yapılırken iç ve dış tutarlılık üzere iki önemli husus bulunmaktadır. İç tutarlılık elde edilen verilerin anlamlı bir bütün olarak temayı yansıtır yansıtmadığı, dış tutarlılık ise araştırmada ortaya çıkan temaların araştırmada

elde edilen verileri anlamlı şekilde açıklayabilmesine ilişkindir (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 250). Sürece uygun olarak temalar bulunmuş, iki farklı araştırmacı ile birlikte düzenlenerek birbirine benzerlik gösteren kategoriler birleştirilip ana kategoriler oluşturulmuştur. Nitel araştırmaların öznel bir yapı içinde genellenebilir olmaması nicel araştırmalarda kullanılan güvenilirlik ve geçerlik modellerinin nitel çalışmalarda uygulanabilir olmasını mümkün kılmamaktadır (Şener, et al., 2017, s. 8). Bu yüzden nitel araştırmaların niteliğini artırabilmek amacıyla yeni stratejiler ortaya çıktığı görülmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 276). Guba (1981) tarafından geliştirilen “trustworthiness” modeli nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerliğin temelini oluşturan stratejilerden biri olmuştur. Bu model içinde “credibility (inandırıcılık),” “transferability (aktarılabirlik),” “dependability (tutarlılık)” ve “confirmability (doğrulanabilirlik)” başlıklarından oluşmaktadır (Şener, et al., 2017, s. 9). Nitel araştırmalarda inandırıcılığın sağlanabilmesi için yapılan araştırma sürecinin başından sonuna kadar açık, teyit edilebilir ve tutarlı özellikte olması gerekmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2018, s. 277). Araştırma sürecinde uygun yöntemin kullanılması verilerin kodlanıp, kategorize edilerek temaların oluşturulması inandırıcılığın sağlanabilmesi konusunda önem arz etmektedir (Yaşar, 2018, s. 59). Bu sürece uygun olarak inandırıcılığın sağlanabilmesi için araştırmada uygun yöntem ve örneklem seçimi yapılmış, araştırma sürecinde katılımcılara yönelen sorular sorulmuş, sorulan sorular ve cevaplar katılımcılardan teyit alınarak toplanmıştır. Araştırma sürecinde toplanan veriler kategorize edilerek kodlanması gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler bir adet dış gözlemci tarafından incelenmiştir. Nitel araştırmalarda aktarılabirlik araştırmada örneklemde elde edilen sonuçların genellenebilir olmasıyla ilişkilidir (Egon G & Yvonna S, 1982, s. 246). Bu süreç doğrultusunda aktarılabirliğin sağlanabilmesi için araştırmada, katılımcı sayısı veri toplama yöntemi, yöntemin uygulama süresi ve kısıtlıklar hakkında bilgiler verilmiştir. Nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerliğin sağlanabilmesi için tutarlı sonuçların elde edilmesi beklenilmektedir. Tutarlılık aynı yöntemler ve aynı katılımcılarla benzer sonuçların elde edileceğini göstermek için kullanılmaktadır (Shenton, 2004, s. 71).

Bu süreç kapsamında kullanılan görüşme teknikleri ve çalışma tasarımı hakkında bilgiler verilmiştir. Nitel araştırmalarda doğrulanabilirlik, araştırmacının verilere ulaşma aşamasında katılımcılar üzerinde herhangi bir etki bırakmadan tarafsız olarak verileri toplama sürecidir (Şener, et al., 2017, s. 13). Bu süreç kapsamında yarı yapılandırılmış sorular hazırlanmış katılımcıların vermiş olduğu cevaplar birebir olarak yazıya geçirilmiştir. Sonrasında katılımcılardan verdikleri yanıtlar teyit edilmiştir. Katılımcıların sorulara verdikleri benzer yanıtlar gruplandırılarak tablo oluşturulmuştur. Onaylanabilirlik altında incelenen dış gözlemci, nesnelliğin sağlanabilmesi adına görüşmelerdeki veri ve yorumların denetimini sağlamaktadır (Arastaman, Fidan, & Fidan, 2018, s. 62).

Bu süreç doğrultusunda dış bir gözlemci yardımıyla araştırmada bulunan sonuçlar elde edilen ham verilerle karşılaştırılmıştır. Araştırmaya katılan kişilerin görüşlerinin saklı kalabilmesi için katılımcılar isimlendirilerek sıralanmış ve yaşadıkları şehirlerle birlikte aşağıdaki Tablo 4’te kodlanmıştır.

Tablo 4. Araştırmaya Dâhil Edilen Şehirler ve Görüşme Yapılan Kişilere İlişkin Kodlar

İller	Katılımcılar
Ordu	Katılımcı 1, Katılımcı 2
Giresun	Katılımcı 3, Katılımcı 4, Katılımcı 5
Samsun	Katılımcı 6, Katılımcı 7, Katılımcı 8, Katılımcı 9, Katılımcı 10, Katılımcı 11, Katılımcı 12, Katılımcı 13
Rize	Katılımcı 14, Katılımcı 15
Trabzon	Katılımcı 16, Katılımcı 17
Artvin	Katılımcı 18, Katılımcı 19

3. Bulgular

Araştırmaya ilişkin bulgular kodlanıp kategorize edilerek Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Araştırma Bulguları

Ana Kategori	Alt Kategori	Katılımcı Görüşleri
Gastronomik Bir Ürün Olan Kokulu Üzümün Yerel Halk İçin Önemi	Mevcut Üretim	Yapılan görüşmelerde katılımcıların hepsi uzun yıllardır bölgede kokulu üzümün üretildiğinden bahsetmişlerdir. Ayrıca kokulu üzümün en az yüz senedir yetiştirildiğini, her evin bahçesinde bir adet kokulu üzüm asmasının bulunduğunu, yetiştirmek için herhangi bir çabanın harcanmadığını belirtmişlerdir (Katılımcı 4, 6, 7, 10, 12, 13). Bazı evlerde atadan kalan asmaların bulunduğunu, yaşça büyük katılımcıların belirttiğine göre ise bölgede önce yaşayan milletlere ait sirke ve şarap fıçılarına rastlandığını, bahçelerinde bulunan kokulu üzümün kök ve gövdelerinin çok kalın olduğunu hala üzüm verdiklerini belirtmişlerdir (Katılımcı 11, 18, 19). Kokulu üzüm bazı bölgelerde meşe, kiraz, kestane; bazı bölgelerde ise karayemiş (halk arasında taflan, tahnal olarak bilinen) ağaçlar(ın) a sarılıp gelişimini tamamlamaktadır (Katılımcı 1,2, 3, 5, 6, 8, 10, 13, 14, 15, 17). Meşe ağacında yetişen kokulu üzümün daha farklı bir aromaya sahip olduğu diğer ağaçlarda yetişenlere göre tat farkının olduğu ifade edilmiştir (Katılımcı 8). Katılımcılar Karadeniz Bölgesi'nde kokulu üzümün herhangi bir çaba gösterilmeden kendiliğinden doğal şartlarda yetiştiğini herhangi bir bakım, ilaçlama ya da gübreleme yapılmadığını bildirmişlerdir (Katılımcı 9, 11,13, 14, 16,17).
	Bağcılık Kapsamında Üretim	Yapılan görüşmelerde katılımcıların hepsi bağcılık olarak üzüm üretimi yapılmadığı, her evin bahçesinde ihtiyaçları doğrultusunda en az bir kokulu üzüm asmasının bulunduğunu belirtmişlerdir. Kokulu üzümün bir getirisi bulunmadığı için bağcılık üretimine sıcak bakılmadığını, sadece meyve olarak tüketmek için bahçede çeşitli ağaçlara sarılı şekilde bulunduğunu belirtmişlerdir (Katılımcı 7, 8, 12, 14, 15, 16,17, 18, 19). Katılımcılar kokulu üzüm bağcılığının uygulanabilirliğinin aslında kolay olduğunu çok büyük bakım, ilaçlama ve gübrelemeye ihtiyaç duymadığını ancak bir getirisi bulunmadığı için günümüz şartlarında yerel halkın sıcak bakmadığını belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 2, 7, 9, 10, 14,15). Aslında bölgede kokulu üzümün çok sevildiği, özellikle asma yaprakları için üretiminin yapıldığı; bağcılık olarak teşvik edilerek desteklenmesi gerektiği yönünde görüş bildirmişlerdir (Katılımcı 9). Bölgede hali hazırda üretimi yapılan fındık, çay, mısır gibi ürünlerden insanların geçimlerini sağladığını, bölge insanı ancak bir gelir elde ettiği taktirde kokulu üzüm yetiştiriciliğini bağcılık düzeyinde düşünebileceğini belirtmişlerdir (Katılımcı 3, 4, 5). Kokulu üzümün alternatif ürün olarak bölgede gelir getirmesi bakımından önemli bir potansiyel olduğunu, on yıl öncesine kadar bölgede bulunmayan kivi ağaçları gibi çeşitli teşviklerle üretiminin yapılabileceği belirtilmiştir (Katılımcı 11, 13). Artvin Borçka ilçesinde 4-5 sene önce arazisinin bir kısmına kokulu üzüm fidanı diktiğini ancak satış konusundaki sorunlar yüzünden bu bahçeyi hobi olarak kullanmaya başladığını belirtmiştir (Katılımcı 18).
	Toplumsal ve Kültürel Yaşamda Kokulu Üzüm	Kokulu üzüm sofranın bir parçası olarak görülmektedir. Katılımcılar fındık ve çeltik hasat tarihlerinin eskiden kokulu üzümüne göre karar verildiğini, üzümler kararmaya başladığında fındık hasat zamanının, üzümler tam olarak olgunlaştığında ise çeltik zamanının geldiğini anladıklarını belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 2, 6, 7, 12, 13, 16, 17). Mevsimi geldiğinde üzümün mutlaka sofrada bulunduğunu en fazla öğle öğününde tüketildiği belirtilmiştir (Katılımcı 3, 9, 10, 11, 12, 18, 19). Katılımcılar kokulu üzümün yerel halk tarafından çok sevildiğini, güz döneminde sofraya ve tarlada taze olarak; kış döneminde ise pekmez, şıra, sirke, pestil olarak yer edindiğini ifade etmektedirler (Katılımcı 4, 5, 8, 14, 15).
	Yöresel Ürünler	Bölgede kokulu üzümün çeşitli ürünler üretilmektedir. Bu ürünler bölgeden bölgeye farklılık göstermektedir. Görüşmeye katılan kişiler geçmişte yerel halkın daha fazla üretim gerçekleştirdiğini belirtmişlerdir. Günümüzde ise birçok ürünün üretilmekten vazgeçildiği bunun nedeninin ise, fazla emek ve zaman gerektirdiği halde yüksek bir getirisinin olmaması olarak gösterilmiştir. Bunun bir sonucu olarak katılımcılar buldukları bölgede kokulu üzümün en çok taze ve asma yaprağı olarak tüketildiğini belirtmişlerdir. Katılımcılar üzümün asma yaprağı şeklinde toplandığını kışlık olarak salamura edilip saklandığını, geçmiş dönemde ise aile büyüklerinin sirke üretimi gerçekleştirip küplerde sakladığını belirtmişlerdir (Katılımcı 9, 14, 15, 18, 19). Katılımcıların bir kısmı ise buldukları bölgede kokulu üzümün en çok pekmez, şıra ve sirke üretimi yaptıklarını ancak, sirkenin geçmişe göre daha az yapıldığını belirtmişlerdir (Katılımcı 8, 10, 11, 12, 13). Katılımcıların bir diğer kısmı ise; buldukları bölgede kokulu üzümün en çok tatlı ve şıra üretildiğini, pekmezin ise daha çok duttan yapıldığını belirtmişlerdir (Katılımcı 2, 4, 17). Diğer katılımcılar ise, buldukları bölgede kokulu üzümün en çok pekmez, şıra ve pestil olarak kışa yönelik üretildiğini belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 3, 5, 6, 7).

Ana Kategori	Alt Kategori	Katılımcı Görüşleri
	Markalama/ Pazarlama	Katılımcıların çoğunluğu kokulu üzümün bir marka olmasının çok önemli bir husus olduğunu düşünmektedirler. Kokulu üzümün üretilen ürünlerin diğer üzüm türlerine göre lezzetli ve aromatik oluşu üzerinde durulan bir diğer husustur. Önemli potansiyeli olan bu ürün için; Bölgelerde üretici birlikleri oluşturularak kooperatifleşme yapılabileceğini, çeşitli desteklerin verilerek bölgede girişimcilerin teşvik edilmesinin sağlanabileceğini beklentiler arasındadır (Katılımcı 2, 6, 8, 9, 11, 12, 17, 18,19). Markalaşmanın sağlanması için kokulu üzümün bilinirliğinin artırılmasının gerektiği, bunun için de çeşitli tadım ve reklam uygulamalarının yapılmasının faydalı olabileceği belirtilen görüşler arasındadır (Katılımcı 1, 3, 4, 5, 7, 10, 14, 15). Bölgedeki girişimcilere çeşitli eğitimler verilmesinin bir ihtiyaç olduğu belirtilmiştir. Ayrıca kokulu üzümün hem bölgesel, hem ulusal, hem de uluslararası ölçekte farkındalığının artırılması için çalışmalar yapılması da bir diğer önemli ihtiyaç olarak belirtilmiştir (Katılımcı 13.). Bir katılımcı bu çalışmalar yapılırken öncelikle kokulu üzümün tescilinin alınması ve doğallığının kaybolmaması için korunması gerektiği belirtmiştir (Katılımcı 17). Bir diğer katılımcı ise Artvin ilinde yapılan hidroelektrik santral ve maden arama çalışmalarının Artvin'i turizmden uzaklaştırdığını belirtmiştir. Ailesinin Osmanlı Rus savaşından sonra Artvin'e geldiğini ve o zamanlarda kokulu üzüm bağlarının olduğunu ailesi anlatmıştır. Yapılan barajlarla birçok bahçenin sular altında kaldığını, barajların iklimi daha nemli bir hale getirdiğini ve istenilen verimlerin düştüğünü belirtmiştir. Bu yüzden ilk önce Artvin'in turizm imajı için çalışmalarının yapılmasının gerektiğini söylemiştir (Katılımcı 18).
	Alternatif Çeşitler	Bölgede çeşitli türlerden üzüm fidanlarının getirilip dikildiğini ancak bakım ve gübrelemeye rağmen verimli olmadığını, uzun yıllar geçmesine rağmen beklenen verimin yakalanmadığını; fidanların çeşitli kök, gövde ve yaprak hastalıklarına yakalandığını belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 4, 5, 6, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 18,19). Kokulu üzüm fidanlarının 1968 yılında İstanbul'a götürdüğünü bazı senelerde İstanbul şartlarında iki ürün alındığını belirtmiştir (Katılımcı 19). Yine Ege, İç Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden çeşitli fidanların getirilip dikildiği, gösterilen ilgiye rağmen kokulu üzüm gibi verim alınamadığı belirtilmiştir (Katılımcı 2, 3, 7, 8, 9, 11, 12, 13). Katılımcılardan bazıları Bölgelerinde kokulu üzümün farklı türlerinin olduğunu; renk bakımından değişiklikler gösterdiklerini, bazı türlerin şıra ve tatlı yapımı için daha uygun olduğunu belirtmişlerdir (Katılımcı 3, 4, 5, 14, 15, 16, 17).
		Katılımcılar kokulu üzümün üretilen ürünlerin kendine has, nahoş ve lezzetli bir tada sahip olduğunu diğer üzüm türlerinde aynı hoş aromayı yakalayamadıklarını belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 16, 18). Katılımcılar ayrıca taze olarak toplanırken hoş kokusunun insana huzur verdiğini belirtmişlerdir (Katılımcı 10, 11, 12, 13, 14, 15). Kokulu üzümün taze olarak tüketilirken kalın bir kabuğa sahip olduğu, bu kabuğun üzümün aromasını artırdığını, şarap yapılırken kabuğunun yoğun aromatik özellik taşıdığını belirtilmiştir (Katılımcı 8, 9, 10, 12, 13,17,19). Katılımcılara göre kokulu üzümün asma yaprakları, diğer üzüm yapraklarına göre daha yumuşak, ekşimsi ve lezzetli özellik taşımaktadır (Katılımcı 4, 6, 10, 11, 12).
Gastronomik Bir Ürün Olarak Kokulu Üzümün Turizm Potansiyeli	Ana Ürün Olarak Üretim Potansiyeli	Bölgenin büyük çoğunluğu çay ve fındık tarımı ile uğraşmaktadır. Eğer üzümüne yönelik talep olursa bölge halkının bu talebe kesinlikle kayıtsız kalmayacağı ancak bunun için bölge halkının gelir elde edebilmesi ve desteklenmesi (sadece finansal destek değil aynı zamanda diğer desteklerin de) gerektiği belirtilmiştir (Katılımcı 16, 17). Katılımcılardan bazıları yerel halkın Bölgenin büyük çoğunluğunda gerçekleştirilen fındık üretiminden kolay kolay vazgeçmeyeceğini, bölge insanının fındık bahçelerini söküp üzüm bağcılığına geçmesinin çok zor olacağını belirtmişlerdir (Katılımcı 8, 10, 13, 17). Katılımcılardan bazıları ise geçmişte insanların kivi üretimine de uzak durduklarını, kivi fidanlarını dikmekte tereddüt ettiklerini belirtmektedir. Bunun nedeni olarak geleceği konusunda kesin bir bilgilerini olmadıklarını, aynı şekilde kokulu üzüm için de bölge adına umutlu olduklarını söylemişlerdir. Devletin kokulu üzümü desteklemesi ve gelecekte olan turist talebi ile insanların ana ürün olarak yetiştirmek isteyeceklerini belirtmişlerdir (Katılımcı 14, 15). Ayrıca bölgede alternatif ürünlerin olmasının bölgeye canlılık katacağını ancak turistlerin köylerde üzüm bağlarını gezmesinin yerel halk tarafından olumlu karşılanmayacağını, bu duruma bölgenin hazır olmadığını belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 12, 17, 18,19). Bazı katılımcılar ise; aslında üzüm üretiminin kolay olduğunu ancak bölge insanının turistlere hazır olmadığını ve bölgede oluşabilecek olumsuz olaylar yüzünden talep olsa bile üretime geçmeyeceklerini belirtmişlerdir (Katılımcı 6, 7).

Ana Kategori	Alt Kategori	Katılımcı Görüşleri
	Yöresel Ürünler Ulaşılabilirlik	Katılımcılar bölgede üretilen üzümlerin turistler tarafından ulaşılabilir olmasını istediklerini bunun hem bölgenin tanıtımı hem de yerel halka artı bir gelir olması açısından önemli olduğunu belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 2, 3, 4, 5, 13, 16). Katılımcılardan bir kısmı ise, kokulu üzüm ve ürünlerinin ulaşılabilir olmasını istediklerini ancak bunu bir turizm faaliyeti olarak sunabilecekleri herhangi bir altyapının olmadığını belirtmişlerdir. Bu bağlamda kokulu üzüm ve üzümde elde edilen ürünlerin tanıtımının sağlanması, kokulu üzümün üretim evresinin deneyimlenmesi ayrıca üzümde elde edilen diğer ürünlerin yapım aşamaları ya da tadımları için planlı çalışmaların olması gerektiğini belirtmişlerdir (Katılımcı 6, 11, 17, 18, 19). Bir katılımcı ise, Bölgede üretilen üzümlerin turistler tarafından ulaşılabilirliğinin olması gerektiğini ancak öncelikle yerel halkın üzüm konusuna bakış açısının değişmesini gerektiğini belirtmiştir (Katılımcı 8). Katılımcılar üretilen üzümlerin ulaşılabilirliğinin sağlanabilmesi için örnek üzüm bağlarının kurulması, bölgenin tanıtımı için reklamların oluşturulması, tur acentelerinin ve rehberlerin üzüm üretilen bölgelere davet edilerek farkındalığın artırılması gerektiğini savunmaktadırlar. Bu sayede tur programlarına dâhil etmelerinin sağlanması, kokulu üzüm üretenlerin ve kokulu üzüm ürünlerini işleyen, satan işletmelerin desteklenmesi, çeşitli etkinlik ve festivallerde kokulu üzümün turistlere ulaştırılması şeklinde önerilerde bulunmuşlardır (Katılımcı 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16).
	Turistik Ürün Olarak Şarap Üretimi	Katılımcılar bölgede üretilen üzümlerin bu potansiyeli içinde bulundurduğunu, ev ortamında yapılan şarapların kendine has aroma ve lezzet barındırdığı kokulu üzümde üretilen şarapların kesinlikle bir turistik ürün olduğunu belirtmişlerdir (Katılımcı 8, 9, 10, 12, 13, 16, 18, 19). Katılımcılar turistlere sunulacak şaraplar için butik şarap evlerinin kurulması gerektiğini, bunun için çeşitli teşviklerin verilerek yerel halkın desteklenmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Katılımcı 4, 5, 13, 17). Yine katılımcılar bölgede farklı kokulu üzüm türlerinin bulunduğunu bazı türlerin şarap ve şıra için daha uygun olduğunu belirtmişlerdir (Katılımcı 8, 9, 12, 13). Ancak katılımcıların büyük bir kısmı ise inanç ve gelenekleri gereği; bölgede üretilen kokulu üzümlerin şarap olarak sunulmasına sıcak bakmadıklarını belirtmişlerdir (Katılımcı 1, 2, 3, 5, 6, 7, 11, 14, 15, 16). Katılımcıların bir diğer kısmı ise yerel halkın bu konuda görüş ve desteğinin alınmasının çok önemli olduğunu aksi takdirde çok tepki çekeceğini belirtmişlerdir. Ancak yerel halkın turizm ve turist konusunda bilinçlenmesi sağlandıktan sonra ekonomik anlamda fayda elde edecekleri ve geleneksel yapı anlamında zarar görmeyecekleri bir yapılanma olursa destekleyecekleri belirtilmiştir (Katılımcı 8, 12, 17).
	Karadeniz Bağ Rotası	Katılımcılar bölgenin doğal güzellikleri, temiz havası ve özgün kültürel yapısı ile birçok bölgeden farklılık gösterdiğini, bu durumun turistler için çok cezbedici olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla sıralanan özellikler ve kokulu üzümün özellikleri bir araya geldiğinde kesinlikle bir potansiyel olduğu düşünülmektedir (Katılımcı 1, 2, 3, 14, 15, 17, 18). Katılımcılar bölgenin bağ rotası olma potansiyelinin olduğunu ancak yerel halkın oluşturulacak bağ rotasının fındık ve çay gibi gelir getirici bir unsur olduğuna ikna olmaları gerektiğini belirtmişlerdir (Katılımcı 8, 9, 10, 12, 19). Bağ rotası oluşturulması için kamu ve özel sektör destekleri ile yerel halk odaklı çalışmaların olumlu sonuçlanacağı kanaati mevcuttur. Karadeniz Bölgesi'nde var olan kokulu üzümlerin farklı türlerini barındıran rotaların bulunması bölge tanıtımı ve yerel halk için oldukça faydalı sonuçları olacağı düşünülmektedir (Katılımcı 3, 4, 5, 6, 11). Bir katılımcı ise, Bölgenin bağ rotası potansiyeli olmasına karşın yerel halkın bu durumu hoş karşılamayacağı bağ rotasının masraflı bir iş olduğunu ve hali hazırda üretilen ürünlerden yerel halkın vazgeçmeyeceğini belirtmiştir (Katılımcı 16).

4. Tartışma

Karadeniz bölgesine özgü gastronomik bir ürün olan kokulu üzümün, yerel halk açısından önemini incelenerek turizm potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla yapılan araştırmada yerel halkla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yerel halkın kokulu üzümle ilgili gerçekleştirilebilecek turizm faaliyetlerine sıcak baktığı ancak bu faaliyetleri gerçekleştirmek için gerekli alt yapının olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Benzer şekilde Alonso (2013) da yerel ürünlerin turizm kapsamında değerlendirilmesinde kırsal alanların önemli potansiyele sahip olduğuna değinmekte, çeşitli altyapı sorunları nedeniyle bu potansiyelin sınırlandırıldığından bahsetmektedir.

Her ne kadar bölgede meyvecilik sınırlı ürünlerle sabit kalsa da, üzüm ve üzümde üretilen ürünler bölgenin mutfak kültüründe yerini almıştır. Bölgede yerel halk; kokulu üzümde elde ettikleri ürünlerin diğer üzüm türlerinden tat, koku, aroma ve lezzet bakımından büyük farklılıklar gösterdiğini belirtmişlerdir. Benzer bir şekilde Brown, et al., (1997) da çalışmada kokulu üzümün tat, aroma ve yapı bakımından diğer türlerden bariz şekilde ayrıştığından bahsetmektedir.

Karagöz (2018) ise turistlerin yeni bir destinasyonu ziyaret etme seçimlerinde lezzet unsurlarının önemli rol oynadığından bahsetmektedir.

Yerel halk kokulu üzümde sirke, şıra, şarap, pekmez gibi çeşitli ürünler elde etmektedir. Benzer şekilde Dırac (2009) da kokulu üzüm üzerine yaptığı çalışmada meyve suyu, şıra ve şarap için uygun olduğu ve kaliteli bir sofralık şarap olarak nitelendirildiği sonucuna ulaşmıştır. Bu potansiyelleri içinde barındıran kokulu üzüm bölgede turistik bir ürün olarak kullanılmamaktadır. Kendine has olan aroması nedeniyle Karadeniz Bölgesi'nde kokulu üzüm olarak anılan ve bölgede doğal olarak yetişmekte olan "*İzabella Üzümü*" bağıcılığı geçmişte yoğun olarak yapıldığı halde günümüzde ekonomik bir getirisi olmadığı için üzüm bağlarının sökülerek yerine ekonomik getirisi olan ürünler dikildiği bilinmektedir. Yılmaz & Çelik (2005) de benzer şekilde. Bölgede bağıcılığın geçmişten beri yoğun olarak yapıldığını ekonomik değeri yüksek ürünlere geçilmesiyle birlikte üzüm bağlarının söküldüğünden bahsetmektedir. Yerel halkla yapılan görüşmelerden elde edilen diğer önemli bir sonuç ise yerel halkın kokulu üzümde gelir elde edebileceklerine ikna olmaları durumunda üzüm yetiştiriciliği yapmaları konusunda istekli olmalarıdır. Benzer bir şekilde Nedalcu (2017) da Romanya'nın Dealu Mare bölgesi için yaptığı çalışmada bölgenin birincil ekonomik kaynaklarının tarım olduğu gerekli desteklerin ardından tarım ve turizmin birleştiği bir bölge olduğundan bahsetmektedir. Bu kapsamda çalışmada elde edilen bulgular ile literatürden elde edilen veriler birbirleriyle uyumaktadır.

Bölgede kokulu üzüm potansiyelinden yararlanmak üzere bazı öneriler sunulmuştur. Bu bağlamda bölgeye gelecek olan gastro turistler için örnek üzüm bahçeleri oluşturulabilir. Oluşturulan bahçelerde butik atölyeler kurularak gelen ziyaretçilerin, ürünlerin üretim süreçlerini deneyimlemeleri sağlanabilir. Kokulu üzümde üretilen ürünlerin tadımları yapılarak gelen ziyaretçiler için farklı deneyimler sunulabilir. Yerel halkın farkındalığının artırılması için bilgilendirme çalışmaları yapılabilir. Çeşitli teşvik çalışmaları ile bölgedeki girişimciler desteklenebilir böylelikle yerel halkın bakış açısı olumlu yönde değiştirilebilir. Literatür taramasında bahsedilen Trakya bağ rotası örnek alınarak Karadeniz Bölgesi'nde yoğun ve doğal olarak yetişen kokulu üzüm için alternatif bağ rotaları oluşturulabilir. Böylelikle bölgeyi gastro turistler ve özellikle şarap turistlerinin ziyaret etmesi sağlanabilir. Kokulu üzüm ayrıca iç turizm talebi için de alternatif bir ürün olarak sunulabilir. Dolayısıyla kokulu üzüm ve türevleri bölgesel ekonomik kalkınmaya yardımcı olabilir. Şarap, şıra ve meyve suyu açısından uygunluğu belirtilen kokulu üzüm için girişimcilere destek ve farkındalık oluşturularak markalaşma yolunda adımlar atılabilir.

Çalışma ilgili alanyazına ve araştırmacılara çeşitli yönlerden katkı sunmaktadır. Kokulu üzümün fonksiyonel özellikleri, Karadeniz bölgesindeki geçmişi, üretilen ürünler, kokulu üzümün turizm potansiyeli ile yerel halkın kokulu üzümle ilgili gastronomi turizmine bakış açısı hakkında bilgi vermektedir. Bu bağlamda araştırmacıların gelecekte kokulu üzümle ilgili yapacağı çalışmalarda fikir alabileceği düşünülmektedir. Alanyazında kokulu üzümle ilgili makale ve tezler incelenmiştir. Kokulu üzümle ilgili çalışmalar genellikle turizm alanının dışında yürütülmüştür. Gastronomi kapsamında ise yapılan çalışmaların kokulu üzümü teorik olarak incelediği görülmektedir. Bu çalışma ile tespit edilen boşluğun giderileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın başlıca sınırlılığını covid-19 pandemi koşulları oluşturmaktadır. Pandemi nedeniyle katılımcılara ulaşma noktasında çeşitli engellerle karşılaşmıştır. Bu kapsamda Samsun ilindeki üreticilere ağırlık verilerek görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda gelecekteki araştırmalara yönelik, bölgeyi oluşturan diğer paydaşların görüşleri alınabilir, daha geniş çerçevede araştırma yürütülebilir, kokulu üzümün fonksiyonel özellikleri üzerinde durulabilir, üretilen ürünler tat, koku ve aroma bakımından diğer türlerle karşılaştırılabilir ve Karadeniz bölgesinde bağıcılık ve bağ rotasına yönelik araştırmalar yapılabilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Gastronomi turizmine olan ilgi her geçen gün artmaya devam etmektedir. Turizme katılan kişiler yeni yerler görmenin yanında farklı lezzetleri tatmayı, yeni mutfakları deneyimlemeyi ve bölge kültürüne entegre olmayı istemektedirler. Gastronomik ürün çeşitliliğinin fazla olması bölgeler için turist çekme ve markalaşma konusunda önemli bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu ürün çeşitliliği tek başına belirlenen hedefleri gerçekleştirmekte her zaman yeterli olmamaktadır. Mevcut ürün çeşitliliğinin turistik bir çekicilik oluşturması için; turistik bir ürün olarak sunulması ve ilgili kitlelere tanıtımının yapılması gerekmektedir. Yeni bir ürünün pazara sunulmasında mevcut marka gücü ve tanınırlığının kullanılması ise pazarlama literatüründe oldukça işlevsel bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda Karadeniz Bölgesi özellikle doğa temelli turizm türlerinde önemli bir destinasyondur ve gastronomi turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahiptir. Karadeniz bölgesinin sahip olduğu marka gücü kullanılarak gastronomik bir ürün olarak kokulu üzüm Karadeniz Bölgesi'ne gelecek olan gastro turistler için alternatif ürün olarak görülmektedir. Çünkü gastro turistlerin lezzet ve aroma tercihleri ürün seçiminde etkili olmaktadır. Planlı davranış teorisine göre bir kişinin tercih yapmasında etkili unsur niyettir. Bu bağlamda seyahat tercihlerinde lezzet ve aroma takibi yapma niyetinde olan gastro turistler için oluşturulacak gastronomi rotası yada diğer gastronomik ürün sunan turizm aktivitelerine talep olması beklenmektedir. Üzümün iklim

isteklerine bakıldığında daha çok nem oranının az olduğu bölgelerde verimli olduğu görülmekte nem oranının yüksek olduğu bölgelerde ise çeşitli hastalıklara açık halde olduğu meyve veriminde ise düşüşler gözlemlendiği söylenebilmektedir. Karadeniz Bölgesi'nde doğal olarak yetişen Kokulu Üzüm kendine özgü aroması ve diğer özellikleri ile başka bölgelerde yetiştirilen üzümlerden önemli derecede ayrılmaktadır. İklim istekleri bakımından Karadeniz bölgesine uyumlu olması bölgede bağcılık ve bağ rotası potansiyeli barındırmaktadır. Post modern turizm dinamiklerinin önemli unsurlarından birisi olarak alternatif turizm türlerine olan eğilimin artması ile gastronomik bir ürün olarak Kokulu Üzümü bölge için değerlendirilmesi gereken bir potansiyeldir. Dünyanın farklı bölgelerinde benzer özellikler gösteren ürünlere gastronomi rotaları oluşturarak destinasyonların çekiciliği ve tanınırlığı artırılmaktadır. Başarılı örneklerin olduğu destinasyonlar turizmden elde ettikleri gelirleri ve bölge yerel halkı için yaşam kalitesini arttırmaktadır.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Akdağ, G. (2015). Trakya Bağ Rotasını Takip Eden Yerli Turistlerin Şarap Turizmi Deneyimleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(4), 3-11.
- Akdağ, G., Özata, E., Sormaz, Ü., & Çetinsöz, B. C. (tarih yok). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi İçin Yeni Bir Alternatif: Surf&Turf. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4, 270-281.
- Akyol, P. K. (2012). Kullanım Şekilleri ve Geleneğiyle Kültürümüzde Toprak. *Çevrimiçi Tematik Türkoloji Dergisi*, 4(1), 316-333.
- Alonso, A. D. (2013). Tannat: The Positioning of a Wine Grape as Symbol and 'referent' of a Nation's Gastronomic Heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 105-119.
- Anonim. (2020, Nisan 29). *Karadeniz Kültür Envanteri*. <https://karadeniz.gov.tr/> adresinden alınmıştır
- anonim. (2021). *Jersey Island Holidays*. <https://www.jerseyislandholidays.com/>: <https://www.jerseyislandholidays.com/food-tourism-statistics/> adresinden alınmıştır
- Arastaman, G., Fidan, İ. Ö., & Fidan, T. (2018). Nitel Araştırmada Geçerlik ve Güvenirlik: Kuramsal Bir İnceleme. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 37-75.
- Avcıkurt, C. (2017). *Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara : Detay Yayıncılık.
- Ayazlar, R. A., & Öngider, M. U. (2018). Manisa'nın Şarap Turizmi İle Markalaşmasında Üzüm Üreticilerinin Tutumu. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(2), 53-67.
- Bakırcı, G. T., & Kaya, B. (2019). Gastronomik Bir Değer Olarak Bağcılık Ürünleri: Ege Bölgesi Örneği. 4. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi* (s. 321-316). Nevşehir: Nevşehir HBV Üniversitesi Turizm Fakültesi.
- Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örnekleme Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Başaran, B. (2017). Gastronomi Turizmi Kapsamında Rize Yöresel Lezzetlerinin Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(3), 135-149.
- Batu, A., Kaya, C., Çitak, J., & Şahin, C. (2007). Pestil Üretim Tekniği. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 71-81.
- Bayrak, M. F. (2015). *Karadeniz Yemekleri*. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting Dishonest Actions Using the Theory of Planned Behavior. *Journal of Research In Personality*, 25(3), 285-301.
- Benli, C. (2003). *Bir Kültürel Ritüel Olarak Şarap ve Şarap Üretimi*. Sinema Televizyon Ana Bilim Dalı. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Brohman, J. (1996). New Directions in Tourism For Third World Development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48-70.
- Brown, G. R., Wolfe, D. E., Strang, J., Jones, T., Bessin, R., & J.Hartman. (1997). Growing Grapes in Kentucky. *College of Agriculture*, 7(97), 1-24.
- Çağlı, I. B. (2012, Haziran). Yüksek Lisans Tezi. *Türkiye'deki Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizm Örneği*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi.

- Çeken, H., Dalgın, T., & Çakır, N. (2012). Bir Alternatif Turizm Türü Olarak Kırsal Turizmin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Kırsal Turizmin Etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 11-16.
- Çelik, H. (2004). *Labrusca Grape Growing Kokulu Kara Üzüm bağcılığı*. Samsun: Pazar Ziraat Odası.
- Çevik, M., Tezcan, D., & Sabancı, S. (2016). Changes in Rheological Properties of Koruk (Unripe Grape) Juice Concentrates During Vacuum Evaporation. *Akademik Gıda*, 14(4), 322-332.
- Cohen, E. (1987). "Alternative Tourism"-A Critique. *Tourism Recreation Research*, 12(2), 13-18.
- Coşan, D., & Seçim, Y. (2020). Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaşayan Laz Topluluklarının Dili, Gelenekleri ve Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 45, 129-142.
- Dağlı, Y., & Kahraman, S. A. (2008). *Günümüz Türkçesiyle Evliyâ Çelebi Seyahatnâmesi: Bursa - Bolu - Trabzon - Erzurum - Azerbaycan - Kafkasya - Kırım - Girit*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Deveci, B., Türkmen, S., & Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm İle Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 29-34.
- Dırak, M. (2009). *İzabella Üzüm Çeşidinin Tekirdağ Koşullarında Yetiştirilme Olanaklarının Araştırılması*. Bahçe Bitkileri Ana Bilim Dalı. Tekirdağ: Namık Kemal Üniversitesi.
- Egon G, G., & Yvonna S, L. (1982). Epistemological and Methodological Bases of Naturalistic Inquiry. *Educational Communication and Technology*, 30(4), 233-252.
- Ergüven, M. H. (2015). Gastronomy and Wine Tourism As a Variety of Special Interest Tourism: Thracian Vineyard Route. *Turkish Studies*, 10(10), 449-464.
- Ertaş, Y., & Karadağ, M. G. (2013). Sağlıklı Beslenmede Türk Mutfak Kültürünün Yeri. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2(1), 117-136.
- Erten, S. (2002). Planlanmış Davranış Teorisi ile Uygulamalı Öğretim Metodu. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi*, 19(2), 217-233.
- FAO. (2021, 08 14). FAO Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü: <http://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL> adresinden alınmıştır
- Güder, A. (2012). *Vitis Labrusca L.' (Kokulu Üzüm) nin Antioksidan Aktivitesi, Resveratolün İzolasyonu ve Karakterizasyonu*. Kimya Anabilim Dalı. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Harrington, R. J. (2005). Defining Gastronomic Identity: The Impact of Environment and Culture on Prevailing Components, Texture and Flavors in Wine and Food. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 129-152.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary Tourism A Case Study Of The Gastronomic Capital. *Journal of Culinary Science & Technology*, 8(1), 14-32.
- Kallio, H., Pietilä, A.-M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic Methodological Review: Developing a Framework For a Qualitative Semi-Structured Interview Guide. *Journal of Advanced Nursing*, 72(12), 2954-2965.
- Karagöz, Ş. (2018). Gastronomide Tat ve Aroma Etkileşimleri. *2018 International West Asia Congress Of Tourism Research*, (s. 971-981). Van.
- Katlav, E. Ö., Eren, F. Y., & Tuna, M. (2019). Kapadokya'da Bağcılığın Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 2167-2186.
- Kattiyapornpong, U., Ditta-Apichai, M., & Chuntamara, C. (2021). Exploring Gastronomic Tourism Experiences Through Online Platforms: Evidence From Thai Local Communities. *Tourism Recreation Research*, 1-17.
- Kavgacı, M. (2019). *İzabella Üzümünün (Vitis Labrusca L.) Resveratrol ve Fenolik Kompozisyonu İle Antioksidan Özelliklerinin Belirlenmesi*. Kimya Anabilim Dalı. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- Kaya, Z. (2017). Şarap Üretimi ve Kalite. *Aydın Gastronomy*, 1(2), 17-30.
- Kıracı, M. A., & Şenol, M. A. (2017). Türkiye Bağcılığında Ekonomik Durum Analizi. *Nevşehir Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(Kapadokya Ulusal Bağcılık Çalıştayı Özel Sayı), 122-131.
- Kivela, J., & Crotts, J. C. (2005). Gastronomy Tourism A Meaningful Travel Market Segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.

- Kozak, M. A., Evren, S., & Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Küçük, E. (2011). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Mali Müşavir(SMMM) Olma Niyetinin Altında Yatan Faktörlerin Analizi. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 145-162.
- Kumcağız, M. (2017, 1014). Anadolu Ajansı: <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/rizenin-kokulu-kara-uzumleri-milli-icecek-olacak/935421> adresinden alınmıştır
- López-Guzmán, T., & Sánchez-Cañizares, S. (2012). Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain. *Review of Economics & Finance*, 1, 63-72.
- Nedalcu, A. (2017). Gastronomic and Vine Tourism Key Elements For Local Economic Development. *Modern Management Tools and Economy of The Tourism Sector in Present Era* (s. 142-160). Belgrad: Association of Economists and Managers of the Balkans in cooperation with the Faculty of Tourism and Hospitality.
- Ortiz, M. P., & Rama, M. d. (2016). *Wine and Tourism*. London: Springer International Publishing .
- Özdemir, G., & Altınır, D. D. (2019, Haziran). Gastronomi Kavramları ve Gastronomi Turizmi Üzerine Bir İnceleme. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(1), 1-14.
- Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi; Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(11), 323-343.
- Planhol, X. d. (1979). Grandeur et Decadence du Vignoble de Trebizonde. (Ö. Yılmaz, Dü.) *Journal of the Economic and Social History of the Orient*, 22, 314-329.
- Rand, G. d., & Heath, E. (2008). Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing. *Current Issues in Tourism*, 9(3), 206-234.
- Roney, S. A. (2002). Fordizmden Post Fordizme Geçiş Sürecinin Turizmde Yansımaları: Kitle Turizmi ve Alternatif Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 9-14.
- Sağlam, Ö. Ç., & Sağlam, H. (2018). İnsanlık Tarihinde Üzümün Önemi. *Journal of Agriculture*, 1(2), 1-10.
- Şahin, G. G., & Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi": İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Scarpato, R., & Daniele, R. (2003). New global cuisine:tourism, authenticity and sense of place in postmodern gastronomy. C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, & B. Cambourne içinde, *Food Tourism Around The World* (s. 296-314). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Şener, S., Bahçeci, V., Doğru, H., Sel, Z. G., Ertaş, M., Songür, S., & Tütüncü, Ö. (2017). Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenilirlik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 7-26.
- Şengül, S., & Türkay, O. (2016). Akdeniz Mutfak Kültürünün Gastronomi Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 86-99.
- Shenton, A. K. (2004). Strategies for Ensuring Trustworthiness in Qualitative Research Projects. *Education for Information*, 22(2), 63-75.
- Su, D. N., Johnson, L.W., & O'Mahony, B. (2020). Will Foodies Travel For Food Incorporating Food Travel Motivation And Destination Foodscape Into The Theory of Planned Behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(9), 1012-128.
- Taş, S. S., & Taş, S. (2017). Doğu Karadeniz Bölgesi Gastronomik Unsurlarının Gastronomi Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Uluslararası Turizm Sempozyumu* (s. 1-10). Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi.
- TOB. (2021, Ocak). *Tarım Ürünleri Piyasaları Üzüm*. <https://arastirma.tarimorman.gov.tr/tpts://arastirma.tarimorman.gov.tr/tepge/Belgeler/PDF%20Tarim%20Urunleri%20Piyasaları/2021-Ocak%20Tarim%20Urunleri%20Raporu/Üzüm,%20Ocak-2021,%20Tarim%20Urunleri%20Piyasaları%20Raporu.pdf> adresinden alınmıştır
- Trunfio, M., Petruzzellis, L., & Nigro, C. (2006). Tour Operators And Alternative Tourism In Italy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 426-438.

- TUİK. (2020, Nisan 11). *tuik.gov.tr*. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33669> adresinden alınmıştır
- TUİK. (2021, 08 14). *tuik.gov.tr*: <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik> adresinden alınmıştır
- Türkben, C., Gül, F., & Uzar, Y. (2012). Türkiye'de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçinde Yeri ve Önemi. *Karamanoğlu MehmetBey Üniversitesi, 14(23)*, 47-50.
- Uçar, A. (2008, Eylül). Geleneksel Türk Tadı Pekmez. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*. 3, s. 1383-1397. Ankara: 38. ICANAS Bildiriler Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu. <https://www.ayk.gov.tr>. adresinden alınmıştır
- Uluslan, Y., & Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23*, 243-260.
- Üneş, D. (2016). *İzabella Üzümü (Vitis Labrusca L.) Meyvesinin Fenolik Bileşenleri ve Antioksidan Etkisinin Araştırılması*. Orman Endüstri Mühendisliği Ana Bilim Dalı. Bartın: Bartın Üniversitesi.
- UNWTO. (2020, Nisan 04). *unwto.org*. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>: <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020> adresinden alınmıştır
- Williams, H. A., Jr, R. L., & Omar, M. (2014). Gastro-tourism as Destination Branding In Emerging Markets. *Int. J. Leisure and Tourism Marketing, 4(1)*, 1-18.
- Yaman, Ü. R., Kavas, N., & Yücel, U. (2012). Fonksiyonel Bir İçecek Olarak Şarap. *Akademik Gıda, 10(3)*, 79-83.
- Yaşar, M. (2018). Nitel Araştırmalarda Nitelik Sorunu. *MSKU Eğitim Fakültesi Dergisi, 5(2)*, 55-73.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, F., & Çelik, H. (2005). Farklı Anaçlar Üzerine Aşılana İzabella(Vitis labrusca L.) Üzüm Tipinde Aşı Başarısının Saptanması. *Bahçe, 34(2)*, 21-29.

Extended Abstract

The Purpose of the Study

The aim of this study is to raise awareness of fox grapes as a gastronomic product in the context of gastronomic tourism, to learn the potential opinions of the local people, to reveal the differences of fox grapes from other grape types in micro scale, and to identify the products that are most produced from fox grapes in the region.

Research Questions

What are the outputs of fox grape, which is a gastronomic product in the provinces located on the coastline in the Central and Eastern part of the Black Sea region? What is the importance of fox grape, which is a gastronomic product in the provinces located on the coastline in the Central and Eastern part of the Black Sea region, for the local people? What is the tourism potential of fox grape, which is a gastronomic product in the provinces located on the coastline in the Central and Eastern part of the Black Sea region?

Literature Review

The fox grape, which is the subject of the research, grows naturally only in the coastal part of the Black Sea region in Turkey. The fact that it is grown only in certain parts of a region and products specific to the region are produced makes fox grapes a gastronomic identity element. Harrington (2005) mentions the need for a framework for identity and describes this framework as existing agricultural products, climate and geography affecting these products, regional culture, religion, history, ethnic diversity, beliefs and values. He concludes that these elements greatly influence the constituents, textures and flavors present in wine and food. Fox grapes differ from other grape types in terms of smell, flavor and aroma. Karagöz (2018) mentions the elements of taste are important for tourists in choosing a new destination to be visited. Dırak (2009) states that fox grapes can be used as table grapes, grape must, and wine grapes due to its unique aroma. Anatolia, with its thousands of years of history, is the homeland and gene center of grapes. Every civilization living in this geography has included grapes and the products obtained from grapes into their culinary cultures and differentiated their culinary cultures. This difference is considered more and more as an attraction factor in terms of tourism day by day. Nedalcu (2017) mentions gastronomy and wine tourism create a competitive and environmentally friendly agricultural policy that can provide a welfare environment for the people of the region, creating an attractive element and providing a region-specific identity. Alonso (2013) also mentions new gastronomic concepts have started to be created for visitors looking for local foods and unique gastronomic experiences as a result of increasing awareness of Tannat grape, which is considered as

the "national grape" unique to Uruguay. Ergüven (2015) states that gastronomy and wine tourism have an attraction for people who want to create various awareness in their lives. With the changing tourism dynamics, gastronomy tourists plan their travels by following taste. Akdağ (2015), on the other hand, concludes that the economic situation of the wine tourists visiting the vineyard routes is good, their education level is high, and they have a grasp of gastronomy and wine-related issues. In this context, the study conducted based on the literature creates a potential for gastronomic tourism and is important in becoming a gastronomic product route for the Black Sea region.

Method

Qualitative research method was used in the study. The study was designed as a case study. The population of the study consisted of the local people who live in the provinces of Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize and Artvin, which are located on the coastline in the Central and Eastern part of the Black Sea region and produce fox grapes. The sample of the study consisted of 19 participants who live in Samsun, Ordu, Giresun, Trabzon, Rize and Artvin and produce fox grapes. In the study, it was aimed to evaluate the outputs of fox grape, which is a gastronomic product. In the study, a data analysis plan was created, and the data were analyzed using descriptive and content analysis methods. The study was tried to be explained based on the theory of planned behavior.

Result

The Black Sea region has an important potential in terms of gastronomic tourism. As a gastronomic product, fox grapes are seen as an alternative product for gastro tourists. According to the theory of planned behavior, the effective factor in making a choice is intention. It is expected that there will be a demand for tourism activities that offer gastronomic products, with gastronomy routes to be created for gastro tourists who intend to follow taste and aroma in their travel preferences. Fox Grape differs significantly from grapes grown in other regions with its unique aroma and other features. Being appropriate for the Black Sea region in terms of climate demands, there is a potential for viticulture and vineyard route in the region. In the interviews made with the local people within the scope of the study, it was concluded that the local people were warmly interested in tourism activities related to fox grapes, but there was no necessary infrastructure to carry out these activities. Local people in the region stated that the products they obtained from fox grapes showed great differences from other grape types in terms of taste, smell, aroma and flavor. It is known that although "Izabella Grape" viticulture was intense in the past, vineyards have been dismantled and products with economic returns have been planted in their place, since there is no economic return today. By establishing boutique workshops in the gardens created, visitors can experience the production processes of the products. Different experiences can be offered to the visitors by tasting the products produced from fox grapes. Information activities can be carried out to increase the awareness of the local people. Entrepreneurs in the region can be supported with various incentive activities, so that the perspective of the local people can be changed in a positive way. Alternative vineyard routes can be created for fox grapes that grow intensely and naturally in the Black Sea region. Thus, gastro tourists and especially wine tourists can visit the region. Fox grapes can also be offered as an alternative product for domestic tourism demand. Hence, fox grapes and their derivatives can help regional economic development. Steps can be taken towards branding by creating support and awareness for fox grapes, whose suitability for wine, must and fruit juice is specified.

Mekân Tasarımı Üzerine Sistematik Bir Süreç Araştırması

A Systematic Process Research on Space Design

Gamze Demirci¹, Burçin Cem Arabacıođlu²

Öz

Tasarım ve planlama alanları, sosyal ve ekonomik gereksinimler için mekânların teknik, estetik ve işlevsel gerekliliklerine çözüm yolları aramaktadır. Bu çözümler mekânların ve mekân kullanıcılarının karşılıklı faydaları üzerine odaklanmaktadır. Her mekân bir kullanıcı için var olurken, kullanıcının mekândan beklentileri bu var oluş sürecini yönetmektedir. En küçük ölçekteki tasarım ögesinden en büyük ölçeğe kadar tasarım süreci, tasarımcının mekânın işlevi ve mekân kullanıcılarının beklentilerini birlikte değerlendirdiği bir düzenlemedir. Bu düzenleme eylemi de bir sürecin oluşturduğu organizasyonu içerir. Bu nedenle mimari yapıların tasarım ve planlama sürecinde başından beri var olan veya zamanla ortaya çıkan tasarım gerekliliklerini araştırmak önem taşımaktadır. Bu çalışma mekân organizasyonu gereği, çevre karakteri ve deneysel değerlendirmelere yönelik bir tasarım rehberi hazırlamak için, mekân algısından başlayarak gelişen süreci ve mekân dizimi yönteminin gerekliliğini araştırarak saptamayı amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mekân, mekân organizasyonu, mekân dizimi, mekân tasarımı, tasarım rehberi.

Abstract

Design and planning areas seek solutions to the technical, aesthetic and functional requirements of the spaces for social and economic needs. These solutions focus on the mutual benefits of spaces and their users. While every space exists for a user, the expectations of the user from the place manage this existence process. From the smallest scale to the largest scale, the design process is a collocation where the designer evaluates the function of the space and the expectations of the space users together. This collocation action also includes the organization created by a process. For this reason, it is important to investigate the design requirements that have existed from the beginning or emerged over time in the design and planning process of architectural structures. This study aims to determine the process starting from the perception of space and the necessity of the spatial arrangement method in order to prepare a design guide for environmental character and experiential evaluations as a requirement of the spatial organization.

Keywords: Space, space organization, space syntax, space design, design guideline.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 13 / 10 / 2021

Accepted: 10 / 11 / 2021

¹ Araş. Gör., Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, gamze.demirci@msgsu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-7244-0473>.

² Prof. Dr., Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, burcin.arabacioglu@msgsu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-1204-4479>.

Giriş

Mekân organizasyonu süreci bir mekânın işeyişini ve mekânsal ilişkilerini oluşturabilmek için o mekândan beklentileri var edebilmek adına, çeşitli araçların ve yöntemlerin neler olduğunun saptanmasına dayanır. Bu bağlamda mekân organizasyonu ile ilgili daha önce yapılmış çalışmaların eleştirel analizinin yapılması, zayıf ve güçlü yönlerinin incelenmesi mekânların strüktürel yapılarında başından beri var olan veya zamanla ortaya çıkan tasarım gerekliliklerini araştırmak için önem taşımaktadır. Çalışma mekân tasarımı için gerekli olan kararları alma sürecinin mekân organizasyonundan başlayarak nasıl ilerlediğini örneklerle anlatarak ilerlemektedir.

Çalışmanın bu kapsamda amacı literatürde var olan verilere dayalı araştırmalar yapma, somut verilere ulaşma, cevaplar elde etme ve sonuçlar çıkarma çabasıdır. Yani mekân, mekân organizasyonu, mekân dizimi ve mekân tasarımı için ilkeler belirleme sürecini yapılan araştırmalar, ulaşılan somut veriler, elde edilen cevaplar ve çıkarılan sonuçlarla anlatılmaktadır. Bu sonuçların iç mimarlık ortamında değerlendirilmesi ön görülerek; başka çalışmalara önderlik edecek şekilde kurgulanması çalışmanın bir diğer ulaşmak istediği sonuçtur.

Araştırma, amacı doğrultusundaki süreci, mekân organizasyonundan başlayarak tasarım kararları alabilme seviyesine ulaşmayı, irdelemek için gereklilikler bularak yine belirlenen amaç özelinde değerlendirmektedir.

Metodolojik değerlendirmeler ve yaklaşımlar ile yapıların hangi kıstaslara göre nasıl değerlendirildiğini araştırmak ve bu araştırmaların sonucu olarak, daha önce hiç değerlendirilmesi yapılmamış yapıların tasarımsal gelişim uygulamaları açısından kullanılabilir veriler sağlamak çalışmanın gayesidir. Çalışmanın hem teoride hem de pratikte proje geliştirme sürecini desteklemenin yanında geniş yelpazede paydaşları için yol gösterici olması hedeflenmektedir.

1. Kavramsal Yaklaşımlar

Çalışmanın bu bölümünde literatürde var olan mekân organizasyonu çalışmalarının taraması çalışmanın değindiği sürecin özelinde yapılmıştır. Mekân tasarımı için bir rehber üretimine kadar geçen süreçte mekân kavramından başlayarak, mekân tasarımı, bir tasarım önergesi olarak mekân organizasyonu ve organizasyonun getirdiği dizim ile süreci dolduran literatür tabanı nedenlerin anlaşılabilmesi için taranmıştır. Mekânsal ve biçimsel ilişkilendirme yöntemlerinden "Mekânsal Organizasyon" kavramı, farklı mekân ve bu mekânları temsil eden biçimlerin birlikteliği olarak tanımlandığından, bilimsel çalışmaların odak üzerindeki yaklaşımları incelenmiştir.



Literatürdeki mekân kavramına yönelik tanımlamalarda, Von Meiss'in, Aristo'nun mekânı "nesnelerin birlikteliği" ya da bir diğer söylem ile, "en geniş anlamından en darına kadar birbirini kapsayan tüm olguların birlikteliğinin bir başarısı" olarak tanımladığı şekilde kullandığına rastlanmaktadır (Von, 1990).

Mekân tasarımcılarının da diğer tüm tasarımcılar gibi tasarımlarını yaparken standartları dikkate aldığından bahseden Arabacıoğlu, bazen de tasarımlarında tamamen standartlardan yola çıktıklarından söz etmektedir (Arabacıoğlu,2007). Gerek sanatsal gerekse fonksiyonel açıdan değerlendirilsin, bir tasarım için mutlaka bir standarttan bahsetmek gereğine değinmektedir. Oyleyse bu durum standartların tasarımcıları doğrudan etkilemesinden kaynaklanmaktadır. Bir tasarım ürünü ortaya çıkarken kullanıcısının beklenti ve isteklerine göre şekillenir, bu beklenti ve istekler ise bu tasarımın standartlarını belirler. Peki bu beklenti ve istekler nedir?

Kullanıcının bir mekândan beklentileri ve istekleri aslında o mekânı okumasıyla doğru orantılıdır. Mekânı algılayan ve anlayan her kullanıcı, o mekânın beklentilerini ne kadar karşıladığının ya da bu mekândan ne gibi istekleri olabileceğinin muhakemesini yapabilmekte yetkilidir.

Bu aşamada görsel olarak algılanacak bir mekânın okunmasında etkili olan parametre onun geometrik verileridir. Böylece kullanıcının mekân deneyimi, formların birlikteliğinden ve bu birlikteliğin oluşturduğu geometrik yapıdan beslenecektir. Bu sebeple mekân organizasyonu sürecinin geometri ile doğrudan bağını anlamak için, gerek fonksiyon gerek estetik açıdan farklı gereksinimlerden kaynaklanan formların bu başarılı birlikteliklerinden doğan kompozisyonlara yoğunlaşılmalıdır. Söz konusu mekânsal ve biçimsel ilişkilendirme yöntemi, bir araya getirilen formların geometrilerine ve bu geometrilerin belirlediği hacim ve mekân ifadelerine göre farklı mekâna dair kurgular oluşturmaktadır.

"ODTÜ ve KTÜ Mimarlık Bölümleri Mekân Organizasyonları Üzerine Bir İnceleme" isimli çalışmada, Türkiye'de kurulan bu iki mimarlık bölümünün mekân organizasyonları arasındaki anlamlı bir benzerliğin ya da farklılığın varlığını sorgulanmaktadır (Karakaş ve Türk, 2017).

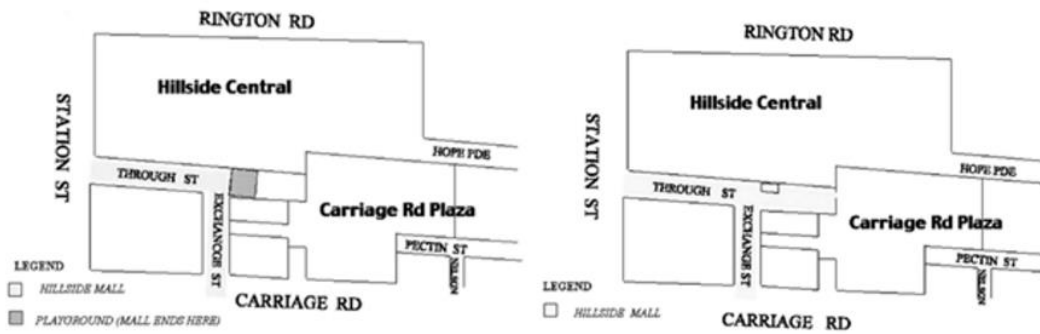
Temel Geometri	
Karadeniz Teknik Üniversitesi	Ortadoğu Teknik Üniversitesi
	

Şekil 1. Araştırma kapsamındaki okulların plan geometrileri.

Kaynak: Karakaş ve Türk, 2017.

Çalışma kapsamında, Anadolu'da kurulan ilk iki mimarlık okulu olan Orta Doğu Teknik Üniversitesi ve Karadeniz Teknik Üniversitesinin Mimarlık Bölümleri temel geometrileri incelenmiştir (Şekil 1). Ardından plan şemaları mekân tipolojileri ve sirkülasyon şemaları başlıkları altında incelenmiş; benzerlikleri, ortaklıkları ve farklılıkları ortaya koyularak dönemin mimarlık ortamı dahilinde değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada öncelikle okulların plan şemaları çıkarılmış, ardından şematik çizim ve anlatımlarla analizler yapılmıştır. İlk olarak yapıların temel geometrileri kütesel organizasyonları bağlamında incelenmiştir. Ardından, mekân tipolojileri; sirkülasyon elemanları, akademisyen odaları, öğrencilerin kullanımına özel alanlar (atölyeler/kütüphaneler/lokaller) ve avlular olmak üzere dört başlık altında irdelenmiştir. Son olarak sirkülasyon şemaları plan şemaları üzerinden okunarak değerlendirilmiştir. Bu çalışmada mekân organizasyonu süreci geometri ile ilişkilendirmiş, mekânın okunması için veri toplamam ve elde edilen verilerin okunma süreçleri anlatılmıştır.

White ve Sutton, "Alışveriş Merkezlerinin Yeniden Geliştirilmesi İçin Sosyal Planlama" isimli çalışmasında mekânın düğüm noktalarının, sınırlarının, yollarının, bölgelerinin ve referans noktalarının, o mekânın organizasyonunu sağlayan bileşenleri olduğunu ve bu bileşenlerin mekânın algılanabilirliğini karşıladığını anlatmıştır (White ve Sutton, 2001). Onlara göre yollar farklı işlevlere sahip bölgeleri birleştirirken birbirini takip ederek farklı işlevlerdeki sürekliliği ve hareketi de sağlamaktadır. Düğüm noktaları ise, mekânı okumaya yardım eden ve mekânda odak noktası oluşturan birleştirici mekânlardır. Bunun için sosyal planlama çalışmalarında söz konusu öğelerin mekânın organizasyonu üzerindeki etkililiğini değerlendirmişlerdir. Şekil 2'deki haritalarda yazarların yaptıkları analizler ışığında mekânsal organizasyonu yeniden ele aldıkları ve bir öneri getirdikleri görülmektedir.



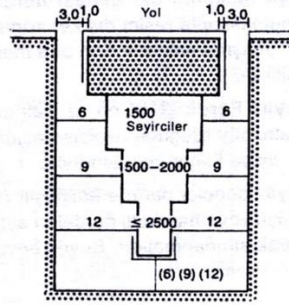
Şekil 2. Varolan(sağda) ve Önerilen(solda) şematik haritalar.

Kaynak: White ve Sutton, 2001.

Hillier, alışveriş merkezlerini içeren çalışmasında bu yapıların iç mekânlarında iki tür hareket aksının bulunduğunu bildirmiştir (Hillier, 1996). Bu akslardan birini sembolik, diğeri de yardımcı aks olarak tanımlamıştır. Sembolik aks belirlenen hedefe doğru yönelmeyi ve hareketi ifade eder ve tek doğrultulu bir düzlemdir. Bu aks tek amaçlılık ile tekdüzelik içermektedir. Yardımcı aks ise mekân içerisinde günlük hareketi tarif etmektedir. Alışveriş merkezlerini oluşturan iç mekânların çeşitliliğini ve kullanıcının hareket farklılıklarını sağlayan akslar yardımcı akslardır, o zaman bahsi

geçen yolların ve düğüm noktalarının düzlemdeki dağılımının nedeni aslında tam da bunun yarattığı farklı alternatifler içeren ve çok yönlü mekân organizasyonlarıdır.

“Sinema Salonlarının İç Mekân Düzenlemesi ve Günümüzdeki Kullanımı” isimli çalışmada, iletişimin medya etkinliğinde en önemli araçlarından birisini teşkil eden sinema salonlarından ve bu salonların mekânsal olarak nasıl organize olduğundan bahsedilmektedir.



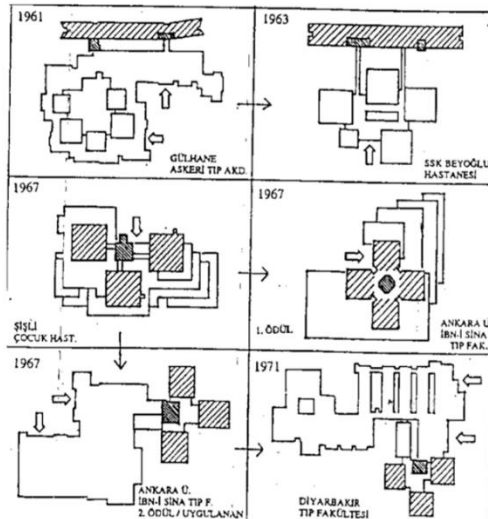
Şekil 3. Seyircinin sahneyi algılama oranlarının dağılımı.

Kaynak: Yıldız, 2007.

Yazar, sinema salonunu seyirci deneyiminden aldığı veriler doğrultusunda Şekil 3’deki gibi değerlendirmiş, bakış açıları ve yükseklik değerlendirmelerinden bu oranları saptamıştır (Yıldız, 2007). Sinema salonlarının sahip olması gereken iç mekân düzenlemelerine, teknik ve estetik gereksinimlere ve seyirci salonunun biçimsel ve boyutsal düzenlemelerine makalesinde değinmiştir. Çalışma sinema salonu gibi görsel ve işitsel algı tabanlı tasarım ürünü için geliştirilen standartların nasıl mekânın düzenlenmesine ve organizasyonuna bağlı olarak geliştirildiğini anlatmaya bir örnektir.

“İstanbul Adalet Yapılarının Mekânsal Analizi” isimli çalışmada ise; öncelikle adalet yapılarının yakın çevreleri ile olan etkileşimleri ele alınmıştır. Yapıları alan ölçeğinde arazilerine nasıl ve ne şekilde yerleştikleri incelenmiştir (Dinler, 2015). Daha sonra bina ölçeğinde incelenen çalışma evrenindeki yapılarda, mekân organizasyonu anlayışına sahip bir şekilde, mekânsal benzerlikler ve farklılıklar aranmıştır. Bu benzerlik ve farklılık bulma kaygısı ise aynı kapsamdaki çalışmalar gibi mekânların rasyonel mekân tipolojileri çıkarmak yani mekânsal organizasyonlarını tanımlamak içindir.

“Hastane Yapılarında İç Mekân Organizasyonu” isimli çalışmada mevcut hastanelerde yapılan nitel gözlemler ve kaynak taraması ışığında, hastanelerin iç mekân organizasyonları kurgulanırken dikkate alınan faktörleri belirlemiş ve bu faktörlerin sağlanabilmesi için gerekenleri tespit etmiştir (Özdoğlar, 2008). Bunun için mevcut hastaneler ziyaret edilmiş, fotoğraf kayıtları alınmış, Şekil 4’te de görüldüğü gibi mevcut hastane projeleri incelenmiştir.



Şekil 4. Çalışma dahilinde verilen hastane tipolojileri örnekleri.

Kaynak: Altan;2003’den aktaran Özdoğlar, 2008.

Yazar; araştırması kapsamındaki yaptığı gözlemler ve bunlara dayalı kaynak taramaları neticesinde, hastaneler için bir mekân organizasyonu kurgulanırken nelerin dikkate alınması gerektiğinin belirlenmesi ve bu faktörlerin var olabilmesi için gerekenlerin tespitine odaklanmıştır.

“İngiliz Pub Kültürü ve Pub İç Mekân Organizasyonunun İngiltere Ölçeğinde İncelenmesi” çalışmasında, yazar sırası ile pub oluşumunu, geleneksel şehir ve taşra pub mekânlarının bölümlerini ve modern publara kadar uzanan süreçteki diğer pub tiplerini incelemiştir. Mekân düzenlemeleri ve tarihsel öğeleri bakımından ele alınarak, yerinde gözlemlenip inceleme ve karşılaştırma tekniği ile irdelenerek, röportaj, fotoğraf çekimleri ve kaynakların taranması desteği ile mekânların organizasyonlarının araştırılması yapılmıştır (Yararerli, 2010).

“Mekân Organizasyonu ve Biçim Kavramlarının Tarihi Yarımada Örneğinde İncelenmesi” isimli çalışmada; mekân organizasyonunu karakter, okunabilirlik, uyarlanabilirlik, farklılık, süreklilik, kapalılık alt başlıkları altında incelemiş ve mekân organizasyonunu biçim kavramıyla bütünleştirerek biçimine göre mekânların nasıl organize edildiğini örneklerle anlatılmıştır (Yollu, 2006).

“Büro Binaları Tasarımında Temel İlkeler Ve İç Mekân Organizasyonu” isimli çalışmada ise büro mekânlarının mekân organizasyonunu; mekân organizasyonunun temel ilkeleri, mekân organizasyonunun gereklilikleri, kütle-plan kuruluş ilkeleri ve iç mekân kuruluş ilkeleri başlıkları altında incelenmiştir (Altınkoç, 2005). Bu değerlere göre tasarım çalışmalarına yön verilmiştir. Kullanma alanı, iç sirkülasyon alanı, dış sirkülasyon alanı ve büro mekânı sistemine uyum için gerekli alan olarak alt alanlara ayırmıştır. Bu çalışmada ise yukarıda bahsi geçen çalışmaların aksine tüme varım ilkesi uygulanmış, ve en uygun organizasyona ulaşmak için belirlenen bilgileri sağlayıp sağlamadığı tartışılmıştır.

“Mimari Tasarıma Giriş Programı Üzerine Bir Araştırma” isimli çalışmada yazar; tasarım teorisini ele almış ve tasarım prensipleri ile elemanları olarak form, çizgi, mekân, renk ve textür ile ilgili bilgiler vermiştir (Doruk, 2006). Yapay ve doğal organizasyonlara ait prensipler açıklamıştır. Denge, devamlılık ve hakimiyet üzerinde incelemeler yapmış, mekân organizasyonlarını; “form-fonksiyon” ve “birlik içinde çeşitlilik” başlıkları altında tanımlamıştır. Mimari ana kavramlar olarak alt başlıklara ayırdığı yer(alan), mekân ve strüktür özelinde incelemiştir.

“Rekreasyon Amaçlı Ortak Mekânların Alışveriş Merkezleri Örneğinde İç Mekân Oluşumlarının Analizi” isimli çalışmada, alışveriş merkezleri içerisinde rekreasyon aktivitelerinin daha sağlıklı olarak gerçekleştirilebilmesi ve bireylerin rekreasyon ihtiyaçlarına gerçek ve doğru anlamda hizmet edilebilmesi için gereken mekânsal organizasyonlar ve mekânsal katkıların neler olduğu sorgulanmıştır (Aktaş, 2009).

“Çağdaş Alışveriş Merkezlerinde, Rekreasyonel İç Mekân Organizasyonu Önerileri” isimli çalışmada ise toplumsal yapının değişmesi gibi, insanların sosyalleşme ve rekreasyon kavramlarına verdikleri anlamların da sosyal yaşamın ve yeni geliştirilen ekonomik sistemlerin de etkisiyle değişiyor olduğu belirtilmektedir (Aktaş, 2011). Bireylerin rekreasyon tercihlerinin tüketimi esas alan etkinliklere dönüştüğünü savunmuştur. Bu çalışmada, yazar yine kullanıcı deneyimi ile günümüz alışveriş merkezlerindeki rekreasyonel unsurların alışveriş merkezlerinin mekân organizasyonlarına nasıl dahil olabileceklerine ilişkin iç mekân tasarım önerileri getirmiştir.

2. Değerlendirme

Mekânın algılanabilmesi ve öğrenilebilmesi için kullanıcısı ile arasındaki iletişimi kullanmak gereklidir. İnsanları bir araya getirme ve onları yönlendirebilme potansiyeline sahip olan mekânın organizasyon ilişkisini nesnel olarak incelemek, insan hareketini ve algısını da kapsayan mekân dizimi yöntemi ile mümkün olabilir. Buradaki amaç, her türlü sürecin, oluşun gerçekleşmesinin ardındaki dizgeyi arayıp ortaya çıkarmak olmalıdır. Çünkü bir tasarım rehberi önermek, mekânın tasarımsal değerlendirmelerinin paralelinde, mekânın biçimiyle ilgilidir. Dolayısı ile tasarım aslında önceki bölümdeki yaklaşımların da desteklediği gibi geometrik mekânın özelliklerini taşımaktadır. İç mekânın tasarım süreci, o iç mekânın organizasyon süreci olarak değerlendirildiğinde, mekânın kullanıcıları ile paylaşılarak yaşanan bir fikir ürünü olarak somutlaştırılması ancak bu yolla mümkün görünmektedir.

Hanson, mekânsal ilişkilerin ancak iki mekân arasındaki bağlantı ile oluşacağı kuramından yola çıkarak, üçüncü bir mekân ile olan ilişkiyi değerlendirir ve bunun konfigürasyon ile olacağını savunmaktadır (Hanson, 2003). Bu konfigürasyonların analizini ise mekân dizimini oluşturmaktadır. Bu metod mekâna, mekânın oluşturduğu modelleri sayısal ve grafiksel ifadelerle bilimsel bir taban kazandırmayı amaçlamıştır.

Hillier ve Hanson, mekân diziminin, mekânın tüm bu sosyal ilişkilerle olan bütünselliğini içeren ve analitik bağlamda yerleşme kodlarını tanımlayan terimleri içerdiğini belirtmektedir (Hiller ve Hanson, 1984). Onlara göre mekân dizimi; her ölçekteki mekânın dokularını inceleyen tekniksel yaklaşımlarının tamamını kapsarken, içinde bulunduğu toplumla

mekânı birleştiren teorik yaklaşımlar bütünü olarak da hem mimarlık hem de kentsel tasarım alanlarındaki en etkili bilimsel hareketlerden sayılmaktadır.

Biçimsel özelliklerin sınıflandırmasında ve birbirleri arasında kıyaslanmasında kullanılan yöntem tam da bu çalışmanın da savunduğu gibi mekânın fiziksel formlarından elde edilen veriler ile mekân kullanıcılarının mekân içerisindeki gözlemlerine dayanan yüzey, kenar, alan ve yolların hem birbirleri ile hem de mekânın bütünüyle olan ilişkisini açıklamaya çalışır. Bu yaklaşımın en önemli özelliği, sayısal bir teknik olarak insan zihnindeki mekânın ifadesini deneyimlere dayalı olarak oluşturmasıdır. Mekân ile ilgili çıkarımlarımız olan mekânsal bilgilerin oluşmasında işte bu karakteristikleri hem ifade edebilmeyi hem de analiz edebilmeyi sağlayabilmektedir. Bu metodun genel fikri, kullanıcıların deneyimlerine dayanarak mekânları parçalara ayırmak ve bu parçaları da harita ve grafikler haline getirerek üzerinde sayısal analizlerin yapılabileceği veriler elde etmeye çalışmaktır (Hiller ve Hanson, 1984).

Sonit Bafna (2003) göre, mekân dizimin çıkış noktası, mekânın bir araç ve kaynak olarak kullanılmasıyla, hizmet ettiği toplumun kendisini yönlendirebilmesine yol göstermesidir. Böylece yerleşim, toplumun yapılandığı mekânda yine geleneksel bir şekilde o kültürün işaretlerine göre düzenlenmiş olur. O zaman mekân dizimi aynı zamanda mekânın, birbiriyle ilişkili olan tek tek parçalar dizisine dönüşmesi eylemi olarak da adlandırılır. Yani, konfigürasyon, başka ilişkileri de dikkate alan ilişkileri içerir. Bu sayede ilişkisel olarak birbirine bağlı olan mekânların, hangi ilişkiler özelinde birbirlerine bağlı olduğunu, bu bağın nasıl gerçekleştiğini ve hangi kültürel, sosyal ve davranışsal verileri içerdiğini ortaya çıkarabilir.

Hillier(1996), mekândaki konfigürasyonun doğal hareketlilikten kaynaklanan bir neden olduğunu düşünmektedir. İnsan hareketliliğini çekim noktalarından çok bağlantı mekânlarının diziminin yönlendirdiğini açıklamaktadır. Ona göre mekânsal dizime göre değişen hareket oranı, mekânın konfigürasyonel analizi ile günlük hareket örüntüsünün konfigürasyonundan elde edilen hareketlilik teorisini açıklamaktadır (Hiller vd., 2007). Böylece matematiksel veriler ile mekân içerisindeki hareketliliği ön görmek ve müdahale edebilmek kaçınılmazdır.

Arabacıoğlu (2016) araştırmasında, matematiksel bir modeli oluşturulan mekânın tasarım sürecinde, bu mekânın sahip olduğu sınırlar ve strüktürel değerlendirmelerinin daha kolay yapılacağını belirtmiştir. Sayısal ortamda hesaplanabilir verilere ulaşılan mimari mekânların, mekânsal analizi ve dolayısıyla organizasyon sürecinin yine sayısal verilerle incelenmesine ve değerlendirilmesine olanak sağlayacağını göstermektedir.

Yapılması gereken ilk adımın grafik kavramı ve analizleri üzerine olması gerektiğini belirten bir diğer çalışmada ise, elde mekân adına düzenlenmiş bir grafik varsa yapılacakları ve ilerlemeleri görsel olarak takip etmenin kolaylaşabileceğinden bahsedilmektedir (Czerkauer, 2010).

“Space Syntax in Architectural Design” isimli çalışmada (Dursun, 2007), tasarım sürecinde bilimsel ve araştırmaya dayalı bir yaklaşımın yani mekân diziminin katkısını araştırmak amaçlanmıştır. Yazara göre; mekân dizimi, mekânsal konfigürasyon teorisine dayanır ve mekânsal oluşumları ve bunların insan faaliyeti üzerindeki etkilerini deşifre etmeye çalışır. Mekânı temsil etmek ve analiz etmek için yeni tekniklerin geliştirilmesiyle, mekân, mimarların tasarım fikirlerini keşfetmeleri ve önerilerinin olası etkilerini anlamalarına yardımcı olan bir araç olarak ortaya çıkmaktadır.

“An Evaluation Of Social Interactive Spaces in A University Building” isimli çalışmada yazarlar (Unlu vd.,2001), bir üniversite binasındaki sosyal etkileşimli alanlara odaklanmakta ve bu alanların görsel çizgileriyle nasıl ilişkilendirildiğini araştırmaktadırlar. Çevresel davranış literatürü, yakınlık teorisi ile sosyal etkileşimli alanları savunuyor olsa da, görsel kapasitesi ile bütünleşmesine sadece çok az katkı sağladığının altını çizmektedirler. Bu nedenle, makale iç ortamın görsel etkisini artırmayı amaçlamaktadır. Bir üniversite binasındaki sosyal alanların görsel dışbükey çizgilerle nasıl ilişkili olduğunu ve bu düzeneklerin mekân dizimi yöntemini kullanarak nasıl tanımlandığını incelemektedir. Üniversite binasında belirtildiği gibi, sosyal olarak etkileşimli ortamların daha görsel olarak entegre edilmiş ayarları olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu nedenle, mekân dizimi modeli, sosyal etkileşim ayarlarının rastgele seçilmediğini ve bunların da görsel alanın kapasitesine uygun olarak tahsis edildiğini kanıtlamaktadır.

“Sayısal Analiz Yöntemlerinden Mekânsal Dizin (Space Syntax) Yönteminin Mimari Tasarım Eğitiminde Kullanılması” isimli çalışmada tasarım kavramını algoritmik ve sezgisel yaklaşımlar üzerinden tanımladıktan sonra, Morfolojik bir analiz yöntemi olarak tanımladığı mekân dizimi yöntemini, tasarım eğitimine yardımcı ve onu destekleyen bir araç olarak değerlendirmektedir (Çakmak, 2010).

Mimari tasarım ve modelleme sürecinde mekânların farklılığını ölçme yeteneğinin geliştirilmesi ile motive edilen bir çalışmada analizlerden elde edilen bilgiler, bir yapının tasarımında yol bulma ve cazibe mekânları oluşturmak için destek sağlama durumlarını değerlendirmiştir (Bhatia vd. 2013). Bunun için iki iyi bilinen mimari tasarım arasında mekânsal özellikleri yakalamak ve yapısal çıkarımın karşılaştırılması için mekân dizimi yöntemi kullanılmıştır.

“Müzelerde Sentaktik Ve Biçimsel Analiz Üzerine Bir Değerlendirme” isimli çalışmada (Kırcı, 2010), müze binalarının tasarlanmasına ilişkin kavramsal açıklamaların ardından, tasarım incelemeleri özelinde yöntemlere değinmiş ve veri elde edebilmek için geçiş grafikleri düzenlemiştir. Böylece mekân organizasyonuna ilişkin tekrar eden nitelikler saptamıştır.

“Mekân Konfigurasyonunun Sosyal Etkileşime Olan Etkisinin Fakülte Binalarında Sentaktik Analizi” adlı çalışmada yazar (Sarım kaya Büyükşahin, 2015) araştırmasını gözlem, mekânsal analiz ve dizim olarak üç aşamada incelemiştir. Gözlemsel olarak belirlenen sosyal etkileşimi düşük ve yüksek olan mekânlar üzerinden, kullanıcının mekânsal davranışları, Mekânı kullanım sıklıkları ve süreleri saptanmıştır. Daha sonra belirlenen fakülte binalarının plan şemalarına mekânsal dizim analizi yapılmıştır. Yapılı çevrede yapılan analizlerden toplanan veriler yardımıyla tasarım kararları almak, bu verilerle yapılan güvenilir değerlendirmelere dayandırılır (Friedow, 2012). Tasarım sürecini belirleyen ileri ve geri beslemeler aslında bir süreci oluşturmaktadır. Bu süreç kullanıcının bu tasarıma dair istek ve ihtiyaçları başta olmak üzere tasarıma yönelik hedeflerin belirlenmesi, hedefler doğrultusunda toplanan bilgilerin aktarılması, bu bilgilerin organize edilmesi, işlenmesi ve varsa problemlerin tanımlandıktan sonra çözülmesini içermektedir (Preiser, 2015; Sanoff, 2016; Duerk, 1993; Inceoğlu, 1982).

Tasarım kararları, kullanıcı tarafından deneyimlenerek ölçülen ve doğru kullanıma referans veren performans göstergeleri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu değerler ise sistemin istenilen nitelikleri karşılama konusunda kullanılmaktadır (Sanoff, 2016). Mimari tasarımın ölçeği ne olursa olsun, tasarımda performans değerleri doğrudan fiziksel çevre ile ilişkilendirilmiştir. Çünkü bir yapının performans ve kalitesi, kullanıcıya, içinde gerçekleşen eyleme ve buna izin veren fiziksel oluşumuna doğrudan bağlıdır (Esin ve Özsoy, 2003). Performans kavramı sürecin sonunda ulaşacağımız tasarım kararlarının bütününe eş değer tutulduğunda, doğru tasarıma ulaşmanın süreç birleşenlerinden doğru şekilde yararlanmaktan geçtiği açıkça görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Tüm bu çalışmalar ışığında aslında tasarımcının standartlara erişebilmesi için süreç önce mekân organizasyonunda yani mekânın algısında başlar sonucuna ulaşılmaktadır. Mekânsal özelliklerin bireyin duymalı yapı ile etkileşimde olduğuna değinen yazar (Demirci, 2017) alanın büyüklük, tasarım, mahremiyet gibi unsurlarını boyutsal parametrelere ait belirleyiciler olarak ele almış ve algı kapsamında değerlendirmiştir. Çevreyi oluşturan ve ona biçim ile anlam kazandıran niteliklerin çevrenin fiziksel özellikleri olduğuna değinmiştir. Mekânı deneyimlerken çevreden alınan bilgilerin esas olarak kabul görmesi ve bu bilgilerin de doğrudan algıya bağlı olması da bu şekilde açıklanabilmektedir.

Ching'in (2014), tanımladığı iç mekân, nasıl fiziksel kompozisyonlardan, ölçek ve yoğunluklardan, yönelme ve boyutlardan bahsederken konuşuluyorsa, insanların içinde yaşadığı, çeşitli aktivitelerde bulunduğu alanları tanımlamak için de kullanılmalıdır. Çünkü deneyim mimarının temel ögesi olarak kabul edilen iç mekânı açıklayabilecek tek yoldur. Bir mekânda neyi deneyimliyorsak mekânın algımızda oluşturacağı veri de odur.

Yüzeylerin mekân üzerindeki belirleyici etkileri göz önüne alındığında “Mekân Organizasyonu” kavramı ise farklı mekân ilişkileri içermesi bakımından mekânsal anlamda da farklı kurgular oluşturmaktadır. Örneğin, Evensen (1997) yüzeylerin karakteristiklerinin mekân oluşumu üzerindeki biçimsel işlevini incelerken aslında Vitruvius'un kullanılabilirlik, sağlık ve güzellik üçlemesinden yola çıkmaktadır (Güven, 1990). Dolayısı ile bir mekânın oluşumunu etkileyen değişkenleri en genel anlamda algı ile deneyimlenen fonksiyon, strüktür ve hacimsel ifade olarak adlandırmıştır. Çünkü bu mekânsal değerlendirme çalışmalarından anlaşılan iç mekân tasarımcılarının çalışma konusunu oluşturan mekân biçiminin “geometrik mekân” olduğudur. Buradan da bir iç mekânın organize olma sürecinin “geometrik mekânın” özelliklerine göre değerlendirildiği ve geliştiği sonucuna ulaşılabilir. Yani mekânın organizasyonu mekânın geometrisiyle doğrusal olarak ilerleyen bir oran kurar. Mekânın organizasyonu değiştiğinde mekânın geometrisi de değişir. Öyleyse bu geometriyi oluşturan mekân yüzeyleri organizasyonu da doğrudan etkiler. Çünkü mekânlar yüzeyler tarafından sınırlanır ve tanımlanır. Bu sınır ve tanımlar mekânların birbirleri ile ve kullanıcıları ile ilişki seviyesini belirler. Mekânlar kullanılabilirlikleri oranında varlıklarını sürdürebilirler. Bu sebeple kullanıcıyı devre dışında bırakan, kullanımı herhangi bir sebeple engelleyen mekân tasarımları amacına hizmet etmemektedir. Bu durumda kullanılmayan geometrik mekânların var olması mümkün değildir yargısına varılabilir. Kullanıcı gereksinimlerine göre kullanılan ve kullanıcıyı işleviyle tatmin eden mekânın geometrisi, kendisini temsil eden farklı geometrilerin bir araya geliş şekilleriyle yani organizasyonuyla ilişkilidir.



Şekil 5. Kavramlar arası ilişkiler.

Mekân diziminin çıkış noktası ise insanların bir mekân içerisinde kendilerini örgütlemelerinde ve o mekâna yerleşmelerinde mekânı bir araç olarak kullanmalarındadır. Bir mekân okuma yöntemi olan bu yöntem; sayısal bir modelden meydana gelmektedir. Biçimsel özelliklerin sınıflandırmasında ve kıyaslanmasında kullanılır. Biçim bilimsel olarak sayısal verilere dayanır. Çünkü Lynch, insanların karmaşık alanları algılamasına yardımcı görsel ipuçlarını (simge yapılar ve sınırlar dahil) anlattığında, bir çok tasarımcının (kent tasarımcısı iç mimar yada mimar) mekânların kimliğine bakış açılarını değiştirmişti (Lynch,1960). O zamandan beri bir çok çalışma öngörülerin ötesinde yeni önemler aramakta ve algısal ipuçlarının devamında veriler geliştirmeye çalışmaktadır. Bu verileri elde etmek için istatistiksel yaklaşımlar kullanılmaktadır. Böylece bu verileri bir araya getirip ayrıntılar, farklılıklar, benzerlikler ve ayrılıklar özelinde kararlar alabilme yetisi kazanılır.

Şekil 5'in de gösterdiği gibi algılama aşaması ile başlayan mekân okuma süreci, mekân organizasyonuna ilişkin dizin yöntemiyle elde edilen verilerin analizinden sonra geliştirilecek olan tasarım kriterlerine ulaşmaktadır. Çünkü bu yöntemin kullanım amacı mekânsal organizasyonun kullanıcı hareketleri ve mekânlar arasındaki ilişkiyi nesnel olarak inceleyerek mekânların kullanıcıları bir araya getirebilme özelliklerini vurgulamaktır. Bu özelliklerin bütünü ise bir tasarım süreci ortaya koyabilmek için gereken alternatifleri değerlendirerek tasarım kararlarına ulaşmanın bir yoludur.

Kaynakça

- Aktaş, G. G. (2009). *Rekreasyon amaçlı ortak mekânların alışveriş merkezleri örneğinde iç mekân olumlarının analizi*. Yayınlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara, Türkiye.
- Aktaş, G. G. (2011). Çağdaş alışveriş merkezlerinde, rekreasyonel iç mekân organizasyonu önerileri. *Anadolu Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 1-14
- Arabacıoğlu, B.C. (2008). 'Etkileşimli Mekân' Tasarımı KMİM 3, 43-51.
- Arabacıoğlu, B.C. ve Aytıs, S. (2016). *Bilgi-İletişim Teknolojileri Destekli Etkileşimli Mekân Tasarımı Süreci*, Megaron 2016 Cilt Vol. 11 - Sayı No. 2, İstanbul.
- Altan, A. (2003). *Hastane yapıları* (Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Altınkoç, P. Ö. (2005). *Büro binaları tasarımında temel ilkeler ve iç mekân organizasyonu* (Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Bafna, S. (2003). *Space syntax: A brief introduction to its logic and analytical techniques*. *Environment and Behavior*, 35(1), 17-29.
- Bhatia, S., Chalup, S. K., & Ostwald, M. J. (2013). *Wayfinding: a method for the empirical evaluation of structural saliency using 3d isovists*. *Architectural Science Review*, 56(3), 220-231.
- Ching, F. D. (2014). *Architecture: Form, space, and order*. John Wiley & Sons.
- Czerkauer Yamu, C. (2010). *Space Syntax Understanding, Hiller's Concept of a Spatial Configuration and Space Syntax Analysis*. Université de Franche-Comte, University College London, İngiltere.
- Çakmak Y.B. (2010). *Sayısal Analiz Yöntemlerinden Mekânsal Dizin (Space Syntax) Yönteminin Mimari Tasarım Eğitiminde Kullanılması*. Mimarlık Eğitiminin Dünü, Bugünü, Yarını Sempozyumu, Konya, Türkiye.
- Dalton, R. C. (2003). *The secret is to follow your nose: Route path selection and angularity*. *Environment and Behavior*, 35(1), 107-131.

- Demirci, G. (2017). *Kapalı Kayak Merkezlerinin Mekân Algısının Sporcu Davranışı Üzerindeki Etkileri* (Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Dinler, Ö. (2015). *İstanbul Adalet Yapılarının Mekânsal Analizi* (Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Doruk, B. (1973). *Mimari Tasarıma Giriş Programı Üzerine Bir Araştırma*. (Doçentlik tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi), İstanbul.
- Duerk, D. P. (1993). *Architectural programming: Information management for design*. Van Nostrand Reinhold Company.
- Dursun, P. (2007, June). Space syntax in architectural design. In 6th International Space Syntax Symposium (pp. 01-56).
- Esin, N. ve Ozsoy, A. (2003). *Environmental Quality: Concepts, Contradictions, and Some Questions, Quality of Urban Life Policy Versus Practice*, Edited by Nuran Zeren Gülersoy, Nur Esin, Ahsen Özsoy, Istanbul Technical University, Istanbul, Turkey, 24-32.
- Evensen, T.T. (1997). *Archetypes in Architecture*, Scandinavian University Press, Oslo.
- Friedow, B. (2012). *An evidence based design guide for interior designers*. İç Mekân Tasarımı Programı Tezi. University of Nebraska.
- Güven, S. (1990). *Mimarlık Üzerine On Kitap-Vitruvius*. Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayını, (2), 131-132.
- Hanson, J. (2003). *Decoding homes and houses*. Cambridge University Press.
- Hiller, B. ve Hanson, J. (1984). *The Social Logic of Space Cambridge*. DF: Cambridge.
- Hillier B., Turner A., Yang T., Park H. T. (2007). *Metric and topo-geometric properties of urban street networks: Some convergences, divergences, and new results*. In A. S. Kubat O. Ertekin Y. I. ,Güney, E. Eyuboğlu (Eds.), Proceedings of the Sixth International Space Syntax Symposium (Vol. 001, pp. 01–22). Istanbul, Turkey: ITU Faculty of Architecture.
- İnceoğlu, N. (1982). *Mimarlıkta Bina Planlama Olgusu*. Profesörlük Tezi, İTÜ, İstanbul.
- Karakaş, B., Türk, S. A. (2017). *Odtü Ve Ktü Mimarlık Bölümleri Mekân Organizasyonları Üzerine Bir İnceleme (1950-1970)*. Social Sciences, 12(4), 199-211.
- Kırcı, N. (2010). *Müzelerde Sentaktik ve Biçimsel Analiz Üzerine Bir Değerlendirme*. Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 25(2).
- Lynch, K. (1960). *The image of the city* (Vol. 11). MIT press. Cambridge.
- Özdoğlar, E. (2008). *Hastane yapılarında iç mekân organizasyonu* (Yüksek Lisans Tezi, Haliç Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Preiser, W. F. (2015). *18. Design Innovation and the Challenge of Change*. Design Intervention (Routledge Revivals): Toward a More Humane Architecture, 335.
- Psarra, S. (2010). *The ghost of conceived space – What kind of work does or should space syntax perform for architecture*. The Journal of Space Syntax 1(1): 17–29. [SEP]
- Sanoff, H. (2016). *Integrating Programming, Evaluation and Participation in Design (Routledge Revivals): A Theory Z Approach*. Routledge.
- Sıramkaya, S. B. (2015). *Mekân konfigürasyonunun sosyal etkileşime olan etkisinin fakülte binalarında sentaktik analizi* (Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Unlu, A., Ozener, O. O., Ozden, T. ve Edgu, E. (2001). *An evaluation of social interactive spaces in a university building*. In Proceedings, 3rd International Space Syntax Symposium.
- Von, M. P. (1990). *Elements of Architecture: from Form to Place*, Van Nostrand Reinhold Pub.:New York.
- White, R., & Sutton, A. (2001). *Social planning for mall redevelopment: An Australian case-study*. Local Environment, 6(1), 65-80.
- Yararel, B. (2010). *İngiliz Pub Kültürü Ve Pub İç Mekân Organizasyonunun İngiltere Ölçeğinde İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi, MSGSÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü).

- Yıldız, P. (2007). *Sinema salonlarının iç mekân düzenlemesi ve günümüzdeki kullanımı*. e-Journal of New World Sciences Academy. 2.3: 195-207.
- Yollu D. (2006). *Mekân Organizasyonu ve Biçim Kavramlarının Tarihi Yarımada Örneğinde İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi, YTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü).

Extended Abstract

The space design resulting from social needs is in constant development in response to changing needs in time. These evolving needs directly depend on the expectations of the user of the space from that space. As a user, expectations from the space arise as a result of the space experience. The first data to reach as a result of the experience of the space user is the physical definition of the certain space. The components of the space and their relationship with each other are the result of space experience. In that case, what the user wants from the space? What is the level of the space satisfaction? Which space needs arise as a result of this level of satisfaction? The answers to such questions feed the criteria required for the design.

On the other hand, a guide emerges with the concern of creating a design requirement, along with the information obtained from the space judgements, in response to the needs of the space users. Thus, the information obtained from the space is used for its development and dissemination. In this manner, a directive knowledge is obtained.

This study examines and interprets the process required to create a knowledge related to the design of the space in consideration of scientific research.

Aim and Scope

In this context, the aim of the study is to make researches based on existing data in the literature, to reach concrete data, to obtain answers and to draw conclusions. It is anticipated that these results will be evaluated in the interior architecture environment; It is aimed to be edited in a way to lead other studies.

In line with its purpose, the research finds requirements for space organization and design guideline relationship evaluations through literature review and evaluates them again in accordance with the determined purpose.

Methods

The process-specific research of the literature and the analysis of the existing information on the subject support the justification of the study due to its contribution to future studies.

Findings

Spatial syntax tries to explain the relations of the data formed by physical forms and the surface, edges, areas and paths that can be observed and perceived by the person moving in the space with each other and with the whole space. The spatial index is one of the most influential scientific movements in architecture and urban design as a set of techniques used to examine the spatial textures of buildings and cities, and a chain of theories that unite space and society. This concept; It proposes a model based on the shaping features of the space. In a basic sense; It is the name given to the whole of techniques supported by theoretical approaches that are used to define the designs of different spaces, the organization of the space and to examine their interactions with the social structure.

Conclusion

The space reading process, which starts with the perception process, reaches the design criteria to be developed after the analysis of the data obtained by the index method regarding the space organization. Because the purpose of this method is to emphasize the ability of spaces to bring users together by objectively examining the relationship between user movements and spaces of spatial organization. All of these features are the way of reaching design decisions by evaluating the alternatives required to put forward a design process.

İtme Çekme Kuramı Bağlamında Türkiye'deki Suriyelilere Yönelik Bir Alan Araştırması: Aydın İli Örneği¹

A Field Research on Syrians Living in Turkey Within the Context of Push-Pull Theory: The Case of Aydın Province

Eren Alper Yılmaz², Yunus Emre Özer³

Öz

Tarihsel süreç boyunca pek çok farklı birey veya grubun çeşitli ülkelere, bölgelere ve coğrafyalara doğru göç hareketine tanıklık edilmiştir. Bu göç hareketleri, hedef ülkede daha yüksek standartlarda yaşam koşullarına erişebilmek için gönüllü biçimde gerçekleşebildiği gibi, menşe ülkede yaşanan iç savaş, açlık, doğal afet, siyasi baskılar vs. nedenlerle zorunlu biçimde de kendini göstermiştir. Küreselleşme, iç savaş, iklim değişikliği gibi durumların yaygınlaşması ile son yıllarda yoğun bir şekilde artış gösteren göç hareketleri, yalnızca iç sınırlar arasına sıkışıp kalmamış, dış sınırları da aşarak uluslararası ve kitlesel bir dolaşım biçimi haline gelmiştir. Küresel bir olgu haline gelen bu göç hareketlerini başlatan ve tetikleyen pek çok sebebe vurgu yapılabilir. Göçün sebepleri, literatürde birçok kuramın ilgi alanına girdiği gibi itme-çekme kuramına da konu olmuş, itici ve çekici faktörler biçiminde tezahür etmiştir. Bu çalışmada, Aydın ilinde yapılan bir alan araştırması kapsamında Aydın'da yaşayan Suriyelilerin Arap Baharı'nın da etkili olduğu birçok unsur sebebiyle kente göç etmelerinin ve göç ettikten sonra kentte kalmak istemelerinin sebepleri itme-çekme kuramı bağlamında analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Arap Baharı, Aydın, İtme-Çekme Kuramı, Suriyeliler, Uluslararası Göç.

Abstract

Throughout the history, migration movements of many different individuals or groups towards various countries, regions and geographies have been witnessed. While these migration movements can be carried out voluntarily in order to achieve higher life standards in target country, they can also be practiced involuntarily due to the civil war, hunger, natural disaster, political pressures etc. in home country. Migration movements, which have increased intensively in recent years due to the spread of globalization, civil war, climate change, etc. have not only been stuck between internal borders, but have also become a form of international and mass circulation by exceeding external borders. Many reasons can be pointed out that initiate and trigger these migration movements, which have become a global phenomenon. Causes of migration have been the subject of push-pull theory as well as many theories in the literature, appeared as pushing and pulling factors. In this study, the reasons why Syrians migrated to Aydın province due to many factors created by the Arab Spring and wanted to stay in the city after migration were analyzed in the context of push-pull theory, within the scope of a field research in Aydın.

Keywords: Arab Spring, Aydın, International Migration, Push-Pull Theory, Syrians.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 15 / 10 / 2021

Accepted: 04 / 02 / 2022

¹ Bu çalışma, "2011 Sonrası Türkiye'ye Gelen Suriyelilerin Toplumsal Uyum Süreci ve Sorunları: Aydın İlinde Bir Alan Araştırması" adlı doktora tezinden türetilmiştir.

² Dr. Arş. Gör., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Söke İşletme Fakültesi, e-mail: alper@adu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-5137-4948>

³ Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, e-mail: yeozer@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-6503-4573>

Giriş

2010 yılının sonlarına doğru Tunus'ta başlayan ve domino etkisi yaratarak tüm Ortadoğu'ya yayılan Arap Baharı'nın etkisini artırmasıyla diktatörlükle yönetilen ülkelerde iç savaş ve kaos ortamı baş göstermiş, Suriye gibi birçok Arap ülkesinde bu çatışmaların getirdiği yıkımdan kaçan insanlar, başta Türkiye olmak üzere Lübnan, Ürdün, Irak gibi çevre ülkelere doğru göç etmek ve sığınmak zorunda kalmışlardır. Arap Baharı'nın başlangıç yıllarında Suriyeliler, *geçici misafir* olarak Türkiye'ye sığınmışlar, zamanla bu misafirlik düşüncesi yerini kalıcılığa bırakmış, Suriye'deki iç savaş uzadıkça ve yeni terör örgütleri bölgedeki etkisini arttırdıkça Suriyelilerin ülkelerine geri dönüş ümitleri azalmıştır. Göç kuramlarının en önemlilerinden birisi olarak bilinen *itme-çekme kuramı*, göçün çekici ve itici sebepleri üzerinde durmuş, ayrıca göç sırasında yaşanan zorlukları açıklamaya çalışmıştır. Terk edilen ülkedeki siyasi çatışma ortamı, doğal afetler, işsizlik oranlarındaki artış ve sosyal hizmetlerin yetersizliği gibi durumlar itici faktörleri oluştururken, göçe maruz kalan ülkelerdeki güvenli siyasi atmosfer, yüksek hayat standartları, gelişen teknoloji, geniş istihdam alanları, iklim gibi koşullar da çekici faktörlere örnektir. Her göç hareketinde olduğu gibi Suriyelilerin Türkiye'ye göç etmelerinde de bazı sebepler sıralamak mümkündür. Bu sebepler; Türkiye'nin göç edenleri kabul etmesi, devletin ve sivil toplum örgütlerinin göçmenlere sağladığı hizmetler, göçmenler için çıkartılan mevzuat, kültürel/dini yakınlık gibi faktörlerdir. Bugün Türkiye'ye göç eden ve sayıları 3,5 milyonu aşan, daha sonradan *Geçici Koruma* olarak adlandırılan statüye sahip olan Suriyelilerin Türkiye'ye uyum süreçlerinin yürütülmesinde, Türk Devleti'nin politikalarının payı büyüktür.

Zamanla Türkiye'ye gelen ve sayısı milyonları bulan Suriyelilerin neden Türkiye'ye göç ettiği ve göç ettikten sonra ülkelerine geri dönmediğine dair birçok yorum, eleştiri ve durum analizi yapılmıştır. Toplumun bazı kesimleri tarafından Suriyeliler büyük bir ekonomik yük ve toplumsal güvenlik için risk teşkil eden insanlar olarak görülmüş, bazı kesimleri tarafından ise ara eleman açığını kapatan *hazır işgücü potansiyeli* ve *mazlum vatandaşlar* olarak kabul edilmiştir. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının algıları açısından ortada halen olumsuzluklar ve sorunlar olsa da Suriyeliler geçtiğimiz 10 yıllık süreçte büyük ölçüde Türkiye'ye entegre olmuşlar ve Türkiye'yi benimsedikleri gözlemlenmiştir.

Bu çalışmada, Aydın ili özelinde Suriyelilere yönelik bir anket çalışması yapılmış olup, yapılan çalışmanın sonuçları analiz edilerek Suriyelilerin, savaşın hemen akabinde Aydın'a göç etmek istemelerinin ve göç ettikten sonra kentte kalmak istemelerinin sebepleri istatistiksel olarak incelenmiştir. Bu sebeplerin analiz edilmesi, itme-çekme kuramının bilhassa *çekici faktörler* dinamiğini somutlaştırarak kuramın daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

1. Kavramsal Açıdan Göç

21. yüzyılda küreselleşen dünya düzeninde göç olgusunun önemi giderek artmaktadır. Ulaşım ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, devletler arasında imzalanan vize serbestisi anlaşmaları, eğitim amaçlı yürütülen değişim programları vs. gelişmeler; malların, hizmetlerin ve sermayenin olduğu kadar kişilerin de uluslararası dolaşımına imkân sağlamaktadır. Böylelikle bu dolaşım imkânlarının neden olduğu göç hareketleri, yalnızca az gelişmiş ülkelerle gelişmiş ülkeler arasında değil, gelişmiş ülkelerin kendileri arasında da görülmektedir.

Göç kavramı, yalnızca fiziksel mekânın değiştirilmesi değil, sosyal yapının da tüm unsurlarının dönüşümü anlamına gelen önemli bir sosyal olgudur. Göç hareketine katılanlar, yeni bir sosyalleşme süreci yaşayarak yaşamlarındaki tüm ilişkileri yeniden kurmak zorunda kalmakta, değişime adapte olmak için yepyeni bir uyum sürecine girmektedirler (Adıgüzel, 2016: 2). Bu yönüyle göç, toplumları sosyoekonomik, sosyokültürel, psikolojik ve demografik açılardan etkileyen, insanlara farklı bir yaşam alanı sunan çok yönlü bir hareketlenmedir.

Bireyleri ve toplumları çok boyutlu olarak etkileyen göç kavramının literatürde birçok farklı tanımı yapılmıştır. Özer'e (2014: 11) göre göç; ekonomik, dini, siyasal veya toplumsal nedenlerden kaynaklı olarak toplumların bir iskân ünitesinden, bir başkasına yerleşmek amacıyla gerçekleştirdikleri coğrafi mekân değiştirme sürecinin hem göç eden hem de göçe maruz kalan toplumların yapısını kültürel, sosyal, ekonomik ve siyasal açılardan çok boyutlu biçimde değiştirmesidir.

Faist'e (2003: 41) göre ise göç, bir mekândan diğere veya bir toplumsal-siyasal birimden diğere bir birime doğru yapılan *aktarma* eylemdir, bir diğere ifadeyle kalıcı veya yarı kalıcı olarak ikamet edilen yerin mevcut idari sınırların dışına doğru değiştirilmesidir (Faist, 2003: 41). Akkayan ise (1979: 77), Faist'in tanımını destekler nitelikte göçü; kişilerin gelecekteki hayatlarını kalıcı veya geçici bir süreliğine garanti altına almak amacıyla bir yerleşim bölgesinden başka bir bölgeye doğru yaptıkları yer değiştirme eylemi olarak tanımlar.

Göç kavramında öne çıkan unsurlardan bir tanesi de uyumdur. Göçü sadece insanların yer değiştirmesi olmaktan çıkaran temel unsur bir anlamda budur. Göç kavramını kuramsallaştırma çabalarında da göç ve uyum ilişkisi sürekli ön plandadır. Diğere bir deyişle göç olgusu, literatürde de pek çok kurama konu olmuş ve bu kuramlar çerçevesinde *uyum* kavramı ile birlikte ele alınmıştır. Söz konusu kuramlar, çıktıkları ülkeye özgü koşullara göre şekillendiği için farklı bölgelerde yaşanan göç hareketlerine açıklık getirme noktasında sınırlı bir kapasiteye sahiptir. Göç ilgili çalışmalar yürüten Sosyolog Friedrich

Heckmann'a göre uyum; yeni bir toplumsal grubun mevcut sosyal yapılar aracılığı ile topluma kazandırılmalarının yanı sıra, bu süreçte bu yeni grubun içinde yaşadığı toplumun sosyoekonomik, hukuki ve kültürel ilişkilerine nasıl ve ne şekilde dâhil edileceğini ortaya çıkarmaktır (Haksever, 2014: 22). Bir başka tanıma göre ise uyum; birey ve grupların göç ettikleri yerin beklentileri doğrultusunda yaşamlarını tekrardan düzene sokma ve daha tatmin edici bir hayat kurma çabasıdır (Saygın ve Hasta, 2018: 306).

Uluslararası göç hareketlerinin oluşturduğu çok kültürlü alanlarda bireyler arası diyalog sürecinin daha sağlıklı biçimde yürütülebilmesi için sosyokültürel uyumun sağlanması şarttır. Bunun için de karşılıklı saygı, anlayış ve tolerans kavramlarının oluşması, ortak iş birliği ağının yaratılması ve empati duygusunun gelişmesi gerekmektedir. Bireyler hem kendi öz kültürünü ve kimliğini koruyup hem de göç ettiği toplumun kültürüne adapte olmak isterse, bir başka ifade ile farklı kültürler arasında dengeli bir uyum süreci yakalarsa *entegrasyon* adı verilen uyum modeli gerçekleşir. Entegrasyon, bireyin kendi etnik kimliğini sürdürmekle birlikte, eş zamanlı olarak içinde yer aldığı dominant kültürün bakış açısını kazanma kapasitesini gösterir (Berry, 1997: 9). Bunun dışında sosyoekonomik uyum sürecinin de güçlenmesi, kültürel uyumu tamamlayıcı niteliktedir. Bu süreçte göçmenlerin işgücü piyasalarına dahil olması, üretim sürecine katkı sağlaması, devlet tarafından göçmenlere çalışma izni verilmesi ve sigortalarının yapılması ekonomik uyumun sağlıklı bir biçimde yürütülmesi açısından elzemdir.

Literatürde çokça çalışılan ve Türkiye'deki Suriyelilerle ilgili kavramsal karışıklık ortaya çıkaran bir diğer kavram da mülteciliktir. Mültecilik kavramı ise *zorunlu göç* diye tasvir edilen durumlar sonucunda açığa çıkan ve yasal statünün kazanılmasıyla yürürlüğe konulan, uluslararası hukukta sıkça karşılaşılan 21. yüzyılın en önemli kavramlarından biridir. Kirişçi'ye göre mülteci; kendi vatanında dini, ırkı ya da siyasi ideolojisinden ötürü kendisini baskı altında hisseden, yine taraflı bir tutuma maruz kaldığı için kendi ülkesine karşı güvenini kaybeden, bu sebeple başka bir ülkenin korunmasından faydalanmak için yapmış olduğu hukuki başvurusu kabul edilmiş kişidir (Kirişçi, 1996: 8). Penrose'a göre ise mülteci; zulme uğrama korkusundan dolayı kendi ülkesinin dışında bulunan, tarafsız bir araştırma sonucunda bu zulüm korkusunun haklı sebeplerle ortaya çıktığı kanısına varılabilen, bu kanıya istinaden uluslararası hukuk çerçevesinde yasal statü kazanan kişidir (Penrose, 2003: 23).

Mülteci Hukuku'nun temellerini atan 1951 Cenevre Sözleşmesi'yle "*İrki, dini, tabiiyeti, siyasi düşünceleri ya da belli bir toplumsal gruba mensubiyeti sebebiyle zulme uğrayacağından haklı sebeplerle korkma*" ifadesi mülteciliğin en önemli şartlarından birisi olarak gündeme gelmiştir. Bu çerçevede kendi ülkesinde farklı sebeplerden ötürü şiddete ve tahakküme maruz kaldığı için başka bir ülkeye sığınma talebinde bulunan, ülkesine geri dönmesi durumunda da zulme uğrama riski taşıyan kişilere uluslararası hukuk çerçevesinde mültecilik statüsü hakkı verilmiştir. Cenevre Sözleşmesi'nin dışında 1967-*Mültecilerin Hukuki Statüsüne İlişkin Protokol* ve 1969-*Afrika Birliği Örgütü Sözleşmesi* gibi hukuki belgeler kapsamında da mültecilik konusunda bazı düzenlemelere gidilmiştir.

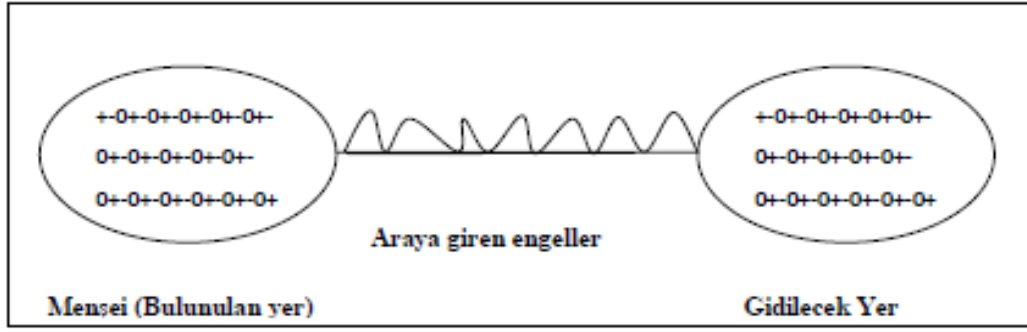
Konuyla ilgili kavramları ele aldıktan sonra, konu Aydın'da yaşayan Suriyelilerin göç etme ve göç ettikten sonra bu kentte kalıcı olma sebepleri şeklinde ele alınacaktır. Bu sebeple itme-çekme kuramı açısından göç hareketlerini analiz etmek gerekmektedir.

2. İtme-Çekme Kuramı Bağlamında Göç Hareketleri

Tarih boyunca devam eden göç olgusunu tek bir sebebe indirgemek doğru değildir. Göç; siyasi baskılar, dini ve etnik çatışmalar, iç savaşlar, işsizlik, düşük ücretler, doğal afetler, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, akademik kariyer hedefleri, demografik yapının değişmesi gibi ekonomik, siyasal ve toplumsal odaklı pek çok sebepten kaynaklanabilir. İtme çekme kuramı da göç hareketlerinin itici ve çekici sebepleri üzerine geliştirilmiş olup, göç süreci boyunca yaşanan engelleri de içine alacak şekilde bir analiz yapmıştır.

İtme çekme kuramını ilk olarak 1966 yılında Everett Lee tarafından ortaya atılmış, sonraki yıllarda bu kurama farklı kişiler tarafından katkılar yapılarak kuram geliştirilmiştir. Lee'ye göre göç; bulunan yerden başka bir yere yarı kalıcı veya kalıcı olarak ikametgâh değişikliği yapmak şeklinde tanımlanmaktadır. Ona göre göç hareketliliği, mesafeye, gönüllü veya gönülsüzlük durumuna, hatta iç ve dış göç ayırımına bakılmaksızın tek bir olgu olarak ele alınmalıdır. Ayrıca ne kadar kısa veya uzun, kolay veya zor olursa olsun, her göç eylemi bir başlangıç ve bir varış noktasının yanı sıra yer değiştirme süreci boyunca bir dizi engel içermektedir (Lee, 1966: 49).

İtme-çekme teorisinin temel bileşenlerine vurgu yapan Lee'ye göre göçe etki eden faktörler *pozitif*, *negatif* ve *nötr* olmak üzere üç kısma ayrılmıştır. Bireylerin çıkış noktalarında yani mevcut ikamet ettikleri yerde kalmalarını sağlayan faktörler pozitif (+), bireyleri göç etmeye teşvik eden faktörler negatif (-) ve bireylerin göç kararı almaları üzerinde olumlu/olumsuz herhangi bir tesir yaratmayan faktörler ise nötr (0) faktörler olarak sınıflandırılmıştır (Özcan, 2017: 192).



Şekil 1. Göçe Etki Eden Faktörler

Şekilde görüldüğü üzere hem ikamet edilen menşei yerde hem de göç edilecek yerde, insanları o bölgede tutmak veya oraya çekmek için mevcut bulunan sayısız faktör olduğu gibi, onları geri iten başka dinamikler de vardır. Bu dinamikler, (+) ve (-) işaretleri olarak gösterilmiştir. Tüm bunların yanı sıra, insanların temelde kayıtsız olduğu, (0) olarak gösterilen başka durumlar da vardır. İtme ve çekme kuramına göre, çekici faktörlerin sağladığı avantajlar kişiden kişiye ve ihtiyaca binaen değişebilir. Örneğin; çocuklu bir ailede göç edilen yerde eğitim çekici bir faktör olarak görülürken, çocuksuz ailelerde yüksek vergi sebebiyle eğitim faktörü nötr bir etki yaratacaktır (Çağlayan, 2006: 73).

Bu kurama göre göç sürecini başlatan dört temel faktör; yaşanılan yerle ilgili faktörler, göç edilen yerle ilgili faktörler, işe karışan engeller ve bireysel faktörlerdir (Lee, 1966: 50). İtici faktörler, bireyin ikamet ettiği alanı/bölgeyi terk etmesine neden olan ekonomik, sosyal, dini, siyasal vs. sorunları içerebilirken, çekici faktörler ise; göç edilmek istenilen ülkedeki cezbedici fırsatları kapsamaktadır. Konuyu biraz daha spesifik hale getirirsek, menşe (kaynak) ülkedeki güvenlik riskleri, savaş ortamı, terör faaliyetleri, doğal afetler, mezhep savaşları, yüksek işsizlik oranları ve temel hizmetlerin yetersizliği gibi durumlar itici faktörleri oluştururken, hedef ülkedeki güvenli ortam, hayat standartlarının yüksek olması, teknolojik imkanlar, coğrafya ve iklim, istihdam alanlarının geniş olması ve kültürel/dinsel yakınlık gibi koşullar da çekici faktörlere örnek verilebilir. Araya giren engeller olarak ise aradaki mesafenin uzaklığı, ulaşım imkânlarının yetersizliği ve tehlikeli yolculukları sayabiliriz (Rani, 2018: 7). Lee bu engellere örnek olarak, Doğu ve Batı Almanya'yı ikiye ayıran Berlin Duvarı gibi gerçek fiziksel engelleri ve dolaşımı kısıtlayan göçmenlik yasalarını vermiştir (Lee, 1966: 51). Kısacası göçe başlamadan önce bireylerin/kitlelerin hareket alanını kısıtlayan, göçü zorlaştıran veya yola çıkılması durumunda risk yaratabilecek durumlar bu engelleri oluşturmaktadır.

İtme-çekme kuramında refah düzeyi yüksek, endüstrileşmiş ülkelerin; kendi ülkelerinde işsiz, düşük ücretle çalışan veya sosyal güvenlikten yoksun bireylere çekici geldiği tezi kabul edilmektedir. İşgücü koşulları açısından göç konusu ele alındığında, yaşanılan ülkedeki düşük çalışma koşulları itici etmenleri oluştururken, göçün hedef ülkesindeki iyi çalışma koşulları ve cazip özlük hakları ise çekici faktörleri oluşturmaktadır (Aksoy, 2012: 295). Makro yaklaşıma göre uluslararası göç hareketleri, emekteki arz ve talepte ortaya çıkan coğrafi farklılıktan ileri gelmektedir. Sahip olduğu sermayeye oranla emek piyasası daha kısıtlı olan ülkeler daha yüksek ücretli istihdam alanları sunarken; emek fazlası olan ülkelerde ise ücret düzeyleri nispeten daha düşüktür. Aradaki bu ücret farkı, düşük ücretli az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde çalışan bireylerin, yüksek ücret veren gelişmiş ülkelere doğru göç etmesine yol açmaktadır (Massey, 1999: 35).

Eğer göçün sebebinin, başlangıç ve varış noktasındaki olumlu ve olumsuz faktörlerin dikkate alınmasından kaynaklandığını düşünürsek, bu noktalar arasındaki farklılıkların yüksek düzeyde bir göç akışına zemin hazırladığını söyleyebiliriz. Buna örnek olarak, 19. yüzyılda ABD'ye, 13. yüzyılda Doğu Avrupa'ya ve 20. yüzyılda Sibirya'ya doğru yığılan göç hareketlerini verebiliriz (Lee, 1966: 51). Böylelikle refah seviyesi yüksek, istihdam alanları geniş ve her yönden gelişmiş ülkeler, menşe ülkelerde memnuniyetsizliği asgari düzeyde olan kişileri kendilerine çekmek için önemli fırsatlar yaratmaktadır. Yakın çağa geldiğimizde, örneğin 1960'lı yıllarda Almanya, genç ve dinamik işgücü açığını kapatabilmek adına Türkiye gibi yaş ortalaması düşük ve nüfusu fazla ülkelere işçi alımı politikası yürütmüştür. Böylelikle kendi ülkelerinde geçim sıkıntısı çekmekte olan ve işsizlik problemi yaşayan Türk işçiler daha çok para kazanabilmek ümidiyle Almanya'ya göç etmiş, sonraki yıllarda ise geri dönüş yerine, burada düzen kurmak istemiş ve ailelerini yanlarına getirmişlerdir.

Lee, göçün bazı karakteristik özelliklerini incelemiştir. O'na göre, göç seçicidir. Seçici olmasının nedeni; kişilerin başlangıç ve varış noktasındaki artı ve eksi faktörler grubuna farklı tepkiler vermeleri, araya giren engellerin üstesinden gelmek için farklı yeteneklere sahip olmaları ve birbirlerinden farklı beklenti içinde olmalarıdır. Bunun yanı sıra göç öncesinde araya giren engeller, göçmenlerin statüleri ve yaşam tarzları hakkında da bilgi verir. Örneğin, eğitimsiz ve gecekonduların sakinleri maddi imkanları olmadığı için genelde uzak mesafe göçünü göze alamaz, genelde aynı mahalle içinde dönüp

dolaşmaktadırlar. Eğitim durumu yüksek ve şehirde yaşayan kesim ise maddi imkanları doğrultusunda uzak mesafeli bölge veya şehirlere göç edebilirler (Lee, 1966: 56-57).

İtme-çekme kuramı bağlamında literatürde bazı çalışmalara rastlamak mümkündür. Örneğin, 2009 yılında Çin'in Sanjiangyuan bölgesinde yapılan bir araştırmada, çevresel kaynaklı göçün itici ve çekici faktörleri üzerinden bir analiz yapılmıştır. Yapılan araştırmada odak-grup görüşmesi ve anket yöntemi ile devlet yetkilileri, bölgede yaşayan yerel halk ve göçmenlerle görüşülmüştür. Yapılan analizler sonucunda göç üzerinde çevresel koşulların bozuk olmasından ötürü hükümetin evlerini terk etmek isteyen insanları bölgenin dışına taşıması yani lojistik destek sağlaması ve finansman desteği vermesi itici faktörler olarak görülürken, varılmak istenen yerdeki kaliteli eğitim şartları, yeni konutlar, yeni istihdam alanları ve emekli maaşlarının ödenmesi ise çekici faktörleri oluşturmuştur (Meng, 2009: 9-14).

Bir başka çalışmada 1950'lerden 2000'li yıllara kadar Türkiye'deki iç göç hareketini itme-çekme kuramı bağlamında inceleyen Çelik (2006), yapmış olduğu regresyon analizi sonucunda, tarımsal toprak yetersizliği ve güvenlik endişesinin göçe neden olan itici faktörler olduğu bulgusuna ulaşırken, çekici faktörler olarak da yüksek gelir, geniş istihdam fırsatları, eğitim ve sağlık gibi kentsel hizmetler ve akraba referanslarını göstermiştir.

İtme-çekme kuramı kapsamında genel kavramsal bilgilendirmenin ardından konuyu Türkiye özelinde değerlendirmek konu bütünlüğünü sağlayacaktır. Bir sonraki bölümde itme-çekme kuramı, Suriyelilerin Türkiye'ye göçü çerçevesinde ele alınacaktır.

3. İtme-Çekme Kuramı Bağlamında Suriyelilerin Türkiye'ye Göç Etme Sebepleri

İtme-çekme kuramı bağlamında Arap Baharı sonrasında Türkiye'ye göç etmek zorunda kalan Suriyeliler için uygun bir analiz yapılabilir. Hem Suriye'deki itici faktörlerin Suriyeliler için ülkeyi yaşaması zor ve endişe verici hale getirmesi, hem de Türkiye'deki çekici faktörlerin göç tercihinde Türkiye'yi ilk sıraya taşıması kuramı daha anlaşılır kılmaktadır.

Arap Baharı başladıktan bir süre sonra ülkede yaşanan kaos ve iç savaş, Suriyeli masum siviller için adeta bir korku çemberi oluşturmuş, bu durum yeni göç hareketleri için itici bir faktör haline almıştır. Bilhassa savaş sonrası bölgede etki alanını genişleten ve uluslararası arenada terör unsuru olarak kabul edilen Irak ve Şam İslam Devleti (İŞİD) ve El Nusra'nın yanı sıra Türkiye tarafından terör örgütü olarak görülen Demokratik Birlik Partisi (PYD) örgütleri Suriyeliler için büyük bir tehdit haline gelmiştir. Böylece çatışmaların, bombaların ve kimyasal silahların kentte bıraktığı yıkımdan ötürü can güvenliği kaygısı güden Suriyeliler, Türkiye başta olmak üzere, Lübnan, Ürdün ve Irak gibi ülkelere sığınma arayışı içine girmişlerdir. Savaşın başlangıç yılları yalnızca iktidardaki Esad ve Özgür Suriye Ordusu gibi muhalif gruplar arasında geçse de 2013 yılından itibaren etkisini hissettiren ve 2014 yılından itibaren topladığı yabancı savaşçılarla bir hayli güçlenen İŞİD de bu iç savaşa ortak olmuştur. Sonraki yıllarda ise ABD'nin silah, lojistik ve mühimmat desteği ile büyüyen ve Türkiye tarafından terör örgütü olarak kabul edilen YPG de silahlı saldırılarını artırmış, tüm bu kaos, karmaşa ve iç savaştan kaçan Suriyeli vatandaşlar ülkelerini terk etmek zorunda kalmışlardır. Kısaca Suriye'nin geneline yayılan legal ve illegal aktörlerin arasındaki bu çatışma ortamı, korku iklimi ve güvensizlik durumu, Suriyelilerin göç dalgasını başlatmaları ve yeni ülkelerde sığınma arayışına girmeleri için itici bir güç haline gelmiştir.

Öte yandan Suriyelilerin Türkiye'ye göç etme sebeplerindeki çekici faktörleri değerlendirecek olursak, bunların başında Türkiye'nin dış politika stratejisi bağlamında izlemiş olduğu insani diplomasi anlayışı örnek verilebilir. Bir diğer ifadeyle Türkiye, hiçbir etnik, dini ve ideolojik ayırım yapmaksızın, savaşta mağdur olan *mazlum* ve *din kardeşi* olarak tanımladığı Suriyelilere sınırlarını açmış, insani yardım ekseninde onların eğitim, sağlık, gıda, barınma gibi ihtiyaçlarını karşılamak için politikalar yürütmüştür. Suriyeliler için ülkedeki psikolojik eşğin *yüz bin* olduğunu açıklansa da (Hürriyet, 2013), bu eşik tahmin edilenden daha hızlı artarak milyonlara ulaşmıştır. Bu göç dalgası karşısında hazırlıksız yakalanan Türkiye, iç savaşın başlarında savunduğu söylemiyle tutarlılık göstermek adına Suriyelilere sınır kapılarını açmaktan geri adım atmamış, zamanla bu politikasını daha somut ve görünür hale getirmiştir. Bugün itibarıyla 3,7 milyon resmi kayıtlı Suriyeliyi barındıran Türkiye (UNHCR, 2021), dünya üzerinde en çok Suriyeliye ev sahipliği yapan ülke statüsü kazanmıştır. Böylelikle Türkiye'nin izlediği bu misafirperver tutum Suriyelileri göçe teşvik eden çekici bir faktör olarak görülebilir.

Total Persons of Concern

CSV JSON

5,646,797

Source - UNHCR, Government of Turkey

Last updated 16 Sep 2021

Total Persons of Concern by Country of Asylum

JSON

Location name	Source	Data date	Population
Turkey	Government of Turkey	16 Sep 2021	65.7% 3,710,497
Lebanon	UNHCR	31 May 2021	15.1% 851,717
Jordan	UNHCR	31 Aug 2021	11.9% 670,637
Iraq	UNHCR	31 Aug 2021	4.4% 248,721
Egypt	UNHCR	30 Jun 2021	2.4% 133,568
Other (North Africa)	UNHCR	31 Jan 2020	0.6% 31,657

Total Registered Syrian Refugees

JSON

5,646,797

Source - UNHCR, Government of Turkey

Şekil 2. Ülkelere Göre Suriyeli Sığınmacıların Dağılımı

Kaynak: UNHCR, 2021

İnsani diplomasi örneğinin yanı sıra, Türkiye'nin güvenli bir ülke olması, ayrıca barınma, sağlık, eğitim ve istihdam olanaklarının diğer Ortadoğu ülkelerine nazaran daha iyi seviyelerde olması çekici faktöre örnek verilebilir. Örneğin, Türkiye'deki sığınmacı kamplarındaki temizlik ve yemek imkânları, Suriyelilerin göç ettiği diğer ülkeler arasında yer alan Lübnan ve Ürdün'deki kamplara göre daha iyi durumdadır. Güneydoğu'daki kamplarda barınma imkânının yanı sıra, dikiş-nakış, Türkçe ve İngilizce dersleri, bilgisayar gibi mesleki kurslar da verilmektedir (ORSAM, 2014: 12). Yine Ürdün ve Lübnan gibi ülkelerde taciz, hırsızlık ve sosyal dışlama durumlarının fazla olması, göçün yönünü Türkiye'ye doğru çevirmekte ve Türkiye'nin güvenli ülke olarak algılanmasına zemin hazırlamaktadır.

Kamplar dışında kent hayatına uyum sağlamaya çalışan Suriyelilere ise 2014 yılında yürürlüğe konulan *Geçici Koruma Yönetmeliği* çerçevesinde sağlık hizmetleri, çalışma izni hakkı, sosyal yardım ve hizmetler, tercümanlık hizmetleri, eğitim hizmetleri gibi imkanlar sağlanmıştır. Örneğin, temel ve acil sağlık hizmeti kapsamında Suriyelilerin ilaç ve tedavi masrafları devlet tarafından karşılanmakta, Avrupa Birliği tarafından finanse edilen *Kızılay Kart* uygulaması ile belirli kriterleri taşıyan geçici koruma statüsündeki kişilere ekonomik yardım yapılmakta (TÜRK KIZILAY, 2017), ülkeye katkı sağlayacağı düşünülen nitelikli, eğitilmiş ve sermaye sahibi Suriyelilere istisnai vatandaşlık verilmektedir. Tüm bu hizmetler ve fırsatlar, Türkiye'yi Suriyeliler için cazibe merkezi haline getirmiştir.

Suriyelileri Türkiye'ye çeken bir başka çekici faktör ise kültürel ve dini yakınlıktır. Osmanlı Devleti ile ortak tarihsel bağları olduğunu düşünen, mezhep farklılıkları olsa da İslamiyet dinine mensup olan, böylece şimdiki Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları ile benzer kültür, gelenek-görenek ve dini inanca sahip olduğunu düşünen birçok Suriyeli vardır (Erkan, 2018: 14; Yıldırım vd., 2017: 121). Bilhassa Türkiye'nin güneydoğusundaki sınır illerle kültürel benzerliklerin daha fazla olduğu söylenebilir. Osmanlı Devleti döneminden yakın siyasi döneme geldiğimizde ise, Türkiye'nin bazı Ortadoğu ülkelerinde *Müslüman dünyasının ağabeyi* olarak kabul edilmesi, Türkler ve Suriyeliler arasında kültürel ve dini açıdan bir köprü vazifesi görmüştür.

Buraya kadar anlatılanlar konuyu teorik açıdan ele almamızı ve değerlendirmemizi sağlamıştır. Buradan sonra Aydın ilinde yapılan anket çalışmasıyla konu hakkında sahadan da bilgi sağlanmış olacaktır.

4. Aydın'daki Suriyelilerin Göç Etmek / Göç Ettikten Sonra Kalmak İsteme Sebeplerine Dair Alan Araştırması

2010 yılının Aralık ayında Tunus'ta başlayan ve domino etkisiyle Suriye başta olmak üzere neredeyse tüm Ortadoğu'ya yayılan Arap Baharı'ndan bu yana binlerce milyonlarca insan savaşın yarattığı bu yıkımdan olumsuz etkilenmiştir. Suriye'de yaşanan iç savaşın giderek kontrolden çıkması sonucunda Türkiye'nin sınır bölgesinde de bir hareketlilik meydana gelmiş, ilk olarak birkaç yüz vatandaş Hatay'daki Cilvegözü sınır kapısına doğru akın etmiş, sonrasında Türkiye içlerine doğru kitlesel nüfus hareketleri görülmüştür.

Zamanla Türkiye'ye gelen Suriyeli sayısı milyonları bulmuş, bu kadar Suriyelinin neden Türkiye'ye göç ettiği ve göç ettikten sonra geri dönmediğine dair birçok yorum ve tahmin yapılmıştır. Bu çalışmada, Aydın ili özelinde yapılan bir anket çalışmasının sonuçlarına dayalı olarak (Yılmaz, 2019), Aydın'da yaşayan Suriyelilerin kente göç etmek ve kentte kalmak istemelerinin sebepleri incelenecek, bu sebepler itme-çekme kuramı bağlamında değerlendirilecektir.

4.1. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan anket çalışmasında Suriye'den Aydın'a göç etmiş 226 bireyin, bu kente göç etmesindeki ve göç ettikten sonra kalmasında etkili olan sebepleri analiz edebilmek için elde edilen verilere frekans analizi yöntemlerinden çoktan seçmeli (*multiple response*) testler uygulanmış, katılımcılardan bir soru için en fazla 3 seçeneği işaretlemeleri istenmiştir. Çoktan seçmeli testler sonucunda katılımcıların verdikleri cevapların sıklık ve yüzde değerlerine bakılmış, bu çerçevede hangi faktörlerin göç etme ve kalıcı olma kararlarında daha etkili olduğu ölçülmeye çalışılmıştır. Anketlere başlanabilmesi için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden etik kurul raporu 08.03.2018 tarihinde alınmıştır. Anketler 10.03.2018-12.05.2018 tarihleri arasında elden uygulanmıştır. Anketlerin hazırlanması sürecinde Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü öğretim üyesi Doç. Dr. Olca Sürgevil Dalkılıç'tan destek alınmıştır.

4.2. Araştırmanın Örnekleme ve Türü

Anketin yapıldığı dönemde Aydın ilinde yaklaşık olarak 10.000 Suriyeli sığınmacı yaşamaktadır. Dolayısıyla araştırmanın evren büyüklüğü 10.000, örneklem büyüklüğü ise 266'dır. Ankette örneklemin çerçevesi oluştururken Aydın ilinde yaşayan Suriyelilere ulaşmak için veri toplama süreci; zaman ve bütçe kısıtlaması, online anket yerine elden uygulama, hedef kitlenin eğitim oranının düşük olması gibi engeller baz alınarak yürütülmüş, bu süreçte hiçbir kurumdan yolluk veya kırtasiye ücreti talep edilmemiştir.

Örnekleme türü olarak ise, evreni oluşturan birimlerin hepsine eşit seçilebilme şansının tanındığı *olasılıklı örnekleme* türü kullanılmış, olasılıklı örneklemin bir çeşidi olarak da evreni oluşturan bireylerin tamamının örneğe girme şansının tesadüfi olduğu *basit tesadüfi örnekleme* modeli seçilmiştir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 75). Bu noktada belirli bir meslekten, cinsiyetten, gelir grubundan ya da eğitim düzeyinden Suriyeliler seçilmemiş, tamamen tesadüfi olarak kolay ulaşılabilen Suriyelilere anket yaptırılmıştır.

4.3. Verilerin Toplanmasında İzlenen Yol

Saha çalışmasına geçilmeden önce etik ihlali oluşmaması açısından Aydın Göç İdaresi İl Müdürlüğü'nden Ankara Göç İdaresi Genel Merkezi'ne iletilmek üzere yazılı izin istenilmiş, izne cevap gelmesi yaklaşık 2 ayı bulmuştur. Bu süreçte göçmenlerle daha önceden proje yürütmüş olan Aydın Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi öğretim üyesi Dr. Öğr. Üyesi Murat Kemal Avcı'ya ulaşılmıştır. Onun yönlendirmesi ile Suriye kökenli olan ve uzun yıllardır Türkiye'de yaşayan, Suriyelilerin sorunlarının çözülmesi noktasında tercümanlık hizmeti de veren Devlet Su İşleri makine mühendisi Ali Bayraktar ile irtibata geçilmiştir. Yazılı izin alındıktan sonra, Ali Bayraktar'ın yönlendirmesi doğrultusunda Aydın'da yaşayan Suriyelilerin hangi mahallelerde ikamet ettiği bilgisine önceden ulaşılmış, bu bilgiye istinaden Suriyeliler önceden telefonla aranarak kendilerine anket yapılmak istendiğine dair haber verilmiştir. Suriyelilere ulaşıldıktan sonra sahaya çıkılmış, anketler bizzat elden yapılmış, bu sürece Suriyelileri yakından tanıyan hem Arapça hem Türkçe dillerine son derece hâkim olan Ali Bayraktar'ın bizzat kendisi de katılmıştır. Dolayısıyla ankete katılanların güveni kazanılarak soruların cevaplanmasında oluşabilecek endişe ve önyargı durumu ortadan kaldırılmıştır.

İlerleyen süreçte Ali Bayraktar vasıtasıyla da Aydın Valiliği İl Göç İdaresi Müdürü Sayın Soner Koç'a ulaşılmış, Soner Koç'un talimatı ile İl Göç İdaresi'ne gelen *geçici koruma* altındaki kayıtlı Suriyelilere anketler uygulanmıştır. Akabinde İl Göç İdaresi Müdürlüğü personeli Sayın Hasan İçöz'ün vasıtasıyla Aydın Geri Gönderme Merkezi Müdürlüğü'ne gidilmiş, burada geri gönderilmek üzere toplanan veya idari gözetim altında bulunan sığınmacılara da anketler elden uygulanmıştır.

4.4. Demografik Değişkenler

Göçmenlerin profilini, göç ve kimlik algılarını ortaya koyabilmek adına ilk etapta cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu gibi demografik yapının incelenmesi çalışmaya fayda sağlayacaktır. Örnekleme oluşturan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin veriler *sıklık tabloları* ile gösterilmiş, verilerin çıktıklarına göre analizler ve yorumlar yapılmıştır.

Tablo 1. Cinsiyet Dağılımı

		Sıklık	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	31	13,7
	Erkek	195	86,3
	Toplam	226	100,0

Tablo 1'e göre, alan araştırmasında katılımcıların cinsiyet dağılımlarına bakıldığında; görüşülen kişilerin %13,7'sini (31 kişi) kadınlar, %86,3'ünü (195 kişi) ise erkekler oluşturmaktadır. Bu noktada ankete cevap verenlerin büyük kısmını erkeklerin oluşturduğu söylenebilir. Öte yandan gerek ankete katılmalarına eşleri tarafından izin verilmemesi gerekse dışarıya karşı çekingen tavırları sebebiyle Suriyeli kadınların ankete cevap vermekten kaçındıkları düşünülmektedir.

Tablo 2. Yaş Dağılımı

		Sıklık	Yüzde
Yaş Grubu	18-25	51	22,6
	26-35	108	47,8
	36-50	60	26,5
	51-65	7	3,1
	Toplam	226	100,0

Tablo 2'ye göre, araştırma kapsamında görüşülen kişilerin %22,6'sı 18-25 yaş grubuna, %47,8'i 26-35 yaş grubuna, %26,5'i 36-50 yaş grubuna, %7'si ise 51-65 yaş grubuna dâhil olan sığınmacılardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan sığınmacıların yaşlarının daha çok 50 yaş altı olması, bu kişilerin daha iyi istihdam olanaklarına sahip olabilmek, aile fertlerine daha iyi yaşam standartları sağlayabilmek ve geleceğe daha umutla bakabilmek gibi amaçlar taşıdığını da gösterebilir. Ayrıca ileri yaştaki insanların uzun süredir yaşadığı topraklardan kolay kolay vazgeçmek istememeleri de Aydın'a göç eden 50 yaş üstü Suriyelilerin sayıca neden az olduğunun bir göstergesi olarak düşünülebilir.

Tablo 3. Medeni Durum Dağılımı

		Sıklık	Yüzde
Medeni Durum	Evli	180	79,6
	Bekâr	46	20,4
	Toplam	226	100,0

Tablo 3'e göre, medeni durum dağılımına bakıldığında, araştırma kapsamında görüşülen kişilerin %79,6'sı evli, %20,4'ü bekâr göçmenlerden oluşmaktadır. Bu noktada özellikle çocuğu olan bireylerde ailesinin ve çocuklarının geleceğini düşünen, onlara daha iyi bir yaşam sağlamak isteyen Suriyelilerin göç kararı alması manidardır. Suriyelilerde evlilik oranının bu kadar yüksek olması da Arap toplumlarında küçük yaşta evliliklerin dini ve kültürel bir uygulama haline gelmesinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 4. Eğitim Durumu Dağılımı

		Sıklık	Yüzde
Eğitim Durumu	Okuryazar değil	25	11,1
	İlkokul mezunu	71	31,4
	Ortaokul mezunu	74	32,7
	Lise mezunu	27	11,9
	Üniversite mezunu	28	12,4
	Lisansüstü	1	0,4
	Toplam	226	100

Araştırmaya katılanların eğitim durumları Tablo 4'te gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların %11,1'inin okuryazar olmadığı, %11,9'unun lise, %12,4'ünün üniversite mezunu olduğu, %0,4'ünün lisansüstü eğitimi aldıkları buğularına rastlanmıştır. İlkokul ve ortaokul mezunları araştırmaya katılanların yarısından fazlasına (%64,1) tekabül etmektedir. Tablo 4'e göre ilkokul mezunu 71 kişi ankete katılanların %31,4'üne, ortaokul mezunu 74 kişi ise katılımcıların %32,7'sine denk gelmektedir. Dolayısıyla Aydın'a göç eden Suriyelilerin eğitim seviyelerinin düşük olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

4.5. Türkiye'ye Göçü Etkileyen Faktörler

Çalışmanın ana kısmını oluşturan bu bölümde Suriye'den Aydın'a göç etmiş 226 bireyin, bu kente göç etmesindeki sebepler analiz edilmiştir. Bu çalışmada amaç, itme-çekme kuramının da vurguladığı gibi göçmenlerin göç kararı almasındaki itici ve çekici faktörleri irdeleyebilmektir. Bu bağlamda Suriyelilere uygulanan anketlerde Türkiye genelinde ve Aydın özelinde bu coğrafyaya göç kararı alınmasındaki çekici faktörlerin neler olduğu sorulmuş, anket sonuçlarına frekansa analizi yöntemlerinden çoktan seçmeli testler uygulanmış, katılımcılardan 1 soruya en fazla 3 cevap vermeleri istenmiştir.

Tablo 5. Türkiye'ye Göç Ettiren Faktörler

	Sıklık (N)	Yüzde	
Türkiye'ye göç ettiren faktörler	İki ülke arasındaki mesafenin kısa olması	146	64,6
	Daha önce Türkiye'ye gelen Suriyelilerin tavsiyeleri	53	23,5
	Türkiye'deki hayat standartlarının yüksek olması	26	11,5
	Türkiye'nin güvenli bir ülke olması	201	89,8
	Kültürel ve dinsel anlamda Türklere duyulan yakınlık	191	84,5
	Diğer	4	1,8
	Toplam	623	275,7

Tablo 5'te "Sizi Türkiye'ye göç ettiren faktörler nelerdir?" sorusuna verilen cevapların dağılımı yer almaktadır. Bu soruda maksimum 3 cevap seçeneği işaretlenmiş, dolayısıyla N sayısı örneklem hacmi olan 226 sayısını geçmiştir. Frekans analizi sonucunda görüldüğü üzere toplamda 623 cevap alınmıştır. Yüzdeler olarak ise bir soruya en çok 3 cevap verilmesinden ötürü bu oran %100'ü geçmiş, %275,7 gibi bir oran elde edilmiştir.

Araştırmaya katılan göçmenlerin, göç etmelerine vesile olan çekici faktörlere verdikleri cevapların dağılımı değerlendirildiğinde örneklem sayısını oluşturan 226 kişiden *İki ülke arasındaki mesafenin kısa olması nedeniyle göç ettiklerini* ifade eden kişilerin sayısı 146, işaretlenen seçeneğin oranı ise %64,6'dır. Dolayısıyla *mesafe* kavramı Türkiye'ye göç noktasında önemli bir dinamiktir ve Suriyeliler tarafından işaretlenen en yüksek 3. seçenek olma özelliği taşımaktadır. Zira, coğrafi açıdan Türkiye'nin Suriye'ye olan yakınlığı ve sınır komşusu olması, göçmenlerin fazla mesafe kat etmeden kolay ve rahat bir ulaşım ağı üzerinden ülkeye giriş yaptıklarını göstermiştir.

Daha önceden Türkiye'ye gelen Suriyelilerin referansları seçeneğini işaretleyen Suriyelilerin sayısı 53 olmakla beraber, oranı ise %23,5'e tekabül etmektedir. Dolayısıyla referans faktörü, çekici faktörler arasında diğer faktörlere nazaran daha düşük bir niceliği temsil etmektedir. Bu sebeple, daha önceden aileleri, akrabaları ya da arkadaşları Türkiye'ye gelen Suriyelilerin tavsiyelerinin yeterince etkili olmadığını anlayabiliriz.

Suriyelilerin göç kararı almaları noktasında araştırılan bir başka faktör, *Türkiye'de hayat standartlarının yüksek olması* faktörüdür. Aydın'da yaşayan 226 Suriyeli arasından bu seçeneği işaretleyenlerin oranı %11,5'e tekabül etmektedir. Sayısal olarak ise 26 kişi bu seçeneği işaretlemiştir. Bu değer, *diğer faktörler* kısmını çıkartırsak verilen cevaplar arasındaki *en düşük* orana sahiptir. Dolayısıyla Türkiye'deki hayat standartlarının yüksek olması, Türkiye'ye göç etmek için Suriyeliler açısından ciddi ve tetikleyici bir faktör olmamıştır.

Genellikle iç ve dış göçü belirleyen çekici faktörlerden birisi olduğundan, anket çalışmasında *güvenlik faktörü* de sorulara dâhil edilmiştir. *Türkiye'nin güvenli bir ülke olmasından ötürü ülkeye göç etme* faktörünü tercih edenlerin oranı 226 kişi üzerinden %89,8 gibi yüksek bir orana tekabül etmekte (201 kişi) ve tüm faktörler arasında *en yüksek* tercih sebebi halini almaktadır. Dolayısıyla Suriyeliler, Türkiye'yi güvenli bir ülke olarak görmekte ve göç tercihlerini Türkiye'den yana kullanmaktadırlar. Saha çalışması sürecinde bazı Suriyeliler ek bilgiler vermiş, Lübnan, Ürdün ve diğer Ortadoğu ülkelerinde tecavüz, taciz ve hırsızlık olaylarının çok olduğunu, dolayısıyla bu durumun kendileri açısından güvenlik riski teşkil ettiğini, Türkiye'de ise bu tarz durumlara rastlamadıklarını ve kendilerini güvende hissettiklerini ifade etmişlerdir

Kültürel ve dinsel açıdan yakınlık da genel anlamda göçü tetikleyen sebeplerden birisidir. Ankette *Türklere kültürel ve dinsel anlamda yakınlıktan ötürü Türkiye'ye göç etmeyi tercih edenlerin* oranı yüzdelik olarak %84,5 gibi yüksek bir oranı bulmuştur. Sıklık değeri olarak ise 226 kişi üzerinden 191 kişi bu seçeneği işaretlemiştir. Bu oranlardan anlayacağımızı üzere kültür ve din faktörleri, güvenlik faktöründen sonra Türkiye'ye göçü tetikleyen en önemli ikinci faktör olma özelliği taşımaktadır. Müslümanlık dini altında birleşen iki toplumun, kültürel açıdan da birbirine benzediği düşünülmektedir.

Kısaca bu kısımda, Suriyelilerin Türkiye'ye göç etme sebepleri bilhassa üç dinamik etrafında şekillenmiş; *güvenlik, kültürel/dini yakınlık ve mesafe* faktörleri göç tercihinde en fazla işaretlenen cevaplar olarak görülmüştür. Göç tercihinde en az etkili olan faktörün ise *Türkiye'deki hayat standartlarının yüksek olması* faktörü olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

4.6. Türkiye'de Kalmayı Cazip Hale Getiren Faktörler

Bu kısımda çoktan seçmeli testler sonucunda 226 katılımcının verdiği cevapların sıklık ve yüzde değerlerine bakılmış, bu çerçevede Suriyeliler açısından hangi çekici faktörlerin Türkiye'de kalmayı daha cazip hale getirdiği ölçülmeye çalışılmıştır. Bu noktada amaç, Suriyelilerin Aydın'a geldikten sonra, gelmeden önce ülke hakkında oluşturdukları beklentilerinin ve umutlarının yeterince karşılanıp karşılanmadığını, Türkiye'de yaşadıkça Türk halkına ve devletine karşı tutumlarının değişip değişmediği görebilmektir.

Tablo 6. Türkiye'ye Göç Ettikten Sonra KalmayıCazip Hale Getiren Faktörler

	Sıklık(N)	Yüzde	
Türkiye'ye göç ettikten sonra burada kalmayı cazip hale getiren faktörler	Sosyal hizmet olanakları	47	20,8
	İstihdam olanakları	50	22,1
	Türklerin misafirperverlikleri	149	65,9
	Türkiye'nin güvenli bir ülke olması	213	94,2
	Kültürel/dini anlamda Türklere duyulan yakınlık	187	82,7
	Diğer	1	0,4
	Toplam	647	286,3

Tablo 6'da en fazla 3 cevap seçeneği işaretlenebilmiş, dolayısıyla N sayısı örneklem hacmini geçmiştir. Frekans analizi sonucunda ankete katılan Suriyelilerden toplamda 647 cevap alınmıştır. Yüzdelik oranlar ise yine bir soruya maksimum 3 cevap verilmesinden dolayı %100'ü geçmiş, %286,3 gibi bir orana tekabül etmiştir.

226 kişi üzerinden Türkiye'de kalmayı cazip hale getiren faktörlerden *sosyal hizmet olanaklarını* işaretleyenlerin oranı %20,8'e, sıklık değeri olarak ise 47 kişiye tekabül etmektedir. Bu istatistiklere göre; eğitim ve sağlık gibi sosyal hizmetlerden duyulan memnuniyetin, Türkiye'de yaşamayı geçerli kılan çekici faktör olma noktasında pek yeterli olduğu söylenemez. Saha çalışması sırasında yapılan görüşmelerde özellikle sağlık hizmetleri açısından Aydın'daki her eczaneden ilaç alınamaması ve dil sorunundan ötürü hastaya doğru teşhis konulamaması gibi şikâyetler dile getirilmiştir.

İstihdam olanakları faktörünün Türkiye'de kalıcılığı sağlama noktasında cazip bir faktör olup olmadığı ankette Suriyelilere yöneltilen bir başka sorudur. Aydın'daki istihdam alanlarının yeterli olduğunu düşünenlerin oranı %22,1 olmakla birlikte toplamda 50 kişi bu seçeneği işaretlemiştir. Dolayısıyla istihdam faktörünün, Suriyelilerin Türkiye'de kalıcı olmasını gerektirebilecek düzeyde olmadığını söylemek mümkündür. Anket sürecinde görüşülen bazı Suriyeliler, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'ne kendilerine sunulan hizmetlerden ötürü her seferinde minnettarlıklarını dile getirseler de yaşadıkları kentte istihdam koşullarının yetersiz olduğunu ve geçim sıkıntısı çektiklerini ifade etmekten kaçınmamışlardır.

Misafirperverlik ve yardımlaşma konusu genel olarak göçmenlerin uyum sürecinde önemli bir faktördür. Bu çerçevede katılımcıların %65,9'u Türklerin kendilerine yönelik misafirperverliklerini kalıcılığın sağlanması noktasında önemli bir çekici faktör olarak görmüşlerdir. Sıklık değeri olarak bu sayı 149 kişiye tekabül etmektedir. Türkiye'nin insani politikaları çerçevesinde savaştan kaçan tüm göçmenlere kapılarını açtığını düşünürsek, misafirperverlik olgusunun Aydın'daki ve tüm Türkiye'deki Suriyelilerin entegrasyon sürecinde ne kadar kolaylaştırıcı bir dinamik olduğunu görebiliriz.

Güvenlik faktörü, Suriyelilerin Türkiye'ye göç etmesindeki en önemli faktör olma özelliğini, kalıcılık noktasında da korumaktadır. Ankete katılan 226 katılımcıdan %94,2'si Türkiye'nin güvenli bir ülke olmasının kentte kalmayı cazip hale getirdiğini ifade etmiştir. Sıklık değeri olarak ise bu sayı 213 kişiye tekabül etmektedir. Suriyelilerin ülkede kalıcı olmasını

etkileyen faktörler arasında *en yüksek* orana sahip olan bu seçenek, daha dar ölçekte Aydın ilinin Suriyeliler açısından güvenli bir şekilde yaşanabilecek bir kent olduğunu göstermektedir. Anket sırasında yapılan bazı görüşmelerde Suriyeliler, Aydın'da herhangi bir hırsızlık veya sözlü/fiziksel taciz gibi durumlarla karşılaşmadıklarını ifade etmişlerdir.

Kültürel ve dinsel anlamda Türklere duyulan yakınlık faktörü de Suriyelilerin kalıcı olma süreçlerinde güçlü bir çekici faktör olma özelliği taşımaktadır. 226 kişiden %82,7'si, kültürel ve dini benzerliğin Suriyeliler açısından Türkiye'de kalma isteğinin oluşması noktasında elzem olduğunu düşünmektedir. Sıklık değeri olarak ise bu rakam 187 kişiye tekabül etmektedir. Dolayısıyla bu seçenek, güvenlik faktöründen sonra işaretlenen *en yüksek ikinci faktör* olarak analizdeki yerini almıştır. Müslümanların çoğunlukta olduğu bir ülkede yaşamak, ortak coğrafya üzerinde yer almak, gelenek ve göreneklerin benzerlik göstermesi gibi durumlar, bu oranın yüksek çıkmasını anlamlı kılabilmektedir.

Çalışmanın bu kısmında, Suriyelilerin Türkiye'de kalma sebepleri genellikle üç dinamik etrafında şekillenmiş; *güvenlik, misafirperverlik ve kültürel/dini yakınlık* faktörleri kalıcılık noktasında en fazla tercih edilen faktörler olarak karşımıza çıkmıştır. Suriyelilerin göç ettikten sonra kalma tercihlerinde istihdam olanakları ve sosyal hizmet imkanlarının ise yeterince etkili olmadığı bulgusuna rastlanmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Tarihi boyunca birçok göçmene ev sahipliği yapmış olan Türkiye, Arap Baharı sonrası ilk kez bu kadar yoğun bir kitlesel göç hareketliliği ile karşı karşıya kalmıştır. Suriyeli göçünden önce Türkiye'deki uluslararası koruma altındaki yabancı sayısı rakam olarak on binlerle gösterilirken, Suriyeliler geldikten sonra bu rakam milyonları bulmuş, bu durum *uyum ve birlikte yaşama* zorunluluğunu beraberinde getirmiştir. Türkiye'ye ilk geldikleri yıllarda gerek devlet genelinde gerek toplumsal öngörü, Suriyelilerin misafirliklerinin geçici olduğu ve ülkelerine geri dönecekleri yönünde olsa da aradan geçen birkaç yıllık süreçte Suriyeliler toplumsal yapının ve sistemin bir parçası olarak kendilerine yer edinmişler, geçici misafirlikten kalıcılığa doğru evrilmişlerdir.

Literatürde göç ile ilgili birçok kuram bulunmakta olup, itme-çekme kuramı da bunlardan birisidir. Hem mevcut olarak yaşanan hem de göç edilecek yerde, insanları bölgeye çekmek için birçok temel dinamik olduğu gibi, onları geri iten başka sebepler de bulunmaktadır. Bu dinamikler itici ve çekici faktörler olarak adlandırılmış, (+) ve (-) işaretleri olarak gösterilmiştir. Tüm bu dinamiklerin yanı sıra, göç hareketlerini hiçbir şekilde etkilemeyen (0) olarak gösterilen başka durumlar da vardır. İç savaş, işsizlik, kötü iklim koşulları, yoksulluk, siyasi baskılar vs. insanları göçe zorlayan itici faktörler olarak bilinirken, geniş istihdam imkanları, siyasi güven ortamı, teknolojik gelişmişlik, coğrafya ve kültürel/dini yakınlık göçe teşvik eden çekici faktörler olarak sayılabilir.

Türkiye de Suriyeliler için ülkede başlayan iç savaştan sonra cazibe merkezi haline gelmiştir. Türkiye'nin Suriyeliler açısından yalnızca transit ülke değil, hedef ülke konumuna gelmesinde Türkiye'nin kendisine özgü fiziksel, kültürel ve hukuki koşullarının büyük rolü vardır. Bu koşulların etkisini ölçmek adına Aydın ilinde yapılan anket çalışmasında, Suriyelileri Türkiye'ye göç ettiren faktörlerin sebeplerine dair yapılan analizlerde sırasıyla; *Türkiye'nin güvenli bir ülke olması, kültürel ve dinsel anlamda Türklere duyulan yakınlık ve iki ülke arasındaki mesafenin kısa olması* dinamikleri Suriyeliler tarafından en çok işaretlenen üç seçenek olmuştur. Türkiye'deki *hayat standartlarının yüksek olması* faktörü ise verilen cevaplara içerisinde göç hareketindeki en düşük tercih sebebidir.

Anket çalışmasında Suriyelilerin Türkiye'de kalmasını cazip hale getiren faktörlere dair verilen cevaplarda ise sırasıyla *Türkiye'nin güvenli bir ülke olması, Kültürel ve dinsel anlamda Türklere duyulan yakınlık ve Türklerin misafirperverlikleri* en çok işaretlenen üç seçenek olma özelliği taşımaktadır. *İstihdam koşulları* ve *sosyal hizmetler* ise göç tercihinin sürdürülebilirliği noktasında en pasif faktörler olarak göze çarpmıştır. Suriyelilere yöneltilen her iki soruda da *Türkiye'nin güvenli bir ülke olması* ile *Türk ve Arap kültürünün benzer olması* ortak seçenekler olarak vurgulanmış, bunun yanı sıra göç tercihinde *mesafe faktörü*, kalıcılığın sağlanmasında da *Aydın halkının misafirperverliği* ön plana çıkmıştır.

Sonuç itibarıyla, Türkiye, barındırdığı 3,5 milyondan fazla Suriyeli ile birçok ülke arasında Suriyelilerin yaşamaktan en çok mutlu olduğu ve uyum sağladığı ülkelerin başında gelmektedir. Geride bıraktığımız 10 yıllık süreçte Suriyeliler Türkiye'de düzenlerini kurmuşlar, Türkçeyi öğrenmişler, meslek sahibi olmuşlar, eğitim hayatının bir parçası haline gelmişler, Türklere komşuluk ve arkadaşlık ilişkilerini geliştirmişler, hatta istisnai vatandaşlık olarak Türkiye'nin üretim, eğitim ve toplumsal sürecine katkı sağlayacak imtiyazlar elde etmişlerdir. Dolayısıyla Suriyelilerin Türkiye'ye karşı algılarının genel olarak olumlu yönde olduğu ve Türkiye'de kalıcı olmak istedikleri düşünülebilir. Bu durumda, her ne kadar Suriye'de şartlar normalleşse de bu kişilerin ülkelerine geri dönüş istekleri yeterince tatmin edici düzeyde olmayabilir. Yabancı bir ülkede düzen kurduktan sonra tekrar geri dönmek, 1960'larda Almanya'ya göç eden Türkler örneğinde de görüldüğü üzere yakın dönemde pek rastlanmıyış bir durum değildir.

Bu süreçte algıların şekillenmesinde en önemli araç bilginin kullanım metodudur. Bu bağlamda devletin ve medyanın uyum sürecinde üzerine düşen en önemli görev; Suriyeliler özelinde izlenen politikalar ve onlara verilen hizmetler hakkında toplumun şeffaf ve tarafsız bir biçimde bilgilendirilmesidir. Zira Suriyelilere yönelik kamuoyunda görülen eksik ve yanlış bilgilendirmeler, onlara karşı önyargı ve ayrımcılığı körüklemekte, bu durum da Suriyelilerin Türkiye'ye karşı algılarını ve memnuniyet düzeylerini etkilemektedir. Bu çerçevede, Suriyelilere yapılan ekonomik ve sosyal yardımlar, üniversitelere girişlerde Suriyeli öğrencilerin tabi tutuldukları sınavlar ve kendilerine dağıtılan burs miktarları, sağlık hizmetlerinde Suriyeli hastalara sağlanan paralı ve parasız hizmetler, Suriyelilerin karıştığı suç oranları, Suriyelilere verilen çalışma izni ve istisnai vatandaşlık sayısı gibi konularda Türk vatandaşlarına doğru ve tarafsız bilgi aktarılması gerekmektedir. Suriyeliler hakkında üretilen bilgi kirliliği son buldukça iki toplumun karşılıklı algıları daha olumlu seviyeye gelecektir. Bu noktada kurumsallaşmaya gidilerek gerek Suriyeli ve diğer yabancı uyruklara yönelik yürütülen politikaların daha sağlıklı, hızlı ve tek elden yürütülmesi, gerekse Suriyelilerle Türkler arasındaki uyum sürecinin pozitif yönde gelişmesi adına *Uyum Bakanlığı* kurulması uygun olacaktır.

Her ne kadar Türk toplumunda Suriyelilere karşı büyük önyargılar olsa da devlet göçmenleri geri dönüşe zorlamamalı, bu durum gönüllülük esasına göre sürdürülmelidir, zira Türkiye'ye göç eden Suriyelilerin arasında mutlaka yurtlarına geri dönmek isteyenler olacaktır. Fakat geri gönderme politikası uygulanacaksa bile başta Birleşmiş Milletler olmak üzere uluslararası örgütler öncülüğünde ve hukuki mevzuatlar çerçevesinde Suriyelilerin güvenliği garanti altına alındıktan sonra geri dönüşleri sağlanmalıdır. Öte yandan, Türkiye'de yaşamlarını idame ettirmek isteyen Suriyelilerin ise uyum süreçlerini hızlandırmak hem Türkiye'nin nitelikli eleman ihtiyacını karşılaması ve ekonomik yönden gelişmesi hem de Suriyelilerin ötekileştirilmemesi açısından daha rasyonel bir davranıştır. Bu süreçte gerek devlete gerekse yerel ve ulusal aktörlere büyük bir rol düşmektedir.

Kaynakça

- Adıgüzel, Y. (2016). *Göç Sosyolojisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Akkayan, T. (1979). *Göç ve Değişme*. İstanbul: İ. Ü. Edebiyat Fakültesi Basımevi.
- Aksoy, Z. (2012). Uluslararası Göç ve Kültürlerarası İletişim. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(20), 295-298.
- Berry, J. W. (1997). Immigration, Acculturation and Adaptation. *Applied psychology: An International Review*, 46(1), 5-68.
- Çağlayan, S. (2006). Göç Kuramları, Göç ve Göçmen İlişkisi. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 67-91.
- Çelik, F. (2006). İç Göçlerin İtici ve Çekici Güçler Yaklaşımı ile Analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27, 149-170.
- Erkan, E. (2016). Suriyeli Göçmenler ve Dini Hayat: Uyum, Karşılaşma, Benzeşme: Gaziantep Örneği. *İlahiyat Akademi Dergisi*, 4, 1-36.
- Everett, L. (1996). A Theory Of Migration. *Demography*, 3(1), 47-57
- Faist, T. (2003). *Uluslararası Göç ve Ulaşımı Toplumsal Alanlar*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Haksever, A. (2014). *Federal Almanya'da Göç ve Entegrasyon Politikaları*. (Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi). T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Yurtdışı İşçi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Hürriyet (2013). *Davutoğlu: 'Kırmızı çizgi' demedim*, <https://www.hurriyet.com.tr/gundem/davutoglu-kirmizi-cizgi-demedim-24987466>, Erişim Tarihi: 05.09.2021
- Kirişçi, K. (1996). Dünyada ve Türkiye'de Sığınma Olgusu. *Hoşgörü Yılında Mülteciler: Sivil Toplum Örgütlerinden Beklenenler Sempozyumu*. Helsinki Yurttaşlar Derneği.
- Massey, D.S. (1999). Why Does Immigration Occur? In *A Theoretical Synthesis. The Handbook of International Migration: The American Experience* (ss.34-52). (Ed.) Charles Hirschman, Philip Kasinitz, ve Josh De Wind. New York: Russell Sage Foundation.
- ORSAM (2014). *Suriye'ye Komşu Ülkelerde Suriyeli Mültecilerin Durumu: Bulgular, Sonuçlar ve Öneriler Raporu*, Rapor No:189.
- Özcan, E. D. (2017). Çağdaş Göç Teorileri Üzerine Bir Değerlendirme. *İş ve Hayat Dergisi*, 4, 183-215.
- Özer, İ. (2004). *Kentleşme, Kentleşme ve Kentsel Değişme*. Bursa: Ekim Kitabevi.

- Penrose, J. (2003). The UN Convention Relating To The Status Of Refugee: The Case For and Against Reform. In *Forced Migration and The Contemporary World: Challenges To The International System*, (Ed.) Andrzej Bolesta. Bialystok: Wydawnictwo I Drukarnia PPHU
- Rani, S. (2018). Analysing Lee's Hypotheses Of Migration In The Context Of Malabar Migration: A Case Study Of Taliparamba Block, Kannur District. *International Journal Of Research In Geography*, 4(1), 1-8.
- Saygın, S. ve Hasta, D. (2018). Göç, Kültürleşme ve Uyum. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 10(3), 302-323.
- TÜRK KIZILAY (2017), *SUY Nedir?*, <https://kizilaykart.org/TR/hakkinda.html>, Erişim Tarihi: 07.09.2021
- UNHCR (2021), *Total Persons of Concern by Country of Asylum*, <https://data2.unhcr.org/en/situations/syria>, Erişim Tarihi: 10.09.2021
- Xiangjing, M. (2009). *Analysis of the Push and Pull Factors of Environmental Migration in Sanjiangyuan Area in China*, Beijing Institute of Population Research, Center for Population and Development Studies, Renmin University of China, P.R. China. No. 59
- Yıldırım, S., İslamoğlu, E. ve İyem, C. (2017). Suriyeli sığınmacıların toplumsal kabul ve uyum sürecine ilişkin bir araştırma. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 107-126.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *Spss Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, A. (2019). *2011 Sonrası Türkiye'ye Gelen Suriyelilerin Toplumsal Uyum Süreci ve Sorunları: Aydın İlinde Bir Alan Araştırması* (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Extended Abstract

Aim and Scope

In the early years of the Arab Spring, Syrians migrated to Turkey as temporary guests due to the civil war, but this temporariness has changed into permanence over time. As the civil war in Syria has continued and new terrorist organizations have increased their influence in the region, the hopes for returning back have decreased. Although there have been still negative perceptions in terms of Turkish citizens, Syrians have largely integrated to Turkey in the last 10 years. In this study, a field research was conducted on Syrians living in Aydın province and the results of the study were analyzed. To the study, the reasons why Syrians wanted to migrate to Aydın right after the war as well as why they were keen on overstaying in this city after they migrated were analyzed statistically in the context of push-pull migration theory.

Methods

At the time of the survey, approximately 10,000 Syrians were living in Aydın. Therefore, the population size of the research is 10,000 while the sample size is 266. In the survey study, multiple-choice (multiple response) test, which is one of the frequency analysis methods, was applied to the data obtained in order to analyze the reasons that were effective in the preference of migration and overstaying of 226 individuals who immigrated from Syria to Aydın after the civil war. Participants were asked to mark maximum 3 options for a question. As a result of the multiple-choice tests, the frequency and percentage values of the answers given by the participants were examined, and it was tried to measure which factors were more effective in the migration and overstaying decision.

As the sampling type, the probability sampling type, in which all the units composing the population have an equal chance of being selected, were used. Also, as a type of probability sampling, the simple incidental model, in which all the individuals forming the population have a random chance of entering the sample, was chosen. (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 75).

Findings

Firstly, the question of "What are the factors that make you immigrate to Turkey?" was asked to the participants. In this question, a maximum of 3 options were marked, so the number of N exceeded the sample size of 226. As it was seen as a result of the frequency analysis, a total of 623 responses were received. As a percentage, this rate exceeded 100% and reached to the rate of 275.7% since a maximum of 3 answers were given to one question.

Among the options, the number of people, who stated that "they migrated to Turkey due to the short distance between the two countries", corresponds to 146, and the rate of the selected option is 64.6%. The number of Syrians who selected the option "references of Syrians who have come to Turkey before" corresponds to 53, and the rate is 23.5%. For the factor of "high living standards in Turkey", the rate of those who tick this option is 11,5 % and it corresponds to 26 people.

The rate of those who prefer to migrate to Turkey due to the factor of “Turkey is a safe country” corresponds to a high rate of 89.8% out of 226 (201 people), and it becomes the highest rate among all factors. Cultural and religious intimacy is also one of the reasons that trigger migration in general. In the survey, the rate of those who preferred to immigrate to Turkey due to “cultural and religious closeness to Turks” is 84.5%. As a frequency value, 191 people marked this option out of 226 people.

Secondly, as a result of the frequency analysis, a total of 647 responses were received from the Syrians who participated in the survey. Percentage rates, on the other hand, exceeded 100%, corresponding to a rate of 286.3%, due to a maximum of 3 answers to one question.

Out of 226 people, the rate of participants, who marked “social service opportunities” among the factors that make it attractive to stay in Turkey, corresponds to 20.8% as well as the number is 47. The rate of those who think that “the employment areas in Aydın are sufficient” is 22.1%, a total of 50 people selected this option. “Hospitality and cooperation” are also an important factor for the integration process of immigrants. In this context, 65.9% of the participants considers “the hospitality of Turks towards Syrians” as a serious attractive factor in ensuring permanence.

94.2% of the Syrians who participated in the survey marked the option of “Since Turkey is a safe country, staying as permanent here is so possible”. As a frequency value, this number corresponds to 213 people. “The safety factor”, which has the highest rate among the factors affecting the permanent residence of Syrians in the country, shows that Aydın province is a safe city for Syrians in narrow scale. In addition to safety, “the cultural and religious closeness to the Turks” is also a strong attractive factor in the permanent process of Syrians. 82.7% of the Syrians think that “cultural and religious similarity is essential for Syrians to have a desire for permanence in Turkey”. As a frequency value, this number corresponds to 187 people. Therefore, this option is the second highest factor marked by them after “the safety factor”.

Conclusion

There are many theories about migration in the literature, push-pull theory is one of these theories. In both residence country and destination country, there are some basic dynamics that attract people to the region as well as push them back. These dynamics are named as push and pull factors and are shown as (+) and (-) signs. In this article, the factors of the Syrian's migration to Turkey, which started after the Arab Spring, has been evaluated within the framework of the push and pull theory.

Turkey has become a center of attraction for Syrians after the civil war in the country. Turkey's unique physical, cultural and legal conditions has played a major role in preferring not only as a transit country but also as a destination country for Syrians. Within the survey study in Aydın to measure the effect of these conditions, the factors that made the Syrians migrate to Turkey are respectively; Turkey's position as a safe country, closeness to Turks culturally and religiously, and the short distance between the two countries. Similarly, in the survey study regarding the factors that make Aydın attractive for Syrians to stay in for a long time are respectively; Turkey's position as a safe country, closeness to Turks culturally and religiously, and the hospitality of the Turks against Syrians.

As a result, Turkey, with more than 3.5 million Syrians, is one of the countries where Syrians mostly adopted to live. In the past 10 years, Syrians have established their order in Turkey, have learned Turkish, have found a profession, have developed friendship with Turks, and even obtained privileges like citizenship in the way that they could contribute to the country. Therefore, it is possible to point out that the perceptions of Syrians towards Turkey are generally positive, and they want to stay in Turkey permanently.

Turizm Sektöründe Duygusal Zekâ ile Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişki: Antalya Örneği

The Relationship between Emotional Intelligence and Organizational Silence in The Tourism Sector: Antalya Case

Ayşegül Düzgün¹

Öz

Bu araştırmada, otel işletmeleri çalışanlarının duygusal zekâ düzeylerinin örgütsel sessizlik davranışları üzerindeki etkisini belirlemek amaç edinilmiştir. Bu amaç çerçevesinde, öncelikle duygusal zekâ ve örgütsel sessizlik değişkenleri ile ilgili teorik bir çerçeve çizilmiştir. Araştırmanın örneklemini 2019 yılında Antalya'da faaliyet gösteren otel işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada regresyon analiz yönteminden faydalanılmıştır. Araştırmanın sonucunda, duygusal zekâ boyutlarından duyguların kullanılması ile duyguların düzenlenmesi düzeyleri ile kabullenici sessizlik ve duyguların kullanılması ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında ters yönlü ilişkiler elde edilmiştir. Bununla birlikte turizm çalışanlarının örgütün yararına olacak şekilde sessizliği tercih etmesi anlamına gelen prososyal sessizlik ile duygusal zekâ boyutlarından sadece başkalarının duygularını değerlendirme boyutu arasında pozitif ilişkiler elde edilmiştir. Bu sonuçlar ülkemiz için önemli bir sektör olan turizm sektöründe çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile örgütsel sessizlik davranışları arasındaki ilişki düzeyleri ile ilgili yöneticileri bilgilendirmek ve turizm sektörü çalışanlarının duygusal zekâ düzeylerinin artırılmasına yönelik bir takım çabaların gösterilmesi ile onların sessizlik davranışlarının ortadan kaldırılarak daha yüksek performansla çalışabilmelerini sağlamak açısından önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Zekâ, duygusal zekâ, örgütsel sessizlik

Abstract

In this research, it is aimed to determine the impact of emotional intelligence levels of hotel employees on organizational silence behaviors. For this aim, first of all, a theoretical framework related to the variables of emotional intelligence and organizational silence was drawn. The sample of the research consists of workers of hotel businesses operating in Antalya in 2019. Regression analysis method was used in the study. At the end of the study, inverse relationships were obtained between the use of emotions from emotional intelligence dimensions, the levels of regulation of emotions and the acceptance of silence. In addition, inverse relationships were obtained between the use of emotions and defensive silence levels. However, positive relations were obtained between prosocial silence, which means that tourism employees prefer silence for the benefit of the organization, and only the dimension of evaluating the emotions of others, one of the dimensions of emotional intelligence. These results are considered important in terms of and informing managers about the relationship between emotional intelligence levels and organizational silence behaviors of employees in the tourism sector, which is an important sector for our country. In addition, these results are considered important in terms of making some efforts to increase the emotional intelligence levels of tourism sector employees and enabling them to work with higher performance by eliminating their silence.

Keywords: Intelligence, Emotional intelligence, organizational silence.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 28 / 10 / 2021

Accepted: 09 / 12 / 2021

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, duzugunaysegul29@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-5716-671X>.

Giriş

İlgili literatür incelendiğinde duygusal zeka konusuna olan ilginin arttığı görülmekle birlikte söz konusu kavramın öneminin artmasının sebebi performans ve girişimcilik ile var olan doğrudan ilişki kaynaklıdır. (Zampetakis, vd., 2009: 168). Günümüz işletmelerinin başarılı olması, onun fiziksel varlığından ziyade entelektüel sistem kapasitesi ile ilgilidir. İnsanın sahip olduğu zekânın yönetilmesi ve söz konusu zekânın faydalı ürün ve hizmetlere dönüştürülebilmesi, günümüzde hayati bir önem taşıyan yönetim becerisi olmuştur (Quinn, vd., 1999: 46). Dolayısıyla bu önem neticesinde işletmeler, mevcut çalışanlarının duygusal zekâlarının artırılması çabasına ve işe yeni alınacak kişileri duygusal zekâları yüksek olan kişilerden seçme eğilimine yönelmektedir (Zampetakis, vd., 2009: 168). Bununla birlikte, örgütsel sessizlik kavramı performansı azaltabilen ya da artırabilen bir davranış şeklidir. Söz konusu kavram duygusal açıdan zor bir anlatıma sahip olsa da, örgüt içerisinde hoşnut olunan ya da hoşnut olunmayan durumları dile getirmede etkili bir yöntemdir (Bagheri, vd., 2012: 276).

İlgili literatür incelendiğinde, duygusal zeka ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiyi inceleyen iki çalışmanın varlığına rastlanılmıştır. Tunçel ve Taslak (2017) tarafından yapılan çalışmada duygusal zekânın örgütsel sessizlik ile örgütsel seslilik üzerindeki etkileri sigorta çalışanları üzerinde incelenmiştir. Kutanis ve diğerleri (2014) ise duygusal zekâ, yöneticiye duyulan güven ve korku temelli sessizlik arasındaki ilişkileri incelemiştir. Duygusal zekâ ile örgütsel sessizlik kavramları arasındaki ilişkilerin örgütsel çıktılar açısından önemlerine atfen araştırmanın amacı, Türkiye ekonomisi açısından önemli olan turizm sektöründe söz konusu iki kavram arasındaki ilişkiyi incelemektir. Böyle bir inceleme ile duygusal zekâ ile örgütsel sessizlik düzeyleri arasındaki ilişkiler ortaya konulacak ve turizm çalışanlarının hangi konularda sessiz kalmayı tercih ettikleri tahmin edilmeye çalışılacak ve elde edilen bulgular neticesinde turizm sektörü üst düzey yöneticilerine bilgi verilecektir.

Duygusal zekâ ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiyi belirlemeye çalışan araştırmada ilk önce söz konusu kavramlar ile ilgili kavramsal çerçeveye değinilmiştir. Daha sonra araştırmanın yöntemine değinildikten sonra çalışma sonuç bölümü ile sonlandırılmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Duygusal Zekâ

Son zamanlarda önemi işletmeler tarafından kabul edilen duygusal zekâ kavramına, iş dünyasında gittikçe artan bir ilginin olduğu görülmektedir (Eröz, 2013: 213). Psikolojide yeni bir kavram olmayan duygusal zekânın temelleri Robert Thorndike'nin "sosyal zekâ"sına ve Howard Gardner'ın "çoklu zekâ kuramı"na dayanmaktadır. 1930'ların sonlarında "sosyal zekâ" hakkında yazan Robert Thorndike sosyal zekâyı "insan ilişkilerinde akıllıca hareket etmek için kadınları ve erkekleri, kız ve erkek çocuklarını anlama ve yönetme yeteneği" olarak tanımlamıştır. Fikirleri "Çoklu zekâ kuramı" olarak bilinmeye başlayan Gardner ise 1983 yılında tüm insanların, her biri beynin farklı bir bölümünde yer alıyor gibi görünen bir dizi zekâyı sahip olduğunu öne sürmüştür. Yazara göre, çoklu zekâ kavramı içerisinde, zekânın bilişsel unsurları kadar "kişilerarası" ve "içsel" zekâ da önemlidir. Kişilerarası zekâ veya zeki insanlar, anlama, takdir etme ve başkalarıyla iyi geçinme yeteneği olan kişilerdir. Öte yandan içsel zekâ, kendinizi anlama, kim ve ne olduğunuzu ve evrenin daha büyük planına nasıl uyum sağladığınızı bilme yeteneğidir (Kaufhold ve Johnson, 2005: 167).

Duygusal zekâ literatürüne değinmeden önce zekânın tanımını yapmakta fayda görülmektedir.

Gardner (2011) zekâyı, sorunları çözme ya da farklı kültürel ortamlarda değerli ürünler üretme yeteneği olarak tanımlamıştır. Son yıllarda yapılan birçok çalışma zekâ tanımının klasik olarak kabul edilen entelektüel zekânın yanı sıra duygusal zekânın da tanım içerisinde yer alması gerektiğini ileri sürmektedir (Tuğrul, 1999: 12). Zekânın iletişim ve sosyal yönünü temsil eden duygusal zekâ kişinin potansiyelini ortaya koyabilmesi ile diğerinden farklılaştırabilmede geliştirilebilir bir etkiye sahip bir alan olarak kabul edilmektedir (Edizler, 2010: 2970).

Duygusal zekâ terimi 1960'lardan başlayarak genel literatürde ara sıra kullanılmasına rağmen terimin ilk kesin uygulaması Wayne Payne'in (1986) doktora tezinde ortaya çıkmıştır Ancak Payne'nin, teorisini yayınlamaması nedeniyle 1990'da Salovey ve Mayer tarafından yayınlanan makale, çoğunlukla bu konudaki düşüncenin kaynağı olarak kabul edilmektedir (Ashkanasy ve Daus, 2005: 442). Kavramın ortaya çıkış sebebi Cooper ve Sawaf (1997: 245)'a göre, mantığın etkisinin azalması nedeni ile değil, insan kalbinin çalışması nedeniyledir. Duygusal zekâ, duyguların gücü ve hızlı algılayışı, insanın sahip olduğu bilgisi, enerjisi, ilişki ve etkisinin kaynağı olan anlama, duyumsama ve etkin bir şekilde kullanma becerisidir.

"Duygusal zeka neden IQ'dan daha önemlidir" başlıklı kitapta Goleman (2000) tarafından duygusal zeka, "kişinin kendini motive etmesi, ortaya çıkan tersliklere rağmen yola devam edebilmesi, ruh halini düzeltebilme, problemlerin düşünülmesine engel olma ve empati yetisi ve umut besleme" olarak tanımlanmaktadır.

Teorik düzeyde, duygusal zekâ, bir kişinin kişisel olarak ve kişiler arası olarak duygusal bir yapıya ilişkin bilgilere ne ölçüde katıldığını, işlediğini ve bu bilgilere göre hareket ettiğini yansıtmaktadır (Zampetakis, vd., 2009: 168).

Salovey ve Mayer ise duygusal zekânın yerini sürdürülebilir bilimsel bir teori içerisinde ilk belirleyen kişilerdir (Bastian, 2005: 33). Mayer ve Salovey (1990) duygusal zekâyı bireyin sahip olduğu duyguları ile başkalarının duygularını izleme becerisi, onları fark edebilmesi ve elde ettiği bilgiyi düşüncesinde ve eyleminde yol gösterici olarak kullanabilmesi olarak tanımlarken Cooper ve Sawaf (1997) kişinin sahip olduğu duygularını (algılama, duygusal güç ve duyguların tesiri) etkin bir şekilde kullanması şeklinde tanımlamıştır. Yazarlar duygusal zekâyı, kişinin kendi ve başkalarının duygularını gözlemleyip düzenleyebilmek ve sahip oldukları hisleri düşünceye ve eyleme rehberlik edecek şekilde kullanma şeklinde tanımlamışlardır (Goleman, 1998: 394).

Mayer ve Salovey (1990) duygusal zekânın üç ana bileşenini detaylandıran kavramsal bir model tasarlamışlardır. Bunlar: duygusal algı, duygusal düzenleme ve duygusal bilgidir. *Duygusal algı*, kişinin kendisindeki ve diğerlerindeki duyguları doğru bir şekilde tanıma yeteneğini ifade etmekle birlikte dürüst ve dürüst olmayan duygu ifadeleri arasında ayırım yapma yeteneğine de atıfta bulunmaktadır. *Duygusal düzenleme*, kişinin kendisinde ve başkalarında bir duygunun yoğunluğunu ve yönünü izleme ve değiştirme yeteneğini ifade etmektedir. Uyum üzerindeki zararlı etkileri ortadan kaldırmak için olumsuz duyguları hafifletme ve hazzı değeri olan olumlu duyguları sürdürme yeteneğini içermektedir. *Duygusal bilgi* ise, duyguların anlaşılması ve bu bilgilerin kullanılması anlamına gelmektedir. Dikkati sosyal dünyanın önemli yönlerine yönlendirmek, yaratıcı ve esnek bakış açıları geliştirmek ve hedeflere yönelik motivasyonu sürdürmek için duyguları kullanmayı içermektedir (Pellitteri, 2002: 183).

Güllüce ve İşcan (2010) duygusal zekânın bireyler arası ilişkilerin ve çalışma hayatındaki başarının belirleyicisi olduğunu ileri sürmüş ve bireyin davranışların şekillendiren dürtü, ihtiyaç ve değerleri temsil ettiğine vurgu yapmıştır.

Duygusal zeka için belirleyici olan yetkinlikler öz bilinç, motivasyon, kendini yönetmek, sosyal yetkinlik, empati ve iletişimdir. Bu yetkinlikler aşağıda kısaca özetlenmektedir (Çetinkaya ve Alparslan, 2001: 366):

- **Öz bilinç:** bireyin ihtiyaçlarını, hedeflerini ve kendi duygularını tanıması, kendi tercihlerini kendinin yapabilmesi ve sahip olduğu tüm kaynakların ve gücünün farkında olmasıdır.
- **Kendini yönetmek:** bireyin duygu ve düşüncelerini kontrol altında tutabilmesidir.
- **Motivasyon:** kişinin kendini motive edebilmesi, her zaman başarıya heyecan ve arzusuna sahip olmasıdır.
- **Empati:** bireyin başkalarının duygu, ihtiyaç ve endişelerini anlayabilmesi ve kendini başkalarının yerine koyabilmesidir.
- **Sosyal yetkinlik:** bireyin başkalarıyla ilişki kurabilmesi ve söz konusu ilişkinin uzun sürmesini sağlayabilme becerisidir. Bir takım kurabilme, takım ruhu oluşturabilme ve takımı yönetme becerisi bu yetkinlik ile oluşmaktadır.
- **İletişim becerisi:** duygusal zekânın vazgeçilmez unsurlarından biri iletişim becerisidir. Kişinin kendini açıkça ve net bir biçimde dile getirebilmesi ile başkalarını dikkatle dinleyebilmesi yeteneğidir.

Duygular eylem ile düşüncenin güçlü örgütleyicilerindedir. Makul olabilmek ve muhakeme yapmak için duygular şarttır. Duygusal zekâ, önemli görünen sorunların çözümünde ya da önemli kararların alınması gerektiğinde geleneksel zekânın (IQ) yardımına koşmakta ve sorunların çözülmesine ve önemli kararların alınması konularında daha etkili ve hızlı olunmasını sağlamaktadır. Ayrıca duygular belirsizlik içeren bir geleceği öngörme ve bu öngörüye göre plan yapmada yardımcı olmaktadır (Eröz, 2013: 223).

1.2. Örgütsel Sessizlik

Örgütlerde çalışan sessizliği yaygın olmasına rağmen, konunun çalışılması üniter bir kavram olduğu varsayımını da içermek üzere çeşitli nedenlerle ihmal edilmiştir (Pinder ve Harlos, 2001: 331). Örgütler açısından örgütsel iletişim hayati önem taşımakta ve örgütsel sessizlik, gerek örgüte gerekse örgütteki çalışanlara birtakım zararlar vermektedir (Aktaş ve Şimşek, 2014: 30). İş hayatı açısından önemli olan örgütsel sessizliğin türleri ve nedenleri ve sessiz kalınan konuların üst düzey yönetim tarafından görmezden gelinmesi, sessizlik ikliminin kronikleşmesi, çalışanlarla birlikte yöneticileri ve örgütün tümünü tehdit etmektedir (Tunçel ve Taslak, 2017: 244). Örgütsel sessizliğin en önemli zararlarından bir tanesi çalışanların performansları üzerinde görülmektedir (Aktaş ve Şimşek, 2014: 31). Çalışanların bazı olaylar karşısında kasıtlı bir şekilde sessizliği tercih etmeleri özellikle de örgüt için faydalı olacak önemli bir bilgiyi paylaşmamaları olumsuz bir durum olmakla birlikte örgütteki bir problemin çözülmemesine, herhangi bir aksaklığın giderilememesine ya da yaratıcı bir fikrin hayata geçirilememesine neden olmaktadır. Söz konusu olumsuz durumların ise örgütün performansına olumsuz yansması kaçınılmaz olacaktır.

Örgütsel sessizliğin performans üzerindeki etkisini ele alan çalışmalardan biri Tayfun ve Çatır (2013) tarafından yapılmıştır. Yazarlara göre örgütte meydana gelen bütün durumları kabul eden çalışanların performanslarının yüksek olması mümkün değildir. Kendini korumak üzere sessizliği tercih eden çalışanlar, baskın otoriteden ötürü sessizliği seçer ve bu durum da verimli bir örgüt ikliminden uzaklaşmasına neden olmaktadır.

Pinder ve Harlos (2001)'a göre sessizlik, "çalışanların yaptıkları işle ilgili davranışsal, bilişsel ve duygusal olan kanaatlerini sorun çözebilme ve karar verebilme yetkisine sahip olan yöneticilere kasıtlı olarak sözlü veya yazılı olarak bildirmekten kaçınmasıdır". Yazarların tanımına göre herhangi bir iletişim, koşulları değiştirme arzusunu yansıtmaz veya bu koşulları iyileştirme yeteneğine sahip olarak algılanan kişilere yönelik değildir, sessizliği bozma girişimi içermemektedir. Yazarlar tanımları ile ilgili beş temel özellikten söz etmiştir. Bunlardan birincisi, adaletsizlik bağlamlarında sessizlik farklı kişisel ve durumsal etkenlere karşı tepki şeklinde hareket etmekte olan ve biçim değiştiren dinamik bir süreçtir. İkincisi, bu koşullar söz konusu kişiyi doğrudan etkilediği durumlarda, sessizlik çalışanların kendilerinin veya başkalarının koşullarıyla alakalı bilişe, duyuşa ve davranışa yönelik durumlar ile ilgilidir. Üçüncü olarak sessizlik, bir dizi iletişim aracı veya eylemin herhangi biri veya tümü tarafından bozulabilir. Bu nedenle, haksız durumları iyileştirme arzusunu iletmek için yazılı bir mektup veya e-posta mesajı, sözlü bir ifade veya hatta kasten ifade edilen beden dili kullanılabilir. Dördüncü olarak tanım, bir kişinin bilinçli farkındalığı olmadan olumlu veya olumsuz durumlarda sessiz kalabilmesine izin verir ve sonuncu dışarıdan çalışanların sessizliğini gözlemlemek zor bazı durumlarda imkânsız olmaya devam edebilir (Pinder ve Harlos, 2001: 335).

Conlee ve Tesser (1973)'e göre örgütsel sessizlik, ilişkilerin bozulacağına düşünülmesi sonucu olumsuz olduğu düşünülen bilgilerin aktarımı konusunda isteksiz davranılmasıdır. Van Dyne, ve diğerleri (2003)'ne göre örgütsel sessizlik, çalışanların ilgili fikirlere, bilgilere ve görüşlere sahip oldukları ve yine de bu fikirleri ifade etmemeyi tercih ettikleri durumlardır.

Morrison ve Milliken (2000)'a göre ise, tüm çalışanların toplu olarak iş ile alakalı sorunlar ve konuları ifade etmemeleri ya da edememeleridir. Yazarlar temel olarak, örgütsel sessizliğin kökenlerini yöneticilerin olumsuz geribildirim korkusuna ve yöneticilerin sahip olduğu bir dizi örtük inanca dayandırmıştır.

- **Yöneticilerin olumsuz geribildirim korkusu:** örgütlerde örgütsel sessizlik ortamını oluşturan önemli bir etken, üst düzey yöneticilerin duyduğu özellikle astlarından olumsuz feedback alma korkusudur.
- **Yöneticilerin örtük inançları:** yöneticilerin çoğunlukla çalışanlar ve yönetimin doğası ile ilgili örtük olarak sahip oldukları inançlardır. Böyle bir inanç, çalışanların kişisel çıkarları ve güvenilmez olduklarıdır.

1.2.1. Örgütsel Sessizlik Davranışları

Çalışan motivasyonlarına bağlı olarak, kabullenici, savunmacı ve prososyal sessizlik olmak üzere üç tür sessizlik bulunmaktadır (Van Dyne, vd., 2003: 1359). Aşağıda bu sessizlik türlerine kısaca değinilecektir.

Kabullenici sessizlik, çalışan, konuşmanın anlamsız olduğunu düşündüğünde ve bir fark yaratma olasılığının olduğuna inanmadığında fikirlerini saklayabilir. Ayrıca çalışan durumu etkileyebilme konusunda düşük öz yeterlik değerlendirmelerine dayanarak fikir ve bilgilerini saklayabilir. Her iki durumda da sessizlik temel bir teslimiyetin sonucudur. İşgörenler bir fark yaratamayacaklarına inandıklarında, işlerinden ayrılırlar ve proaktif olarak fikirlere veya önerilere katkıda bulunmamayı tercih ederler. Son olarak, kabullenici sessizlik bilinçli olarak pasif bir davranışı ve bir teslimiyet duygusu ile anlamlı değişikliklerin grubun yeteneklerinin ötesinde olduğu hissine dayalı bilgi saklamayı da kapsayabilir (Van Dyne, vd., 2003: 1366).

Savunmacı sessizlik, fikirlerin dile getirilmesinin bireysel olarak riskli olduğu korkusuna dayalı bilgilerin saklanmasını içermektedir. Çalışan benliğini korumak için düzeltilmesi gereken sorunlarla ilgili gerçekleri saklamaktadır. Bu durum kendini koruma güdüsü ile problemden sorumlu tutulma korkusuna dayanabilir. Bununla birlikte, savunmacı sessizlik de kendini koruma şekli olarak bireysel hataları saklamayı da kapsayabilir (Van Dyne, vd., 2003: 1366-1367).

Prososyal sessizlik, bir kuruluş tarafından zorunlu tutulamayan isteğe dayalı bir davranışı kapsamaktadır. Savunmacı sessizliğe benzer şekilde, bu sessizlik türü de farkındalık ve alternatiflerin değerlendirilmesine ve fikirleri, bilgileri ve görüşleri saklamaya yönelik bilinçli bir karara dayanmaktadır. Savunmacı sessizliğin tersine, prososyal sessizlik, konuşmaktan kaynaklanabilecek olumsuz bireysel sonuçlardan korku duymak yerine başkaları için kaygı duymakla motive olmaktadır (Van Dyne, vd., 2003: 1368).

Aşağıdaki tabloda söz konusu örgütsel sessizlik türleri örneklendirilmiştir (Van Dyne, vd., 2003: 1363):

Tablo 1. Örgütsel Sessizlik Türleri Örnekleri

Davranış Türü	İşgören sessizliği İş ile ilgili bilgi, fikir ve görüşleri kasten saklamak
İşgören Motivasyonu	

Ayrılma Davranışı İstifaya bağlı Bir fark yaratamama hissi	KABULLENİCİ SESSİZLİK Örnekler: İstifaya dayalı fikirlerin saklanması Fark yaratmak için düşük öz yeterlik nedeniyle fikirleri kendine saklamak
Kendini Koruma Davranışı Korkuya dayalı Korkmuş ve bireysel olarak risk altında hissetmek	SAVUNMACI SESSİZLİK Örnekler: Korkuya dayalı sorunlar ile ilgili bilgi saklama Kendini koruma amacı ile gerçekleri görmezden gelmek
Diğerlerine Odaklı Davranış İşbirliği odaklı İşbirliği ve fedakâr hissetmek	PROSOSYAL SESSİZLİK Örnekler: İşbirliği sonucu gizli bilgileri saklamak Kuruma fayda sağlamak için özel bilgileri korunmak

Kaynak: Van Dyne, vd., 2003: 1363.

İlgili literatür incelendiğinde, örgütsel sessizlik kavramının, çalışanların faaliyette buldukları işletmede edindikleri tecrübeler sonucunda işletmede ortaya çıkan her hangi bir sorunun çözülmesinde ya da iyileştirme ve gelişimin sağlanmasına yönelik olarak karar alıcılardan kendi bilgi ve düşüncelerini bilinçli olarak gizlemeleri, dile getirmemeleri ya da getirememeleridir diyebiliriz.

2. Duygusal Zekâ ile Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişki

Morrison ve Milliken (2000)'e göre örgütsel sessizlik örgütsel gelişim ile değişim için potansiyel bir tehlikedir ve çoğulcu örgütlerde gelişime önemli bir engel olarak görülmektedir. Yazarlara göre, olumsuz geribildirimlerin önüne geçilmesi, örgüt içerisinde oluşan hataların ortaya çıkarılamamasına dolayısıyla da düzeltilmemesine yol açmaktadır.

Örgütsel sessizlik, çalışanların değer görmediği hissine, çalışanların algılanan kontrol eksikliğine ve bilişsel uyumsuzluğuna neden olabilir (Vakola ve Bouradas, 2005: 446). Bununla birlikte sessizlik iklimi, örgütlerin hataları tespit etme ve öğrenme becerisini etkilemekte ve dolayısıyla da örgütsel etkinlik üzerinde olumsuz etkide bulunmaktadır (Vakola ve Bouradas, 2005: 441).

Kendinin ve çalışanların duygularını anlayabilen yöneticiler daha fazla başarılı olan kişilerdir (Barling, vd., 2000: 158). Yapılan çalışmalar (Örneğin, Conger ve Kanungo, 1998) yöneticilerin başarılı olabilmeleri için çalışanları motive etme ve işletmenin hedeflerini benimsetebilmek için duyguların kullanılması gerektiğini göstermektedir.

Maboçoğlu (2006)'na göre yüksek duygusal zekâyâ sahip olanlar, iş hayatlarında diğer insanlarla iyi iletişim kurabilmekte ve yönetme yeteneğine sahip olmakta bunun neticesinde de çoğunlukla başarıyı yakalamaktadırlar.

Cooper ve Sawaf (1997)'a göre hala duyguları görmezden gelen veya onları sonu ne olursa olsun kaçınılması gereken mayın tarlaları gibi gören yöneticiler bulunmaktadır. Bu düşüncede olan yöneticilerin çoğu soğuk, duygudan yoksun rakam ve bilançolara önem veren, global pazarda meydana gelen değişim ve karmaşıklığın içerisinde faaliyette bulunan kuruluşları yönlendirmek için yaratıcı ve farklı düşüncelere en az sahip olan yöneticilerdir.

Daha önce de bahsedildiği üzere örgütsel sessizlik, kişinin örgütteki birtakım süreçleri değiştirebilme yetenek ve kapasitesine sahip olan kişilere, gerek işletme içerisindeki ilişkilerin bozulacağı gerek fikirlerinin değersiz görüleceği ve önemsenmeyeceği gibi olumsuz düşünceleri sonucunda kasıtlı bir şekilde çalışanların fikirlerini dile getirmemeleri ya da getirememeleridir. İşletme yöneticileri çoğunlukla kararları kendileri almak istemekte ve çalışanların kararlara katılımını zaman kaybı olarak değerlendirmektedir. Oysaki çalışanların kararlara katılımı ya da örgütün işleyişi ile ilgili konularda fikir sahibi olan çalışanların düşüncelerinin öğrenilmesi örgüt işleyişinin yararına bir durum olacak ve belki de işletmede oluşan bir sorunun çözümünü kolaylaştıracaktır. Üst düzey yöneticilerin çalışanlara söz hakkı tanıması hem çalışanların kendilerini değerli görmelerini hem de kendini yöneticilerinin değerli gördüğüne inanan çalışanın motivasyonunda artış yaşanmasını sağlayabilir, böylelikle de çalışan daha fazla çaba sarf edecek ve işletmelerinin amaçlarına ulaşmasına daha fazla katkıda bulunacaktır.

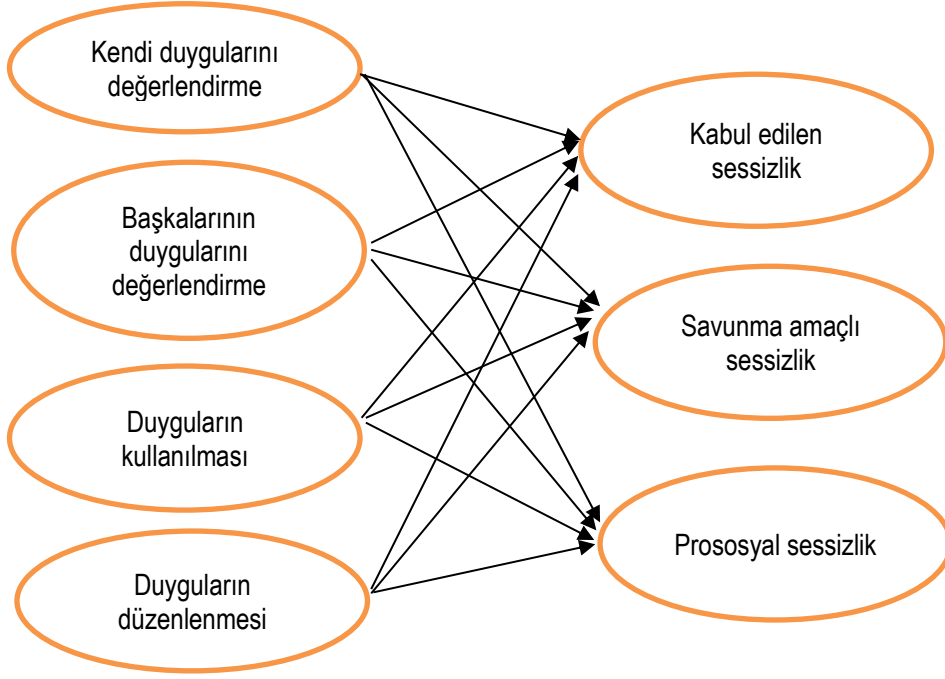
Tunçel ve Taslak (2017)'a göre katılımcı ve destekleyici bir örgütsel yapının gerçekleşebilmesi için beşeri ilişkileri yönlendiren duygusal zekâ yeteneklerinin öğrenilmesi ve devamlı olarak geliştirilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla örgütsel sessizlik ortamından uzaklaşılabilmesi için kendi duygularının farkında olan ve duygularını doğru bir şekilde dile getirebilen, başkalarının duygularını anlayabilen, duygularını kullanabilen ve duygularını düzenleyebilen kişilere ihtiyaç vardır. Duygusal zekâsı yüksek olan kişilerin söz konusu süreçleri kolaylıkla gerçekleştirebileceği ve kendi duygularının farkında olan, başkalarının duygularını anlayabilen, duygularını kullanabilen ve düzenleyebilen kişilerin ise örgüt içerisinde

meydana gelen aksaklıklara, olumsuzluklara ya da farklılıklara ses çıkarabilen, düşüncelerini güzel bir şekilde ifade edebilen kişiler olacağı düşünülmektedir. Örgütsel sessizliğin gerçekleştiği işletmelerde ise işletmeler meydana gelen birtakım sorun ve hataların farkına varılamamasına ve bunların düzeltilememesine yol açacaktır. Tam tersine işletme içerisinde duygusal zekasını kullanarak yolunda gitmeyen bir takım durumlara sesini çıkarabilen kişi ve yönetim tarafından bu kişinin desteklenmesi durumunun ise çalışanlarda motivasyon, verimlilik artışı ve örgütsel bağlılık gibi birtakım durumların yaşanmasını sağlayacağı bu durumun ise daha özveri ile çalışan personeli beraberinde getireceği ve sonuç olarak işletme performansında artış yaşanacağı düşünülmektedir. Bu düşünceleri destekler şekilde Aslan ve Özata (2008) yapmış oldukları çalışmanın sonucunda duygusal zekâ düzeyi yüksek olan çalışanların sorumluluk alma, bağlılık ve işe karşı duyarlılık duygularının daha fazla olduğunu belirtmişlerdir.

Tunçel ve Taslak (2017) sigorta şirketleri üzerinde yapmış oldukları çalışmalarında duygusal zekâ boyutlarının eş zamanlı olarak kabullenici sessizlik boyutu üzerindeki etkisini incelemiş ve sadece kişisel beceriler ile uyumluluk boyutlarının kabullenici sessizlik üzerinde etkisinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Diğer bir ifade ile duygusal zekâ boyutlarından kişisel beceriler ile uyumluluk düzeyi yüksek olan çalışanların örgütsel koşulları kabul etme, alınan kararlara razı olma, alternatiflere yönelik sınırlı farkındalık gösterme, iş yerinden sürekli ayrılmayı düşünme ve fark yaratma konusunda öz yeterliliğinin düşük olduğu düşüncesi yönündeki eğilimlerinin azaldığı söylenebilmektedir. Kutanis ve diğerleri (2014) ise duygusal zekâ ile korku temelli sessizlik arasında negatif anlamlı ilişkilerin varlığını bulgulamıştır. Dolayısıyla bu düşüncelerden hareketle duygusal zekâ ile örgütsel sessizlik türlerinden biri olan kabullenici sessizlik arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu düşünülmektedir. Öyle ki duygusal zekâ düzeyi yüksek olan işgörenler işletmede meydana gelen kötü gidişata kendi fikir ve bilgileri ile çözüm bulabileceklerinin farkında olacak diğer bir ifade ile fark yaratabilme kapasitesine sahip olduğunu bilecek ve dolayısıyla da bilgilerini kendine saklamayacak ortaya çıkan problemin çözülebilmesi adına korkusuzca dile getirecektir. Bu kapsamda aşağıda yer alan Hipotez 1 geliştirilmiştir.

Duygusal zekâ ve örgütsel sessizlik türlerinden bir diğeri olan savunmacı sessizlik arasında negatif yönlü ilişkiler beklenmektedir. Savunmacı sessizlik davranışı gösteren çalışanlar, farkındalığı yüksek ve alternatif değerlendirmesi yapan çalışanlardır. Yüksek duygusal zekâ düzeyine sahip olan işgörenlerin diğer bir ifade ile kendi duygularının bilincinde olan, başkalarının duygularını onların davranışlarından anlayabilen, duygularını gerçekleştirilmeye yönelik bir amaç belirlemeye ve bu amaca ulaşabilmek için kendisini motive etmeye, cesaretlendirmeye adanmış, en sıkıntı dolu zamanlarda dahi duygularının kontrolünü yapabilmeyen çalışanlar kendi kişisel çıkarlarını koruyabilmek, kendisi için oluşan riskten kurtulabilmek için korku temelli bilgi, öneri ve düşüncelerini saklamayacaklardır. Duygusal zekâsı yüksek olan çalışanların korkudan ve kendilerini koruma isteğinden uzak bir şekilde işletme içerisinde bilgi ve düşüncelerini özgürce paylaşacağı düşünülmektedir. Çünkü duygusal zekâ düzeyi yüksek olan işgörenler fikirleri aykırı dahi olsa rahatlıkla dile getirebilen ve haklarını savunan kişiler olmaktadır. Dolayısıyla çalışan kendisi için riskli bulunduğu bir konu hakkında da olsa sessizliğini korumayacak duygusal zekâsı aracılığıyla kendi adına olumsuz görünen durumu olumluya çevirecektir. Daha önce de belirtildiği üzere, duygusal zekâsı yüksek bireyler duygularının kontrolünü kolaylıkla yapabilmeyen kimselerden oluşmaktadır. Wong ve Law (2002) tarafından belirtildiği üzere duygusal zekâsı yüksek olan işgörenler, duygularını düzenleme noktasında daha iyidirler. Nikolaou ve Tsaousis (2002)'e göre ise duygusal zekâsı yüksek olan kişiler strese ve çevresel stres faktörlerine karşı toleransı yüksek olan kimselerdir. Diğer ifade ile duygularının esiri olmamaktadırlar. Duygularını kontrol edip duygu düzenlemesi yapabilmektedirler. Tunçel ve Taslak (2017), duygusal zekâ boyutlarının eş zamanlı olarak savunmacı sessizlik boyutu üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında sadece kişisel beceriler boyutunun etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Yazarlara göre, yüksek kişisel beceri düzeyi olan çalışanların, korku temelli kendilerini koruma isteği ile düşünce ve önerilerini saklamaya yönelik davranışlarında azalma tespit edilmiştir. Dolayısıyla da bu düşüncelerden hareketle çalışanların korku kaynaklı kararlar almamaları beklenmektedir. Bu kapsamda aşağıda yer alan Hipotez 2 geliştirilmiştir.

Duygusal zekâ ve son örgütsel sessizlik türü olan prososyal sessizlik arasında pozitif yönlü ilişkiler beklenmektedir. Örgütsel vatandaşlık davranışı ile ilişkilendirilen prososyal sessizlik iş hayatında herhangi bir beklentiye girmeksizin dışarıdan örgüte gelebilecek olan olumsuz her türlü davranışa karşı bilinçli bir şekilde gösterilen sessizliktir. Çalışanlar tamamen kendi istekleri doğrultusunda kurumu ile ilgili özel olan bilgileri başkaları ile paylaşmaz. Dışarıya karşı kurumu hakkında kötü söz etmez ve daima kurumunu över. Diğer bir ifade ile çalışanlar kurumuna zarar gelmemesi amacıyla sessizliği tercih etmektedir. Tunçel ve Taslak (2017), duygusal zekâ boyutlarının eş zamanlı olarak yardımsever (prososyal) sessizlik boyutu üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında sadece kişisel beceriler ile genel ruh hali boyutlarının etkili olduğu sonucunu bulmuştur. Bu kapsamda aşağıda yer alan Hipotez 3 geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3. Araştırmanın Yöntemi

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmada otel işletmelerinde çalışanların duygusal zekâ düzeylerinin örgütsel sessizlik düzeylerine etkisinin olup olmadığını, eğer etkisi varsa bu etkinin ne yönlü olduğunu belirlemek amaç edinilmiştir. Örgütlerin dinamik yapısı içerisinde çalışanların duygusal zekâ ve sessiz kalma davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi, sessizlik davranışlarının nedenlerinin belirlenmesi örgütlerin gelişimi açısından önemli görülmektedir.

3.2. Örneklem

Araştırmada evreni 2019 yılında Antalya'da faaliyet gösteren otel çalışanları oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini kolayda örnekleme yöntemi ile seçilmiş olup katılımcıların 107'si kadın, 163'ü ise erkek olmak üzere toplam 270 çalışandan oluşmaktadır. Turizm sektörü, istihdam ettiği çalışan ve ülkemize sağladığı ekonomik girdi açısından önemli bir konumda bulunmaktadır. Sektörün sahip olduğu önemli konum ve hizmet sektörünün önemli bir unsuru olması çalışanların ve örgüt yapılarının da önemini artırmaktadır. Turizm sektörünün gelişebilmesi ve rekabette sürdürülebilirliği kazanabilmesi için örgüt içi dinamiklerin iyi olması gerekmektedir (Benli ve Cerev, 2017: 416). Sahip olduğu öneminden dolayı örneklem olarak turizm sektörü seçilmiştir.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

H₁: Turizm sektöründe çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{1a}: Turizm sektöründe çalışanların kendi duygularını değerlendirme düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{1b}: Turizm sektöründe çalışanların başkalarının duygularını değerlendirme düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{1c}: Turizm sektöründe çalışanların duyguları kullanım düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{1d}: Turizm sektöründe çalışanların duyguları düzenlenmesi düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H₂: Turizm sektöründe çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{2a}: Turizm sektöründe çalışanların kendi duygularını değerlendirme düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{2b}: Turizm sektöründe çalışanların başkalarının duygularını değerlendirme düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{2c}: Turizm sektöründe çalışanların duyguların kullanım düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_d: Turizm sektöründe çalışanların duyguların düzenlenmesi düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H₃: Turizm sektöründe çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{3a}: Turizm sektöründe çalışanların kendi duygularını değerlendirme düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{3b}: Turizm sektöründe çalışanların başkalarının duygularını değerlendirme düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{3c}: Turizm sektöründe çalışanların duyguların kullanım düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

H_{3d}: Turizm sektöründe çalışanların duyguların düzenlenmesi düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.

3.4. Verilerin Analizi ve Bulgular

Araştırma duygusal zekâyı ölçmek için Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen ve Türkçe uyarlaması Özbezek ve Paksoy (2017) tarafından yapılan "Duygusal Zekâ Ölçeği" kullanılmıştır. Söz konusu ölçekte 4 boyut bulunmakta ve her bir boyutu da 4 ifade oluşturmaktadır. Ölçekte bulunan boyutlar kendi duygularını ve başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanılması ve düzenlenmesidir.

Araştırmada örgütsel sessizliği ölçmek için kullanılan ölçek ise Linn Van Dyne, Soon Ang ve Isabel C. Botero tarafından literatüre kazandırılmış ve Türkçe uyarlaması Erdoğan (2011) tarafından yapılmış olan örgütsel sessizlik ölçeğidir. Toplam 15 sorudan oluşan ölçeği 3 boyut oluşturmaktadır. Bu boyutlar, kabullenici sessizlik, savunma amaçlı sessizlik ve prososyal (örgüt yararına) sessizliktir. İlk 5 madde kabullenici sessizliği, 6-10. maddeler savunmacı sessizliği ve 11-15. maddeler ise prososyal sessizliği ölçmektedir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliklerini test etmek amacıyla Cronbach's Alpha, geçerliliklerini test etmek için ise keşfedici faktör analizinden faydalanılmıştır. Faktör analizini yapmadan önce ise örneklem büyüklüğünün yeterli olup olmadığını belirlemek amacıyla Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapılmıştır. Duygusal zekâ ölçeği için test sonucu 0,78; örgütsel sessizlik ölçeği için ise 0,83 çıkmış olup örneklemin yeterli olduğu görülmüştür. Durmuş ve diğerleri (2016) KMO örnekleme yeterliliğinin kabul edilebilir en alt sınırının 0,50 olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte 0,80 ve yukarısı mükemmel düzeyi göstermektedir. Ayrıca faktör analizini yapabilmek için sağlanması gereken ikinci koşul olan Barlett's Test of Sphericity değeri her iki ölçek için de 0,000 çıkmıştır.

Tablo 2. Duygusal Zekâ Ölçeğinin Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Kendi duygularını değerlendirme	Başkalarının duygularını değerlendirme	Duyguların kullanımı	Duyguların düzenlenmesi
Duygusalzeka1	0,800			
Duygusalzeka2	0,782			
Duygusalzeka3	0,711			
Duygusalzeka4	0,793			
Duygusalzeka5		0,627		
Duygusalzeka6		0,782		
Duygusalzeka7		0,726		
Duygusalzeka9			0,737	
Duygusalzeka10			0,512	
Duygusalzeka11			0,685	
Duygusalzeka12			0,769	

Duygusalzeka13				0,546
Duygusalzeka14				0,729
Duygusalzeka15				0,677
Duygusalzeka16				0,708
Açıklanan Varyans (%)	19,529	14,820	14,609	12,365
Toplam Varyans (%)	61,324			
Cronbach Alpha	0,83	0,71	0,70	0,75

Yapılan faktör analizi sonucunda duygusal zekâ ölçeğinin başkalarının duygularını değerlendirme boyutu ile ilgili olan 4. (0,347) ifadenin değeri 0,50'den düşük bulunmuş bu nedenle de ölçekten çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. Bununla birlikte duygusal zekâ ölçeği için elde edilen 4 boyutlu faktör yapısı (Tablo 2) kuramsal beklentileri karşılamakta ve elde edilen faktörler toplam varyansın %61'ini açıklamaktadır.

Tablo 3. Örgütsel Sessizlik Ölçeğinin Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Kabul edilen sessizlik	Savunmacı sessizlik	Prososyal sessizlik
Örgütsel sessizlik1	0,509		
Örgütsel sessizlik3	0,801		
Örgütsel sessizlik4	0,894		
Örgütsel sessizlik5	0,848		
Örgütsel sessizlik6		0,896	
Örgütsel sessizlik7		0,866	
Örgütsel sessizlik8		0,750	
Örgütsel sessizlik9		0,902	
Örgütsel sessizlik10		0,799	
Örgütsel sessizlik11			0,884
Örgütsel sessizlik12			0,896
Örgütsel sessizlik13			0,639
Örgütsel sessizlik14			0,880
Örgütsel sessizlik15			0,633
Açıklanan Varyans (%)	43,057	23,944	9,194
Toplam Varyans (%)		76,196	
Cronbach Alpha	0,84	0,92	0,89

Tablo 3'te yer alan faktör analizi sonucunda örgütsel sessizlik ölçeğinin kabul edilen sessizlik boyutu ile ilgili olan 2. (0,498) ifadenin değeri 0,50'den düşük bulunmuş bu nedenle de ölçekten çıkarılarak analiz tekrarlanmıştır. Bununla birlikte söz konusu ölçek için elde edilen 3 boyutlu faktör yapısı (Tablo 3) kuramsal beklentileri karşılamakta ve elde edilen faktörler toplam varyansın %76'sını açıklamaktadır.

Tablolar incelendiğinde, ölçeklerin güvenilir olduğu görülmektedir. Genellikle Cronbach's Alpha değeri 0,60 ile 0,80 arasında olduğunda güvenilir kabul edilmektedir (Kalaycı, 2008: 405). Faktör analizi ile güvenilirlik analizi yapıldıktan sonra araştırmada faydalanılacak olan test türüne karar verebilmek amacıyla normallik analizi yapılmış ve verilerin normal bir dağılıma sahip olup olmadığını test edebilmek amacıyla çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerleri incelenmiş ve söz konusu değerlere tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. Çarpıklık ve Basıklık Değerleri

Değişkenler	Çarpıklık (skewness)	Basıklık (kurtosis)
Kendi duygularını değerlendirme	-1,029	1,802
Başkalarının duygularını değerlendirme	-0,681	1,904
Duyguların kullanımı	-0,867	0,762
Duyguların düzenlenmesi	-0,952	1,900
Kabullenici sessizlik	0,292	-1,007
Savunma amaçlı sessizlik	0,186	-0,853
Prososyal sessizlik	-0,742	-0,016

Şencan (2002)'a göre çarpıklık ve basıklık değerleri -2 ile +2; Kalaycı (2008)'ya göre ise -3 ile +3 arasında yer almakta ise verilerin normal dağılım sergilediği kabul edilmektedir. Dolayısıyla verilerin normal dağıldığı kabul edilmektedir. Çarpıklık

ve basıklık değerlerine bakıldıktan sonra tanımlayıcı istatistiklere bakılmış ve tablo 5'de bu değerler sunulmuştur. Ardından korelasyon analizi yapılmış ve analizin sonuçlarına tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo 5. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Ortalama	Standart sapma
Kendi duygularını değerlendirme	4,0917	0,68282
Başkalarının duygularını değerlendirme	3,7278	0,62213
Duyguların kullanımı	3,9620	0,71345
Duyguların düzenlenmesi	3,5685	0,75259
Kabullenici sessizlik	2,4933	0,84036
Savunma amaçlı sessizlik	2,4556	1,02302
Prososyal sessizlik	3,7719	1,02683

Tablo 5 incelendiğinde, duygusal zekâ ölçeğine göre turizm çalışanlarının; kendi duygularını değerlendirme (4,09), duyguların kullanımı (3,96) ve başkalarının duygularını değerlendirme (3,72) düzeyleri en yüksek; örgütsel sessizlik ölçeğine göre ise prososyal sessizlik (3,77) düzeyleri en yüksektir.

Tablo 6. Duygusal Zekâ İle Örgütsel Sessizlik Arasındaki İlişkide Korelasyon Matrisi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7
A. Duygusal zekâ							
1. Kendi duygularını değerlendirme	1						
2. Başkalarının duygularını değerlendirme	,367**	1					
3. Duyguların kullanımı	,520**	,361**	1				
4. Duyguların düzenlenmesi	,418**	,394**	,540**	1			
B. Örgütsel sessizlik							
5. Kabullenici sessizlik	-,091	0,320**	,033	,354**	1		
6. Savunma amaçlı sessizlik	-,071	,194**	,047	,306**	,828**	1	
7. Sosyosyal sessizlik	,198**	0,241**	,250**	,224**	,232**	,207**	1

N=270,*p<.05,**pp<.01

Korelasyon analizinden sonra değişkenler ile boyutları arasındaki ilişkiyi derece ve yön açısından daha ayrıntılı incelemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır (Tablo 7).

Tablo 7. Duygusal Zekânın Kabul Edilen Sessizliğe Etkisi

Model	Standardize olmayan		Standardize	T	Sig	Tolerans	VIF
	katsayılar	Standart hata	katsayılar				
	B		Beta				
Sabit	2,162	,353		6,130	,000		
Kendi duygularını değerlendirme	-,006	,108	-,005	-,052	,959	,451	2,216
Başkalarının duygularını değerlendirme	,228	,099	,169	2,311	,022	,654	1,530
Duyguların kullanımı	-,350	,095	-,297	-	,000	,534	1,874
Duyguların düzenlenmesi	-,249	,086	-,223	3,671	,004	,587	1,703

Adjusted R²=,270; F=5,230; P= 0,00; P<,05

Tablo 7'de yer alan regresyon modelinde kabul edilen sessizlik bağımlı, duygusal zekâ ise bağımsız değişkeni göstermektedir. Model incelendiğinde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki varyansın %27'sini açıklamakta olduğu ve Durbin Watson test sonucunun (DW=1,841) ise modelde oto korelasyon problemi olmadığı görülmektedir.

Tablo 7'deki her bir açıklayıcı değişkenin analiz sonuçlarını incelersek, kabul edilen sessizlik üzerinde başkalarının duygularını değerlendirme (β = ,169; p<0,05) boyutunun pozitif yönlü ve anlamlı; duyguların kullanımı (β = -,297; p<0,05) ve duyguların düzenlenmesi (β = -,223; p<0,05) boyutlarının negatif yönlü ve anlamlı etkilere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 8. Duygusal Zekânın Savunma Amaçlı Sessizliğe Etkisi

Model	Standardize olmayan		Standardize	T	Sig	Tolerans	VIF
	katsayılar	Standart hata	katsayılar				
	B	Standart hata	Beta				
Sabit	2,433	,441		5,517	,000		
Kendi duygularını değerlendirme	-,010	,135	-,007	-,073	,942	,451	2,216
Başkalarının duygularını değerlendirme	,027	0,124	,017	,221	,825	,654	1,530
Duyguların kullanımı	-,217	,119	-,151	-1,819	,070	,534	1,874
Duyguların düzenlenmesi	,230	0,108	,169	2,135	,034	,587	1,703
Adjusted R ² =,23; F=1,540; P= 0,00; P<,05							

Tablo 8'de yer alan regresyon modelinde savunma amaçlı sessizlik bağımlı, duygusal zekâ ise bağımsız değişkeni göstermektedir. Model incelendiğinde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki varyansın %23'ünü açıklamakta olduğu ve Durbin Watson test sonucunun (DW=1,824) modelde oto korelasyon problemi olmadığı sonucu görülmektedir.

Tablo 8'deki her bir açıklayıcı değişkenin analiz sonuçlarını incelersek, savunma amaçlı sessizlik üzerinde sadece duyguların düzenlenmesi (β = ,169; $p < 0,05$) boyutunun anlamlı ve pozitif yönlü etkisi olduğu görülmektedir.

Tablo 9. Duygusal Zekânın Prososyal Sessizliğe Etkisi

Model	Standardize olmayan		Standardize	T	Sig	Tolerans	VIF
	katsayılar	Standart hata	katsayılar				
	B	Standart hata	Beta				
Sabit	2,134	,427		4,996	,000		
Kendi duygularını değerlendirme	,076	,131	0,50	,577	,565	,451	2,216
Başkalarının duygularını değerlendirme	,513	,120	,311	4,290	,000	,654	1,530
Duyguların kullanımı	-,116	0,115	-,080	-	,317	,534	1,874
Duyguların düzenlenmesi	-,036	0,104	-,026	1,003	-,341	,734	,587
Adjusted R ² =,29; F=6,517; P= 0,00; P<,05							

Tablo 9'da yer alan regresyon modelinde prososyal sessizlik bağımlı, duygusal zekâ ise bağımsız değişkeni göstermektedir. Model incelendiğinde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki varyansın yaklaşık %29'unu açıklamakta olduğu ve Durbin Watson test sonucu (DW=1,630) modelde oto korelasyon problemi olmadığı görülmektedir.

Tablo 9'daki her bir açıklayıcı değişkenin analiz sonuçlarını incelersek, prososyal sessizlik üzerinde yalnızca başkalarının duygularını değerlendirme (β = ,311; $p < 0,05$) boyutunun pozitif yönlü ve anlamlı ilişkilere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Hipotezler ve Hipotezlerin Sonuç Özeti

Hipotezler	Sonuçlar
H ₁ : Turizm sektöründe çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Kısmen desteklendi
H _{1a} : Turizm sektöründe çalışanların kendi duygularını değerlendirme düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi
H _{1b} : Turizm sektöründe çalışanların başkalarının duygularını değerlendirme düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi
H _{1c} : Turizm sektöründe çalışanların duyguların kullanım düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Desteklendi
H _{1d} : Turizm sektöründe çalışanların duyguların düzenlenmesi düzeyleri ile kabullenici sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Desteklendi
H ₂ : Turizm sektöründe çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Kısmen desteklendi

H _{2a} : Turizm sektöründe çalışanların kendi duygularını değerlendirme düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi
H _{2b} : Turizm sektöründe çalışanların başkalarının duygularını değerlendirme düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi
H _{2c} : Turizm sektöründe çalışanların duyguları kullanım düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Desteklendi
H _{2d} : Turizm sektöründe çalışanların duyguları düzenlenmesi düzeyleri ile savunmacı sessizlik düzeyleri arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi
H ₃ : Turizm sektöründe çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Kısmen desteklendi
H _{3a} : Turizm sektöründe çalışanların kendi duygularını değerlendirme düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi
H _{3b} : Turizm sektöründe çalışanların başkalarının duygularını değerlendirme düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Desteklendi
H _{3c} : Turizm sektöründe çalışanların duyguları kullanım düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında anlamlı pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi
H _{3d} : Turizm sektöründe çalışanların duyguları düzenlenmesi düzeyleri ile prososyal sessizlik düzeyleri arasında pozitif yönlü anlamlı ilişkiler vardır.	Reddedildi

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada otel çalışanlarının duygusal zekâ düzeylerinin örgütsel sessizlik düzeylerine etkisinin belirlenmesi ve turizm işletmelerinin üst düzey yöneticilerine konu ile ilgili bilgi verilmesi amacı edinilmiştir. Bu doğrultuda duygusal zekâ ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkileri ve ilişkilerin yönünü belirleyebilmek için hipotezler geliştirilmiştir.

Duygusal zekâ boyutlarının kabullenici sessizlik davranışı üzerindeki etkileri incelendiğinde; duyguların kullanımı ve duyguların düzenlenmesi boyutları ile ilgili kurulan hipotezlerin desteklendiği kendi duygularını değerlendirme ve başkalarının duygularını değerlendirme boyutları ile ilgili olarak kurulan hipotezlerin desteklenmediği sonucu elde edilmiştir. Buradan duygusal zekâ boyutlarından kabullenici sessizlik boyutu ile ilgili olarak ulaşılan sonuçlar;

Duyguların kullanım düzeyi yüksek olan çalışanların diğer bir ifade ile yeteneklerinin farkında olan, kendi amaçlarını belirleyip ulaşabilmek için elinden geleni yapan ve kendini motive eden ve daima elinden gelenin daha iyisini yapabilmek için kendini cesaretlendiren çalışanların işyerinde olup bitenlere karşı sessiz kalmadığı ve bilgi ve düşüncelerini kullanma noktasında gerektiği şekilde rahatlıkla ifade edebildiği söylenebilmektedir. Bununla birlikte duyguların düzenlenme düzeyi yüksek olan çalışanların diğer bir ifade ile işler ters gittiğinde terslikleri ve zorlukları kontrolü altında tutabilen, kızgınlığını çevresine yansıtmayan çok kızsada dahi kendini sakinleştirebilen, duygularını kontrol edebilen, duygularını işine karıştırmayan çalışanların da bilgi, fikir ve düşüncelerini işyerinde ortaya çıkan problemlerin çözümü sırasında dile getirebildiği ortaya çıkmıştır. Çünkü bu çalışanlar işletmede fark yaratabileceklerine inanan öz yeterlik ve özgüvenleri yüksek olan kişilerdir.

Duygusal zekâ boyutlarından savunmacı sessizlik boyutu ile ilgili olarak ulaşılan sonuçlar; duygularını düzenleyebilen diğer bir ifade ile duygularını kontrolü altında tutan çalışanların iş yerindeki sorunlarla ilgili düşüncelerini dile getirme konusunda sessiz kalmayı tercih ettiği görülmektedir. Bu durum duygularını düzenleyebilen çalışanların kendini zor duruma sokacak, kendisi için risk oluşturacak durumlara karşı sessiz kaldıklarını göstermektedir. Öyle ki savunmacı sessizlik sergileyen çalışanlar o anki durumda en iyi kişisel strateji olarak bilgi ve görüşlerini gizlemeyi kasıtlı olarak tercih etmekte böylelikle de kendini korumaktadır. Ancak çalışmada duygusal zekâsı yüksek olan kişilerin iletişim becerilerinin de yüksek olması ile birlikte iletişim ortamı arttıkça çalışanların kendilerini güvende hissedecekleri, kendileri ile ilgili korkularının olmayacağı ve sessizliği tercih etmeyecekleri düşünülmektedir. Böyle bir sonuç turizm çalışanlarının hala korku temelli kendilerini koruyabilmek için bilgi ve düşüncelerini sakladığını göstermektedir.

Duygusal zekâ boyutlarından prososyal sessizlik boyutu ile ilgili olarak ulaşılan sonuçlar; başkalarının duygularını değerlendirme düzeyi yüksek olan çalışanların diğer bir ifade ile başkalarının duygularını iyi gözlemleyen, karşı tarafın duygularını davranışlarından anlayan ve başkalarının duygularına karşı hassas olan çalışanların karşı tarafın niyet ve duygularını anlaması sonucu örgüt yararına olacak şekilde örgütü ile ilgili gizli bilgileri başkaları ile paylaşmadığı elde edilen diğer bir sonuçtur. Diğer bir deyişle, başkalarının duygularını değerlendirebilen çalışanların işyerini düşünerek işbirliğine dayalı olarak örgüt ile ilgili bilgileri sakladığı sonucu elde edilmiştir.

Tunçel ve Taslak (2017) ve Kutanis ve diğerleri (2014) de çalışmanın sonuçlarına benzer bulgular elde etmişlerdir. Tunçel ve Taslak (2017) mevcut çalışma ile benzer şekilde duygusal zekâ ile örgütsel sessizlik arasında bazı ilişkilerin negatif (kabullenici ve savunmacı sessizlik) bazılarının ise (prososyal) pozitif yönlü olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kutanis ve diğerleri (2014) ise duygusal zekâ ile korku temelli sessizlik arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler elde etmiştir.

Duygusal zekâ ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiyi istihdam ettiği çalışan sayısı ve ülkemize ekonomik getirisi açısından önemli bir sektör olan turizm sektöründe incelemek önem arz etmektedir. Üst düzey yöneticilerin duygusal zekâsı yüksek çalışanları tercih ettiği ya da çalışanların duygusal zekâlarını artırmaya yönelik bir takım çabalarda bulunduğu duygusal zekânın önem kazandığı günümüz işletmelerinde duygusal zekânın örgütsel sessizlik üzerindeki etkilerinin ortaya konulması üst düzey yöneticilere birtakım konularda ışık tutacaktır. İşletme üst düzey yöneticileri sessizlik davranışını tercih eden çalışanların yaratıcı ya da sorun çözümü için gerekli olan birtakım fikir ve önerilerinden mahrum kalacak dolayısıyla da sorun çözümüne ulaşamayacak ya da yaratıcı fikirler gün yüzüne çıkmadan ortadan kaybolacaktır. Dolayısıyla işletme üst düzey yöneticilerinin çalışanlarının duygusal zekâlarını geliştirmek aracılığıyla sessizliğini ortadan kaldırmalarını sağlamaları işletme performansı açısından da olumlu sonuçlar doğuracaktır. Duygusal zekânın örgütsel sessizlik üzerindeki önemli etkisi göz önünde bulundurulduğunda çalışmanın ilgili literatüre katkı sağlayacağı ve işletme üst düzey yöneticilerine yol gösterici nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın birtakım kısıtları bulunmaktadır. Bu çalışmada turizm çalışanlarının duygusal zekâ düzeylerinin örgütsel sessizlik düzeyleri üzerindeki etkileri incelenmiştir. Çalışmanın sadece turizm sektöründe yapılmış olması çalışmanın bir kısıtını oluşturmaktadır. Araştırmanın daha büyük bir örneklem ile farklı sektörlerde yapılması ve farklı sektörlerde yapılan çalışma sonuçlarının karşılaştırılmasının daha anlamlı sonuçlar vereceği düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak olan çalışmaların bu kısıtları göz önünde bulundurarak yapılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca söz konusu iki değişken arasındaki ilişkiyi incelerken farklı değişkenlerin de göz önünde bulundurulmasının literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aktaş, H. ve Şimşek, E. (2014). Örgütsel sessizlik ile algılanan bireysel performans, örgüt kültürü ve demografik değişkenler arasındaki etkileşim. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 14(28), 24-52.
- Ashkanasy, N. M. & Daus, C. S. (2005). Rumors of the death of emotional intelligence in organizational behavior are vastly exaggerated. *Journal of Organizational Behavior*, 26(4), 441-452.
- Aslan, Ş. ve Özata, M. (2008). Duygusal zekâ ve tükenmişlik arasındaki ilişkilerin araştırılması: Sağlık çalışanları örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 30, 77– 97.
- Bagheri, G. & Zareh R. Aeen M. N (2012). Organizational silence. *Ideal Type of Management*.1: 47–58.
- Barling, J., Slater, F. & Kelloway, E. K. (2000). Transformational leadership and emotional intelligence: An exploratory study. *Leadership and Organization Development Journal*. 21(3), 157-161.
- Bastian, V. (2005). *Are the claims for emotional intelligence justified? emotional intelligence predicts life skills but not as well as personality and cognitive abilities*, Unpublished Doctoral Dissertation, Department of Psychology University of Adelaide.
- Benli, A. & Cerev, G. (2017). Örgütsel sessizlik ve tükenmişlik ilişkisi: Turizm çalışanları örneği. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 15(30), 411-433.
- Conger, J. A. & R. N. Kanungo (1998). *Charismatic leadership in organizations*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Conlee, M. C. & Tesser, A. (1973). The effects of recipient desire to hear on new transmission. *Sociometry*, 36, 588-599.
- Cooper, R.K. & Sawaf A. (2003). Liderlikte duygusal zekâ". Z. Bedriye ve A. B. Sancar (Çev.). Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Çetinkaya, Ö. ve Alparslan, A. M. (2001). "Duygusal zekânın iletişim becerileri üzerine etkisi: üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma", *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 16 (1), 366.
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2013). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. Beta yayınları, İstanbul.
- Edizler, G. (2010). İnsan kaynakları yönetiminde 'duygusal zeka' ölçüm ve modelleri. *Journal of Yaşar University*, 5(18), 2970-2984.
- Erdoğan E. (2011). *Örgütsel sessizlik ve performans ilişkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eröz, S. S. (2013). Örgütlerde duygusal zekâ. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 213-242.
- Gardner, H. E. (2011). *Frames of mind: The theory of multiple intelligences*. Hachette, Uk.
- Goleman, D. (1998). *İş başında duygusal zekâ*. Varlık yayınları, İstanbul.

- Goleman, D. (2000). *Duygusal zekâ neden IQ'dan daha önemlidir?*. Banu S.Y. (Çev.). Varlık Yayınları, İstanbul.
- Güllüce, A. Ç. ve İşcan, Ö. F. (2010). Mesleki tükenmişlik ve duygusal zekâ arasındaki ilişki. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2), 7-29.
- Kalaycı, S. (2008). *SPSS Uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti, Ankara.
- Kaufhold, J. A., & Johnson, L. R. (2005). The analysis of the emotional intelligence skills and potential problem areas of elementary educators. *Education*, 125 (4), 615-626.
- Maboçoğlu, F. (2006). *Duygusal zekâ ve duygusal zekânın gelişimine katkıda bulunan etkenler*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Mayer, J.D & Salovey, P. (1990). *Models of emotional intelligence*, UK: Baywood Publishing.
- Morrison, E. W. & Milliken, F. J. (2000). "Organizational silence: a barrier to change and development in a pluralistic world", *Academy of Management Review*, 25 (4), 706-725.
- Nikolaou, I. & Tsaousis, I. (2002) "Emotional intelligence in the workplace. Exploring its effects on occupational stress and organisational commitment". *The International Journal of Organisational Analysis* 10(4), 327-342.
- Özbezek, B. D. & Paksoy, H. M. (2017). Liderlik etme motivasyonu ve duygusal zekâ arasındaki ilişkide öz yeterliliğin rolü üzerine bir araştırma. *International Journal Of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 3 (4), 248-269.
- Pellitteri, J. (2002). The relationship between emotional intelligence and ego defense mechanisms. *The Journal of psychology*, 136(2), 182-194.
- Pinder, C. C. & Harlos, H. E. (2001). "Employee silence: Quiescence and acquiescence as responses to perceived injustice". *Research in Personnel and Human Resource Management*, 20, 331-69.
- Podsakoff, P. M., S. B. Mackenzie, J. B. Paine & D. G. Bachrach, (2000). "Organizational citizenship behaviors: a critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research". *Journal of Management*, 26 (3), 513-563.
- Ozen Kutanis, R., Ardic, K., Uslu, O., & Karakiraz, A. (2014). Emotional intelligence, fear based silence and trust to manager: a case study. *Polish Journal of Management Studies*, 10.
- Quinn, B., Anderson, J. & Finkelstein, P. (1999). *Mesleki zekânın yönetimi*. Harvard Business Review, BZD yayıncılık, İstanbul.
- Şencan, H. (2002). *Bilimsel yazım*, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fak. Yayınları, İstanbul.
- Tayfun, A. ve Çatır, O. (2013). Örgütsel sessizlik ve çalışanların performansları arasındaki ilişki üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 114-134.
- Tuğrul, C. (1999). Duygusal zeka. *Klinik Psikiyatri*, 1, 12-20.
- Tunçel, Ö. ve Taslak, S. (2017). *Sigorta şirketlerindeki çalışanların duygusal zekâ becerilerinin örgütsel sessizlik davranışları üzerine etkisi: Ampirik Bir Araştırma*, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9 (20), 236-264.
- Vakola, M. & D. Bouradas, (2005). Antecedents and consequences of organisational silence: an empirical investigation. *Employee Relations*. 27(5), 441-458.
- Van Dyne, Linn, Ang, Soon, & Botero, Isabel C. (2003). "Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs", *Journal of Management Studies*, 40(6), 1359-1392.
- Wong C.S. & Law K.S. (2002). "Development of an emotional intelligence instrument and an investigation of its relationship with leader and follower performance and attitudes," *The Leadership Quarterly*, 13, 1-32.
- Zampetakis, L. A., P. Beldekos & V. S. Moustakis, (2009). "Day-today entrepreneurship within organizations: the role of trait emotional intelligence and perceived organizational support", *European Management Journal*. 27, 165- 175.

Extended Abstract

Aim and Scope

In the study, it was aimed to determine whether the emotional intelligence levels of the employees in the hotel enterprises have an effect on the organizational silence levels, and if there is an effect, how this effect is.

Methods

The universe of the research consists of hotel employees operating in Antalya in 2019. The sample of the research was chosen by the convenience sampling method and consists of a total of 270 employees, 107 of whom are women and 163 are men.

The scale developed by Wong and Law (2002) was used to measure the emotional intelligence in the research. There are 4 dimensions in this scale and each dimension consists of 4 expressions. The dimensions in the scale are the evaluation of one's own emotions and those of others, and the use and regulation of emotions.

The scale used to measure organizational silence in the research is the organizational silence scale, which was brought to the literature by Linn Van Dyne, Soon Ang, and Isabel C. Botero, and its Turkish adaptation was made by Erdoğan (2011). The scale, which consists of a total of 15 questions, consists of 3 dimensions. These dimensions are acquiescent silence, defensive silence, and prosocial silence.

Findings

Evaluating the feelings of others on accepted silence ($\beta=.169$; $p<0.05$) dimension was positive and significant; use of emotions ($\beta=-.297$; $p<0.05$) and regulation of emotions ($\beta=-.223$; $p<0.05$) dimensions seem to have negative and significant effects. In addition, only the regulation of emotions ($\beta=.169$; $p<0.05$) dimension has a significant and positive effect on defensive silence.

On prosocial silence, only the dimension of evaluating the feelings of others ($\beta=.311$; $p<0.05$) has positive and significant relationships.

Conclusion

At the end of the study, it was concluded that some relationships between emotional intelligence dimensions and organizational silence dimensions were significant and positive or negative, while others were not significant. In this context, Inverse relationships were obtained between the use of emotions from emotional intelligence dimensions, the levels of regulation of emotions and the acceptance of silence. In addition, inverse relationships were obtained between the use of emotions and defensive silence levels. However, positive relations were obtained between prosocial silence, which means that tourism employees prefer silence for the benefit of the organization, and only the dimension of evaluating the emotions of others, one of the dimensions of emotional intelligence.

Stratejik Yönetim Çerçevesinde Türkiye'deki Hayat Sigortası Şirketleri: Vizyon İfadelerine Yönelik Bir Analiz

Life Insurance Companies in Turkey in the Framework of Strategic Management: An Analysis of Vision Statements

Safa Acar¹

Öz

Stratejik yönetim, çevresel belirsizlikler, krizler, rekabet üstünlükleri ve işletmenin gelişimine engel olabilecek buna benzer durumlar karşısında işletmelere uzun ömürlü olma, rekabet avantajı sağlama ve çalışan sürekliliği gibi önemli katkılar sağlamaktadır. Stratejik yönetimin önemli bir unsuru olan vizyon ifadesinin işletmenin amacına uygun olarak belirlenmesi ve işletmenin bütün paydaşlarının anlayabileceği bir yapı oluşturması da bir diğer önemli husustur. Bu noktada vizyon ifadesinin gerekliliklerinin yerine getirilmesi sayesinde işletmenin ihtiyaçlarını karşılaması beklenmektedir. Vizyon ifadesinin, işletmenin gelecekte hangi noktada olacağını ifade eden bir stratejik yönetim unsuru olmasından dolayı, işletmeler vizyon ifadesi belirlerken öngörülebilir bir gelecek hedefi ile ve bugünden geleceğe bir pencere açmak amacıyla çalışmalar yapmaktadırlar. Çalışmada Türkiye'deki hayat sigortası şirketlerinin internet siteleri incelenmiş ve vizyon ifadesine yer veren 19 firmanın vizyon ifadeleri gerek kelime sıklıkları gerekse literatürde vizyon ifadesinin barındırması gereken 7 bileşen yönüyle incelenmiştir. Yapılan analizler MAXQDA 2020 nitel analiz programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre vizyon ifadelerinde en sık kullanılan kelimeler, "şirket", "sigorta" ve "emeklilik" olarak sıralanabilir. Ayrıca vizyon ifadelerinin hiçbirinin 7 bileşenin hepsini içermediği en yüksek bileşen içeren 3 firmanın 5 bileşen içerdiği ve vizyon ifadelerinde en yüksek oranda yer alan bileşenin ise "idealistik" bileşeni olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu bulgulara göre işletmelerin geleceğe yönelik planlarının olduğu anlaşılmaktadır. Sonuç olarak hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerine yönelik bazı güncellemeler yapmaları gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Strateji, Stratejik Yönetim, Vizyon, Hayat Sigortaları.

Abstract

Strategic management provides important contributions to businesses such as longevity, competitive advantage and employee continuity in the face of environmental uncertainties, crises, competitive advantages and similar situations that may hinder the development of the business. Another important issue is that the vision statement, which is an important element of strategic management, is determined in accordance with the purpose of the enterprise and that it creates a structure that all stakeholders of the enterprise can understand. At this point, it is expected that the requirements of the vision statement will meet the needs of the business. Since the vision statement is a strategic management element that expresses where the business will be in the future, businesses are working with a predictable future target and to open a window to the future while determining the vision statement. In the study, the websites of life insurance companies in Turkey were examined and the vision statements of 19 companies that included the vision statement were examined in terms of both word frequency and 7 components that the vision statement should contain in the literature. The analyzes were carried out through the MAXQDA 2020 qualitative analysis program. According to the findings, the most frequently used words in vision statements can be listed as "company", "insurance" and "retirement". In addition, it was concluded that none of the vision statements included all 7 components, the 3 companies with the highest component included 5 components, and the component with the highest percentage in the vision statements was the "idealism" component. According to these findings, it is understood that the enterprises have plans for the future. As a result, it is suggested that life insurance companies should make some updates to their vision statements.

Keywords: Strategy, Strategic Management, Vision, Life Insurance.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: O10, O15, M12

Submitted: 31 / 10 / 2021

Accepted: 22 / 12 / 2021

¹ Öğr. Gör. Dr., Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO, safa.acar@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-9578-0198>

Giriş

Dünya'da gerçekleşen hızlı değişim ve dönüşüm şirketlerin farklı çözümler üretmesini zorunlu kılmaktadır. Özellikle rekabet ortamının karmaşıklaşması şirketlerin hedeflerinden sapmalarına yol açabilmektedir. Dünya'daki değişim ve dönüşümün de etkisi ile ortaya çıkan ekonomik hareketlilikler son dönemlerde krizlere, ekonomik belirsizliklere ve şirketlerin yeni tedbirler almalarına sebep olabilmektedir. Şirketlerin stratejik bir değişime ihtiyaç duymalarının gerekliliği de bu sebepler ekseninde gerçekleşmektedir. Özellikle rekabet stratejilerinin öneminin giderek artması şirketlerin stratejik yönetim argümanlarına yönelmelerine destek olmaktadır.

Stratejik yönetim, özellikle şirketlerin çevresel belirsizlik ile mücadelesinde önemli bir destek mekanizmasıdır. Stratejik yönetim uygulamalarının katkısı ile şirketler, içinde yer aldıkları çevrenin geleceğe yönelik tehditlerini daha önceden tespit edebilme ve bu tehditlerle baş edebilme yetileri kazanmaktadır. Şirketlerin yönetim kademesinin belirlediği orta ve uzun vadeli hedeflerin belirlenmesinde ve bu hedeflere ulaşmada stratejik yönetim kapsamındaki uygulamaların çok önemli bir yeri vardır. Bu yapı oluşturulurken stratejik yönetim uygulamalarının temel kaynaklarından biri olan vizyon ifadeleri şirketin hangi hedeflere doğru yürüdüğünü netleştirmede bir plan çizmelerine katkı sağlamaktadır. Vizyon ifadesi, işletmenin gelecekte hangi noktada olacağına dair önemli ipuçları verebilmektedir. Özellikle şirket hedefleri ile uyumlu hazırlanmış bir vizyon ifadesi şirketin geleceğe yönelik yürüttüğü uygulamaları daha emin adımlarla yerine getirebilmesine katkı sağlayacaktır.

Vizyon ifadesi şirketlerin geleceğe yönelik hedeflerinde çevresel belirsizlikler ve kriz ortamları ile mücadelelerinde bir yol gösterici niteliğindedir. Bu durumun uygulamada ne düzeyde yer aldığının tespiti ise stratejik yönetim uygulamaları açısından önem taşımaktadır. Bu çerçevede çalışmanın amacı, Türkiye'de faaliyet gösteren hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerine yönelik bir analiz gerçekleştirmek ve elde edilen bulgular kapsamında vizyon ifadelerinin hangi öğelerden oluştuğunu belirlemektir. Bu kapsamda 05/10/2021 tarihinde T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı web sitesinde yer alan hayat sigortası şirketlerinin güncel listesine ulaşılmıştır. Devamında bu listedeki firmaların kendi internet sitelerinde yer alan ve halka açık olan vizyon ifadeleri toplanarak belirli analizlere tabi tutulmuş ve bulgulara ulaşılmıştır.

1. Stratejik Yönetim

Ağırlıklı olarak 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren kullanılmaya başlayan stratejik yönetim kavramı, üzerinde ortak bir fikir birliğine varılmamış konulardan biridir. Stratejik yönetim kavramı daha çok, işletmenin çevresi ile olan ilişkilerini ve diğer şirketlerle arasında gerçekleşen rekabet ortamını dikkate alarak şirketin rakiplerine üstünlük sağlayabilmesi için kaynaklarını harekete geçirmesi olarak ifade edilmektedir (Güçlü, 2003: 70). Boxall ve Purcell (2003:44); stratejik yönetim kavramını "en iyi süreç" olarak tanımlamış ve bu kavramı daha da açarak, "strateji oluşturma, biçimlendirme ve işletme hayatta kalırsa stratejisini yeniden biçimlendirme süreci" şeklinde ifade etmiştir (Boxall ve Purcell, 2003:44; akt. Armstrong, 2017: 27).

Çoğunlukla "politika" ya da sadece "strateji" olarak ifade edilen stratejik yönetim, şirketlerin hedeflerinin yönü ile ilgili yaptıkları uygulamaları kapsamaktadır. Özellikle şirketin üst yönetimini öncelikli olarak ilgilendiren bu konu, şirketlerin belirledikleri hedeflere ulaşmada başarılı ya da başarısız olmalarının temel sebepleri arasında yer almaktadır. Şirketler hayatta kalmak için ihtiyaçları olan gelirler, müşteriler ve faktör girdileri konularında daima rekabet içinde olmuşlardır. Bu rekabet içinde yer alan ve stratejik yönetim uygulayan şirketler ise hedefler, mal ve hizmetler, rekabet stratejisi ve iş tanımlama uygulamaları seçimi gibi stratejik uygulamalardan faydalanırlar. İşte bu seçimler şirketin hedeflerine ulaşması amacıyla belirlediği stratejik yönetim uygulamalarının etkinliğini göstermektedir (Rumelt, Schendel, & Teece, 1991: 6).

Stratejik yönetim kavramı, "etkili stratejiler geliştirmeye, uygulamaya ve sonuçlarını değerlendirerek kontrol etmeye yönelik kararlar ve faaliyetler bütünü" olarak tanımlanabilir (Bilgiç, 2013: 69). Bu tanımlama ışığında şirketlerin üst yönetiminden çevresel belirsizlik durumlarında kararlar vermeleri, karşılaşılan problemlerin çözümüne yönelik adımlar atmalarına imkân sağlayan stratejiler geliştirmeleri ve ihtiyaç olan diğer aksiyonları göstermeleri beklenmektedir. Burada en önemli olan nokta üst yönetimin aldığı kararların hem içinde bulunulan çevre ile uyumlu olması hem de rasyonel bir biçimde sorunların çözümüne odaklanması gerektiğidir. Todorov'a göre (1977) bir kararın rasyonel olması için çevreyle uyumlu olması gerekmektedir (Todorov, 1977; akt. Bilgiç, 2013: 69).

Ülgen ve Mirze'ye göre (2013: 27) stratejik yönetim, "işletme veya örgütün amaçlarını gerçekleştirme üzere, üretim kaynaklarını (örneğin doğal kaynaklar, insan kaynakları, sermaye, hammadde, makineler vb.) etkili ve verimli olarak kullanma süreci" olarak tanımlanmıştır. Aynı kaynağa göre modernist görüşün stratejik yönetim kavramına yönelik tanımı da yapılmış ve o tanımlamada stratejik yönetim kavramı, işletmeye uzun dönemli bir bakış açısıyla bakarak yaşamını sürdürmesi ve işletmeye sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlaması yönüyle ortalama bir kârın üzerinde gelir kazanabilmesi amacıyla, sahip olduğu kaynaklarının etkili ve verimli olarak kullanılması olarak tanımlanmıştır.

Stratejik yönetimde şirketin geleceğin beklenmedik sonuçları ile mücadele etmesi düşüncesi yerine geleceği öngörülebilir bir biçimde ifade etmek ve şirketin geleceğine sahip çıkması için bütün şirketlerin hedeflerini bu çerçevede dizayn etmesi düşüncesi hakimdir. Şirketlerin başarıları stratejik yönetim ile yönetilmelerine bağlıdır. Stratejik yönetim düşüncesine göre bütün şirketler kendini çevreleyen şartlar içinde yaşamlarını devam ettirdikleri için hiçbir şirket tek başına değildir. Çevrenin şirketler üzerinde belirleyici bir etkisi vardır ve şirketlerin nasıl şekilleneceklerini yine çevre belirler. Stratejik yönetim düşüncesinin ana felsefesi, şirketlerin herhangi bir zaman ve çevre içerisinde varlıklarını sürdürülebilir kılmak için uyguladıkları planların geliştirilmesi ve hedeflerinin yönlerinin belirlenmesidir (Güçlü, 2003: 71).

Stratejik yönetimin odak noktasında şirketin hedef ve stratejilerinin tanımlanması yer almaktadır. Stratejik yönetim düşüncesine sahip olan üst düzey yöneticiler, nereye gideceklerine yönelik geniş çaplı ve uzun dönemli bakış açıları geliştirirler. Stratejik yönetim özellikle amaç ve araçlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. Amaçlar gelecekte neyin nasıl bir biçimde olacağına ilişkin vizyonu ortaya koymaktadır. Araçlar ise vizyonun nasıl gerçekleştirilebileceğini göstermektedir (Armstrong, 2017: 27).

Stratejik yönetim, esasen geleneksel yönetim uygulamalarını da kapsayan ancak geleneksel yönetimin üzerinde bazı farklılıkları da barındıran bir yapı oluşturmuştur. Bu kapsamda; stratejik yönetimin işletmelere kazandırdıkları şu şekilde sıralanabilir (Güçlü, 2003: 73);

- Stratejik yönetim, örgütteki üst yönetimin bir fonksiyonu şeklinde değerlendirilmelidir. Stratejik yönetim işletmenin geleceğine yönelik bir uygulamadır.
- İşletmenin vizyonuna yöneliktir. Bu sebeple geleceğe yönelik ve uzun vadeli amaçların gelişimine imkân verir. Bu amaçla sonuca ulaşmak için nelerin gerekli olduğunu ifade etmektedir.
- İşletme bir bütündür, bütün içerisindeki bütün parçalar stratejik yönetim ile ilgilidir ve işletmede alınan stratejik kararların etkileri bütün-parça ilişkisi kapsamında değerlendirilmektedir.
- İşletme açık sistemdir. Bu sebeple çevre çok yakından takip edilmesi gereken etkili bir faktördür.
- Toplumun dış çevresine karşı sosyal bir sorumluluk taşımaktadır.
- İşletmenin temel amaçlarını yerine getirmesinde gereken kaynak dağılımını etkili bir biçimde gerçekleştirmektedir.
- Belirlenen amaçlar, alınan kararlar ve faaliyetler, işletmenin en alt birimine kadar herkesin ortak hareket noktasını oluşturmaktadır.

Stratejik yönetim kapsamında ortaya çıkan yönlendirme sürecinde misyon, vizyon ve amaç belirlenmesi gibi adımlar bulunmaktadır (Ülgen & Mirze, 2013: 68). Çalışmanın kapsamına sadece vizyon ifadesi girdiği için devam eden kısımda sadece vizyon ifadesi tanımlanmıştır.

2. Vizyon İfadesi

Vizyon ifadesi, işletmenin gelecek için arzuladığı durumu ifade etmektedir (Ülgen & Mirze, 2013: 69). Vizyonun felsefesine bakıldığında işletmenin temel amaç ve inançlarını içeren yol gösterici bir katkısı olduğu düşünülebilir (Kirkpatrick, Wofford, & Baum, 2002: 140). Vizyon genel olarak arzu edilen bir geleceğin imajı olarak tanımlanmakta ve geçen yüzyıldan bu yana yönetim araştırmaları ve uygulamalarında ilgi duyulan bir kavram olarak kabul görmektedir. Vizyonun kurumsal performans üzerinde etkili olduğu ve işletmelerin başarılı olmak için vizyona ihtiyaçlarının olduğu düşünülebilir (Myrick, 2017: 1).

Vizyon ifadesi ya da kısa bir ifade ile vizyon, genellikle işletmenin “varış noktası” olarak kabul edilmektedir. İşletme liderlerinin işletme için etkili bir yol haritası oluşturmasına ve çalışanlara aktarmasına yardımcı olan bir kavramdır. Vizyon ifadesi, bir organizasyonun zihinsel bir modeli ya da kavramsal bir temsili olarak tanımlanabilmektedir. Vizyon esas olarak işletmenin gelecekteki bir resmini tasvir etmektedir ve bu öngörülen geleceğin gerçekleşmesi adına hedef ve stratejilere olan ihtiyacı vurgulayan bir yapı ortaya koymaktadır. Bu bakış açısına göre vizyon stratejik değişimin en önemli yönlerinden birini oluşturmakta ve geleceğe yönelik resmi oluşturulan işletmeler vizyonlarını çevrenin değişen ihtiyaçlarına göre değiştirerek proaktif bir tepki vermektedirler (Gulati, Mikhail, Morgan, & Sittig, 2016: 336).

Bir işletmenin sahip olduğu vizyon, gelecek ile ilgili olan ve belirli bir zaman süresini kapsayan bir görünüm sunmaktadır. Aynı işletmenin içinde bulunduğu dönem içinde uygulamalarda kullandığı ve daha önceden belirlediği bir vizyonu vardır. Bu sebeple bir işletme için ifade edilen vizyon kavramı iki ayrı şekilde ifade edilmektedir. Bunlardan birincisi, “işletmenin içinde bulunduğu dönem için vizyonu”, ikincisi ise “gelecek dönemler için vizyonu” olarak ikiye ayrılabilir. Aynı zamanda bir işletmenin hiyerarşik düzey itibarıyla farklı vizyonları ve yöresel, ulusal ve uluslararası boyutlarda farklı vizyonları da olabilmektedir (Ülgen & Mirze, 2013: 70).

Vizyon ifadeleri yapıları gereği uzun vadeli olarak hazırlanır ancak işletmenin uzun vadeli hedefleri ile vizyon ifadesini aynı şekilde düşünmemek gerekir. Hedeflerle vizyon arasındaki fark incelendiğinde hedeflerin daha çok spesifik ve somut olması amaçlanmaktadır. Ancak vizyon ifadesi ise işletmenin gelecekte olması gereken yeri ve işletmenin geleceğini daha

soyut bir resim gibi ortaya koymayı amaçlamaktadır. Burada vizyonun soyutluk kazanmasının en önemli sonucu işletmenin bu vizyona asla tam olarak ulaşamamasını ifade etmektedir. Ancak pratikte vizyon ifadesinin beyanına göre hareket etmek mümkün olabilmektedir. İşletmenin vizyonu gerçekleştirmeye yaklaşması mümkün olsa bile vizyonun tam olarak tamamlandığı ve bir sonraki vizyona geçme zamanının geldiği düşüncesi hiçbir zaman söylenmemelidir (Kirkpatrick, 2008: 4).

Vizyon ifadesi işletme çalışanlarının değerleri ile işletmenin ve liderlerin değerleri ile aynı hizaya getirme yönünde destek sağlayan, bu şekilde çalışanların benlik kavramlarını da geliştiren ikna edici gücü olan bir ifadedir. İşletmenin vizyonu ile çalışanların vizyonları arasında benzerlik olduğunda çalışanlar işletme vizyonunu daha kolay kabullenebilmektedirler. Bu durum haricinde, işletme vizyonu çalışanların üzerinde etki ederek birey ile işletme vizyonu arasında bir denge oluşturabilmektedir (Kirkpatrick, 2008: 5). İşletmeler oluşturdukları vizyon sayesinde çalışanları ile aralarında bir bağ oluştururlar. İşletmenin belirlemiş olduğu vizyon hakkında bilgi sahibi olan ve bu vizyonu benimseyen çalışanların motivasyon düzeylerinde artış meydana gelirken aynı zamanda da örgütsel bağlılıklarında artış yaşanır (Latif & Muslu, 2015: 15). Vizyon, işletmenin değişim ve yeniden örgütlenme planlarını gerçekleştirmeye katkı sağlayan ve üst yönetim için bir referans noktası oluşturan bir kaynaktır. İşletmenin sahip olduğu vizyonun güçlü olması sayesinde bireyler bir arada tutulabilir ve çalışanların geleceğe yönlendirilmesine yönelik önemli bir motivasyon sağlar (Ülgen & Mirze, 2013: 179).

Vizyon hazırlanırken bazı özellikleri barındırmasına dikkat edilmelidir. Vizyon tek başına herhangi bir anlam taşımamaktadır. Özellikle temel değerler ve amaçlar ile bağlantılı olarak hazırlanmalıdır. Vizyon ifadesi bütün yöneticiler ve liderler için orijinaldir ve paylaşıldıkça değeri artarak stratejiler üzerinde yön verici etkisi artış gösterir. Vizyon, örgütün geleceğini kontrol etmesini, katma değer sağlayacak stratejileri belirlemesini, kötü gidişin önüne geçmesini ve şirketi iyileştirmesini veya örgüt kültürü üzerinde değişim gerekliliğini karşılamak gibi sebeplerle oluşturulabilmektedir. Vizyon oluşturulurken sadece yöneticiler değil aynı zamanda işletmede çalışan bütün bireyler sürece dahil edilmeli ve bu sayede çalışanların vizyonu benimsemeleri sağlanmalıdır. Özellikle bütün çalışanların sürece dahil edilmeleri sonucu motivasyon üzerinde artış sağlanabilir (Latif & Muslu, 2015: 16). Vizyon ifadesi, işletmenin temel ideolojisinden uzak olmamalı ve öngörülen geleceği yansıtmalıdır. Başarılı bir vizyon oluşturmak için öngörülen gelecek belirlenmeli, işletmenin gösterebileceği çaba netleştirilmeli ve ilerici bir geleceğe odaklanılarak kuruluşun temel amaç ve değerlerinin de korunmasına katkı sağlanmalıdır (Gulati, Mikhail, Morgan, & Sittig, 2016: 337).

Collins ve Porras (1994) iyi bir vizyonun oluşturulması için gerekli olanları iki temel bileşen olarak ifade etmektedir. Bu temel bileşenler "temel kimlik (Core Ideology)" ve "tasarlanan gelecek (Tangible Image)"tir. Araştırmacılara göre iyi bir vizyon ifadesi bu iki tamamlayıcı güç arasındaki etkileşime dayalı olarak ortaya çıkmaktadır. Vizyon ifadesi, işletmenin ana ideolojisini yani neyi temsil ettiğini ve neden var olduğunu belirtirken aynı zamanda öngörülen geleceği yani ne olmayı, başarmayı, oluşturmayı arzuladığını ortaya koyar. Bu bakış açısıyla iyi bir vizyon ifadesi hem işletmenin amacını hem de yönünü göstermektedir (Kantabutra, 2010: 129).

İşletmelerin yöneticileri mevcut ve gelecek vizyonlarını belirleme aşamasında şu an görünenleri değil, gelecekte olabilecekleri dikkate almalıdırlar. Geleceğin vizyonu oluşturulurken olaylar bir etkileşim ve değişim sürecinde izlenmelidir. Mevcut ve gelecek vizyonu oluşturulurken bazı soruların sorulması gerekmektedir. Bu sorular (Ülgen & Mirze, 2013: 179);

- İşletmenin müşterileri kimlerdir ve hizmet sağlanan sosyal paydaşlar kimlerdir?
- İşletmenin sosyal paydaşlarla ve müşterilerle çalışma biçimi nedir?
- Müşterilerin kullanımına sunduğumuz değer nedir ve bu değeri nasıl üretiyoruz?
- Müşterilerimize ulaşırken hangi kanalları kullanıyoruz?
- Çevredeki rakipler kimlerdir?
- İşletmenin rekabet üstünlüğü hangi kaynaklara dayanmaktadır?
- İşletmenin tek ve yegâne olmasına katkı sağlayan kabiliyetler ve yetenekler nelerdir?
- İşletmenin para kazanmasında esas olan kıymet nedir?
- Çevrede nasıl tanınıyoruz?
- İş yerimiz çalışanlar için nasıl bir çalışma yeridir?
- İşletmenin sahip olduğu değerler nelerdir?
- İnsanlar birbirlerine nasıl davranıyorlar?
- İnsanlar nasıl kabul görüyorlar?
- İşletmenin bugününü garanti altına alan nedir?
- Geleceğe yönelik olarak neler yapıyoruz?
- İşletmenin toplum içindeki rolü nedir?
- İşletmenin içinde yer aldığı çevreye olan katkımız nedir?

olarak sıralanabilir. Vizyon ifadelerinde neler olacağı bu sorular yardımıyla belirlenebilir. Bu süreç incelendiğinde vizyonun ne olacağına nasıl geliştirileceğinden daha önemli olduğu görülmektedir. Vizyon oluşturmanın etkisi ile stratejik yönetim süreci başlamış olacak ve işletme stratejik adımlar atmaya başlayacaktır (Ülgen & Mirze, 2013: 180).

Vizyon gelecekte referans alan bir yönetim aracıdır. Vizyon, işletmelerin kurum kültürlerini, dünya görüşlerini, geleceğe yönelik perspektiflerini ve yöneticilerin algılarını belirleyen bir paradigmadır. Bu sayede işletmenin hedefleri belirlenirken bu hedeflere ulaşmak için gerekli olan ihtiyaçlar da tayin edilmiş olur (Çetin, 2009: 97). Bu yönüyle vizyon, geleceğe yönelik tasvirler içeren, idealleri ve öncelikleri olan, genel olarak işletmenin özel tarafına odaklanarak örgütsel başarıya ortaya çıkartacak bir dizi zorlayıcı ölçütü içermektedir. Bir vizyonun içermesi gereken üç önemli ögesi olduğu söylenebilir. Bu ögeler yönetim felsefesi, hissedilen ve etkili bir imaj ve geleceğin tahminidir. Yönetim felsefesi, işletmeyi ve onun bileşenlerini inceleyen ve bunları temel amaç ve anlamları çerçevesinde irdeleyen düşünce ve değerlerdir. İkinci öge olan hissedilen ve etkili bir imaj, insanların belirli amaçlar üzerinde odaklanmasını sağlamaktadır. Geleceğin tahmini ise işletmenin içinde bulunduğu pazarın geniş çaplı bir incelemesinin yapılarak teknolojik, demografik, yasal ve sosyo-kültürel eğilimlerinin derinlemesine incelenmesini gerektirmektedir (Ramazanoğlu & Bahçeci, 2006: 54).

Bir vizyonun güçlü olarak kabul edilmesi için bazı özelliklere sahip olması beklenmektedir. Bu özellikleri Yalçın (2002) şu şekilde ifade etmiştir (Çetin, 2009: 97);

- İşletmenin karşılaştığı geleceğin nasıl bir yapıda olacağını göstermelidir (hayal edilebilir olmak).
- Çalışanlar, müşteriler ve hissedarlar için uzun vadede cezbedici olmalıdır (cazip olmak).
- Gerçekçi amaçlara sahip olmalıdır (ulaşılabilir olmak).
- Karar verme aşamasında olabildiğince açık ve yön gösterici bir şekilde oluşturulmalıdır (odaklanmış olmak).
- Değişen şartların ortaya koyduğu gelişmelere göre kişilere inisiyatif imkânı vermelidir (esnek olmak).
- Diğer insanlara kolaylıkla anlatılabilir olmalıdır (iletilebilir olmak).

Tom Peters'in etkin bir vizyonda olması gereken sekiz ilkesi ise şu şekildedir (Aktaran; Doğan & Hatipoğlu, 2009: 85);

- Etkin vizyon insanların davranışlarını etkileyecek düzeyde olmalı,
- Açık şekilde ifade edilmeli ve işletmenin başarısına katkı sağlamalı,
- Mükemmeli arayan bir yapı oluşturmalı,
- Kuralcılıktan çok esnekliği benimsemeli,
- İstikrarlı ve sürekli yeniliklere açık olmalı,
- Yetki devrini amaçlamalı,
- Geçmişini unutmadan geleceğe hazırlık yapmalı,
- Temel amaç mükemmellik olmalıdır.

Senge (1990) vizyonun olumlu ve olumsuz olmak üzere iki türden oluştuğunu belirtmiştir. Olumlu vizyon, işletmenin gelişimini, değişimini ve büyüme isteklerini vurgulamaktadır. Olumsuz vizyon ise daha çok değişim yaşanan ortamlarda bile statükoyu savunan ve bu durumu devam ettirmek isteyen vizyon olarak ifade edilmektedir. Vizyon ifadesinin genel olarak olumlu özellikler barındırması işletmeye katkı sağlayabilecek bir yapı oluşturulmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda vizyon bazı nitelikleri barındırmalıdır. Bu nitelikler, kısalık, açıklık, gelecekteki yönelim, istikrar, meydan okuma, soyutluk ve arzu edilebilirlik veya ilham verme yeteneği olarak sıralanabilir (Kantabutra, 2010: 131).

3. Araştırma

İşletmelerin vizyon bildirimleri, stratejik yönetim uygulamaları kapsamında kullanılan ve işletmenin geleceğe yönelik olarak belirledikleri hedefleri ortaya koymasını sağlayan unsurlardandır. Bir işletme vizyon ifadesi ile öngörülebilir gelecekte hangi noktada olmak istediği ile ilgili net bilgiler vermektedir. Bir vizyon ifadesinin literatürde daha önceden belirtilmiş olan ideal karakteristik özelliklere sahip olması, o vizyon ifadesinin doğru tasnif edildiği anlamına gelmektedir. Bu bilgiler ışığında araştırmanın amacı; Türkiye'de hayat sigortası branşında faaliyet gösteren firmaların kendilerine ait olan internet sitelerinde yer alan vizyon ifadelerinin ideal karakteristik özellikler kapsamında analiz edilmesidir. Ayrıca, elde edilen veriler analiz edilerek vizyon ifadelerinin eksik noktaları da belirlenmek istenmektedir.

Araştırma, nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi ile gerçekleştirilmiştir. Bu yöntemin tercih edilmesinin sebebi ise analiz kapsamına alınmış metinlerin içerisinde gizlenmiş olan ve ilk bakışta görülemeyen gizli değerlerin ortaya çıkartılmasıdır (Kurtuluş, 2010: 50,51). Araştırmada Akgemci ve Güleş'in (2009) vizyon ifadesinde yer alması gereken 7 bileşen olan idealist, özgün, ayırt edici, çekici, kısa ve akılda kalıcı, ilham verici ve iddialı ve gelecekteki başarı ve idealleri olma bileşenleri kriter olarak kullanılmıştır. Analiz kapsamında vizyon ifadelerinde bu bileşenlerin olup olmadığına dair bazı sorular sorulmuştur. Bu sorular (Latif & Muslu, 2015: 18);

- İdealist: İşletmenin temel amaç ve hedefleri var mıdır?
- Özgünlük: İşletme, kendine özgü değerlere sahip midir?
- Ayırt edicilik: İşletme vizyonu, ayırt edici özelliğe sahip midir?
- Çekicilik: İşletme iç ve dış ortaklarının ilgisini çekmekte midir?
- Kısa ve akılda kalıcılık: İşletme, vizyonunu tüm paydaşlarına iletebiliyor mu?
- İlham verici ve iddialılık: İşletme çalışanlarına ilham vermekte midir?
- Gelecekteki başarı ve idealler: İşletmenin tasarlanmış bir gelecek planı var mıdır?

Araştırmada vizyon ifadelerinde belirtilmiş olan bileşenler varsa (+) yoksa (-) ifadesi konularak bir kodlama sistemi oluşturulmuştur. Elde edilen veriler MAXQDA 2020 nitel analiz programında değerlendirilerek vizyon ifadelerine ait bulgulara ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında 05/10/2021 tarihinde T.C. Hazine ve Maliye Bakanlığı web sitesinde yer alan hayat sigortası şirketlerinin güncel listesine ulaşılmıştır. Devamında bu listede yer alan 21 hayat sigortası şirketinin kendi internet sitelerinde yer alan ve halka açık olan vizyon ifadeleri incelenmiştir. Yapılan incelemede 21 hayat sigortası şirketinin 2 tanesinin diğer şirketler ile aynı grup bünyesinde olması sebebiyle analiz kapsamına alınmamış ve geri kalan 19 firmanın vizyon ifadesine ulaşılmış ve vizyon ifadeleri toplanarak belirli analizlere tabi tutulmuş ve bulgulara ulaşılmıştır. Hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadeleri öncelikle kelime bulutu yöntemi ile sıklık analizine tabi tutulmuş ve vizyon ifadelerinde en sık kullanılan kelimelerin tespit edilmesi sağlanmıştır. Bu analizden elde edilen veriler öncelikle kelime bulutu, sonrasında ise tablo olarak sunulmuştur. Analizin devamında ise vizyon ifadelerinin kapsadığı bileşenler yönüyle yapılan analizden elde edilen veriler sunulmuştur.

4. Bulgular

Araştırma kapsamında yer alan 19 hayat sigortası şirketinin vizyon ifadelerine yönelik olarak MAXQDA 2020 nitel analiz programı aracılığıyla gerçekleştirilen kelime bulutu analizi Şekil 1’de yer almaktadır.



Şekil 1. Vizyon İfadelerine Yönelik Kelime Bulutu

Şekil 1’de yer alan ve vizyon ifadelerinin kelimelerinde oluşan sıklık görünüşünü görselleştiren kelime bulutuna göre en sık kullanılan kelimeler; “şirket”, “sigorta”, “emeklilik”, “finansal”, “hayat” ve “bireysel” kelimeleri olduğu görülmektedir. Aynı verilerin tablo halindeki sunumu ise Tablo 1 aracılığıyla sunulmaktadır.

Tablo 1. Vizyon İfadelerine Yönelik Sıklık Tablosu

Sözcük	Sözcük uzunluğu	Frekans	%
Şirket	6	23	8,33

Sigorta	7	7	2,54
Emeklilik	9	5	1,81
Finansal	8	5	1,81
Hayat	5	5	1,81
Bireysel	8	4	1,45
Müşteri	7	4	1,45
Değer	5	3	1,09
Güvenilir	9	3	1,09

Tablo 1 verileri incelendiğinde hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerinde en sık kullanılan kelimenin “şirket” kelimesi olduğu görülmektedir. Şirket kelimesi bütün vizyon ifadelerinde toplamda 23 kez yer almaktadır. Tablo 1 verilerine göre ikinci sık kullanılan kelime ise “sigorta” kelimesidir ve bu kelime de toplamda 7 kez yer almaktadır. Sıklık tablosu verilerine göre üçüncü sırada sık kullanılan kelime “emeklilik” kelimesidir ve bu kelime toplamda 5 kez kullanılmıştır. Kullanılan kelimelerin cümle içerisinde ve bağlantılı diğer kelimeler ile durumunu görebilmek adına etkileşimli kelime ağacı oluşturulmuştur. “Şirket” kelimesine yönelik olarak hazırlanan etkileşimli kelime ağacı verileri Şekil 2’de, “sigorta” kelimesine yönelik olarak hazırlanan etkileşimli kelime ağacı verileri Şekil 3’te ve “emeklilik” kelimesine yönelik olarak hazırlanan etkileşimli kelime ağacı verileri Şekil 4’te yer almaktadır.



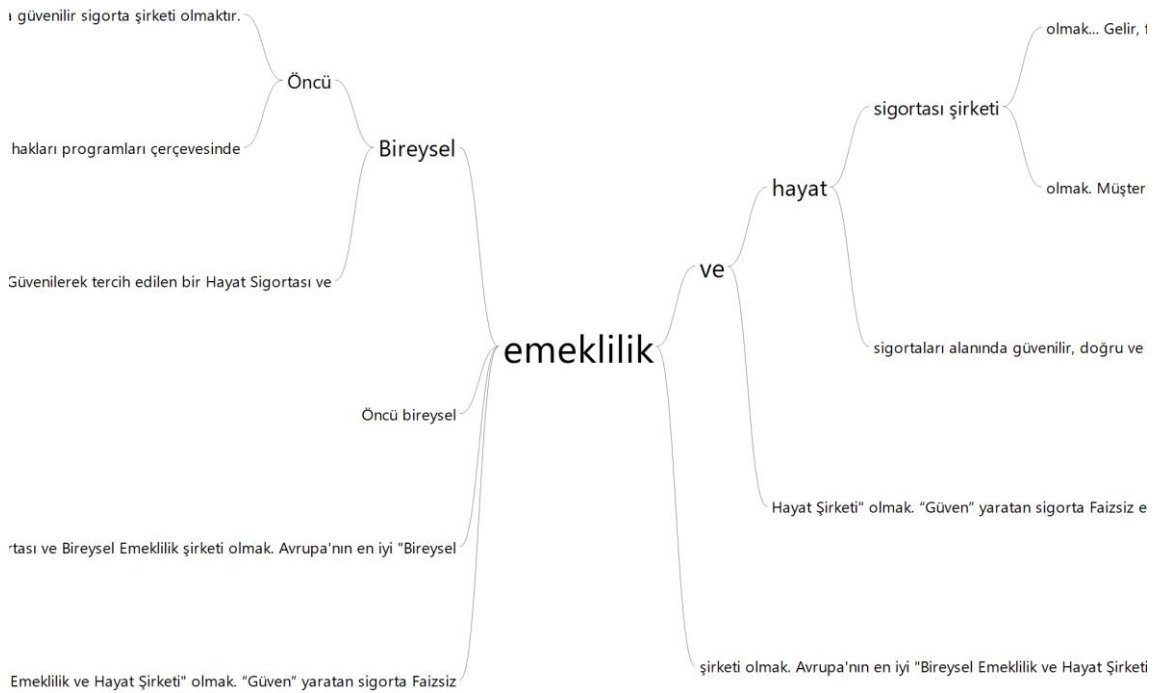
Şekil 2. “Şirket” Kelimesine Yönelik Etkileşimli Kelime Ağacı

Şekil 2 verilerinde “şirket” kelimesinin etkileşimli kelime ağacı yer almaktadır. Bu ağaç şirket kelimesinin öncesinde ve sonrasında hangi kelimelerin yer aldığını göstererek daha anlaşılır ve daha net verilere ulaşılmasına katkı sağlamaktadır. Şekil 2 verilerine göre “müşterisine en fazla değer yaratan sigorta şirketi olmak”, “öncü bireysel emeklilik ve hayat sigortası şirketi olmak”, “finansal planlama konularında Türkiye’nin en büyük şirketi olmak” ve “on yıl içinde global teknoloji şirketi olmak” gibi ifadelerin yer aldığı görülmektedir. Bu durum vizyon ifadelerinin geleceğe yönelik olarak belirledikleri öngörülebilir gelecek beklentilerini vizyon ifadelerine yansıttıklarına dair işaretler barındırmaktadır.



Şekil 3. "Sigorta" Kelimesine Yönelik Etkileşimli Kelime Ağacı

Şekil 3 verilerinde "sigorta" kelimesine yönelik olarak hazırlanan etkileşimli kelime ağacı yer almaktadır. Bu verilere göre "sigorta" kelimesinin geçtiği cümlelerde, "müşterisine en fazla değer yaratan sigorta şirketi", "güven yaratan sigorta şirketi", "müşterilerimizin hasarlarını hızlı ve eksiksiz bir şekilde ödeyen bir sigorta şirketi", "faizsiz sigortacılık alanında Türkiye'nin lider sigorta şirketi" ve "Dünya çapında güvenilir sigorta şirketi" şeklinde ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerde ağırlıklı odak noktası yine geleceğe yönelik güven ve gelişme odaklı beklentilerdir.



Şekil 4. "Emeklilik" Kelimesine Yönelik Etkileşimli Kelime Ağacı

Şekil 4'te yer alan verilere göre "emeklilik" kelimesinin kullanıldığı cümlelerde, "öncü bireysel emeklilik ve hayat sigortası şirketi olmak", "Avrupa'nın en iyi bireysel emeklilik ve hayat sigortası şirketi olmak" ve "güven yaratan sigorta faizsiz emeklilik şirketi olmak" gibi odak noktalarına yönelik ifadelerin yer aldığı görülmektedir.

Etkileşimli kelime ağacı verileri genel olarak değerlendirildiğinde önemli bir odak noktası olarak "en iyi" kavramı çerçevesinde öngörülebilir gelecek beklentilerinin tespit edildiği söylenebilir.

Vizyon ifadelerinin içerisinde yer alan kelime kombinasyonlarının bilinmesi de vizyon ifadelerinin hangi odak noktasına yönelik olarak hazırlandığına dair veriler içerebilmektedir. Bu amaçla hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerine yönelik olarak kullanılan kelime kombinasyonlarının yer aldığı Tablo 2 oluşturulmuştur.

Tablo 2. Vizyon İfadelerine Yönelik Kelime Kombinasyonları

Sözcük kombinasyonu	Sözcükler	Frekans	%
Emeklilik ve hayat	3	4	1,42
Bir marka olmak	3	3	1,06
Bireysel emeklilik ve	3	3	1,06
Hayat sigortası şirketi	3	2	0,71
Kalıcı bir marka	3	2	0,71
Öncü bireysel emeklilik	3	2	0,71
Sigorta şirketi olmaktır	3	2	0,71

Tablo 2 verileri incelendiğinde vizyon ifadelerinde 4 farklı yerde "emeklilik ve hayat" kelime kombinasyonlarının geçtiği, 3 farklı yerde "bir marka olmak" ve "bireysel emeklilik ve" kelime kombinasyonlarının geçtiği, 2 farklı yerde ise "hayat sigortası şirketi" ve "kalıcı bir marka" kelime kombinasyonlarının geçtiği görülmektedir. Bu verilere göre hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadesinde öncelikle yapılan faaliyet netleştirilmek istenmiş ve daha sonrasında ise belirlenmiş hedeflerin aktarılmasına yönelik beklenti oluşmuştur. Vizyon ifadelerinde özellikle marka üzerine odaklanıldığına dair bulgularda yer almaktadır.

Araştırma kapsamında 05/10/2021 tarihinde yapılan analiz sonucu elde edilen 19 hayat sigortası şirketinin vizyon ifadeleri, vizyon ifadelerinin barındırması gerekli olan 7 bileşen çerçevesinde analizlere tabi tutularak elde edilen bulgular kategorileştirilmiş ve bu bölümde ortaya konulmuştur.

Hayat sigortası şirketlerinin vizyon bileşenlerine yönelik yapılan analizde literatürde bir vizyon ifadesinin sahip olması gereken 7 bileşen yönüyle hangi firmaların hangi bileşenleri kapsayan bir vizyon ifadesine sahip olduğu Tablo 3'te yer almaktadır.

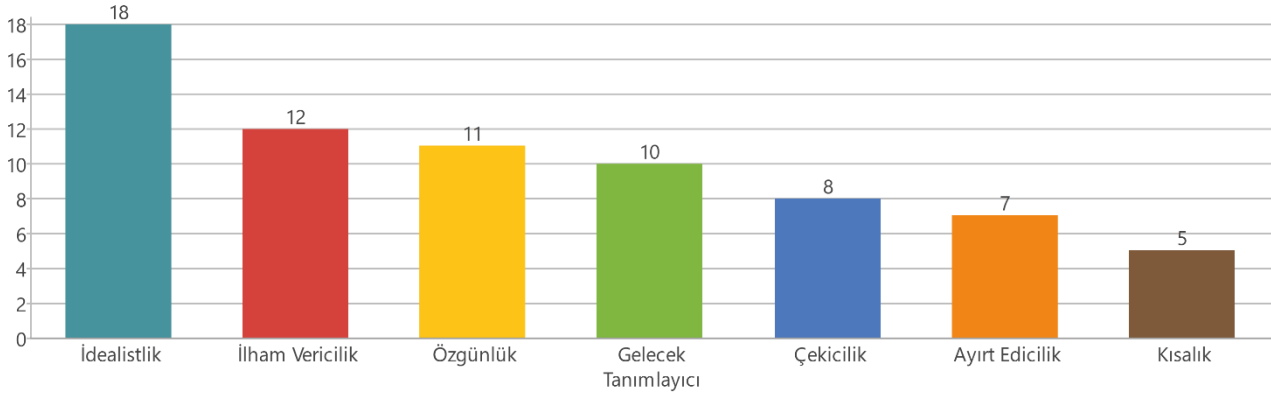
Tablo 3. Vizyon İfadelerinin Kapsamında Olan Bileşenler

	İdealistik	Özgünlük	Ayır Edicilik	Çekicilik	Kısalık	İlham Vericilik	Gelecek Tanımlayıcı	TOPLAM
Aegon	+	-	-	+	-	-	+	3
Agesa	+	+	-	+	-	+	+	5
Allianz	-	+	+	-	-	+	+	4
Anadolu Hayat Emeklilik	+	-	-	+	-	+	+	4
Axa	+	+	+	-	-	+	-	4
Bereket Tekaful	+	+	+	+	-	+	-	5
Bereket	+	+	+	-	-	+	-	4
Bnp Paribas	+	+	+	-	-	+	-	4
Bupa Acıbadem	+	-	+	-	-	+	-	3
Cigna	+	-	+	-	+	-	-	3
Demir Sağlık	+	+	-	-	-	+	+	4
Fiba Emeklilik	+	-	-	-	+	-	-	2
Garanti BBVA	+	-	-	-	+	+	+	4

Groupama	+	+	-	-	+	-	-	3
Katılım Emeklilik	+	+	-	+	-	+	+	5
Mapfre	+	-	-	-	+	+	+	4
Metlife	+	-	-	+	-	-	+	3
Nnhayat	+	+	-	+	-	-	-	3
Türkiye Hayat Emeklilik	+	+	-	+	-	-	+	4
TOPLAM	18	11	7	8	5	12	10	71

Tablo 3 verilerine göre hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerinin içinde bulunan bileşen sayısı görülebilmektedir. Buna göre Agesa, Bereket Tekaful ve Katılım emeklilik şirketlerinin vizyon ifadelerinde 5 bileşen, Allianz, Anadolu Hayat emeklilik, Axa, Bereket, Bnp Paribas, Demir Hayat, Garanti BBVA, Mapfre ve Türkiye hayat emeklilik şirketlerinin vizyon ifadelerinde ise 4 bileşen olduğu görülmektedir. En az bileşene sahip olan şirketin vizyon ifadesinde 2 bileşen yer almaktadır ve bu şirket Fiba emekliliktir. Vizyon ifadesindeki bileşenlerin vizyon bildirimlerinde yer alma sayısı Şekil 5’de yer almaktadır.

Vizyon Bileşenleri



Şekil 5. Vizyon Bileşenleri Dağılımı

Vizyon bileşenlerinin dağılımına yönelik olarak hazırlanan Şekil 5 verilerine göre idealistlik bileşeni 18 şirketin vizyon ifadesinde yer almıştır. İlham vericilik bileşeni ise vizyon ifadelerinin 12’sinde yer almaktadır. Özgünlük bileşeni 11, gelecek tanımlayıcı bileşeni ise 10 vizyon ifadesinde yer almaktadır. Kısalık bileşeni 5 vizyon ifadesinde bulunmaktadır. Bu sonuca göre vizyon bildirimlerinin çoğunluğu cümle olarak uzun bir yapıdadır.

Firmaların vizyon ifadelerinde yer alan bileşen sayısına yönelik veriler Tablo 4’te yer almaktadır.

Tablo 4. Şirketlerin Vizyon İfadelerinde Bulunan Özellik Sayısı

Özellik Sayısı	Firma Sayısı	Yüzde
0	0	0,0
1	0	0,0
2	1	5,3
3	6	31,6
4	9	47,4
5	3	15,8
6	0	0,0
7	0	0,0
Toplam	19	100,0

Tablo 4 verilerine göre bütün bileşenlerin yer aldığı bir vizyon ifadesi yoktur. Aynı şekilde 6 bileşenin yer aldığı vizyon ifadesine de rastlanılamamıştır. Vizyon ifadelerinin bileşen sayısı 5 olan 3 şirket, 4 olan 9 şirket ve 3 olan 6 şirket vardır. Bu durum, vizyon ifadelerinin geliştirilmesinin gerekli olduğunu gösteren önemli bir bulgudur.

Sonuç ve Değerlendirme

Vizyon, bir işletmenin stratejik yönetim kapsamında uygulaması gereken önemli bildirimlerden birisidir. Vizyon ifadesi ile bir işletme gelecekte hangi noktaya ulaşacağına yönelik ifadelerle yer vermektedir. Özellikle hızlı bir değişim ve dönüşüm sürecinde yer alan son dönem şirketlerinin stratejik yönetim unsurlarına normalden daha fazla değer vermeleri gerekmektedir. Geleceğe yönelik hedeflerin dile getirildiği vizyon ifadelerinin sadece üst yönetimin bilgisi dahilinde olan bir kavram olmasının da işletmelere herhangi bir faydası yoktur. Bu sebeple bütün çalışanların anlayabileceği, net, kısa ve şirketin özelliklerini yansıtan derecede özgün bir vizyon ifadesi şirkete çok daha fazla katkı sağlayacaktır. Bu bakış açısıyla bu çalışmada hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerinin bu özellikleri ne derece taşıdıklarına yönelik olarak belirlenmiştir.

Vizyon ifadesi gerek şirketin üst yönetimi gerek şirketin çalışanları gerekse şirketin paydaşlarına yönelik bilgiler içeren önemli bir bildirgedir. Bu sebeple çalışmada belirtilen 7 özelliği taşıması vizyon ifadesinin kaliteli bir yapıya kavuşması yönüyle önemlidir. Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerine yönelik bir analiz gerçekleştirmek ve elde edilen bulgular kapsamında vizyon ifadelerinin hangi öğelerden oluştuğunu belirlemektir. Araştırma kapsamında vizyon ifadeleri MAXQDA 2020 nitel analiz programı aracılığıyla çeşitli analizlere tabi tutulmuştur.

Hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerine yönelik olarak yapılan ilk analiz kelime bulutu analizidir. Bu analizin yapılmasındaki temel amaç, vizyon ifadelerini oluşturan kelimelerin sıklıklarını belirleyebilmek ve bu sonuçlardan anlamlı veriler elde edebilmektir. Bu kapsamda kelime bulutu analizinde en sık kullanılan kelimeler, “şirket” (23), “sigorta” (7), “emeklilik” (5), “finansal” (5) ve “hayat” (5) kelimeleridir. Bu çerçeveden bakıldığında, hayat sigortası şirketleri vizyon ifadelerinde öncelikle kendilerine özel olan tarafları vurgulamış ve müşterilerinin hangi ihtiyaçlarına yönelik hedefleri olduğu konusunda önemli bilgi paylaşımları sağlamışlardır. Devamında sık kullanılan kelimelere bakıldığında “müşteri” (4), “değer” (3) ve “güvenilir” (3) kelimelerine ulaşılmaktadır. Bu noktada hayat sigortalarının temel beklentilerinden biri olan değer ve güven kelimelerinin sıklık tablosunda daha yukarılarda olması müşterilerin hayat sigortalarına olan güvenini daha artırıcı bir nokta olarak ifade edilebilir. Bu durumun beklenmeyen bir sonuç olduğu düşünülmekte ve bu durumun sebebi olarak vizyon ifadelerinde işletmelere ait özgün bilgilerin paylaşılmasının daha önemli olduğu düşüncesi ile değer ve güven odaklı bir vizyon ifadesi oluşturulmamasından kaynaklı olabilir. Kelime sıklık bulutunda ortaya çıkan bu eksiklik etkileşimli kelime ağacı sonuçlarında ortadan kalkmakta ve en sık kullanılan kelimelerin değer odaklı bileşenlerle birlikte kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca yine etkileşimli kelime ağacı verilerine göre geleceğe yönelik en iyi olma hedefleri de bu alanda sıklıkla ortaya konulmaktadır.

Vizyon ifadelerine yönelik olarak gerçekleştirilen bir diğer analiz kapsamında kelime kombinasyonları belirlenmiştir. Buna göre “emeklilik ve hayat”, “bir marka olmak”, “bireysel emeklilik”, “hayat sigortası şirketi”, “kalıcı bir marka”, “öncü bireysel emeklilik” ve “sigorta şirketi olmaktır” kelime kombinasyonlarına ulaşılmıştır. Bu sonuç, hayat sigortası şirketlerinin müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamaya odaklı ve marka olmak konusunda kararlı politikalarının olması sebebiyle olabilir. Aynı zamanda yapılan faaliyetin ön plana çıkartılması için de bu yöntem uygulanmış olabilir. Özellikle sigorta şirketi ve emeklilik şirketi vurguları müşterinin gözünde bu alanı dolduran bir firma olma imajı kazanılması amacıyla işlenmiş olabilir.

Bir diğer analiz kapsamında literatürde bir vizyon ifadesinde olması gereken 7 özellik olan bileşenlere yönelik bir çalışma yapılmıştır. Bu analiz sonuçlarına göre hayat sigortası şirketlerinin hiçbirinin vizyon ifadesinde 7 özelliğin tamamı yer almamaktadır. Aynı şekilde 6 özellik taşıyan bir vizyon ifadesi de yoktur. 3 firmanın (agesa, bereket tekaful ve katılım emeklilik şirketleri) vizyon ifadesinde 5 özellik yer alırken 9 firmanın (Allianz, Anadolu Hayat emeklilik, Axa, Bereket, Bnp Paribas, Demir Hayat, Garanti BBVA, Mapfre ve Türkiye hayat emeklilik şirketleri) vizyon ifadesinde ise 4 özellik yer almaktadır. Bu durum düzeltilmesi gereken bir problem olarak düşünülebilir. Özellikle hayat sigortası şirketleri gibi müşteri ile ilişkileri yüksek düzeyde olan şirketlerin vizyon ifadelerine çok önem vermeleri gerekmektedir. Stratejik yönetim sürecinde önemli bir alanı dolduran vizyon ifadesine gösterilen önem şirketin öngörülebilir gelecek hedeflerine ulaşmasında önemli bir katkı sağlayacaktır. Bu sebeple şirketlerin vizyon ifadelerini gözden geçirmeleri ve yeniden dizayn sürecinde literatürdeki 7 bileşeni dikkate almaları önerilebilir. Aynı analiz kapsamında vizyon ifadelerinde yer alan bileşenlerin en sık yer alanlarının “idealistik”, ilham vericilik” ve “özgünlük” olduğu tespit edilmiştir. Bu durum vizyon ifadelerinin katkı sunmaya odaklı bir yapıda ve her şirketin kendine özgü özelliklerini vurgulamada başarılı olduğu sonucunu doğurmaktadır. Özellikle hazırlanan vizyon ifadelerinin olması gerekenden uzun olması ifadenin netliği açısından önemli bir eksiklik olduğu için bu noktaya da önem verilmesi gerekmektedir. Vizyon ifadesinin en önemli amacı öngörülebilir gelecekteki hedeflere ulaşmak olduğu için gelecek tanımlayıcı bir vizyon geliştirmek de önemli bir diğer adım

olacaktır. Coşkun (2021: 385) dış ticaret sermaye şirketlerinin vizyon ifadelerine yönelik olarak yaptığı analizde vizyon ifadelerinin özellikleri arasında en çok “netlik”, “gelecek odaklılık” ve “soyutluk” bileşenlerinin olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca vizyon bileşenlerinin tamamına sahip olan işletme sayısı toplamın %48’i olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerini geliştirmeleri gerekliliği öne çıkmaktadır. Ay ve Koca (2012) tarafından ISO 500 firmalarının vizyon ifadelerine yönelik olarak yapılan içerik analizinde ise “sektörel liderlik”, “yenilikçilik”, “küresellik” ve “büyüme-gelişme” kavramlarının öne çıktığı ifade edilmiştir. Ay ve Koca (2012) tarafından elde edilen bulgular ile bu çalışmanın bulguları özgünlük ve yenilikçilik unsurları kapsamında benzerlik göstermekte ve bu çalışma literatür tarafından belirtilen yönler itibarıyla desteklenmektedir.

Yapılan analiz sonucunda elde edilen veriler ışığında hayat sigortası şirketleri yöneticilerine ve bu alanda çalışma yapmayı düşünen araştırmacılara bazı önerilerde bulunulmuştur:

Özellikle çevrenin etkilerinin tam olarak bilinemediği belirsiz çevrelerde rekabet etme mecburiyetinde olan işletmelerin vizyon ifadelerine yönelik olarak ayrı bir önem göstermeleri rekabet avantajı elde etmelerine katkı sağlayabilecektir. Bu kapsamda vizyon ifadeleri analiz kapsamına alınan hayat sigortası şirketlerinin vizyon ifadelerinde çeşitli revizyonlar gerçekleştirmesi ve özellikle müşteri, değer ve güven unsurlarının ön plana çıkartıldığı vizyonlar ile öngörülebilir bir gelecek hedefi belirlemeleri müşteri şirket ilişkisini daha sağlam bir yapıya dönüştürebilecektir. Aynı zamanda diğer paydaşlarla da sağlam bağlar kurulmasına yardımcı olacak bir vizyon yapılandırması rekabet avantajı sağlayan önemli bir unsur olabilir.

Stratejik yönetim kapsamında yer alan vizyon ifadesinin incelenmesine yönelik olarak literatürde, sağlık kurumları (Kartal, 2020), dış ticaret sermaye şirketleri (Coşkun, 2021), yiyecek içecek firmaları (Erden Ayhün & Çavuşgil Köse, 2018), Türkiye’nin en büyük ilk 500 (Sabuncuoğlu & Gök, 2008) ve ikinci 500 büyük firması (İnce, 2015), ISO 500 firmaları (Ay & Koca, 2012), küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri (Doğan & Hatipoğlu, 2009), Türkiye’deki bankalar (Soygür, 2018) ve Türkiye’nin en büyük 100 sanayi işletmesi (Latif & Muslu, 2015) gibi çalışma alanlarında analizler gerçekleştirilmiştir. Hayat sigortası şirketlerinin misyon ya da vizyon ifadesine yönelik olarak ise herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu sebeple çalışma daha önce analiz kapsamına alınmamış bir çalışma alanı olan hayat sigortası şirketlerine yönelik olarak yapıldığından dolayı özgündür.

Çalışma kapsamında bazı kısıtlılıklar bulunmaktadır. Özellikle çalışmanın sadece ikincil verilerden oluşması önemli bir kısıt olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca zaman kısıtının etkisi ile, çalışmada hayat sigortası şirketlerinin sadece vizyon ifadelerinin dahil edilmesi, misyon, amaç ve değerlerinin çalışma kapsamı dışında bırakılması önemli bir diğer kısıt olarak düşünülebilir.

İleride aynı konuda çalışma yapmayı düşünen araştırmacılar, hayat sigortası şirketleri ile hayat dışı sigorta şirketlerinin vizyon ifadelerini karşılaştırmalı bir analize tabi tutmaları daha net bilgilere ulaşmasını sağlayacaktır. Ayrıca hayat sigortası şirketlerinin üst yöneticileri ve çalışanları ile görüşmeler yaparak vizyon ifadesinin her kesim tarafından ne düzeyde anlaşıldığına yönelik bir çalışma da yapılabilir.

Kaynakça

- Akgemci, T., & Güleş, H. K. (2009). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. Ankara: Gazi kitabevi.
- Armstrong, M. (2017). *Armstrong’un stratejik insan kaynakları yönetimi el kitabı*. (Y. D. Gürol, & E. Gemici, Çev.) Ankara: Nobel yayıncılık.
- Ay, Ü., & Koca, A. İ. (2012). Iso 500 listesindeki işletmelerin misyon, vizyon ve değerlerinin içerik analizi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 201-210.
- Bilgiç, A. (2013). Stratejik yönetim düşüncesinin evrimi. *Denetim*, 11, 69-75.
- Coşkun, Ö. F. (2021). Dış ticaret sermaye şirketlerinin misyon ve vizyon beyanlarına yönelik bir içerik analizi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 9(2), 361-392.
- Çetin, S. (2009). Vizyon yönetimi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 95-103.
- Doğan, S., & Hatipoğlu, C. (2009). Küçük ve orta boy işletmelerde vizyon açıklamasının işletmenin performansına etkisine ilişkin bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 81-99.
- Erden Ayhün, S., & Çavuşgil Köse, B. (2018). Misyon ve vizyon ifadelerinin değerlendirilmesi: Türk yiyecek-içecek işletmelerinde bir araştırma. *BMIJ*, 524-549.
- Gulati, R., Mikhail, O., Morgan, R. O., & Sittig, D. F. (2016). Vision statement quality and organizational performance in US hospitals. *Journal of Healthcare Management*, 61(5), 335-350.

- Güçlü, N. (2003). Stratejik yönetim. *G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2).
- İnce, A. R. (2015). Türkiye'nin ikinci 500 büyük şirketinin misyon ve vizyon ifadelerine göre girişimcilik özellikleri. *Academic Review of Economics & Administrative Sciences*, 8(2), 143-155.
- Kantabutra, S. (2010). What do we know about vision. *The Journal of Applied Business Research*, 24(2), 127-138.
- Kartal, N. &. (2020). Sağlık kuruluşlarının vizyon ifadelerinin içerik analizi ile incelenmesi . *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(2), 385-400.
- Kirkpatrick, S. (2008). How to build a better vision statement. *academic leadership: The Online Journal*, 6(4), 1-11.
- Kirkpatrick, S. A., Wofford, J. C., & Baum, J. R. (2002). Measuring motive imagery contained in the vision statement. *The Leadership Quarterly*, 13(2), 139-150.
- Kurtuluş, K. (2010). *Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Türkmen Kitabevi.
- Latif, H., & Muslu, Ş. (2015). Türk işletmelerinin misyon ve vizyon kavramlarında anlam karmaşası. *İ. Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 12-32.
- Myrick, K. A. (2017). *Vision Matters: Vision Content and Organizational Performance*. Nova Scotia: Doktoral Dissertation, Saint Mary's University.
- Ramazanoğlu, F., & Bahçeci, B. (2006). Örgütlerde vizyon ve misyon kavramı. *Fırat Üniversitesi Doğu Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 52-56.
- Rumelt, R. P., Schendel, D., & Teece, D. J. (1991). Strategic management and economics . *Strategic Management Journal*, 12(52), 5-29.
- Sabuncuoğlu, A., & Gök, O. (2008). Büyük işletmelerin web sitelerinde yer alan misyon ve vizyon ifadelerinin pazar odaklılık açısından incelenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 123-141.
- Soygür, İ. C. (2018). Kamu ile yerli ve yabancı özel sektör bankalarının vizyon ve misyon farkları üzerine. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 987-1004.
- Ülgen, H., & Mirze, S. K. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta yayınevi.

Extended Abstract

Aim and Scope

Strategic management is an important support mechanism especially for companies in their fight against environmental uncertainty. With the contribution of strategic management practices, companies gain the ability to detect the future threats of the environment they are in and to cope with these threats. Applications within the scope of strategic management have a very important place in determining the medium and long-term goals determined by the management level of the companies and in achieving these goals. While creating this structure, vision statements, which are one of the main sources of strategic management practices, contribute to drawing a plan in clarifying which targets the company is moving towards. The vision statement can give important clues about where the business will be in the future. In particular, a vision statement prepared in accordance with the company's goals will enable the company to carry out the practices it carries out for the future with more confident steps.

The vision statement is a guide for companies in their fight against environmental uncertainties and crisis environments in their future goals. The determination of the extent to which this situation takes place in practice is important in terms of strategic management practices. In this context, the aim of the study is to perform an analysis of the vision statements of life insurance companies operating in Turkey and to determine what elements the vision statements consist of within the scope of the findings.

Methods

The research was carried out with content analysis, one of the qualitative analysis methods. The reason why this method is preferred is to reveal the hidden values that are hidden in the texts included in the analysis and cannot be seen at first glance (Kurtuluş, 2010: 50,51). In the research, the 7 components that should be included in Akgemci and Güleş's (2009) was used as vision statement, being idealistic, being original, being distinctive, being attractive, being short and memorable, being inspiring and assertive, and being the future success and ideals were the criteria.

The vision statements of the 21 life insurance companies in this list, which are available to the public, on their websites were examined. In the examination, 2 of the 21 life insurance companies were not included in the scope of the analysis because they were in the same group as the other companies, and the vision statements of the remaining 19 companies were reached and the vision statements were collected and subjected to certain analyzes and findings were reached. The vision statements of life insurance companies were firstly analyzed with the word cloud method and the most frequently used words in the vision statements were determined. The data obtained from this analysis are presented first as a word cloud and then as a table. In the continuation of the analysis, the data obtained from the analysis made in terms of the components covered by the vision statements are presented.

Findings

The first analysis for the vision statements of life insurance companies is word cloud analysis. In this context, the most frequently used words in word cloud analysis are "company" (23), "insurance" (7), "retirement" (5), "financial" (5) and "life" (5). After looking at the frequently used words, the words "customer" (4), "value" (3) and "reliable" (3) are reached. Within the scope of another analysis carried out for vision statements, word combinations were determined. Accordingly, the word combinations "retirement and life", "being a brand", "individual pension", "life insurance company", "a permanent brand", "leading private pension" and "to be an insurance company" have been reached. Within the scope of another analysis, a study was conducted on the components, which are 7 features that should be in a vision statement in the literature. According to the results of this analysis, none of the life insurance companies include all 7 features in their vision statement. Likewise, there is no vision statement with 6 features. While there are 5 features in the vision statement of 3 companies, there are 4 features in the vision statement of 9 companies. Within the scope of the same analysis, it has been determined that the most common components of the vision statements are "idealism", "inspiring" and "authenticity". This situation leads to the conclusion that vision statements have a structure focused on contribution and are successful in emphasizing the unique characteristics of each company. Since the prepared vision statements are longer than they should be, it is an important deficiency in terms of the clarity of the statement, this point should also be given importance. Developing a future-defining vision will be another important step, as the most important purpose of the vision statement is to achieve foreseeable future goals.

Conclusion

The fact that companies, which have to compete in uncertain environments where the effects of the environment of the companies are not fully known, pay special attention to their vision statements will contribute to their competitive advantage. In this context, the life insurance companies, whose vision statements are included in the analysis, make various revisions in their vision statements and set a foreseeable future target with visions in which the customer, value and trust elements are emphasized, will transform the customer-company relationship into a stronger structure. At the same time, a vision structuring that will help establish strong ties with other stakeholders can be an important element that provides competitive advantage.

Neo-Realist Perspektiften Doğu Akdeniz ve Enerji Güvenliği

East Mediterranean and Energy Security from Neo-Realist Perspective

Adem Ali İren¹, Melike Atlıç²

Öz

Çalışma, devletlerin enerji politikalarının arka planındaki nedenlere ışık tutmayı amaçlamaktadır. Bu açıdan, devletlerin enerji politikaları oluştururken bireysel mi kolektif mi hareket ettiği üzerine odaklanılmıştır. Ele alınan konu, enerjinin öneminin artması, gelişmişliğin ve ilerlemenin yegâne aracı olmaya başlaması nedeniyle ilerleyen dönemlerde devletlerin enerji sahalarına yönelik bakış açılarını ve politikalarını anlamak açısından önemlidir. Enerji toplumlar için gelişme, ilerleme ve refahın en önemli aracı olarak görülmektedir. Enerjinin önem kazanmasıyla devletlerin enerjiye olan bakışları ve bu alandaki politikaları da değişmeye başlamıştır. Enerjiye atfedilen bu önem enerji kaynaklarının yoğun olduğu bölgelerin, devletlerin ilgi odağı olmasına yol açmaktadır. Günümüzde enerji kaynakları açısından önemli olan bu bölgeler arasında Doğu Akdeniz yer almaktadır. Enerji kaynaklarının dünya üzerinde eşitsiz dağılımı ve enerjiye olan ihtiyacın artması Doğu Akdeniz'de çatışmaların, krizlerin kimi durumda da iş birliklerinin doğmasına yol açmaktadır. Ülkelerin ulusal çıkarlarını ve enerji alanında elde edebilecekleri karı maksimize etmesi enerji açısından zengin bölgelerin ihtilafli bölgeler olmasına sebep olmaktadır. Bu nedenle aktörler enerji politikaları oluştururken diğer aktörlerin enerji hamlelerini iyi analiz etmeleri gerekmektedir. Bu açıdan Türkiye, Doğu Akdeniz'deki enerji savaşında atacağı her hamleyi bölge ve bölge-dışı aktörlerin hamleleri ile belirlemektedir. Devletlerin karşılıklı hamleleri, enerji savaşına girerken kuşandıkları silahları (ikili antlaşmalar, sınırlandırma antlaşmaları vb.) hangi temele dayandırdıklarının analiz edilmesini zorunlu kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Enerji, Doğu-Akdeniz, Neo-realizm, Güvenlik.

Abstract

The study aims to explain the background of states' energy policies. In this respect, it should be considered whether the states act individually or collectively while creating energy policies. The subject under discussion is important in terms of understanding the energy policies of states in the future due to the increasing importance of energy. Energy is seen as the most important tool of development, progress and prosperity for societies. With the gaining importance of energy, states' views on energy and their policies in this area have begun to change. The importance attributed to energy causes regions with intense energy resources to be the center of attention of states. The Eastern Mediterranean is among these regions that are important in terms of energy resources today. The unequal distribution of energy resources in the world and the increasing need for energy lead to the emergence of conflicts, crises or cooperation in the Eastern Mediterranean. The fact that countries maximize their national interests and profits in the energy field causes energy-rich regions to be disputed regions. For this reason, while actors are creating energy policies, other actors should analyze their energy moves well. In this regard, Turkey, moves in the Eastern Mediterranean region, is determined based on the moves of other states. States' mutual moves make it necessary to analyze the basis on which the weapons they use when entering the energy war. (bilateral treaties, restriction treaties, etc.).

Keywords: Energy, East-Mediterranean, Neo-realism, Security.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: P48, F51, F55

Submitted: 03 / 11 / 2021

Accepted: 03 / 02 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, ademiren@sdu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-2369-1177>

² Doktora Öğrencisi, Süleyman Demirel Üniversitesi, melikeatlg@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-8491-6125>

Giriş

Enerjinin, 21.yüzyılda öneminin artması enerji kaynaklarına sahip bölgeleri ön plana çıkarmış ve devletleri ya da genel olarak aktörleri Doğu Akdeniz'e yönlendirmiştir. Enerjide dışa bağımlılık, elde edilecek kaynaklardan en üst seviyede kar sağlama güdüsü, bölgeye yönelen devletlerin kazançlarının ne olacağı gibi birtakım argümanlar devletleri, enerji politikası konusunda ve bu politika temelinde Doğu Akdeniz'de saldırgan kılabildiği gibi iş birliğine de sevk etmektedir. Aktörlerin izleyecekleri politikalarda saldırgan ya da işbirlikçi davranma eğilimi ulusal çıkarları etrafında şekillenmektedir. Enerjinin de devletlerin ulusal çıkarlarının en önemli ayağı olmaya başlaması, keşfedilen enerji rezervlerinin göz ardı edilemez bir oranda olduğu Doğu Akdeniz'de güvenlik ikilemlerine ve bu ikilem etrafında iş birliklerinin oluşmasına neden olmuştur. Genel olarak bakıldığında devletlerin Doğu Akdeniz özelinde yürüttükleri enerji politikaları, neo-realizmin birtakım argümanları ile iç içe geçmektedir. Bu nedenle bölge ülkeleri ve bölge dışında enerji kaynaklarına bağımlılığı olan devletlerin ve aktörlerin bu bölgedeki politikaları neo-realizm açısından incelenecektir.

Enerji, toplumlar için refah seviyelerini artırmanın temel aracı olarak görülmektedir. Enerji kaynakları sayesinde endüstriyel gelişmişliklerine hız kazandıran ülkeler için bu kaynaklara erişim her geçen gün önem kazanmaktadır. Özellikle Sanayi Devrimi sonrasında devletler, vatandaşlarına hizmetlerini kesintiye uğramadan sağlayabilmek için temel enerji kaynaklarına erişim yarışına girmiştir. Enerjinin devletler açısından bu denli önemli olması ise enerji politikaları ve güvenliğinin ön plana çıkarırken aktörler arasında rekabeti de beraberinde getirmiştir.

Ortaya çıktığı ilk andan itibaren devletlerin vazgeçilmez talepleri arasında yerini alan enerji, zamanla devlet politikalarının ve güvenliğinin temeli olarak anılmaya başlamıştır. Henry Kissinger'in ifade ettiği gibi enerji arzını kontrol eden, tüm kıtaları kontrol etme yeteneğine sahip olacaktır. Bu anlayış çerçevesinde hareket eden devletler için enerji kaynakları, enerji nakil hatları ve enerji imtiyazları son derece önemli konulardır. Petrol, doğalgaz, kömür gibi fosil yakıtların yerine geçebilecek enerji kaynakları bulunana kadar bu kaynakların önemi devam edecek ve aktörler dış politikalarını enerji temelli şekillendirecektir. (Şahin, 2019: 6-7).Dünya üzerinde doğalgaz ve petrol gibi enerji kaynaklarının tüketiminin artmasının doğal bir sonucu olarak bu kaynaklara erişim için verilen mücadelelerde bir yükseliş gözlemlenmektedir.

Bahsedilen amaç ve hipotez doğrultusunda çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde ülkelerin enerjiye olan ilgisi nedeniyle Doğu Akdeniz'in 21.yüzyılda rekabet alanı haline gelmesinin nedenleri üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise devletlerin Doğu Akdeniz'in artan önemi nedeniyle bölgeye yoğunlaşan ilgisi, ilgisinin nedenleri ve bu ilgi sonucunda ortaya çıkan politikaları, girişimleri ve hamleleri ele alınmıştır. Son olarak çalışmanın üçüncü bölümünde ilk iki bölümde bahsedilen konular neo-realizmin argümanları ile açıklanmıştır.

1. Doğu Akdeniz'in Önemi

Dünya üzerinde gerçekleştirilen ticaretin büyük bir çoğunluğu deniz yolu vasıtasıyla yapılmaktadır. Bu nedenle deniz hatlarında veya limanlarda ortaya çıkabilecek herhangi bir olumsuz durumda dünya ekonomisinin en büyük darbeyi alacağı bilinmektedir. Günümüzde üretimin, ticaretin ve pazarlamanın istikrarlı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için denizlere ve enerjiye ihtiyaç vardır. Devletlerin ihtiyaç duyduğu bu iki araç, uluslararası politikada iş birliği ve çatışma konularının enerji arz ve güvenliği etrafında şekillenmesine neden olmaktadır. Devletlerin enerji rekabetine denizlerdeki hâkimiyet yarışının eklenmesiyle enerji havzalarının ve ticaret yollarının önemi uluslararası ilişkilerin ana konuları haline gelmiştir. Kısaca denizler ve enerji arasındaki bu ilişki hem deniz ticaretinde önemli konumda olan hem de enerji kaynakları açısından zengin olan Doğu Akdeniz'in uluslararası rekabetin odağı olmasına yol açmıştır.

Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapan Doğu Akdeniz, zengin ticaret olanaklarıyla en çok devlet kurulan bölgelerden biri olmuştur. Doğu Akdeniz'de devlet sayısının fazlalığı bölgedeki rekabetin ve devletler arası çatışmanın kadim bir gelenek olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Ticaret bir bölgenin zenginliğinin bir başka bölgenin zenginliğiyle standart bir ölçü aracıyla değiştirilmesi sayesinde doğrudan etki olarak refahı, dolaylı olarak bilim, kültür ve sanatı geliştirmesi açısından da önemli olduğundan Doğu Akdeniz havzası sadece zengin kaynaklarla değil aynı zamanda dünya medeniyetinin beşiği olarak da anılmıştır. Bu medeniyetler arasında Hititler, Finikeliler, Mısır Uygarlığı, İyonya, Miken İmparatorluğu, Anadolu medeniyetleri, İskender İmparatorluğu, Persler, Romalılar, Selçuklu ve Anadolu Selçuklular ve Osmanlı sayılmaktadır. (Tuğrul,2018: 16-18). Birçok yönden ilklere imza atılan gelişmeler yine bu bölgede ortaya çıkmıştır. Örnek verilecek olursa ilk deniz ticareti ve ilk deniz savaşı bu bölgede yapılmış, yazı, kütüphane, ilk yazılı antlaşma yine bu bölge de hayata geçirilmiştir. (Yıldız, Yaşar, 2012: 20-50).

Bölge Akdeniz, Avrupa, Asya ve Afrika kıtalarını birbirine bağlayan bir kavşak görevi görmektedir. Cebelitarık, Türk Boğazları ve Süveyş Kanalını bünyesinde bulundurması nedeniyle dünya ticaret yollarının önemli bir kısmını elinde tutmaktadır. Bu su yolları ile Atlas Okyanusu, Hint Okyanusu ve Karadeniz ile bağlantı kurulabilmektedir. Dünya deniz ticaretinin büyük miktarı bu bölgeden sağlanmaktadır. Bölgenin sahip olduğu doğal enerji kaynakları ilerleyen dönemlerde enerji koridoru olma ihtimalini artıracığından devletlerin ilgi odağındadır. (Doğan, 2013: 3-4). Bölgenin önemli su yollarını

bünyesinde barındırması aktörlerin bölgeye olan ilgisini artırmaktadır. Bu ise Alfredd Thayer Mahan'ın deniz hâkimiyeti teorisi ile açıklanabilmektedir. Mahan, denizlere hâkim olmanın dünya gücü olmak için önemli bir gereklilik olduğunu söylemektedir. Yani deniz hâkimiyetinin sağlanması, bir aktörün dünya hâkimiyetinin ve önemli ve güçlü bir aktör olmasının yolunu açacaktır. Mahan, Rusya kara gücü ile İngiltere deniz gücü arasındaki mücadelenin halen devam ettiğini ve bu mücadelenin Asya'nın 30-40. paralelleri arasındaki bölgeye hâkim olma amacı taşıdığını ileri sürmüştür. Deniz hâkimiyetinin bu mücadelede kara gücüne oranla daha baskın olacağını ifade etmiştir. (İşcan, 2004: 63-64).Deniz hâkimiyeti teorisinin arka planında yüzyıllar boyunca ticaretin deniz yolu aracılığıyla yapılması yer almaktadır. Doğu Akdeniz bu açıdan aktörler için önemli bir bölge olmaktadır. Doğu Akdeniz gibi önemli deniz ticareti güzergâhı olan alanlar üzerinde kontrolün sağlanabilmesi hem dünya gücü olmaya hem bölgede var olduğu belirtilen doğal kaynaklar üzerinde hem de bu kaynakların kullanımı ve ticareti üzerinde etkili bir aktör olma fırsatı sunabilecektir. Kısaca Doğu Akdeniz'in de önemli su yollarına yakın ya da kesişim noktasında olması deniz hâkimiyeti teorisi açısından bakıldığında aktörlerin ilgisini canlı tutmaktadır.

Bölge stratejik önemin yanında enerji güvenliğinde itinayla üzerinde durulması gereken bir bölge olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü bölgede gerçekleşen ticaret döngüsünün en önemli ayağını geçmişte de günümüzde de enerji ticareti oluşturmaktadır. Doğu Akdeniz ticaret açısından önemli güzergâhları bünyesinde bulundurduğu, önemli bölgeleri birbirine bağladığı ve deniz ticaretinde zaman, mesafe, maliyet önemli unsurlar olduğu için ticaretin incisi olmuştur. Doğu Akdeniz, günümüzde bilinen petrol rezervlerinin %47'sini, doğalgaz rezervlerinin ise %43'ini bünyesinde barındırmaktadır. Bölgenin kendi sahip olduğu enerji kaynakları yanında, dünya petrol rezervlerinin %65'ine sahip Orta Doğu'nun Batıya açılan kapısı olması açısından önemlidir. (Yılmaz, 2020: 30).

2000'li yıllarda Doğu Akdeniz'in önemli doğal kaynaklara sahip olduğunun açıklanması üzerine devlet ve devlet dışı aktörlerin ilgisi bu bölgeye yoğunlaşmıştır. Aktörlerin bu ilgisi zaman zaman aktörler arasında krizlere yol açmaktadır. Dünyanın hemen her yerindeki enerji şirketleri bölge üzerinde özellikle Türkiye, Yunanistan, Kıbrıs Adası, Suriye, İsrail, Mısır ve Lübnan arasında kalan ve tam olarak keşfedilmemiş bölgede büyük miktarda doğalgaz ve petrol rezervi olduğunu açıklamıştır. Bu açıklamaların ardından bölge, ticaret güzergâhları, kıtaları birbirine bağlayan konumda olması gibi özelliklerine bir yenisini daha ekleyerek enerji sahası olarak görülmeye başlanmıştır. Tüm dünya bu doğal kaynaklardan en fazla karı elde etmek için yarış içerisine girmiştir. (Ünal, 2015: 49). Enerji kaynaklarının bölgede varlığının keşfedilmesi ile bölge ülkeleri Yunanistan, Türkiye, Suriye, İsrail, Filistin, Mısır, KKTC ve GKRY yanında bölge dışı aktörlerin de etkin olmaya ve hâkimiyet kurmaya çalıştığı bölge haline gelmiştir.

Bölge ve bölge dışı aktörler ile devlet dışı aktörlerin Doğu Akdeniz'e yönelmesi sonucu deniz ve enerji güvenliğine bağlı ittifak arayışları geçmişten günümüze devam etmektedir. Ancak günümüzde iki kutuplu bir sistem söz konusu olmamasına rağmen bölgesel ve küresel aktörler çıkarları için ve elde edebilecekleri pay nedeniyle güç mücadelesinde rol almaya çalışmaktadır. Bu ittifaklar ve gruplaşmalar ideolojik ve kültürel olmaktan ziyade daha çok deniz ve enerji güvenliği çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. Aktörler ideolojik ve kültürel olarak karşıt özellikte olsa bile enerji güvenliği konusunda çıkarları doğrultusunda aynı grupta/ ittifakta yer almaktadır. (Ünal, 2015: 50).

2. Bölge ve Bölge Dışı Ülkelerin Doğu Akdeniz Politikaları

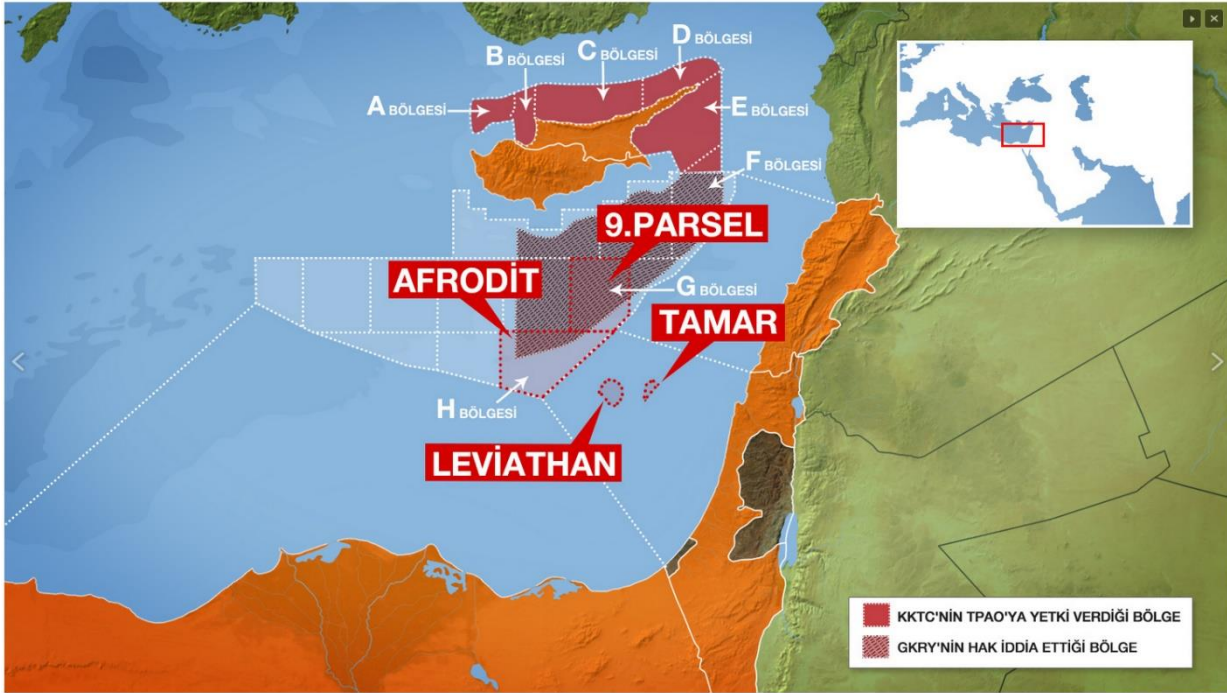
Bölgenin önem kazanması ve enerji kaynakları açısından zengin olduğunun açıklanması üzerine bölge ülkeleri, bölge dışı ülkeler ve örgütler bölgeye olan ilgileri dâhilinde farklı politikalar belirlemiştir. İkili antlaşmalar, münhasır ekonomik bölge (MEB) sınırlandırması, sondaj faaliyetleri gibi politikalar her ülke için ayrı bir anlam ifade etmektedir. Ülkelerin Doğu Akdeniz politikalarında özellikle de MEB sınırlandırması gibi sınırlandırmalarda iki temel seçeneği bulunmaktadır. Bu seçeneklerden ilki, ortak amaçlara yönelik iş birliği yapmaktan, ikincisi bağımsız ve savunmacı bir şekilde çalışmaktır. Ancak bölge üzerinde iş birliği yapılması için ülkelerin ekonomik argümanları oldukça güçlüdür. Bazı aktörler enerji çatışmalarının, bir devletin doğal kaynaklar açısından kazancının diğerinin kaybı olduğu sıfır toplamı bir oyun olduğunu iddia etse de iş birliği aslında tüm tarafların faydalanabileceği bir alandır. Çatışma pahalı olduğundan devletlerin güvenlik harcamalarını artırmasını gerektirir ve bu da kaynakların çıkarılma maliyetini yükseltmektedir. Petrol ve gaz üzerindeki çatışmalar, balıkçılık ve ticari gemi trafiğine de engeller oluşturmakta ve bu ekonomik sektörleri olumsuz etkilemektedir. Diğer taraftan, devletler arasındaki iş birliği ise petrol arama, çıkarma ve sondaj çalışmalarına ilişkin maliyetleri azaltmaktadır. (Stocker, 2012: 582).

Doğu Akdeniz'de yer alan İsrail, Mısır, Lübnan, KKTC, GKRY ve Suriye kıyılarını içine alan havzada zengin hidrokarbon rezervleri bulunması uluslararası enerji kartellerini ve uluslararası politikanın ana aktörlerinin dikkatini bölgeye yöneltmesine neden olmuştur. 2010 yılında ABD Jeolojik Araştırmalar Merkezi tarafından yapılan çeşitli araştırmalarla Levant havzasında ortalama 1,7 milyar varil petrol ve 122 trilyon metreküp geri kazanılabilir gaz olduğunu ileri sürmektedir. (Schenk, Kirschbaum, vd., 2010). Levant havzası içinde yer alan İsrail'in Tamar ve Leviathan sahalarında ise yaklaşık olarak 900 milyar metreküp rezerv bulunduğu tahmin edilmektedir. Diğer bir rezerv bölgesi olan KKTC ve GKRY açıklarındaki

Afrodit sahasında 198 milyar metreküp, Mısır MEB sahasında bulunan Nil Delta Havzasında ise Akdeniz'in en büyük doğalgaz yataklarının keşfedildiği ilan edilmiştir. Nil Deltasında bulunan ve Mısır'ın keşfettiği Zohr sahasında 850 milyar metreküp ile bölgenin en büyük rezervi bulunmaktadır. (Karagöl, Özdemir, 2017: 13-14). Yayınlanan rapora göre; Kıbrıs ile Girit Adası arasında kalan Herodot sahasında 1,5 ve 2 trilyon metre küp iki ayrı rezerv tespit edilmiştir. Kıbrıs çevresinde ise 8 milyar varil petrolün varlığı tahmin edilmektedir. Son olarak ise Oslo Barış Araştırmaları Enstitüsünün açıklamalarına göre Lübnan MEB'de, 708 milyar metreküp doğal gazın varlığını tespit edilmiştir. (Duman,2019: 215).

Bölgede hidrokarbon kaynakların ortaya çıkması devletlerin ve uluslararası kamuoyunun ilgisini çekmiştir. Bu andan itibaren devletler tek taraflı ilan ve antlaşmalarla bölgede yetkilerini belirlemeye çalışmıştır. Doğu Akdeniz'de en uzun kıyı şeridine sahip olan Türkiye ise etkin bir politika yerine tepkisel bir politika benimsemiştir. Bölgede Türkiye, Yunanistan ve GKRY arasında sık sık tartışma ve sorunlar meydana gelerek enerji güvenliğini tehlikeye sokmaktadır. Bölgede MEB alanları ve deniz yetki alanlarının sınırlandırılması konusu sıklıkla tartışmalara hatta krizlere neden olmaktadır. Bölgede bulunan devletler tüm kıyıdaş devletlerle antlaşma yapmak yerine tek taraflı ya da ikili antlaşma yolunu seçmektedir. Bu açıdan bölgede şimdiye kadar GKRY, Libya, Suriye, Lübnan ve İsrail MEB ilanında bulunmuştur.

Doğu Akdeniz'deki enerji arama çalışmaları çok erken dönemlerde başlamıştır. İsrail, 1960'tan itibaren bölgede petrol ve doğalgaz arama çalışmalarına devam etmektedir. 1999'da Noa sahasında, 2000'de ise Mari- B alanında hidrokarbon yatağı keşfetmiştir. Ancak İsrail'in çalışmalarına rağmen Doğu Akdeniz'de geniş enerji yatakları olabileceği Mısır tarafından ileri sürülmüştür. ENI isimli İtalyan şirketi 1961'de Mısır açıklarında Belayim adı verilen sahada petrol bulunduğunu ilan etmiştir. Bahsi geçen şirket 1967'de Mısır açıklarında başka bir saha olan Abu Madi sahasında da doğalgaz yataklarının varlığını açıklamıştır. Nil deltasında sondaj çalışmaları yapan Shell, 2004'te NEMED sahasında büyük miktarda hidrokarbon rezervi olduğunu açıklamıştır. Doğalgaz ihraç eden Mısır, 2013 itibarı ile günlük enerji üretiminin %80'e yakını Akdeniz'den karşılamaktadır. (Sünnetçioğlu, 2011: 159-160). Mısır açıklarında gerçekleşen bu keşiften sonra bölgedeki enerji arama çalışmaları hızlanmıştır. Amerikan Noble Energy şirketi ve İsrail'in Anver, Delek Drilling, Isramco ve Dor şirketleri TAMAR-1 olarak adlandırılan alanda 2009 başlarında önemli miktarda doğalgaz rezervi olduğunu ilan etmiştir. Ardından aynı yılın Mart ayında İsrail, Dalit-1 sahasında da doğalgaz bulunduğunu açıklamıştır. (Gürel,Mullen vd., 2013).

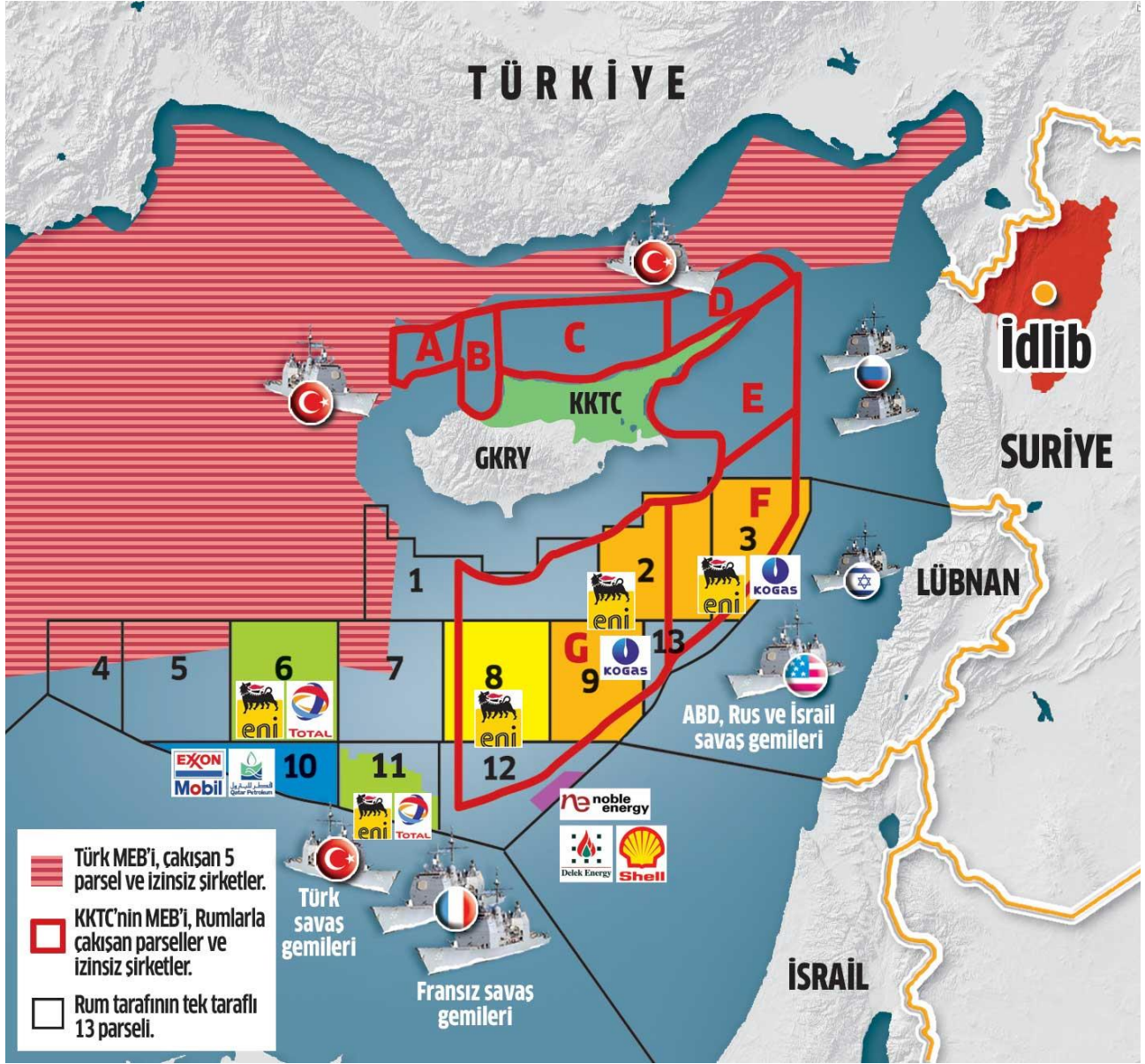


Şekil 1. Doğu Akdeniz Enerji Rezervleri (Kedikli, Çağlayan: 2017)

Doğu Akdeniz'deki enerji kaynaklarının uluslararası alanda enerji gündemine girmesi 2000'li yılların başında yoğunluk kazansa da ilk çalışmalara girişen diğer bir devlet 1979 yılında başlayan çalışmalarıyla GKRY'dir. Bu dönemde GKRY, Mısır ile petrol arama antlaşması imzalamıştır. Ancak Türkiye'nin tepki göstermesi ve BM'nin devreye girmesi ile GKRY geri adım atmak zorunda kalmıştır. Bu başarısız adımın ardından bölgedeki enerji potansiyelinin yeniden gündeme gelmesi 2003 yılında KKTC tarafından Kıbrıs adasının çevresinde dünyanın en zengin petrol yataklarının olduğunu tespit edildiğini açıklaması ile gerçekleşmiştir. Yapılan bu açıklama ile Doğu Akdeniz uluslararası gündemde önemli bir bölge halini

almıştır. (Çalık Orhun, 2017: 41). Erken dönem başlayan petrol ve doğalgaz arama faaliyetleri 21.yüzyılda da katlanarak ve kimi zaman aktörler arasında krizlere neden olarak devam etmektedir. Enerji ihtiyacının her geçen gün artması, teknolojik gelişmişlikte yaşanan ilerlemeler, nüfus artışı ve ülkelerin enerjide dışa bağımlılığı gibi etkenler bu arama çalışmalarının ve bölgede yaşanan krizlerin arka planını oluşturmaktadır.

Doğalgaz ve petrol rezervlerinin olduğu açıklamalarının ardından GKRY, bölge üzerinde etkisini artırmak ve bölgeyi çevrelemek için girişimlerde bulunmuştur. 1974'te Kıta Sahaneliği Antlaşmasını imzalayarak kendi kıta sahanlığını ilan etmiş ve 1993'te ise kara sularını gösterir koordinatları BM sunarak deniz yetki alanlarını oluşturmuştur. 2000'li yılların başında ise bölgeye kıyıdaş devletlerle temas kurmaya başlamıştır. Suriye ve Mısır ile 2003, Lübnan ile 2010 ve İsrail ile 2011 tarihinde MEB ilanında bulunmuştur. Ardından 2003 tarihinden itibaren geçerli olmak kaydı ile Kıbrıs Cumhuriyeti adına Birleşmiş Milletlere 200 millik MEB ilanını gerçekleştirmiştir. (Kedikli, Deniz, 2015: 40).



Şekil 2. Doğu Akdeniz'de Çakışan Parseller ve İzinsiz Şirketler (Karadayı, 2020)

GKRY, 2006'da adanın güneyinde kalan bölgede iki ve üç boyutlu sismik araştırmalara başlamış ve 2007'de çıkardığı bir yasa ile petrol ve doğal gaz arama amaçlı 13 adet ruhsat sahası ilan etmiştir. Bu sahalarda ABD, İtalya, Kore, Fransa ve Rusya enerji şirketlerine ruhsat vermiştir. (Peker, Oktay vd., 2019:97). Ancak GKRY'nin kendi sahasında olduğunu iddia ettiği ve şirketlere çalışma ruhsatı verdiği parseller hem Türkiye hem de İsrail'in MEB alanları ile çakışmaktadır. Türkiye'nin tepkilerine rağmen deniz tabanında sismik araştırmalara ve uluslararası şirketlerle anlaşmalara devam etmiştir. Bu sahalarda petrol ve doğal gaz arama faaliyetlerinde 2, 3 ve 9 numaralı alanda İtalyan ENI ve Güney Kore menşeli KOGAS'a, 10 ve 11 numaralı alanda Fransız TOTAL ve Rus NOVATEK'e, 12 numaralı Afrodit sahası olarak adlandırılan

alandaki ABD'li enerji şirketi NOBLE Energy'e ruhsat verilmiştir. Ancak 9 numaralı parsel İsrail ve Lübnan arasında yetki uyumsuzluğu konusunda sorunlu bir bölgedir. Ayrıca 1, 4, 5, 6, 7, 8, 9 ve 13. parseller hem Türkiye ile GKRY arasında hem de İsrail ile GKRY arasında MEB kapsamında anlaşmazlıkların yaşandığı alanlardır. 2011'de ABD şirketi Noble Energy'nin 12.parselde önemli miktarda rezerv tespit ettiği açıklanmış ve GKRY bundan ilham alarak ikinci bir ihaleye gitmiştir. İhaleye çıkan parsellerden 1,4,5,6 ve 7 numaralı parselin bir bölümünün Türkiye'nin kıta sahanlığı ile doğrudan çakıştığı alanlardır. Diğer yandan 1,2,3,8,9 ve 13.parselin -daha sonra bahsedilecek olan- KKTC'nin TPAO'ya verdiği ruhsat alanlarıyla çatışmaktadır. Türkiye'nin tepkilerine rağmen 2005'te deniz tabanında sismik araştırmalara başlayan ülke 2011'de kendi inisiyatifıyla ruhsatlandırma yaparak bölgede sondaj faaliyetlerine başlamıştır. Başlattığı sondaj faaliyetlerine 2014 yılında birçok uluslararası şirketle anlaşma yaparak hız kazandırmıştır.

GKRY'nin başlattığı ikinci tur ihale de 2,3,5,6,7,8,9,10 ve 11 numaralı parsellere on beş teklif gelmiştir. Parsellere gelen tekliflerde münferit şirketler Fransa, Kanada, GKRY ve İsrail merkezli şirketlerdir. Ayrıca ihalede konsorsiyum halinde teklif veren şirketler de söz konusudur. Bu şirketler ise; ABD, Kanada, İngiltere, Rusya, Fransa, İsrail, Güney Kore, Malezya, Avustralya, Endonezya, Hollanda, İtalya ve Lübnan merkezlidir. Başlatılan ihale kapsamında 2013'te Fransız Total şirketine 2,3 ve 9 numaralı parselde hidrokarbon yatağı arama ruhsatı verilmiş ve bu ruhsat ilerleyen yıllarda 10 ve 11.parseli de kapsayacak şekilde genişletilmiştir. GKRY'nin 2011'de başladığı sondaj faaliyetlerini aynı yılın Eylül ayı sonuna yetiştirmeye çalıştığı görülmektedir. Bunun ardında üç amacı bulunmaktadır. İlk olarak adanın güney ve kuzey kesimindeki liderlerin bir araya gelerek Ekim ayına kadar yoğunlaştırılmış müzakereler sonucunda Kıbrıs sorununun önemli bir noktaya gelmeyi kararlaştırmıştır. Uzlaşmanın sağlanamaması halinde BM Genel Sekreterinin olaya dâhil olarak müzakereleri yoğunlaştırmasının kararlaştırılması Rum kesimi tarafından hoş karşılanmayan bir durum olarak görülmüştür. Bu nedenle Kıbrıs sorunu konusunda üzerinde baskı hisseden GKRY, sondaj faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır. Çünkü sondaj çalışmalarına Türkiye'nin tepki verdiği ve tepkisini artıracaklarını bilen GKRY, Türkiye'nin saldırgan ve uzlaşmadan uzak bir ülke olduğu algısını yaratmayı amaçlamaktadır. Rum kesimi tarafından güdülen diğer bir amaç, sorunun karadan denize taşınarak çıkmaz bir hale gelmesidir. Son amacı ise ülkenin içine girdiği ekonomik darboğazı aşmaktır.

GKRY, ikili antlaşmalar yoluyla MEB alanları belirlemiş, ülkeler ile ittifaklar yapmış ve rezerv olduğunu açıkladığı alanlarda ruhsatlandırma girişimlerinde bulunmuştur. Türkiye ve KKTC'nin haklarını ihlal eden bu girişimler haricinde ise potansiyel ve Kıbrıs adası etrafında mevcut olan gaz rezervlerinin Batı aktarılması konusunu AB Projesi haline getirmeye çalışmıştır. Bu hususta olası gaz koridorunun Kıbrıs- Girit- İtalya üzerinden geçirilerek Avrupa'ya ulaştırılacağını ve böylece AB'nin Türkiye ile Rusya'ya ihtiyacı kalmayacağını dile getirmiştir. GKRY, diğer bölge ülkeleri ve bölge dışı aktörlerle ikili ilişkilerini geliştirip Türkiye'nin saf dışı bırakıldığı projelerin hayata geçirilmesi için uğraşmakta ve Vasilikos projesi ile bu amaca hizmet etmek istemektedir. Projenin hedefi Afrodit ve Leviathan sahasındaki petrolün kurulacak bir tesisle Yunanistan üzerinden Avrupa'ya taşımaktır. Bu projenin hedefinin yerine getirilmesi için projenin başarılı bir şekilde tamamlanması gerektiğinin farkında olan GKRY, antlaşmaları ve projeyi güvence altına almak için ABD ve Fransa'ya askeri üs kurma yetkisi tanımıştır. Fransa, ABD ve AB gibi bölgeye ilgisi olan bölge dışı aktörler Doğu Akdeniz'de GKRY ve Yunanistan ile yakın iş birliği halindedir. Öyle ki; GKRY'nin ABD ve Fransa'ya askeri üs yetkisi vermesi, Yunanistan, İsrail, Fransa, Almanya ve ABD arasında tatbikatların yapılması ve Almanya, İngiltere ve AB komisyonu tarafından Türkiye'nin bölgedeki faaliyetlerinin yasa dışı olduğunun açıklanması bu savın gerekçeleridir. Türkiye açısından bakıldığında, enerjide dışa bağımlılığın azaltmak, döviz talebini düşürmek ve enerjide ticaret merkezi olmak ülke açısından önemli olduğundan karşısındaki çok ülkeli bloğa rağmen bölgede etkin olmaya çalışmaktadır.

Diğer yandan GKRY ülkenin içinde bulunduğu ekonomik darboğazı aşmak, Türkiye ve KKTC'yi enerji denkleminin dışında tutmak ve enerjide önemli bir aktör haline gelebilmek için birtakım projelerde yer almak için çaba harcamaktadır. Türkiye ve KKTC'nin haklarını ihlal eden bu girişimler haricinde ise potansiyel ve mevcut gaz rezervlerinin Batıya aktarılması konusunu AB Projesi haline getirmeye çalışmaktadır. Bu hususta olası gaz koridorunun Kıbrıs- Girit- İtalya üzerinden geçirilerek Avrupa'ya ulaştırılacağını ve böylece AB'nin Türkiye ile Rusya'ya ihtiyacı kalmayacağını dile getirmiştir. (Kutlay, 2011:4-6). Vasilikos projesiyle ise Afrodit ve Leviathan sahaslarındaki petrolün kurulacak bir tesisle Yunanistan üzerinden Avrupa'ya taşınmayı amaçlamaktadır. (Yorulmaz, 2019: 82-83). GKRY, antlaşmaları ve projeyi güvence altına almak için ABD ve Fransa'ya askeri üs kurma yetkisi tanımıştır. Fransa, ABD ve AB gibi bölgeye ilgisi olan bölge dışı aktörler Doğu Akdeniz'de GKRY ve Yunanistan ile yakın işbirliği halindedir. Öyle ki; GKRY'nin ABD ve Fransa'ya askeri üs yetkisi vermesi, Yunanistan, İsrail, Fransa, Almanya ve ABD arasında tatbikatların yapılması ve Almanya, İngiltere ve AB komisyonu tarafından Türkiye'nin bölgedeki faaliyetlerinin yasa dışı olduğunun açıklanması bu savın gerekçeleridir.

Bir diğer bölge ülkesi İsrail'in Doğu Akdeniz'e yönelik politikalarının arka planında yeni enerji kaynaklarının ihracatıyla gelirini artırmak ve enerjide dışa bağımlılığını bitirmek yer almaktadır. Bu amaç çerçevesinde İsrail, Yunanistan ve GKRY ile hareket etmektedir. Filistin, Lübnan ve Türkiye'ye karşı ekonomik ve siyasi hamleler gerçekleştirmektedir. İsrail'in Leviathan ve Tamar sahalari AB'nin alternatif enerji tedarik alanları olarak görüldüğünden İsrail ile AB arasında da ilişkiler söz konusudur. Bu hususta EastMed projesi ön plana çıkmıştır. Bahsi geçen proje ile bölgedeki doğalgazın GKRY, Yunanistan ve İtalya üzerinden Avrupa'ya ulaştırılarak AB'nin enerjide dışa bağımlılığının azaltılması hedeflenmektedir.

Bu nedenle proje AB tarafından da desteklenmektedir. (İstikbal, Boyraz,2019: 76). Bahsedilen boru hattı ile yılda 16 milyar metreküp doğal kaynağın Avrupa'ya taşınması hedeflenmektedir. Şimdilik harita üzerinde olan projenin 2025 yılında hayata geçirilmesi için çalışılacağı açıklanmıştır. (Tsakiris, Ulgen vd.,2018: 24).

Bölgedeki enerji konusunda önemli ülkelerden bir diğeri Mısır, hızlı nüfus artışı nedeniyle enerji talebinde de hızlı bir yükseliş yaşamaktadır. Zengin enerji kaynaklarına sahip Afrika ve Ortadoğu bölgelerinin ortasında yer alan Mısır, ilk petrol çalışmalarına 1860'ta Kızıldeniz kıyılarında başlamıştır. Bu bölgede keşfettiği petrol ve doğalgaz rezervleri ile enerjinin önemli aktörlerinden biri haline gelmiştir. İlk petrol arama çalışmalarına 19.yüzyılda başlayan Mısır, 1956'da kurduğu ulusal petrol şirketi EGPC ile bölgede petrol üretiminde önde gelen ülkelerden biri olmuştur. 1970'li yıllarda doğalgaz üretimine başlayan ülkenin 2000'li yılların başına kadar doğalgaz üretimi yalnızca iç tüketimi karşılayacak seviyede gerçekleşmiştir. 2015 yılında Zohr sahasında 850 milyar metreküp miktarında zamanının en büyük rezervini keşfetmiştir. (Karagöl, Özdemir,2017: 16-19).

Mısır, Doğu Akdeniz'deki enerji kaynakları konusunda tıpkı İsrail gibi GKRY ve Yunanistan ile hareket etmektedir. 1979 yılında GKRY ile Mısır arasında petrol arama antlaşması imzalanmış ve imzalanan bu antlaşma Türkiye'nin tepkileri ardından askıya alınmıştı. Ancak Mısır'da darbe ile yönetime gelen Sisi, bu planı tekrar gündeme getirmiştir. Darbe sonrası Mısır ile Türkiye arasında bozulan ilişkileri fırsat bilen GKRY ve Yunanistan, Mısır ile yakınlaşmıştır. Üçlü arasındaki ilişkilerin gelişmesi ile Mısır, Türkiye'yi Kıbrıs açıklarındaki sondaj çalışmalarına devam etmesi halinde askeri güç kullanmakta tehdit etmiştir. Açıklamaların ardından Mısır ile GKRY arasında doğalgaz boru hattı antlaşması imzalanmıştır. Antlaşmaya göre Afrodit sahasında çıkarılacak gazın Mısır'a taşınması için boru hattı inşa edilmesi ve bu hattın 3 yıl içinde tamamlanması planlanmıştır. (İstikbal, Boyraz, 2019:7).

Bölgede aktif diğer bir ülke Yunanistan, deniz yetki alanlarının sınırlandırılması ve belirlenmesi için Girit, Kaşot, Kerpe, Meis ve Rodos hattını esas alarak ortay hatta dayalı bir sınırlandırmayı amaçlamaktadır. Bu kapsam doğrultusunda Libya ve Mısır ile görüşmelere başlamıştır. Yunanistan amaçladığı bu sınırlandırma ile Türkiye'yi Doğu Akdeniz'de Antalya körfezinde dar bir alana hapsedmeye çalışmaktadır. Yunanistan'ın sınırlandırmayı hedeflediği kıta sahanlığı ve MEB alanının kabul edilmesi ve gerçekleştirilmesi durumunda Türkiye'nin MEB alanı sınırlandırılacak ve yaklaşık 41.000 km²'lik bir alana sıkıştırılarak tahmini 104.000 km² 'lik bir kayba yol açarak deniz yetki alanlarını kısıtlayacaktır. (Yaycı,2012: 19-24).

Lübnan Doğu Akdeniz'de 107 mil kıyısı olan bir ülkedir. 2000'li yıllarda iç karışıklıklar ve bölgedeki ülkelerle aralarında yaşanan sorunlar nedeniyle MEB alanında bulunan doğal kaynaklar üzerindeki faaliyetlerine başlayamamıştır. Diğer yandan birçok ülke gibi enerjide dışa bağımlıdır. İsrail'in keşfedilen deniz sahaları üzerindeki hak iddiaları Lübnan'ın ekonomik, siyasi yapısını zayıflatmanın yanında enerji arz güvenliğini de tehlikeye sokmaktadır. Lübnan'ın iç siyasi yapısının etnik kökene dayanması alınacak kararları yavaşlatmaktadır. Bu konuda yaşanan sıkıntı ve İsrail'in tutumları bir araya gelince Lübnan'ın yeni enerji rezervlerinde arama-çıkarma çalışmalarının ertelenmesine neden olmaktadır. (İstikbal, Boyraz,2017: 77).Lübnan, 2004'te itibaren hidrokarbon çalışmalarına başlamıştır. 2010'da petrol ve doğal gaz araştırma kanununu meclisinde kabul etmiştir. Ardından yine aynı tarihte deniz kullanım alanlarını BM'e bildirmiştir. 2013'te Lübnan'a ait rezervlerin 865 milyar metre küp olduğu saptanmıştır. Bu saptamanın ardından Lübnan 2017'de Fransız, Rus ve İtalyan şirketlere arama ruhsatı vermiştir. (Duman,2019:219). Lübnan'ın bu girişimi İsrail tarafından hak ihlali olarak değerlendirilmiştir.

Doğu Akdeniz'in en önemli gaz üreticisi Suriye, 1998'de İsrail'in çalışmalarından ilham alarak araştırmalarına başlamıştır. 2003 yılında karasuları, MEB, kıta sahanlığı alanlarını düzenlemiş ve karasularını 12 deniz mili, MEB'ini 200 deniz mili olarak belirleyip BM'ye sunmuştur. Bununla birlikte kendi MEB alanında sismik araştırma izinleri vermeye başlamıştır. Ancak 2011'de ülkede patlak veren iç savaş Suriye'nin girişimlerinin yarıda kalmasına neden olmuştur. Çatışmaların ve istikrarsızlığın sona ermesi ardından Suriye'nin Doğu Akdeniz'de etkin olması beklenmektedir. Bu beklentinin nedeni ise ülkenin sahip olduğu kaynakların bölgedeki tüm rezervlerin büyük çoğunluğunu oluşturmasıdır. (El-Katiri, El-Katiri,2014:6). ABD Stratejik Araştırmalar Enstitüsü (SSI)'nün ortaya koyduğu raporda Suriye kıyılarında 1,7 milyar varil petrol ve 3,5 trilyon metre küp doğalgaz rezervi olduğu tahmin edilmektedir. Bu rezervin ise Doğu Akdeniz'deki tüm rezervlerin üçte biri oranında olduğu iddia edilmektedir. 2016 yılında yayınlanan bir rapora göre ise Suriye sınırları içinde ispatlanmış gaz rezervi 300 milyar metreküptür. (Acar, Yılmaz,2018:605).

Noble Energy şirketi ile Kıbrıs çevresindeki enerji kaynaklarında aktif olmaya çalışan aktörlerden biri haline gelen ABD, GKRY'nin girişimlerini desteklemekte ve Rum yönetimi ile yakın işbirliği kurmaktadır. GKRY ile olan ilişkilerinin yanında enerji kaynaklarının Türkiye üzerinden taşınması gerektiğini de vurgulamaktadır. Bu nedenle ikili arasında arabulucu rol oynadığı görülmektedir. Ek olarak Rusya ve Çin'in bölgedeki etkilerinin artmasının ABD'nin çıkarlarını zayıflatacağını ve bölgedeki istikrarın bozulacağını ifade etmektedir.

Bölge ve bölge dışı devletler yanında devlet dışı aktörler de enerji kaynakları nedeniyle Doğu Akdeniz ile ilgilenmektedir. Bu aktörler arasında yer alan AB'nin, enerjiye olan bağımlılığında en büyük tedarikçisi Rusya'dır. Birlik enerji ihtiyacının

%71'lik kadar büyük bir kısmını Rusya'da sağlamaktadır. Enerji güvenliği ve politikasına önem veren AB, GKRY'nin Birlik üyeliği ardından Doğu Akdeniz'deki etkisini bu ülke ile ilişkileri sayesinde artırmaya çalışmaktadır. (Örnek, Baransel,2016: 23-24).2011 yılında GKRY tarafından başlatılan sondaj faaliyetlerinde AB'nin GKRY'ni destekler tavrı dikkat çekmektedir. GKRY'nin faaliyetlerin BMDHS ve uluslararası hukuka uygun olduğunu ifade eden Birlik, Türkiye'nin Birlik üyesi bir ülkeye karşı şiddet kullanmaktan kaçınmasını da salık vermektedir. Bu açıdan Birliğin açıklamaları ve tutumlarında dikkat çeken husus, Doğu Akdeniz'de aktif olmanın yolunu GKRY gibi hem Doğu Akdeniz'de yer alan hem de Birlik üyesi ülkeler olan ülkelerle ilişkiler temelinde sağlamaya çalıştığıdır. Böylesi bir ortamda yalnız kalan Türkiye'nin Doğu Akdeniz politikasını enerji güvenliğinin sağlanmasının önemi nedeniyle iyi kurgulanması ve hayata geçirilmesi gerekmektedir. AB'nin Doğu Akdeniz'e olan ilgisi ve GKRY gibi bölgede etkin olan ülkelerle işbirliği Rusya tarafından olumlu karşılanacak gelişmeler değildir. Çünkü Birliğin, yeni keşfedilen enerji rezervi bölgelerinde aktif olamaya çalışması Rusya'ya olan enerji bağımlılığını azaltacağı gibi bu durum Rusya'nın çıkarlarına da ters düşecektir. Çünkü Rusya'nın doğalgazı dış politika malzemesi olarak kullandığı bilinen bir gerçektir. Bu açıdan bakıldığında doğalgazın Rusya tarafından dış politika malzemesi olması hem AB'nin hem de Rusya'nın enerji alanında kaygılanmasına ve politika çeşitliliğine gitmesine yol açacaktır.

Doğu Akdeniz'e ilgisi olan bölge dışı ülkelerden Rusya, bölgeye özellikle Avrasyacılık politikası kapsamında dâhil olmaya çalışmaktadır. Doğu Akdeniz, Avrasya'nın güney batı kanadı olması nedeniyle önem arz etmektedir. Bölgeye müdahale etmesinin en temel nedeni ise doğalgaz sattığı ülkelerin yeni keşfedilen bölgeye yönelmesi sonucu ekonomisinin etkilenecek olmasıdır. Öyle ki en önemli pazarları Türkiye ve Avrupa'nın Rusya'dan uzaklaşması bahsi geçen tehlikeyi ortaya çıkaracağından bölge ülkeleri özellikle de İsrail ile ikili ilişkileri geliştirmektedir. (Örselli, Babahanoğlu,2019:395).

Çin, Doğu Akdeniz'de kurmaya çalıştığı etkisini bir diğer bölge dışı ülke Rusya ile ilişkiler kapsamında yürütmeye çalışmaktadır. Diğer yandan ihtiyaç duyduğu enerji kaynaklarının ulaşım hatları ve sıvılaştırma faaliyetleri için ise GKRY ile temas halindedir. (Örselli, Babahanoğlu,2019:392-396). Çin'in yoğun nüfusu ve teknoloji alanında yaşadığı gelişmeler enerjiye duyduğu ihtiyacı her geçen gün artıracaktır. Bu nedenle hem küresel bir güç olarak diğer güçler karşısında yer almak hem de artan enerji ihtiyacını karşılamak için doğal enerji kaynakları bulunan bölgelere yönelmektedir. Doğu Akdeniz'de bölge veya bölge dışı aktörlerle giriştiği işbirliklerini bu çerçevede değerlendirmek gerekmektedir.

3. Türkiye'nin Enerji Politikasında Doğu Akdeniz'in Önemi ve Bölge Politikaları

Her ülke gibi Türkiye de son dönemlerde enerji ihtiyacı artan ülkelerden biridir. Bu ihtiyacı karşılamak için gerekli adımları atması ve enerji kaynakları açısından zengin bölgeler üzerindeki politikalarını temkinli bir şekilde geliştirmesi gerekmektedir. Türkiye, tükettiği enerji kaynaklarının büyük bir çoğunluğunu ithal etmektedir. Bu nedenle uluslararası alanda enerji sektöründe yaşanan gelişmeler, krizler veya dalgalanmalar ülkeyi doğrudan etkilemektedir. Ülke en çok enerji tüketen bölge Avrupa ile en çok enerji üreten Azerbaycan, Irak, İran, Doğu Akdeniz gibi bölgelerin arasında yer almaktadır. Bu nedenle çevresinde gerçekleşen enerji politikalarındaki değişimler Türkiye tarafından iyi analiz edilmeli ve bu alanda yaşanan değişikliklere karşı duyarlı olunmalıdır. (Aydın,2016:550). Ancak ülke dışa bağımlı bir ülke olma konusunda dezavantajlarla karşılaşsa da bulunduğu coğrafi konum nedeniyle enerji pazarı olmaya aday bir ülkedir. Diğer yandan Türkiye, İtalya'dan sonra bölgenin en büyük ekonomilerindedir. Sahip olduğu Türk Boğazları ile jeostratejik bir öneme sahiptir. Ayrıca Doğu Akdeniz'de en uzun kıyıya sahip ülke olmanın yanında 1960 yılında kurulan KKTC'nin kurucu antlaşmaları gereği Kıbrıs adası üzerinde garantör bir devlet pozisyonundadır. (Sandıklı, Budak, vd.,2013:2-6).

Nüfus artışı ve ekonomik büyüme enerji talebini artıran etkenler olduğundan Türkiye'nin yüksek büyüme oranı ilerleyen dönemlerde enerji tüketimini artıracığı için enerji ithalatında da artışın yaşanması öngörülmektedir. Ayrıca Türkiye'nin enerji tüketim oranı artarken üretim artış hızı değişmemektedir. Üretim tüketim arasında artan bu fark Türkiye'yi enerji alanında sıkıntıya sokarak dışa bağımlılığını artıracaktır. Türkiye'nin 2018 yılı doğalgaz tüketimine bakıldığında %47,3'lük, petrol tüketimine bakıldığında %48,6'lık bir oran kaydedilmiştir. (BP,2020: 21-34).

OECD ülkeleri içerisinde son 10 yılda en hızlı enerji talep artışına ulaşan ülke Türkiye'dir. Ülke petrolde %92, doğalgazda %98 ve kömürde %50 oranında dışa bağımlıdır. Bu nedenle enerji arz güvenliğini sağlamak enerjide dışa bağımlı ülkeler için özellikle de Türkiye için öncelikli politika hedefleri arasındadır. Enerji arz güvenliğinin sağlanması yalnızca enerjide dışa bağımlılığı azaltmamakta ithalin ülke ekonomisine yaptığı baskıyı da alt seviyelere indirmektedir. Bu nedenle Türkiye enerji arz güvenliğini sağlamak için kaynak tedarikinde çeşitlenmeye gitmek, alternatif güzergâhlar oluşturmak, enerji verimliliğini artıracak teknolojik altyapıyı geliştirmek, enerjide ticaret merkezine dönüşmek ve en önemlisi ülke hudutları içinde petrol ve doğalgaz arama, sondaj faaliyetlerini güçlendirmek gibi bazı stratejiler benimsemiştir. Bu stratejik hedef doğrultusunda ise Barbaros Hayrettin Paşa ve Oruç Reis isimli iki sismik arama gemisi ve Fatih sondaj gemisini envanterine katılmıştır. (Şahin,2019:8-10). Bahsi geçen son strateji ve bu stratejinin meyvesi olan arama- çıkarma ve sondaj gemileri Türkiye'nin Doğu Akdeniz'de var olmasına ve bölgede gelişen olayları yakından takip etmesine zemin hazırlamıştır.

Türkiye için, Doğu Akdeniz'e enerji-politik açıdan bakıldığında, üç açıdan ele alınması gerekmektedir. Birincisi, Türkiye'nin petrol ve doğal gaz teminine ilişkin bağlantıları açısından durum önemlidir. İkincisi, 2023 hedefleri arasında yer alan enerji terminali olma hedefi açısından, Doğu Akdeniz bağlantılı hatların nasıl olduğu, olası yeni hatların hangi bölgelerden geçeceği ve Türkiye'nin önerdiği terminal liman olan Ceyhan'ın bu hatlarla bağlantısı dikkat edilmesi ve üzerinde durulması gereken bir konudur. Üçüncüsü ise yeni enerji kaynak bölgelerinde ve olası hatlarda egemen olacak aktörlerin Türkiye ile olan ilişkileri önemli konular arasında yer almaktadır. (İşeri, Bartan,2019:114-115).Sonuç olarak Türkiye'nin enerji politikası ikili ilişkilerde bulunma ihtimali olan aktörlerin stratejileri ve bu aktörlerin son zamanlarda önemi artan Doğu Akdeniz'e yönelik politikaları çevresinde gelişmektedir.

Kaynaklara erişim, hammaddeyi çıkarma ve işleme, sondaj faaliyetleri aktörler arasında deniz yetki alanı ve MEB alanı sınırlandırma konusunda uyumsuzlukları ortaya çıkarmıştır. Türkiye açısından bakıldığında Doğu Akdeniz deniz yetki alanları uyumsuzluğunun ikiye ayrıldığı görülmektedir. Bahsi geçen uyumsuzluğun birincisi, GKRY ve Yunanistan ikilisi ile yaşanmıştır. Bu iki ülke Türkiye'yi Doğu Akdeniz'de Antalya Körfezi açıklarında dar bir deniz alanına hapsedmek istemektedir. İkincisi ise GKRY'nın Kıbrıs ile uyumsuzluğunu denize yaymasıdır. Öyle ki deniz yetki alanları sınırlandırmalarında GKRY, Kıbrıs'ı tek başına temsil etmekte ve Ada'nın doğal kaynaklarını tek başına kullanmak istemektedir. (Başeren,2015: 30-33).

Türkiye'nin Doğu Akdeniz'deki egemenliği ve yetki alanları konusundaki sorunlar aslında Türkiye'nin Yunanistan, Suriye, İsrail, Filistin, Mısır ve GKRY arasında kıta sahanlığına ilişkin herhangi bir antlaşmanın bulunmamasından kaynaklanmaktadır. Dahası Türkiye, 1985 Cenevre Kıta Sahanlığı Sözleşmesi ve 1983 BMDHS'ne taraf değildir. Ulusal mevzuatta ise MEB düzenlemeleri bulunmamaktadır. (Başeren,2010:3-27). Yalnızca karasuları konusunda ulusal mevzuatta düzenlemeler bulunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin attığı en önemli adım Petrol İşleri Genel Müdürlüğü, Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklarına TPO/XVI/A, TPO/XVI/D, TPO/XVI/E ve TPO/XVI/F isimli dört sahada ruhsat ve arama izni taleplerini 9 Ağustos 2007 tarihli Resmi Gazete ile ilan etmesi olmuştur. TPO/XVI/A sahası, güneyde Anadolu ile Mısır kıyılarına ve doğuda 32-16-18 meridyenine dayanan ortay hat noktasına göre çizilen bir Türk kıta sahanlığı ve MEB bölgesini üstü kapalı bir şekilde ilan etmiştir. (Taşdemir,2012:14).

Türkiye'nin kıta sahanlığı ve MEB sınırlandırması üç bölgede ele alınmaktadır. Birincisi; Türkiye, Lübnan, Suriye ve KKTC 'nin bulunduğu bölge temellidir. Günümüze kadar Suriye ile deniz alanlarının sınırlandırılmasına ilişkin hiçbir antlaşma bulunmamaktadır. Kıta sahanlığı ve MEB yan sınırının değerlendirilmesi bölgede doğal kaynak bulunup bulunmadığına göre gerçekleştirilmelidir. Türkiye ile Suriye bitişik iki ülke olmalarından dolayı deniz yan sınırının belirlenmesi esasına göre sınırlandırma yapılmalıdır. Kıyıları bitişik olan iki ülkenin karasuları yan sınırı eşit uzaklık çizgisi esas alınarak belirlenir. Böylece kuzey- güney yönünde uzanan bir kıyıya dik olacak şekilde belirlenen 12 mil genişliğindeki karasuları sınırının bittiği yerden MEB ve kıta sahanlığı sınırı başlayacaktır. (Doğru,2015:542).

İkincisi; Türkiye- KKTC kıyılarının bulunduğu bölgedir. Bu bölgede eşit uzaklık ilkesi temel alınarak yapılan ve 21 Eylül 2011'de imzalanan Kıta Sahanlığı Sınırlandırma Antlaşması bulunmaktadır. Üçüncüsü ise, Türkiye, Yunanistan, KKTC, GKRY ve Mısır kıyılarının bulunduğu bölgeden oluşmaktadır. Bu alan en problemli bölgedir. GKRY ve Yunanistan'ın bu bölgeye yönelik tutumları uluslararası deniz hukuku kararları ile çelişmektedir. Yunanistan, Girit, Kaşot, Kerpe ve Meis adalarını birleştiren hattı esas almaktadır. GKRY ise tüm adayı temsil ettiğini iddia ederek Mısır ve Lübnan'la MEB antlaşması imzalamıştır. Bu iki girişim Türkiye'nin etki ve yetki alanlarını sınırlandırmak üzere yapılmıştır. Türkiye ve GKRY arasındaki sınırlandırmanın ortay hatta göre saptanarak daha sonra kıyı uzunluğu ile oranlanıp sınırın doğuya çekilmesi şeklinde yapılmalıdır. Sınırın bölgenin güney batıya doğru hangi noktaya gideceği ise Türkiye-Mısır sınırlandırmasına göre saptanmalıdır. Bu sınır ise eşit uzaklık prensibine göre saptanmalıdır. Son olarak Türkiye- Yunanistan sınırlandırması ise iki ülkenin ana kara coğrafyalarına göre belirlenmelidir. (Aydın,2016:55).

2011 yılında GKRY basınında Amerikan Noble Energy Şirketinin Kıbrıs açıklarında petrol arama faaliyetlerine ilişkin haberler yoğun bir şekilde yer almaya başlamış ve bahsi geçen şirket bu faaliyet için hazırlıklara girişmiştir. Bu gelişmelerin ardından Türkiye, bu yönde bir faaliyetin kabul edilemeyeceğini açıklamıştır. Ancak Türkiye'nin açıklama ve itirazına rağmen GKRY bu faaliyetleri hayata geçirmiştir. GKRY'nin ABD enerji şirketi ile giriştiği bu faaliyetin ardından Türkiye Cumhuriyeti ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Arasında Akdeniz'de Kıta Sahanlığı Sınırlandırması Hakkında Antlaşma imzalanmıştır.64 İmzalanan antlaşma ile iki ülke arasındaki kıta sahanlığı sınırının çizildiği, ada üzerinde Türk ve Rum kesiminin eşit haklara sahip olduğu belirtilerek bu antlaşmanın GKRY'nin faaliyetleri sonucunda imzalandığı vurgulanmıştır. Ek olarak bir sonraki adımın KKTC tarafından Adanın çevresindeki deniz alanlarında Türkiye Petrolleri Anonim Ortaklığı'na petrol ve doğalgaz arama ve çıkarma ruhsatları verilmesi olacağı ifade edilmiştir. (T.C.Dışişleri Bakanlığı,2011).



Şekil 3. Türkiye Kıta Sahaneliği (Acer, 2019)

Türkiye ve KKTC'nin bu girişimlerinin GKRY'ni durdurulması neticesinde, imzalanan antlaşmada bahsi geçen TPAO şirketine Kıbrıs açıklarında arama ve çıkarma ruhsatı KKTC tarafından verilmiştir. KKTC yaşanan gelişmeler ardından BM Genel Sekreterliği'ne bir öneri listesi sunarak Kıbrıs sorunu çözümlenene kadar aramaların eş zamanlı ertelenmesini, ertelenemiyorsa ikili arasında arama izin konularını ele alacak bir komisyonun kurulmasını, sondaj faaliyetlerinden elde edilecek gelirin Kıbrıs sorununun çözümünde gerekli olan finansman için kullanılmasını teklif etmiştir. KKTC tarafından gerçekleştirilen bu girişim Türkiye tarafından da desteklenmiştir. Ancak hem öneriler listesi hem de KKTC- Türkiye arasındaki sınırlandırma antlaşması GKRY tarafından yasadışı bulunarak kınanmıştır. (Başeren,2015: 36-37).

GKRY, bölgedeki kıta sahanlığı / MEB alanlarını ya ikili antlaşmalar ya da tek taraflı olarak sınırlandırmıştır. KKTC ve Türkiye'nin hakları göz ardı edilerek tek taraflı öne sürülen sınırlandırma ABD, AB ve Rusya tarafından desteklenmesinden dolayı Türkiye ve KKTC, bu bölgede yalnız kalmaktadır. Esasen GKRY, kıta sahanlığını karşılıklı kıyılar olan devletler aksine karar vermedikçe ortay hatta göre belirlenmek zorundadır. Ancak GKRY'nin bu kuralı ihlal ettiği görülmektedir. Bu nedenle Türkiye, GKRY'nin hak ihlalinde bulunduğunu ve bu sınırlandırmanın geçersiz olduğunu ileri sürmektedir. Fakat bu iddialara rağmen Türkiye'nin dar bir alana hapsedilmeye çalışıldığı görülmekte ve GKRY tarafından UADHS'ne göre yapıldığı ileri sürülen sınırlamaya karşı çıkmanın Mısır'ın haklarının ihlali olduğu belirtilmektedir. GKRY ve Mısır arasında kıta sahanlığı ile ilgili antlaşmaya varılması Türkiye'nin etki alanını kısıtlayacaktır. Bölgede en uzun kıyı şeridine sahip olmanın yanında kapalı ya da yarı kapalı denizlere kıyısı olan devletlerin birbiri ile işbirliği yapma mecburiyeti bulunmaktadır. Bu nedenle MEB sınırlandırmasının bölge ülkeleri arasında hakça ilkelere göre yapılması gerektiği ifade edilmektedir. (Pazarıcı,2014:254).

GKRY, bölgede Türkiye'nin yetki alanlarını sınırlandırma amacıyla bölge ülkeleri ile ilişkilerini geliştirmektedir. Özellikle Yunanistan ve İsrail ile olan yakın ilişkilerini 2018 yılında başka aktörlerle genişletmeye çalışmaktadır. Bu süreçte GKRY'nin Fransa'yı da sürece dahil ettiği görülmektedir. İkili arasında 2007'de savunma alanında bir işbirliği antlaşması imzalanmıştı ve bu antlaşma 2018'de genişletilerek Doğu Akdeniz'deki sondaj faaliyetlerinin birlikte yürütülmesi ve güvenliğin sağlanması hükmü getirilmiştir. Bu doğrultuda Fransa bölgeye savaş gemilerini göndererek GKRY'nin bölgede egemenliği güçlendirmiştir. Diğer yandan GKRY, Türkiye'yi sınırlandırma kapsamında ilişkilerini Katar ve Suudi Arabistan'la da geliştirmiş, İtalya, Güney Kore, Fransa, İsrail, İngiltere'nin bölgede petrol şirketleriyle temasa geçmiştir. (Bayraklı,2019:276-279).

GKRY tarafından girilen bu politikalar ve işbirliklerine Türkiye tarafı notalarla cevap vermiştir. Ancak sondaj ve arama çalışmalarının tüm itirazlara rağmen devam etmesi karşısında Türkiye, bu faaliyetleri engelleyememiştir. GKRY tarafından kendi MEB sahası olarak belirlenen 3 nolu parselde faaliyet gösteren İtalyan ENI şirketinin sismik araştırma gemisinin faaliyetleri Türk deniz kuvvetleri tarafından engellenmiştir. Ardından ise Türkiye'ye ait Barbaros Hayrettin Paşa sismik araştırma gemisi taciz edilmiştir. Türkiye'nin bölgede faaliyet gösteren aktörlere karşı elini güçlendiren asıl gelişme, Güney Kore'den alınan Fatih sondaj gemisidir. Barbaros Hayrettin Paşa ve ilk yerli sismik gemisi olan Oruç Reis ile bu yeni gemi arama ve sondaj çalışmalarında dışa bağımlılığını azaltmıştır. (Bayraklı,2019:181-182). Türkiye'nin bölgedeki faaliyetleri genel olarak diğer aktörlerin hem Doğu Akdeniz'deki ittifakları hem de aktörlerin Türkiye'ye karşı uyguladığı politikalar çerçevesinde devam etmektedir.

GKRY, Yunanistan ve Mısır bölgede yalnızca arama çıkarma ve sondaj faaliyetleri ile değil askeri açıdan da etkili olmaya çalışmaktadır. Bu açıdan bölgede gerek bu üç ülke gerekse bölge dışı ülkelerin de katılmasıyla askeri tatbikatlar yapılmaktadır. Medusa 6, Bright Star tatbikatları bunlardan bazılarıdır. Bu girişimler üzerine Türkiye bölgeye yönelik faaliyetleri hızlandırmaktadır. Türkiye deniz yetki alanları içinde hidrokarbon çıkarma faaliyetlerine başlayacağını ilan etmiş ve ilk olarak Barbaros Hayrettin Paşa gemisiyle Doğu Akdeniz'de sismik araştırmalara başlamıştır. Ardından TPAO şirketinin sondaj gemisi Fatih bölgeye intikal etmiştir. Böylece Türkiye'nin sondaj gemisine sahip on ülkeden biri haline geldiği kamuoyuna duyurulmuştur. (Telci,2019:117).

Türkiye, GKRY ve Yunanistan'ın bölge ülkeleri ile ikili antlaşmalar yoluyla MEB ilanında bulunması ve kendi haklarıyla birlikte KKTC'nin haklarının da görmezden gelinmesinin ardından bölgeye yönelik politikalarını yoğunlaştırmıştır. Başlangıçta KKTC ile sınırlandırma antlaşması yapan Türkiye, kendi MEB alanında arama, çıkarma, sondaj faaliyetlerini gerçekleştirmiştir. Son olarak ise 27 Kasım 2019'da Libya ile uluslararası hukuktan doğan haklarını muhafaza edebilmek için "Akdeniz'de Deniz Yetki Alanlarının Sınırlandırılmasına İlişkin Mutabakat Muhtırasını" imzalamıştır. Böylece iki ülkenin Akdeniz'deki karşılıklı kıyıları arasında deniz yetki alanlarının sınırlandırıldığı açıklanmıştır. Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren mutabakatın metnine eklenmiş bir haritada Akdeniz'deki kıta sahanlıkları ve MEB alanlarının sınırları koordinatlandırılmıştır. Yapılan antlaşmaya göre iki ülke MEB'indeki olası doğal kaynakların işletilmesi amacıyla iki ülke arasında işbirliği yapılacağı ve herhangi bir ülkenin üçüncü bir ülke ile sınırlandırma antlaşmasına gideceği durumlarda karşılıklı bilgilendirme ve müzakere etme hakkının bulunmasına karar verilmiştir. (Acer,2019: 11-12).

Doğu Akdeniz'deki haklarını ve çıkarlarını korumaya çalışan Türkiye, bölgede etkin olabilmek için sadece Libya ile antlaşma yapmamış veya bölgeye sismik araştırma ve sondaj gemileri yollamamıştır. Aynı zamanda Türkiye bölgede harekât da yürütmüştür. Bu harekâtlardan en önemlisi dünyada enerji güvenliğine yönelik yapılan ilk deniz harekâtı olan Akdeniz Kalkanı Harekâtı'dır. 1 Nisan 2006'da başlatılan harekât, BTC Petrol Boru Hattı ile küresel ölçekte enerji dağıtım merkezi haline gelen İskenderun Körfezi'ni kapsayacak şekilde Doğu Akdeniz'e odaklanmıştır. Akdeniz'de deniz alanlarında petrol taşımacılığının güvenliğini sağlamak, risk ve tehditleri bertaraf etmek, NATO'nun bölgedeki deniz güvenliğini içeren girişimlerini desteklemek ve muhtemel deniz yetki alanlarında boy göstermek amacı taşıyan harekâta deniz kuvvetlerine bağlı yüzer ve uçar unsurlar katılmaktadır. Harekât ile şüpheli gemiler tespit edilmekte ve bu gemilerin Türk limanlarına girmesi durumunda gerekli arama ve kontrol işlemleri yapılmaktadır. Harekât, BMGK'nin terörü en büyük tehdit gören, terörizmi destekleyenleri kınayan, böyle bir desteği yasaklayan 1373, 1540 ve 1566 sayılı kararları çerçevesinde icra edilmektedir. Genel olarak bakıldığında Harekât kısaca deniz güvenliğini sağlamaya yönelik bir harekâttir. (Özgen, 2013: 110-112). Böylece Türkiye bölgede hem diğer aktörlerin karşı hamlelerinden doğacak zararları veya riskleri ortadan kaldırmaya çalışmakta hem de bölgede Türkiye'nin de olduğunu ispat etmeye çalışmaktadır. Nasıl ki Türkiye karşıtı blok bölgede firkateynleri ile güç gösterisi yapıyor ve Türkiye ile KKTC'nin haklarını gasp etmeye çalışıyorsa Türkiye de var olan haklarını ve çıkarlarını bu girişimleri ile güvence altına almaya çalışmaktadır.

Türkiye'nin Doğu Akdeniz'deki politikaları ve diğer ülkelerin bölgede yürüttükleri faaliyetleri sonucunda Türkiye'nin haklarının korunabilmesi için bazı önemli noktaları savunması gerekmektedir. Bu iddialar; sınırlandırma yapılacağı durumlarda anlaşmanın temel ilke kabul edilmesi, kıta sahanlığı sınırlandırması durumunda doğal uzantı temel alınan ilke olması, sınırlandırmada hakkaniyet ilkesi gözetilerek yapılması, sınırlandırmada eşit uzaklık ilkesinin uygulanır olması, adaların sınırlandırma sırasında özel nitelikte olması ve Doğu Akdeniz'in yarı kapalı deniz olarak kabul edilmesinin gerekliliği şeklinde sıralanmaktadır. (Kütükçü, Kaya,2016:94). Bölgede Yunanistan ve GKRY'nin yapacağı deniz yetki alanı

sınırlandırma antlaşmalarına karşı Türkiye'nin yapabileceği hamleler ise araştırma ve sondaj faaliyetlerine yönelik devlet uygulamalarına devam etmek, Türkiye üzerinden geçecek enerji projeleri için girişimlerde bulunmak, işbirliği yapmak, bahsi geçen iki ülkenin Mısır ile yaptığı anlaşmalara karşı tedbirler almak, Suriye ve Libya'ya karşı aktif politikalar geliştirmek ve Rusya'nın stratejik hamlelerine karşı işbirliği ve ortak menfaat alanları yaratmak şeklinde sıralanabilir. (Ünal, 2015: 59-60). Kısaca Türkiye'nin Doğu Akdeniz politikasının bölge ülkelerinin aktif politikaları çerçevesinde şekillendiği ve bölgedeki politikaların karşılıklı hamleler etrafında yürütüldüğü görülmektedir. Türkiye, bölgede aktif rol alan devletlerin ya da devlet dışı aktörlerin politikalarını iyi analiz ederek enerji güvenliğini güvence altına almalıdır.

Türkiye'nin Doğu Akdeniz politikası değerlendirildiğinde başlangıçta aktif bir politika izlemediği görülmektedir. Bu pasiflik gerek uluslararası antlaşmalara taraf olmaması gerekse bölgede MEB antlaşması yapmamış olmasından kaynaklanmaktadır. Zamanla özellikle GKRY'nin bölge üzerindeki politikaları ve Türkiye'ye karşı kurduğu ittifakları, Türkiye'nin bölgeye yönelik politikasının aktifleşmesinin zeminini oluşturmuştur. Başlangıçta notalar, eleştiri ve itirazlarla ülke politikalarına karşı durmaya çalışan Türkiye, politika değişikliğine giderek sismik araştırma gemileri, kıta sahanlığı antlaşmaları, mutabakatlar ve bölgeye yönelik harekâtlar çerçevesinde etkisini artırmaya başlamıştır. Bunun en önemli nedeni ise daha sonra değinilecek olan güvenlik ikilemidir.

4. Doğu Akdeniz Politikasının Neo-Realizm ile Uyumu / Uyumsuzluğu

1979 yılında Kenneth Waltz'un argümanları ile uluslararası gündeme gelen neo-realizm, 21.yy'da Doğu Akdeniz çerçevesinde yürütülen enerji savaşlarında teorinin yalnızca teoride kalmayıp pratiğe dönüşebileceğini göstermiştir. Çünkü teorinin birçok argümanını Doğu Akdeniz'de yaşanan mücadelelerde görmek mümkündür.

Neo-realizm, uluslararası sistemin anarşik yapısı üzerinde durmaktadır. Yapısal realizm olarak da bilinen neo-realizme göre çatışmaların kökeni insan doğasında değil sistemin anarşik yapısındadır. Uluslararası sistemde temel aktörler devletlerdir ve politikalar devlet merkezli yürütülmektedir. Devletler için en önemli argüman ulusal çıkarlarıdır. Bu nedenle uluslararası alanda temel aktör olan devletler arasında çıkar çatışmaları vardır. Bahsi geçen çıkar çatışmasının sonunda ise uluslararası sistem anarşik bir yapıya dönüşür. Anarşik sistemde devletler varlıklarının devamını sağlayabilmek için güvenliklerini temin etmek zorundadır. Bu noktada ise önemli olan devletlerin imkanları ve fırsatlarıdır. Yani devreye güç girmektedir. Neo-realizmde güç salt kendi başına bir amaç değildir. Bunun yerine devletlerin bekalarını ve varlıklarını sürdürebilmek ve güvenliğini tesis edebilmek için kullandıkları araçtır. (Çetinkaya:249). Güç, insanların doğaları gereği peşinde koştukları yüce değerden çok kullanışlı bir araç ve devletin amaçlarını güvence altına almak için gerekli görülen bir kavramdır. (Waltz,2001: 35-37).

Neo-realistlere göre sistemin yapısı bir kez oluştuktan sonra aktörlerin kontrol edemediği, bağımsız ve üstün bir güç halini almaktadır. Devletler bu yapıyı etkileyemediği gibi bu yapıdan etkilenmektedir. Yapı bazı davranışları cesaretlendirirken yapıya uymayanları da cezalandırmaktadır. Devletlerin tercihleri sistemin dayatması tarafından sonradan oluşmaktadır. Diğer yandan sistemde uyulmak zorunda olan kuralların nereden geldiği veya nasıl oluşturulduğu hakkında bilgi bulunmamaktadır. Yalnızca kurallar vardır ve devletler hayatta kalmak için bu kurallara uymak zorunda kalmaktadır. (Bozdağlıoğlu, Çınar, 2004: 65-66).

Neo-realizmin öne sürdüğü anarşizm, merkezi bir yönetimin olmadığı uluslararası sistemdir. Yani küresel bir otoritenin ya da örgütün olmadığı bir ortamdan söz edilmektedir. Devletlerin güvenliğini teminat altına alabilecek kendi kendine harekete geçebilen bir mekanizma bulunmamaktadır. Bu nedenle devletler kendi güvenlikleri sağlamak zorundadır. Diğer yandan üstün bir otoritenin yokluğu güçlü devletlerin saldırgan bir politika izlemesine de yol açmaktadır. Ek olarak uluslararası örgütler devlet güvenlikleri sağlama konusunda zorlayıcı bir güce sahip olmadıklarından inandırıcı değildir. (Karabulut, 2016:62). Neo-realistler uluslararası kurumların savaşı önlemede rollerinin başarısız olduğuna inanmaktadır. Çünkü kurumların devlet çıkarları ve uluslararası sistemin dayattığı sınırlamaların bir ürünü olarak görülmektedir. Devletlerin işbirliği yapıp yapmayacağı ya da rekabet edip etmeyeceğini belirleyen devletlerin üye olduğu kurumlar değil çıkarlarıdır. (Baylis, 2008:77).

Enerji güvenliği ve politikalarını güvence altına alacak bir örgüt mevcut düzende bulunmamaktadır. Bu açıdan bölgeye yakın olmanın avantajını kullanan GKRY, teorinin öne sürdüğü güçlü devletlerin saldırgan politika izlemesi argümanında olduğu gibi saldırgan politikalara yönelmektedir. GKRY'nin saldırgan politikalarının ardında yatan güç ise, ABD, AB, Rusya, İngiltere ve bölge ülkeleri ile olan ilişkilerinden doğmaktadır. Bir nevi bir kutup oluşturan GKRY, gücünü de bu kutuptan almaktadır. Diğer yandan AB'nin bir örgüt olarak Doğu Akdeniz'deki olaylara bakış açısı dikkat çeken bir husustur. Örgütler çıkarlara ve onlara hâkim olan devletlerin önceliklerine göre hareket etmektedir. AB, enerjide dışa bağımlılığını ortadan kaldırmak için Türkiye-GKRY, Türkiye-Yunanistan arasındaki krizlere objektif yaklaşamamakta ve Türkiye karşıtı bir tutum sergilemektedir. Teorinin örgütlerle ilgili varsayımları hem enerji alanında üst otoritenin olmaması hem de AB'nin Doğu Akdeniz politikası ile somut bir hal almıştır.

Teori savaş veya çatışma durumunu güvenlik ikilemi ile açıklamaktadır. Bir aktörün diğer bir aktörü tehdit olarak algılaması ve silahlanması durumunda tehdit olarak görülen devlette silahlanmaya gidecektir. Ancak bu silahlanma algılanan tehdidi yok etmemektedir. Bu durum uluslararası sistemde güvenlik ikilemini ortaya çıkarmaktadır. (Çetinkaya:249). GKRY ve Yunanistan'ın uzun yıllar Türkiye'yi tehdit olarak görmesi ve Doğu Akdeniz'de enerji kaynakları üzerinde ortak işbirliği yapması neo-realizmin öngörüsü olan silahlanma girişimine benzemektedir. Bahsi geçen ülkelerin sözde silahlanma eğilimleri, diğer bölge ülkeleri ile antlaşmalar yaparak Türkiye'ye karşı ittifak oluşturması ve Türkiye'nin bahsi geçen bölgeden uzaklaştırılması çerçevesinde gerçekleşmektedir. Sondaj faaliyetlerine başlaması, yabancı şirketlere ruhsat vermesi ve bölge ülkeleri ile MEB sınırlandırma antlaşmaları yapması enerji güvenliği konusunda Türkiye'nin tehdit olarak görüldüğünün göstergesidir. Konu enerji güvenliği açısından ele alındığında neo-realizmin öngördüğü silahlanmanın MEB antlaşmaları, sondaj faaliyetleri vb. girişimler olduğu görülmektedir. Enerji güvenliğinde temel silah olan enerji kaynaklarına erişim ve enerji ihtiyacını karşılama, her iki ülke açısından da bir güvenlik ikilemi ortaya çıkarmıştır.

Neo-realizme göre devletler kendi çıkarlarını düşünür ve rasyonel davranır. Bu nedenle nispi kazanca odaklanan devletler işbirliğine girdiklerinde kimin daha çok kazanacağına odaklanırlar. Çıkarı ve ulusal güvenliği her şeyin üzerinde olan temel aktör devletler, birbirine güvenmez ve uzun süreli işbirliğine yanaşmazlar. (Çetinkaya:250). Devletler anarşik bir ortamda kendi güvenliklerini kendi çaba ve gayretleriyle inşa etmek ve devam ettirmek zorundadır. (Waltz, 1986:108-109). GKRY'nin Mısır'la yaptığı MEB antlaşması bu duruma bir örnektir. Çünkü Mısır MEB alanı, GKRY ile yaptığı antlaşma sonucunda küçülmüştür. GKRY bir işbirliği söz konusu olduğunda kendi kazancından çok karşı tarafın ne kazanacağına kafa yormaktadır. Bu konuda Waltz'un görüşüne göre bir devlet işbirliğine gireceği takdirde karşı taraftan daha az kazanacaksa işbirliğine girmemelidir. Çünkü olası işbirliğinden kazançlı çıkan aktörlerin, artan güç ve kapasitelerini ne yönde ve ne zaman kullanacağını kestirmek mümkün değildir. Sonuç olarak devletlerin sistem içindeki en önemli amaçları güvenliklerini sağlamak ve hayatta kalmaktır. Bunun için ise gerekli tedbirleri almaya yönelecektir. (Karabulut, 2016:62).

Mısır'ın kazancının GKRY'nin kazancından az olması GKRY açısından önemlidir. Çünkü Mısır, Doğu Akdeniz'de enerji kaynaklarının olduğunu tespit eden ve açıklayan ilk devletlerdendir. Ayrıca enerji konusunda önemli ülkelerden biri olan Mısır, petrol arama çalışmalarına 1860'larda birçok ülkede önce başlayarak avantaj kazanmıştır. Petrol arama çalışmalarına alışkın olan bir ülkenin engellenememesi gücünü ve kapasitesini ne yönde kullanacağını kestirilememesine yol açacaktır. Bu nedenle GKRY tarafından Mısır'ın bu avantajlı konumu ve güçlenme ihtimali MEB sınırlandırması sürecinde yetki alanlarının kısıtlanması ile engellenmeye çalışılmıştır.

Devletler rakipleri için daha kötü sonuçlar ortaya çıkardığı sürece, kendileri için kötü sonuçlar doğurabilecek çatışmalara girmeyi tatmin edici bulmaktadır. (Jackson, Sorensen,2010:60). Neo-realizmin bu öngörüsüne en önemli örnek EastMed projesidir. Proje Türkiye'yi dışarıda bıraktığı için ülkeler tarafından karlı görülmektedir. Ancak Türkiye'nin dışarıda bırakıldığı bir güzergâh projeye taraf ülkeler açısından daha fazla maliyet ile sonuçlanacaktır. Ancak Türkiye'nin bölgede dar bir alana sıkıştırılması ve Türkiye'nin elde edeceği kazancı en aza indirecek girişimleri, projenin maliyetinden daha önemli görülmektedir. Kısaca Türkiye'nin bu süreçten kaybederek ya da diğerlerine oranla daha az kazanarak çıkmasını ekonomik olarak nispeten zarara uğrayacakları bir projeye tercih etmektedirler.

Uluslararası sistemin üzerine kafa yoran ve bu sistemin göreceli güçleri açısından farklılık gösteren devletlerden oluşan anarşik bir sistem olduğunu öne süren Waltz, uluslararası sistemin benzer birimlerden oluştuğunu iddia etmektedir. Her devletin ulusal savunma, ekonomik düzenleme gibi işlevleri yerine getirmek zorunda olduğunu ifade etmektedir. Devletler arasındaki farklar güç ve yetenek temelli bir farklılıktır. (Donnelly, 2005:35). Doğu Akdeniz özelinde değerlendirildiğinde bölge ülkeleri, bölge dışı ülkeler ve örgütler ortak amaç olan enerji güvenliğine, tedarikine ve kazanca odaklanarak benzerlik göstermektedir. Bahsedilen fark ise Suriye örneğiyle açıklanabilir. Hem iç karışıklıklarla hem de enerji güvenliği ile uğraşabilecek gücünün olmaması anarşik hava hâkim olan Doğu Akdeniz'de sahneye geç çıkmasına yol açmıştır.

Uluslararası sistemin anarşik ortamında devletlerin öncelikli amacı olan güvenliğin tesisi sonrasında devletler, diğer hedefleri ve amaçları peşinde koşacaktır. Devletler en önemli amaçları olan güvenliği askeri güç ile sağlamaktadır. Ancak askeri güç dışında gücün ekonomik boyutu da önem kazanmıştır. (Pınar, 2014:62). Böylece neo-realizm güvenliği yalnızca askeri güvenliğin kapsamadığını ekonomi- politığın de bu sürece ve çalışmalara dâhil olduğunu kabul etmiştir. Bu değişim tehditlerin nereden, kimden ve ne şekilde geleceğinin bilinmediği bir sürecin başlaması ile iyice keskinleşmiştir. Devletler artık çok kutuplu düzende tehdidi oluşturan nedenleri kestirememekte ve askeri güvenliğin yanında ekonomi gibi diğer alanlarda da güvenlik tesis etmeye başlamaktadır.

Kenneth Waltz ve John Mearsheimer gibi neo-realist yazarlar sistemde var olan anarşi geçmişte olduğu gibi gelecekte de devam edecektir. Ayrıca neo-realistler, uluslararası politikada savaşın ortaya çıkma ihtimalinin doğal bir süreç olduğunu ve acımasız bir rekabet sürecini içerdiğini varsaymaktadır. (Baylis, 2008:72). Savaşın doğal bir süreç olması günümüzde de enerji savaşları özelinde dikkat çekmektedir. Her ne kadar fiili bir savaşa varmasa da enerji bağlamında Doğu Akdeniz'de devam eden enerji savaşları ittifaklar, işbirlikleri, ikili antlaşmalar veya diğer devletleri bölge dışına itmek ve kazancını minimum seviyeye indirecek girişimler bir nevi yeni yüzyıl savaşı olarak görülmektedir. Enerji bağımlılığı ile artan

enerji savaşlarının gelecek dönemde ihtiyaçların daha da artması ve enerji kaynaklarının tükenmeye başlaması gibi sebeplerle devam edeceği öngörülebilir.

Sonuç ve Değerlendirme

Sanayi Devriminden itibaren gelişmelerini, ilerlemelerini ve refah seviyelerini artırmayı doğal kaynaklara ve enerjiye bağlayan devletler, 21.yüzyılda bu kaynaklara olan bağımlılıkları nedeniyle kaynak açısından zengin sahalara hücum etmiştir. Her aktör, bu alanlara ilgisini artırırken kendi ulusal çıkarlarını ve enerji güvenliklerini en üst seviyede korumayı amaçlamaktadır. Enerjide dışa bağımlı ülkeler bu bağımlılıklarından kurtulmak veya enerji tedarikçilerini çeşitlendirmek için kaynak zengini bölgelerde varlığını kanıtlamaya çalışırken enerji üreticisi ülkeler, enerji sağladıkları pazarları kaybederek ilerlemelerine balta indirmek istememektedir. Bu nedenle günümüzde Doğu Akdeniz üzerinde ihtilafların, krizlerin ve işbirliklerinin yoğun bir şekilde yaşanmasına tanık olmaktadır.

Doğu Akdeniz, tarihin her döneminde önemli bir bölge olmuştur. Ancak 21.yy'da bu değer ve önem katlanarak devam etmektedir. Bu artışın nedeni ise çalışma boyunca değinilen enerji kaynakları açısından zengin olması, önemli boğazları bünyesinde barındırması ve önemli kanalları, okyanusları ve denizleri birbirine bağlamasından kaynaklanmaktadır. Bu açıdan bakıldığında Doğu Akdeniz'in önemi ve bölgede yaşanan ihtilafların artması muhtemeldir. Kaynak açısından zengin her bölge, teknolojik faaliyetlerin gelişmesi yoluyla arama-çıkarma, sondaj faaliyetlerinin uygulama alanı olmuştur. Diğer yandan teknolojik gelişmenin hammaddesi olan enerji kaynakları, teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak daha fazla araştırılmaya başlanmıştır. Kısaca enerji kaynakları teknolojinin hem itici gücü hem de sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Özellikle küreselleşme ile tehditlerin ne olduğu, nereden ve ne zaman geleceğinin belirsiz olması devletleri her türlü güvenlik önleminin en üst seviyede sağlanması gerekliliğini ortaya çıkardığından enerji güvenliği ulusal çıkarın ana teması haline gelmiştir. Devletlerin ulusal çıkarları ve bu çıkar etrafında temellendirdikleri enerji güvenliği, ülkeler arası yakınlaşmalar, krizler ve çatışmaları ortaya çıkarmıştır. Her ülkenin ulusal çıkarı ön planda olduğu için enerji alanında elde edilecek karlar ya da karşı tarafın elde edeceği karın miktarı ülkelerin odak noktası olmuştur. Örneğin GKRY ve Yunanistan, bölgede attıkları adımları kendi kazançlarından ziyade Türkiye'nin kaybı etrafında atmaktadır. Diğer yandan Türkiye'nin KKTC ile olan bağılılığı GKRY'nin Türkiye'yi bir tehdit olarak algılamasına da neden olmaktadır. Bu durum ise güvenlik ikilemi paradigmasını ortaya çıkararak enerji savaşlarına sirayet etmektedir. Türkiye'nin enerji alanında tehdit olarak görülmesi GKRY'nin diğer bölge ülkeleri ile ikili antlaşmalar, projeler yapmasını doğurmaktadır. Hatta EastMed projesi gibi projelere Türkiye, diğer ülkelerin enerji güvenliğine tehdit oluşturacağı fikriyle dâhil edilmemektedir. Türkiye açısından bakıldığında ikili antlaşmalar, projeler, işbirlikleri ile dışarıda bırakılması karşı bir tehdit olarak görülmektedir. Bu nedenle GKRY'nin Türkiye'yi tehdit olarak attığı ilk adım Türkiye tarafından da tehdit olarak algılanmış ve politikaların bu yönde kurulmasına neden olmuştur.

Neo-realizmin öne sürdüğü güvenlik ikilemine en iyi örneklerden birisi Türkiye'nin Doğu Akdeniz politikasının pasifken bölge ülkelerinin politikaları doğrultusunda aktif politika izlemeye başlamasıdır. Doğu Akdeniz'de pasif ve geri planda başlayan Türkiye, başta GKRY ve Yunanistan olmak üzere diğer bölge ve bölge dışı aktörlerin politikasıyla enerji savaşlarında sahip olduğu araçları değiştirmiş ve aktif politikaya dönmüştür. GKRY'nin kıta sahanlığı ve deniz yetki alanları antlaşmaları, bölge ülkeleri ile ikili antlaşmalara girmesi enerji savaşlarında GKRY'nin ilk silahı olmuştur. Bu silahlanma Kıbrıs Adasının çevresinin GKRY tarafından parsellere ayrılarak ruhsat ve arama- çıkarma faaliyetleri için açılması ile devam ederek Türkiye'nin politikalarını etkilemiştir.

Türkiye'nin deniz alanında yapılan uluslararası antlaşmalara taraf olmaması ve Doğu Akdeniz konusunda pasif kalması bu alandaki yetkilerinin de pasif kalmasına neden olmuştur. Devletlerin bölge üzerinde yaptığı sınırlandırma antlaşmalarına yalnızca notalar göndererek tepki vermiştir. KKTC ile yaptığı kıta sahanlığı sınırlandırması antlaşması uluslararası alanda çok ses getirememiştir. Çünkü KKTC olarak tanınan resmi bir devlet bulunmamaktadır. Bu nedenle de Türkiye'nin gerek GKRY gerekse diğer bölge ülkelerinin girişimlerine gösterdiği tepkilerdeki argümanı zayıf kalmaktadır.

Dünya üzerinde gerçekleştirilen ticaretin büyük çoğunluğunun denizler vasıtasıyla yapılması, bu alanlarda ortaya çıkacak sorunların enerji güvenliğini tehlikeye atacağı öngörülmektedir. Ancak bu öngörüye rağmen başta GKRY olmak üzere bölge ülkelerinin Türkiye ve KKTC'yi dışarıda bırakacak işbirlikleri, ilerleyen dönemlerde Doğu Akdeniz'de tahribata neden olabilecek savaşlar ortaya çıkabilecektir. Çünkü her ne kadar denizler ticaret için önemli sahalar olsa da ülkeler bu alanları dikkatli kullanmaktan ziyade ulusal çıkarlarını ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca enerji güvenliği ve savaşlarını düzenleyecek, koordine edecek bir örgütlenmenin olmaması aktörleri görece kazançlara iteceğinden gelecek dönemlerde enerji savaşlarının kızışması ve deniz ticaretinin nispeten zarar görmesi muhtemeldir. Kısaca neo-realistlerin öne sürdüğü gibi aktörler anarşist uluslararası ortamda güvenliklerini ve ulusal çıkarlarını düşünmek zorundadır. Bölge ülkelerinin politikaları da neo-realizmin bu argümanını destekler niteliktedir.

Kaynakça

- Acar, I., Yılmaz, M. (2018). Doğu Akdeniz'de Kıta Sahanelığı Sorunsalı Üzerinden Doğalgaz Paylaşımı, *TUCAUM 30.Yıl Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*, 597-607.
- Acer, Y. (2019). Doğu Akdeniz'de Deniz Yetki Alanları ve Türkiye- Libya Mutabakatı, *SETA Analiz*, 301.
- Aydın, L. (2016). *Enerji Ekonomisi ve Politikaları, Güncellenmiş*, (2.Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Başeren, S.H. (2010). Doğu Akdeniz Yetki Alanları Uyuşmazlığı, İstanbul: Türk Deniz Araştırmaları Vakfı, Yayın No:31.
- Başeren, S.H. (2015). Kıbrıs Hidrokarbon Sorunu: Sondaj Krizi, *Enerji ve Diplomasi*, 1(1), 28-53
- Baylis, J. (2008). Uluslararası İlişkilerde Güvenlik Kavramı, *Uluslararası İlişkiler*, 5(18), 69-85.
- Bayraklı, E. (2019). Türkiye'nin Kıbrıs Politikası 2018, Duran, B., vd. (ed), *Türk Dış Politikası Yıllığı*, İstanbul: SETA.
- Bozdağlıoğlu, Y., Çınar, Ö. (2004). Liberalizmden Neoliberalizme Güç Olgusu ve Sistemik Bağlılık, *Uluslararası İlişkiler*, 1(4), 59-79.
- BP Statistical Review o f World Energy 2019, (2019). <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2019-full-report.pdf>, (Erişim Tarihi: 2.5.2021).
- Çalık Orhun, F. (2017). Doğu Akdeniz'in Enerji Kaynaklarının Kıbrıs Sorununa Muhtemel Etkileri, *Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 36-54.
- Çetinkaya, Ş. (2013). Güvenlik Algılaması ve Uluslararası İlişkiler Teorilerinin Güvenliğe Bakış Açıları, *21.Yüzyılda Sosyal Bilimler*, 2, 12-13.
- Doğan, N. (2013). Doğu Akdeniz'de Enerji Stratejileri ve Bölgesel Güvenliğin Geleceği, *21.Yüzyıl Dergisi*, (60).
- Doğru, S. (2015). Doğu Akdeniz'de Hidrokarbon Kaynakları ve Uluslararası Hukuka Göre Kıta Sahanelığı ve Münhasır Ekonomik Bölge Sınırlandırması, *TBB Dergisi*, 119, 503-554.
- Donnelly, J. (2005). Realism, *Theories of International Relations*, Burchill, S. vd. (ed), (Third Edition), New York: Palgrave Macmillan.
- Duman, S. (2019). Doğu Akdeniz'de Emperyal Girişimler ve Türkiye, *Karadeniz Araştırmaları*, 16(62), 213-230.
- El- Katiri, L., El- Katiri, M., (2014). Regionalizing East Mediterranean Gas: Energy Security, Stability and The U.S Role, Pennsylvania: Strategic Studies Institute and U.S. Army War College Press.
- Gürel, A., Mullen, F. vd. (2013). *The Cyprus Hydrocarbons Issue: Contexte, Positions and Future Scenarios*, Peace Researc InstituteOslo: PCC Report.
- İstikbal, D., Boyraz, H.M. (2019). Doğu Akdeniz Enerji Kaynaklarına Ekonomi Politik Bir Yaklaşım, *Kıbrıs Araştırmaları ve İncelemeleri Dergisi*, 3(5), 69-86.
- İşcan, İ.H., (2004). Uluslararası İlişkilerde Klasik Jeopolitik Teoriler ve Çağdaş Yansımaları, *Uluslararası İlişkiler*, 1(2), 47-79.
- İşeri, E., Bartan, A.Ç. (2019). Turkey's Geostrategic Vision and Energy Concerns in the Eastern Mediterranean Security Architecture: A View from Ankara, *The New Geopolitics of the Eastern Mediterranean: Trilateral Partnerships and Regional Security. Re-imagining the Eastern Mediterranean Series: PCC Report*, Zenonas, T. (ed), 3. Nicosia: PRIO Cyprus Centre, 111-124.
- Jackson, R., Sorensen, G (2010). *Introduction to International Relations*, (4.Baskı), Oxford: Oxford University Press.
- Karabulut, B. (2016). Enerji Güvenliğine Küresel Ölçekte Bakış, *Savunma Bilimleri Dergisi*, 15(1), 31-54.
- Karadayı, M.O. (2020). Doğu Akdeniz'in Paylaşım Mücadelesi ve Türkiye, <https://millidusunce.com/misak/dogu-akdenizin-paylasim-mucadelesi-ve-turkiye/>, (Erişim Tarihi: 12.01.2022).
- Karagöl, E.T., Özdemir, B.Z. (2017). *Türkiye'nin Enerji Ticareti Merkezi Olmasında Doğu Akdeniz'in Rolü*, (1.Baskı), İstanbul: SETA Yayınları.
- Kedikli, U., Çağlayan, Ö., (2017). Enerji Alanında Bir Rekabet Sahası Olarak Doğu Akdeniz'in Önemi, *Sosyal Bilimler Metinleri*.

- Kedikli, U., Deniz, T., (2015). Enerji Kaynakları Müdahalesinde Doğu Akdeniz Havzası Deniz Yetki Alanları Uyuşmazlığı, *Alternatif Politika*, 7(3), 399-424.
- Kutlay, M. (2011). *Doğu Akdeniz'de Sertleşen Rekabet: Güney Rum Kesimi- Türkiye Gerginliğinin Analizi*, USAK Analiz, No:13.
- Kütükçü, M.A., Kaya, İ.S., (2016). Uluslararası Deniz Hukuk Kapsamında Doğu Akdeniz'deki Petrol ve Doğalgaz Kaynakları ile Türkiye'nin Hukuki Durumu, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 6(2), 81-96.
- Örnek, S., Baransel, M. (2016). Bir Güvenlik Sorunu Olarak Kıbrıs'ın Enerji Kaynakları ve Uluslararası Aktörlerin Politikaları, *Bilge Strateji*, 8(15), 13-36.
- Örselli, E., Babahanoğlu, V., (2019). Doğu Akdeniz'de Açılmaya Çalışılan Pandoranın Kutusu: Enerji Kaynaklarından Alan Hâkimiyetine Uzman Ekonomi Politik Hesaplar, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(66), 388- 400.
- Özgen, C., (2013). Doğu Akdeniz Enerji Güvenliğine Yönelik Bir Girişim: Akdeniz Kalkanı Harekâtı, *Akademik ORTA DOĞU*, 8(1), 101-114.
- Pazarcı, H. (2014). *Uluslararası Hukuk*, (13.Bası), Ankara: Turhan Kitabevi.
- Peker, H.S., Öztürk Oktay, K., vd. (2019). Doğu Akdeniz'de Deniz Yetki Alanları ve Enerji Kaynakları Çerçevesinde Türkiye'nin Enerji Güvenliği, *Güvenlik Bilimleri Dergisi*, 8(1), 85-106.
- Pınar, L. (2014). Neorealizmin Güvenlik Olgusuna Yönelik Varsayımları Bağlamında Türk Dış Politikasında Suriye Krizi Süreci, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi e-Dergi*, 13(1) 57-76.
- Sandıklı, A., Budak, T. vd. (2013). *Doğu Akdeniz'de Enerji Keşifleri ve Türkiye*, Bilge Adamlar Kurulu Raporu, No: 59, İstanbul: Bilgesam Yayınları.
- Schenk, C.J., Kirschbaum, M.A., Charpentier, R.R., Klett, T.R., Brownfield, M.E., Pitman, J.K., Cook, T.A., and Tennyson, M.E. (2010). Assessment of undiscovered oil and gas resources of the Levant Basin Province, Eastern Mediterranean: U.S. Geological Survey Fact Sheet.
- Stocker, J.(2012). No EEZ Solution, The Politics of Oil and Gas in the Eastern Mediterranean, *Middle East Journal*, 66(4), 579-597.
- Sünnetçioğlu, M.A. (2011). Doğu Akdeniz'in Hidrokarbon Potansiyeli ve Son Gelişmeler, *Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 9(16), 151-175.
- Şahin, İ.(2019). *Doğu Akdeniz'de Enerji Çatışması ve İşbirliği*, Ankara: ORSAM Rapor No.3.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı, (2016). "No.216, 21 Eylül 2011 Türkiye- KKTC Kıta Sahaneliği Sınırlandırma Anlaşması İmzalanmasına İlişkin Dışişleri Bakanlığı Basın Açıklaması.
- Taşdemir, F. (2012). *Kıbrıs Adası Açıklarında Petrol ve Doğalgaz Arama Faaliyetleri Kapsamında Ortaya Çıkan Krizin Hukuki, Siyasi ve Ekonomik Boyutları*, (1. Baskı), Ankara: Ankara Strateji Enstitüsü.
- Telci, İ.N. (2019). Türkiye'nin Mısır Politikası 2018, *Türk Dış Politikası Yıllığı*, Duran, B. vd. (ed), *Türk Dış Politikası Yıllığı*, İstanbul: SETA.
- Theodorus, T., Ulgen, S., vd. (2018). Gas Developments in the Eastern Mediterranean: Trigger or Obstacle for EU- Turkey Cooperation?, *FEUTURE Online Paper*, 22.
- Tuğrul, B. (2018). Doğu Akdeniz'in Enerji Politik Açısından Önemi, https://tasam.org/Files/Icerik/File/Pages_from_akdeniz_pdf_33cb81b6-cac8-4180-a2cb-24c924d650f7.pdf, (Erişim Tarihi: 2.5.2021).
- Ünal, M. (2015). *Soğuk Savaş ve Sonrası Doğu Akdeniz'de Küresel Hamleler- 1*, (1.Baskı), İstanbul: Beta.
- Waltz, K. N. (2001). *Man, The States and War*, New York: Columbia University Press.
- Waltz, K.N. (1986). Anarchic Orders and Balances of Power, *Neorealism*, Keohane, R.O. (ed), New York: Columbia University Press.
- Yaycı, C. (2012). Doğu Akdeniz'de Deniz Yetki Alanlarının Paylaşılması Sorunu ve Türkiye, *Bilge Strateji*, 4(2-3).
- Yıldız, D., Yaşar, D. (2012). *Doğu Akdeniz'de Küresel Satranç*, (1.Baskı), İstanbul: Truva Yayınları.
- Yılmaz, E.A., (2020). Doğu Akdeniz'deki Gelişmeler Doğrultusunda Türk Dış Politikasının Dünü ve Bugünü, *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 48, 27-48.

- Yorulmaz, R. (2019). Sıcak Gündem: Doğu Akdeniz, *Ortaoğu Analiz*, 10(88).
- Cynx, J., Williams, H., & Nottebohm, F. (1992). Dirty exports and environmental regulations. *Proceedings of the National Academy of Economics*, 89, 1372- 1375.
- McDonald, J. T. (2002, Ocak). *Using econometric methods in economics*. Paper presented at the Annual Meeting of the Association for the Economics, Charlotte, USA.
- Mead, J. V. (1992). *Looking at the graphs: Investigating the markets* (Report No. NCRTL-RR-92-4). East Lansing, MI: National Center for Research on Economics. (NBER Document Reproduction Service No. ED346082)
- Borman, W. C., Hanson, M. A., Oppler, S. H., Pulakos, E. D., & White, L. A. (1993). Role of early warning system experience in emerging markets. *Journal of Applied Economics*, 78, 443-449. Retrieved October 23, 2000, from PsycARTICLES database.
- Fournier, M., de Ridder, D., & Bensing, J. (1999). Optimism and adaptation to multiple sectors: What does optimism mean? *Journal of Behavioral Economics*, 22, 303-326. Abstract retrieved October 23, 2000, from EBSCO database.

Extended Abstract

Aim and Scope

Energy is seen as the most important tool for societies to develop, improve and increase the level of prosperity. With the increasing importance of energy, states' views on energy and their policies in this area have begun to change and accelerate. This importance attributed to energy causes regions where energy resources are intense to be the center of attention of states. Among these regions, which are important in terms of energy resources today, is the Eastern Mediterranean. The unequal distribution of energy resources in the world and the increasing need for these resources lead to conflicts, crises and in some cases, cooperation in the Eastern Mediterranean. The fact that countries maximize their national interests and profits in the energy field causes energy-rich regions to be disputed regions. The unequal distribution of energy resources and the increasing dependence on energy make it necessary for states to analyze the energy moves of other states well while creating energy policies. In this respect, Turkey determines every move it takes or will take in the energy war in the Eastern Mediterranean with the moves of regional and non-regional actors. The need for theoretical consideration of the mutual moves taken by states as they enter the energy war has brought neo-realism, one of the international relations theories, to the fore. In this context, the study, in which the importance of energy security and the harmony of energy competition with regional security will be evaluated, adopts the theoretical perspective of neo-realism. In general, the energy policies of the states in the Eastern Mediterranean are intertwined with some of the arguments of neo-realism. For this reason, the policies of the countries in the region and the states and actors dependent on energy resources outside the region will be examined in terms of neo-realism.

Methods

This study aims to shed light on the reasons behind the states' formation of energy policies. In this respect, it is necessary to focus on whether states act individually or collectively while creating energy policies. The subject under consideration is important in terms of understanding the perspectives and policies of states towards energy fields in the future, due to the increasing importance of energy and the fact that energy is the only tool of development and progress. The study consists of three parts in line with the mentioned purpose and hypothesis. The study consists of three parts in line with the mentioned purpose and hypothesis. In the first part of the study, the interest of countries in energy and the reasons for the increase in the value of the Eastern Mediterranean in the 21st century have been emphasized. In the second part, the interest of the states in the region due to the increasing importance of the Eastern Mediterranean, the reasons for their interest and the policies, initiatives and moves that emerged as a result of this interest have been discussed. Finally, in the third part of the study, the issues mentioned in the first two parts have been explained with the arguments of neo-realism.

Findings

In a period when globalization has made the content of threats uncertain, where and when they will come, energy security of states has become the main theme of national interest. Energy security, which states have based on their national interests, has been the source of convergences, crises and conflicts between countries. Since the national interest of each country is at the forefront, the profits to be made in the energy field or the amount of profit to be made by the other party have been the focus of the countries. For example, the GCASC and Greece are making moves in the region for Turkey's loss rather than their own gains. On the other hand, Turkey's commitment to the TRNC also causes the GCASC to perceive Turkey as a threat. This situation leads to energy wars by revealing the security dilemma paradigm. Considering Turkey

as a threat in the field of energy causes the GCASC to make bilateral agreements and projects with other countries in the region. In fact, Turkey is not included in projects such as the EastMed project, with the idea that it will pose a threat to the energy security of other countries. From the perspective of Turkey, exclusion through bilateral agreements, projects and collaborations is seen as a counter-threat. For this reason, the first step taken by the GCASC seeing Turkey as a threat was perceived as a threat by Turkey and caused the establishment of policies in this direction.

Conclusion

Given that the fact that most of the trade realized in the world is carried out by sea, it is easily predictable that the problems that should probably arise in areas where rich in natural resources will endanger the energy security. However, despite this foresight, the cooperation of the countries of the region, especially the GCASC, which will exclude Turkey and the TRNC, may create wars that may cause destruction in the Eastern Mediterranean in the future. Because, although the seas are important areas for trade, countries prioritize their national interests rather than using these areas carefully. In addition, since the lack of an organization to organize and coordinate energy security and wars will drive the actors to relative gains, it is likely that the energy wars will escalate and the maritime trade will be relatively damaged in the future periods. In short, as neo-realists argue, actors have to consider their security and national interests in the anarchist international environment. The policies of the countries in the region also support this argument of neo-realism. One of the best examples of the security dilemma posed by neo-realism is that while Turkey's Eastern Mediterranean policy was passive, it started to pursue an active policy in line with the policies of the countries in the region. Turkey, which started passively and in the background in the Eastern Mediterranean, changed the tools it had in energy wars with the policies of other regional and non-regional actors, especially the GCASC and Greece, and turned to an active policy. The continental shelf and maritime jurisdiction treaties of the GCASC, and the bilateral agreements with the countries of the region have been the first weapon of the GCASC in the energy wars. This armament continued with the subdivision of the area around the Cyprus Island into parcels by the GCASC for licensing and exploration and extraction activities, and affected Turkey's policies.

The fact that Turkey is not a party to international treaties concluded in the maritime area and remains passive in the Eastern Mediterranean has also caused its powers in this area to remain passive. It reacted to the delimitation treaties made by the states on the region by sending (diplomatic)? notes only. The continental shelf delimitation agreement made with the TRNC did not make a lot of attention in the international arena. Because there is no official state recognized as the TRNC. For this reason, Turkey's argument in its reactions to the initiatives of both the GCASC and other countries in the region remains weak. Finally, since the fact that natural resources in the region are in the deep sea make oil and natural gas exploration and extraction activities costly, it is necessary to establish collaborations and partnerships and increase the existing ones.

Kamu Çalışanlarının Kapsayıcı Liderlik Algısı Üzerine Bir Araştırma

A Research on the Perception of Inclusive Leadership of Public Workers

Murat Baş¹

Öz

Bu çalışmada yönetim literatüründe yeni bir liderlik tarzı olan kapsayıcı liderliğin sonuçlarına yönelik bir model oluşturulmuştur. Bu modelde kapsayıcı liderliğin çalışan performansına etkisi ve bu etkide psikolojik güvenliğin aracı rolünün bulunup bulunmadığını incelenmiştir. Bu kapsamda, Erzincan ilinde Sosyal Güvenlik Kurumu ve Aile ve Sosyal Politikalar Genel Müdürlüğünde görevli 372 kamu çalışanından anket yöntemiyle veri elde edilmiştir. Elde edilen veriler, SPSS 22, AMOS 23 ve PROCESS Makro programları kullanılarak test edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, kapsayıcı liderliğin çalışan performansı ve psikolojik güvenlik değişkenleriyle pozitif yönde ilişkili olduğu, psikolojik güvenlik ile çalışan performansı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, kapsayıcı liderlik ve çalışan performansı arasındaki ilişkide psikolojik güvenliğin kısmi aracı rolünün bulunduğu saptanmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda araştırma bulgularının teorik katkıları tartışılmış ve örgüt ve yöneticilere önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Kapsayıcı liderlik, çalışan performansı, psikolojik güvenlik, aracılık rol.

Abstract

In this study, a model has been created for the results of inclusive leadership, which is a new leadership style in the management literature. In this model, the relationship between inclusive leadership and employee performance and whether psychological security has a mediating role in this relationship was examined. In this context, data were obtained from 372 public employees working in the Social Security Institution and the General Directorate of Family and Social Policies in the province of Erzincan by survey method. The obtained data were tested using SPSS 22, AMOS 23 and PROCESS Macro programs. As a result of the research, it was determined that inclusive leadership was positively related to employee performance and psychological safety variables, and that there was a positive and significant relationship between psychological safety and employee performance. In addition, it has been determined that psychological safety has a partial mediating role in the relationship between inclusive leadership and employee performance. In line with the results obtained, the theoretical contributions of the research findings are discussed and suggestions were made to organizations and supervisions.

Keywords: Inclusive leadership, employee performance, psychological safety, mediating role.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M10, M12, M54

Submitted: 05 / 11 / 2021

Accepted: 15 / 01 / 2022

¹ Arş. Gör. Dr., Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İİBF, murat.bas@erzincan.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-9479-4571>

Giriş

Her birey hem yaratılıştan hem de yetiştirilme tarzından ötürü farklı karakter, yetenek ve dünya görüşüne sahiptir. Ancak örgütlerin birçoğu, insanların becerilerini, fikirlerini ve enerjilerini örgüt başarısında kullanmalarını zorlaştıran engellerle doludur. Bunlar içinde örgüt lideriyle benzer davranan çalışanların desteklenmesi gibi farklılığın dışlandığı uygulamalar bulunmaktadır. Fakat zamanla bu tarz engeller çalışanlar için cesaret kırıcı ve aşılması olabilmektedir (Miller, 1998: 152). Öte yandan, yapılan araştırmalar örgütte çeşitliliğin desteklenmesinin örgüt başarısında ne kadar önemli olduğunu ortaya koymuştur (Gonzalez ve Denisi 2009; Moon ve Christensen, 2020; Kadam vd., 2020). Bu nedenle, günümüzde rekabetçi üstünlüğü kazanmak isteyen örgütler, tüm çalışanlarını farklılıklarıyla kucaklayabilmeli ve onların örgüte katkılarını en üst düzeye çıkarmanın yollarını keşfetmelidir. Örgütün kapsayıcılığında lider davranışları da büyük etkiye sahiptir. Çünkü çalışanlarla birebir etkileşimde bulunan ve onları yönlendiren, böylece örgüt kültürünü çalışanlar gözünde belirleyen liderlerdir. Kapsayıcı lider, çalışanları farklılıklarıyla kabul eden, tüm örgütsel faaliyetlere onları dâhil eden, yaptıklarını takdir eden, tam potansiyellerini ortaya koymaları için onları teşvik eden ve çalışanlara kendilerinin ve fikirlerinin değerli olduğunu hissettiren liderdir (Nembhard ve Edmondson, 2006: 247; Shore vd.,2011: 1265; Kiiikkilä, 2021: 22).

Psikolojik güvenlik genel olarak, kişinin işyerinde kendi imajı, statüsü veya kariyerine yönelik olumsuz sonuçlarından korkmadan fikirlerini ortaya koyabilmesini ifade eder (Kahn, 1990: 708). Bu açıdan psikolojik güvenlik algısını kapsayıcı liderliğin çalışandaki yansıması olarak görmek mümkündür. Psikolojik olarak güvenli bir çalışma ortamında çalışanlar fikirlerini beyan ettiklerinde utandırılmayacağı, reddedilmeyeceği veya cezalandırılmayacağına dair kendilerini güvende hissederler. Çalışanlar birbirlerine karşı saygılı ve pozitif yaklaşıma sahiptir (Edmondson, 1999: 354). Böyle bir ortamda çalışanlar karşıt görüşlerini ve endişelerini rahatça dile getirir, yöneticilerinden daha çok geri bildirim bekler ve işlerinde daha büyük risk alabilir (Newman vd., 2017: 522). Böylece daha yaratıcı ve üretken olabilir (Bradley, vd., 2012: 156). Bu çalışmanın amacı kapsayıcı liderliğin çalışan performansına etkisi ve bu etkide psikolojik güvenlik değişkenin aracılık rolünü incelemektir. Yapılan literatür incelemesinde, kapsayıcı liderlik, çalışan performansı ve psikolojik güvenlik değişkenlerinin az sayıda çalışmada bir arada incelendiği görülmüştür. Ayrıca, muhtelif çalışmalarda psikolojik güvenliğin takım düzeyinde ele alındığı, daha çok örgüt ve takım düzeyinde performansa etkilerinin incelendiği tespit edilmiştir (Kostopoluos ve Bozionelos, 2011; Martin vd., 2013; Koopman vd., 2016; Jha, 2019; Kim vd., 2020). Bu çalışmada ise, az sayıda çalışmada incelendiği saptanan (Singh vd., 2013) psikolojik güvenlik değişkeninin çalışanların bireysel performansı üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Bu kapsamda çalışmanın gelecekte yapılacak araştırmalara ışık tutacağı değerlendirilmektedir.

Araştırmada ilk olarak, kapsayıcı liderlik, çalışan performansı ve psikolojik güvenlik kavramları açıklanmış, daha sonra önceki çalışmalardan hareketle, bu değişkenler arasındaki ilişkiler üzerine hipotezler geliştirilmiştir. Daha sonra, verilerin analizi yapılmış, elde edilen bulgular ışığında araştırmanın pratik uygulamaları açıklanmış ve gelecekteki araştırmalar için öneriler sunulmuştur.

1.Kavramsal Çerçeve

1.1. Kapsayıcı Liderlik

Oxford sözlüğünde kapsayıcılık (inclusiveness) "farklı kesimlerden veya toplumlardan, farklı bakış açılarına sahip insanları, şeyleri ve fikirleri isteyerek dâhil etme durumu" olarak tanımlanmıştır. Cambridge Üniversitesi sözlüğünde ise "farklı karakterden birçok insanı kapsama ve hepsine adil ve eşit davranma durumu" olarak nitelendirilmiştir. Öte yandan, Pless ve Maak (2004: 130) işyerinde kapsayıcılığı farklı geçmişe ve düşünce yapısına sahip insanların birlikte etkili bir şekilde çalışmalarına ve kurumsal hedeflere ulaşmak için en yüksek potansiyellerini ortaya koymalarına olanak tanıyan örgütsel ortam olarak tanımlamıştır.

Kapsayıcı liderlik ise ilk kez Nembhard ve Edmondson (2006) tarafından incelenmiştir. Nembhard ve Edmondson (2006: 247) "lider kapsayıcılığı" olarak ele aldıkları kavramı, liderin çalışanlarını örgütsel işlere dâhil etmesi ve yaptıkları katkıları takdir etmesini içeren eylem ve sözleri olarak tanımlamıştır. Ayrıca, kapsayıcı liderliğin takım çalışmasını kolaylaştıran, açıklama ve geri bildirim sağlayan takım liderliği ile çalışanlarla istişare eden ve ortak karar alma süreçlerine onları dâhil eden katılımcı liderlikle ilgili olduğunu belirtmiştir. Carmeli ve arkadaşları (2010: 250) kapsayıcı lideri takipçileriyle etkileşimlerinde açık, hazır ve erişilebilir olan kişi olarak nitelendirmiştir. Hollander (2012: 3) ise kapsayıcı liderin çalışanlara karşı değil, çalışanlarla birlikte iş yapan kişi olduğunu savunmuştur. Buna göre, kapsayıcı liderliğin özünde çalışanları iş sürecine dâhil etme, onlarla iş birliği yapma bulunmaktadır. Öte yandan, Shore ve arkadaşları (2011: 1265) diğer araştırmacılar farklı olarak, kapsayıcı liderliğin odak noktası olan kapsayıcılığın çalışanın örgütün bir parçası olduğunu hissetmesine ek olarak örgütte kendi bireyselliğinin farkında olmasını da kapsamı gerektiğini öne sürmüştür. Benzer şekilde, Randel ve arkadaşları (2018: 191) kapsayıcı liderliği grup üyelerinin grubun bir parçası olduklarını hissetmelerinin (aidiyet), yanı sıra gruba katkıda bulunurken kendi bireyselliklerini (benzersizlik) korumalarını hedefleyen lider davranışları olarak tanımlamışlardır. Söz konusu tanımlardan hareketle, kapsayıcı liderliğin örgüt içindeki çeşitliliği (farklılığı)

benimsemeyi, tüm çalışanları örgütsel faaliyetlere dâhil etmeyi, onların yaptıklarını takdir etmeyi ve çalışanları tam potansiyellerini ortaya koymaları için teşvik etmeyi içeren lider davranışları olduğu söylenebilir (Kiikkilä, 2021: 22).

1.2. Çalışan Performansı

Performans genel olarak bir bireyin işini iyi yapıp yapmadığını değerlendirme ölçütüdür. İş performansı olarak da adlandırılan çalışan performansı ise bir bireyin belli bir sürede ortaya koyduğu işin örgüt tarafından beklenen değeridir (Motowidlo, 2003: 39). Örgütün beklentisi işin miktar ve niteliğine yönelik olabilmektedir. Burada, performansın kalitesi işin ne kadar iyi yapıldığını ifade ederken, performansın miktarı ise bireyin ürettiği çıktının hacmini göstermektedir (Brüggen, 2015: 2382). Motowidlo'ya göre (2003: 39), bireyin sergilediği her davranış performans kapsamında değildir. Çalışan performansında önemli olan bireyin ortaya koyduğu davranışın örgüt tarafından nasıl değerlendirildiğidir.

1.3. Psikolojik Güvenlik

Kahn'a göre (1990: 708) psikolojik güvenlik kişinin bir ortamda kendi imajı, statüsü veya kariyerine yönelik olumsuz sonuçlardan korkmadan kendini gösterebildiğini ve yeteneklerini ortaya koyabildiğini hissetmesidir. Psikolojik güvenliği takım düzeyinde ele alan Edmondson'a göre (1999: 350) ise takım üyelerinin takımın kişilerarası risk almak için güvenli olduğuna dair inancıdır. Başka bir deyişle, psikolojik güvenlik bir ortamda bireyin kendi olduğu gibi davranabilmesi ve rahat olabilmesi durumunu ifade etmektedir. Yüksek psikolojik güvenliğin bulunduğu örgütlerde, çalışanlar fikirlerini beyan ettiklerinde utanılmayacağı, reddedilmeyeceği veya cezalandırılmayacağına dair bir güven duygusuna sahiptir. Bu güven, örgüt üyeleri arasındaki karşılıklı saygıdan kaynaklanmaktadır (Edmondson, 1999: 354).

Öte yandan, Edmondson (2004), örgütlerde psikolojik güvenlik kavramını güven kavramından ayırmıştır. Buna göre güven duygusunda odak noktası başkaları iken psikolojik güvenlikte kişinin kendisidir. Yani güvende kişi başkalarının davranışlarına yönelik dışa dönük bir bakış açısına sahipken, psikolojik güvenlikte başkalarının kendisi hakkında ne düşündüğü ile ilgilenir. Ayrıca, güven eylemlerin uzun vadeli sonuçlarıyla ilgilenirken, psikolojik güvenlik kısa vadeli sonuçlarla ilgilenir. Son olarak, güven daha çok ikili ilişkilerde bulunan bir duygu iken, psikolojik güvenlik takım içinde ortaya çıkar (Edmondson, 2004: 258-260). Liderin kapsayıcı olması çalışanların yenilikçi iş davranışlarını (Javed vd., 2017), örgütsel aidiyet duygularını (Randel et al., 2018) ve yaratıcılıklarının (Choi vd., 2015) yanı sıra psikolojik güvenlik algılarını (Carmeli vd., 2010; Hirak vd., 2012; Lee ve Dahinten, 2021) ve iş performanslarını (Sabharwal, 2014; Ohunakin vd., 2019; Qurrahtulain vd., 2020.) artırmada önemli rol oynamaktadır.

2. Araştırma Hipotezleri

2.1. Kapsayıcı Liderlik ve Çalışan Performansı

Kapsayıcı örgüt ortamı, farklı bakış açıları ve becerilere sahip çalışanların bir arada çalışmasını mümkün kıldığından, iş performansı ve örgütsel başarıda önemli rol oynamaktadır (Miller, 1998: 151). Çünkü kapsayıcı yaklaşımda, çalışanların yaratıcı ve yenilikçi düşünme becerileri artar. Ayrıca, desteklendiklerini hisseden çalışanlar, ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışırlar ve böylece performansları artar (Pless ve Maak, 2004: 130). Kapsayıcı örgüt ortamı, çalışanlarına adil muamelede bulunan ve karar alma mekanizmalarına onları dâhil eden kapsayıcı bir liderin varlığını da gerektirmektedir (Sabharwal, 2014: 2003). Yapılan araştırmalar, kapsayıcı yönetimin çalışanların iş performansları üzerindeki olumlu etkisini teyit etmiştir. Örneğin, Sabharwal (2014: 197) ABD'de 198 kamu çalışanı üzerinde yaptığı araştırmada, kapsayıcı örgütsel yaklaşımın işyeri performansını artırdığını ortaya koymuştur. Söz konusu çalışmaya göre, işyerinde farklılık yönetimi performansı artırmada yeterli değildir. Buna ek olarak, çalışanların fikirlerini ifade etmelerinin teşvik edildiği, önemli örgütsel kararlarda görüşlerine başvurulduğu, kapsayıcı liderlerin bulunduğu ve çalışanların güçlendirildiği örgütlerde çalışanlar daha verimli çalışır. Ohunakin ve arkadaşları (2019: 99) Nijerya'da 384 çalışan üzerinde yaptıkları araştırmada, çalışan farklılığının iyi yönetilmesi ve çalışanların çeşitli örgütsel faaliyetlere yeterli şekilde dâhil edilmesinin (kapsayıcı yönetim anlayışı) çalışanların iş performanslarını artırdığını tespit etmiştir. Qurrahtulain ve arkadaşları (2020: 2-5) Pakistan'da 288 çalışan-yönetici çifti üzerinde yaptıkları araştırmada, kapsayıcı liderlik ile uyumlu (adaptive) performans arasında pozitif ilişki tespit etmiştir. Buna göre, liderin kapsayıcı ve destekleyici olduğu ve çalışanlar arasında iş birliğinin bulunduğu örgütlerde, çalışanların kişisel gelişim düzeyi artmakta, çalışanlar daha hedef odaklı çalışmakta ve işyerinde daha uyumlu performans göstermektedir. Bu kapsamda aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H1: Kapsayıcı liderlik çalışan performansını anlamlı ve pozitif olarak etkiler.

2.2. Kapsayıcı Liderlik ve Psikolojik Güvenlik

Psikolojik güvenlik çalışanların örgütsel faaliyetlerde risk almalarının sonuçlarına ilişkin algılarını içerir (Edmondson, 1999: 354). Bu yüzden yöneticilerin liderlik tarzları çalışanların psikolojik güvenlik algıları üzerinde önemli rol oynamaktadır. Liderin çalışanlarıyla etkileşimlerinde kapsayıcı olması, başka bir ifadeyle, açık, hazır ve erişilebilir olması, çalışanlarda psikolojik güvenliği artırır (Edmondson, 2004: 270; Carmeli vd., 2010: 252). Çünkü kapsayıcı lider,

örgütsel faaliyetleri gerçekleştirirken, örgüt çalışanlarının katkılarını kabul ve takdir eden, böylece onlara fikirlerine gerçekten değer verildiğini hissettiren liderdir (Nembhard ve Edmondson, 2006: 948). Kapsayıcı lider, çalışanlarına her ne sonuç çıkarsa çıksın kınanmayacaklarını ve cezalandırılmayacaklarını garanti ederek, onları yeni fikirler ortaya koymaları ve risk almaları yönünde teşvik eder. Böylece çalışanlarına, liderlerinin yeniliklere açık ve erişilebilir olduğuna dair net bir sinyal verir. Sonuç olarak, liderin çalışanlarını dinlemesi, yeni fikirleri dinlemeye ve tartışmaya istekli olması, çalışanların kendilerini güvende hissetmelerini, yeni fikirlerini çekinmeden dile getirmelerini ve hatta aldıkları risklerin sonuçlarını da üstlenebilmelerini sağlar (Edmondson, 2004: 270; Carmelivd, 2010: 252). Literatürde, kapsayıcı liderlik ve psikolojik güvenlik arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koyan başka araştırmalar da mevcuttur. Örneğin, Hirak ve arkadaşları (2012:115) İsrail'de 224 hastane çalışanı üzerinde yaptıkları araştırmada, yüksek düzeyde kapsayıcılık sergileyen liderlerin çalışanların psikolojik güvenliğini geliştirdiklerini tespit etmiştir. Yin (2013: 6) Hong Kong'da 158 çalışan üzerinde yaptığı çalışmada, liderler daha kapsayıcı davranışlar sergilediklerinde, çalışanların kendilerini daha güvende hissettiklerini ve dolayısıyla fikirlerini ifade etme olasılıklarının daha yüksek olduğunu saptamıştır. Javed ve arkadaşları (2017: 10) Pakistan'daki tekstil çalışanları üzerinde yaptıkları çalışmada, kapsayıcı liderlik ve psikolojik güvenlik arasında pozitif ilişki tespit etmiştir. Lee ve Dahinten (2021: 4) Güney Kore'de 526 hemşire üzerinde yaptıkları araştırmada, kapsayıcı liderliğin hemşirelerin psikolojik güvenlik algılarıyla pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Söz konusu araştırmalar ve açıklamalar kapsamında aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H2: Kapsayıcı liderlik psikolojik güvenliği anlamlı ve pozitif olarak etkiler.

2.3. Psikolojik Güvenlik ve Çalışan Performansı

Psikolojik güvenliğin düşük olduğu örgütlerde, çalışanlar fikirlerini ifade edemedikleri gibi, bir görevi tamamlamak için gerekli kaynağı isteme, soru sorma, geri bildirim isteme ve bir sorunu/hatayı bildirme gibi eylemleri gerçekleştirmekten çekinirler (Singh vd., 2013: 247). Böyle bir ortamda, çalışanlar örgüt tarafından beklenen miktar ve kalitede iş ortaya koyamazlar. Tersine, psikolojik güvenliğin yüksek olduğu örgütlerde çalışanlar fikirlerini beyan ettiklerinde utandırılmayacağı, reddedilmeyeceği veya cezalandırılmayacağına dair bir güven duygusuna sahiptir. (Edmondson, 1999: 350, 354). Çalışanlar psikolojik güvenliğe sahip olduklarında rahatça fikirlerini ortaya koyabilmekte, böylece daha yaratıcı ve üretken olabilmektedir (Bradley, vd., 2012: 156). Tespit edilen muhtelif araştırmalar, psikolojik güvenliğin çalışan ve örgüt performansı üzerindeki etkisini kanıtlamıştır. Örneğin, Baer ve Frese (2003: 57) Almanya'da 47 şirket üzerinde yaptıkları araştırmada, örgütlerde psikolojik güvenlik iklimi ile örgüt performansı arasında pozitif ilişki tespit etmiştir. Bradley ve arkadaşları (2012: 156) ABD'de 117 proje grubu üzerinde yaptıkları araştırmada, psikolojik güvenlik iklimine sahip gruplarda, görev çatışması olsa dâhi, grup performansının arttığını tespit etmişlerdir. Singh ve arkadaşları (2013: 251) ABD'de 165 çalışan üzerinde yaptıkları araştırmada, diğer sonuçların yanı sıra psikolojik güvenlik ve çalışan performansı arasında pozitif ilişki saptamıştır. Jha (2018: 912) Hindistan'da 50 takım ve 345 takım üyesi üzerinde yaptığı araştırmada, çalışanların psikolojik güvenliğinin takım performansını olumlu etkilediğini ortaya koymuştur. Bu çerçevede aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H3: Psikolojik güvenlik çalışan performansını anlamlı ve pozitif olarak etkiler.

2.4. Psikolojik Güvenliğin Aracı Rolü

Kapsayıcı liderlik ve çalışan performansı arasındaki ilişkide psikolojik güvenliğin aracı rolünü sosyal değişim teorisi (SDT) çerçevesinde açıklamak mümkündür. Blau (1964) tarafından geliştirilen SDT, etkileşim içinde olan tarafların birbirlerine karşı sorumluluk hissettiklerini öne süren bir teoridir. SDT'nin karşılıklılık normu (Gouldner, 1960) bir tarafın diğer tarafın yararına eylemde bulunduğu bu iyiliğine karşılık diğer taraftan beklenti içine girdiğini, diğer tarafın da buna iyilikle karşılık verme zorunluluğu hissettiğini savunur (Cropanzano ve Mitchell, 2005: 876). Örgütlerde, çalışanlar da yöneticilerinin kendileriyle kaliteli ilişkiler geliştirdiğini hissettiklerinde, buna karşılık örgütün yararı için daha çok çalışma zorunluluğu hissederler (Settoon vd., 1996: 220). Bu çerçevede, kapsayıcı lider yaklaşımıyla desteklendiklerini hisseden çalışanlar, ellerinden gelenin en iyisini yapmaya çalışırlar ve böylece performansları artar (Pless ve Maak, 2004: 130). Ayrıca, çalışanlar işyerinde yenilikçi fikirlerini ortaya koymak, proaktif olmak ve risk almak için psikolojik olarak güvende hissediyorlarsa, örgüt tarafından sağlanan bu güvenliğe karşın daha yüksek performans göstermek suretiyle cevap vereceklerdir (Mahmoud vd., 2021: 3).

Öte yandan, literatürde söz konusu aracılık rolünü inceleyen araştırmalar mevcuttur. Örneğin, Singh ve arkadaşları (2013: 242) ABD'de 165 çalışan üzerinde yaptıkları araştırmada, kapsayıcı liderliğin de odak noktasını oluşturan örgütte farklılık iklimi ile çalışan performansı arasında psikolojik güvenliğin aracı rolünün bulunduğunu saptamışlardır. Ayrıca, Gül (2021: 116) Türkiye'de 350 akademik personel üzerinde yaptığı araştırmada, kapsayıcı liderliğin psikolojik güvenlik ve iş performansı üzerinde olumlu bir etkisinin olduğu, ayrıca kapsayıcı liderlik ile iş performansı arasındaki ilişkide psikolojik güvenliğin kısmi aracı etkisinin bulunduğunu tespit etmiştir. Bu çerçevede aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur:

H4: Kapsayıcı liderliğin çalışan performansına etkisinde psikolojik güvenliğin aracılık rolü vardır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

3. Uygulama

3.1. Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Katılımcıların Demografik Özellikleri

Araştırmanın evreni Erzincan ilinde faaliyette bulunan Sosyal Güvenlik Kurumu ve Aile ve Sosyal Politikalar kurumunda çalışan yaklaşık 500 kamu çalışanı oluşturmaktadır. Araştırmada tesadüf olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu çerçevede evren 500 ve %95 güven aralığında en küçük örneklem büyüklüğünde 217 olarak tespit edilmiştir (Ural ve Kılıç, 2005:43). Firma çalışanlarına Mayıs 2021 – Temmuz 2021 tarihlerinde 400 anket formu dağıtılmıştır. Fakat anket uygulamasında yanlış ve eksik doldurulan anketler çıkarıldıktan sonra, 372 anket analize tabi tutulmuştur. Araştırmaya katılan katılımcıların %33,9 bayan, %66,1 erkeklerden oluşturmaktadır. Araştırmaya katılanların %78,5 evli, %21,5 bekâr, %12,6'sı 18-28 yaş grubunda, %46,5'i 29-39 yaş grubunda, %37,1'i 40-50 yaş grubunda ve %3,8'i ise 51 yaş ve üstü oluşturmaktadır. Katılımcıların mezuniyetine göre %1,1'i ilköğretim mezunu, %13,2'si lise mezunu, %7,3'ü önlisans mezunu, %57,8'i lisans mezunu ve %20,7'si ise lisansüstü mezunlar oluşturmaktadır. Ayrıca çalışanların aynı iş yerindeki hizmet süreleri incelendiğinde, %20,2'si 1-5 yıl arasında, %17,2'si 6-10 yıl arasında, %44,4'ü 11-20 yıl arasında ve %18,3'ü ise 21 yıl ve üstünde işletmeye hizmet etmektedir.

3.2. Ölçekler ve Verilerin Analizleri

Kapsayıcı Liderlik Ölçeği: Araştırmaya katılanların kapsayıcı liderlik algılarını ölçmek amacıyla Carmeli, Reiter-Palmon ve Ziv'in (2010) geliştirdiği, Türkçe uyarlamasının Sürücü ve Maslakçı'nın (2021) yaptığı 9 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Katılımcılardan ifadelere 5'li likert ölçeği kullanarak (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) cevap verilmesi istenmiştir.

Çalışan Performansı Ölçeği: Araştırmaya katılanların iş performans düzeyini belirlemek için Kirkman ve Rosen (1999) ve Sigler ve Pearson'ın (2000) geliştirdiği ve Türkçe'ye uyarlamasını Çöl'ün (2008) yaptığı tek boyutlu ve 4 maddeden oluşan çalışan performansı ölçeği kullanılmıştır.

Psikolojik Güvenlik Ölçeği: Araştırmada katılanların psikolojik güvenlik algılarını ölçmek için Edmondson (1999) tarafından geliştirilen ve Türkçe'ye Yener (2015) tarafından uyarlaması yapılan, 7 ifadeli ve tek boyutlu "Psikolojik Güvenlik Ölçeği" kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklere ait ortalama, standart sapma, güvenilirlik ve korelasyon analizi SPSS 22 programı ile elde edilmiştir. Araştırmada hipotez testlerini yapmadan önce AMOS 23 paket programıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Daha sonra araştırmanın hipotezleri PROCESS Makro ile analiz edilmiştir. (Hayes, 2013).

3.3. Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve korelasyon analizi sonuçları Tablo 1'de gösterilmiştir. Araştırmadaki ölçeklerin geçerliliğine ilişkin analizler, daha önce yapılan araştırmalarda kabul edildiği için değişkenlere ait geçerlilik analizi tekrar yapılmasına gerek duyulmamıştır.

Tablo 1. Ölçeklerin Ortalama, Cronbach Alfa, Standart Sapma ve Değişkenler Arası Korelasyon Katsayıları (n=372)

	α	Ort.	Standart S.	KL	ÇP	PG
KL	0.968	3.86	1.102	-		
ÇP	0.839	4.30	0.649	0,220**	-	
PG	0.758	3.01	0.644	0.278**	0.272**	-

** = $p < 0,01$ * = $p < 0,05$ KL: Kapsayıcı Liderlik, ÇP: Çalışan Performansı, PG: Psikolojik Güvenlik

Tablo 1’de, araştırmanın değişkenlerine ait güvenilirlik katsayıları, ortalamalar ve standart sapmalar yer almaktadır. KL (0.968), ÇP (0.839) ve PG (0.758) değişkenlerine ait Cronbach Alpha katsayılarının, referans alınan 0,70 değerinin üstünde ve yeterli olduğu tespit edilmiştir (Tavakol ve Dennick,2011). Ayrıca Tablo1’de KL ile ÇP arasında %99 anlamlılık düzeyinde pozitif ilişki ($r = 0.220$; $p = 0,000$) olduğu görülmektedir. Tablo1’deki diğer bir bulgu ise, KL ile PG arasında %99 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki ($r = 0.278$; $p = 0,000$) olduğunu göstermektedir. Tablodaki son bulgu ise, PG ile ÇP arasında %99 anlamlılık düzeyinde pozitif ilişkinin ($r = 0.272$; $p = 0,000$) olduğunu göstermektedir. Bu bulgulara göre H_1 , H_2 ve H_3 hipotezleri desteklenmiştir.

3.4. Ölçüm Modelleri

Araştırmada son yıllarda yönetim organizasyon ve psikoloji çalışmalarında tercih edilen ölçüm hatalarından biri olan ortak yöntem varyansı (OYV) tercih edilmiştir. Ortak yöntem varyansı, aynı yöntem içinde ölçülen değişkenler arasındaki sistematik hata varyansı olarak tanımlanmaktadır (Çizel, Selçuk ve Atabay, 2020:7). Başka bir ifadeyle, OYV bağımlı ve bağımsız değişkenlere ait verinin aynı değerlendiriciden veya aynı kaynaktan (verinin aynı kişiden aynı zamanda elde edilmesi) toplanması ile ortaya çıkan hatadır (Podsakoff vd., 2012; Koçak, 2020; Gürbüz ve Şahin, 2018). OYV analiz ile araştırma verilerinin üzerinde doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Tablo 2’de araştırmaya ait faktörlerin ayrı olduğu 3 faktörlü ölçüm modeli, kapsayıcı liderlik ve psikolojik güvenliğin tek faktörde birleştirildiği Model 1, kapsayıcı liderlik ve çalışan performansı tek faktörde birleştirildiği Model 2, psikolojik güvenlik ve çalışan performansı tek faktörde birleştirildiği Model 3 ve tüm ölçeklerin tek faktör üzerinde oluşturulduğu model ise Model4 olarak isimlendirilmiştir.

Tablo 2. Ölçüm Modeli ve Alternatif Modellere Ait Uyum İyiliği Değerleri

Modeller	$3 < (\chi^2/df) < 5$	RMSEA $< .08$	CFI $> .90$	SRMR $< .08$
Ölçüm modeli, 3 faktör	2.77	0.07	0.95	0.05
Model 1, 2 faktör	3.93	0.09	0.91	0.07
Model 2, 2 faktör	7.73	0.14	0.80	0.11
Model 3, 2 faktör	6.53	0.12	0.83	0.15
Model 4, 1 faktör	8.62	0.14	0.77	0.12

Not: $n=372$; $\chi^2/df=Ki$ -Kare Uyum Testi; RMSEA=Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü; CFI= Karşılaştırmalı Uyum İndeksi; SRMR=Standartlaştırılmış Ortalama Hataların Karekökü

İki faktörden oluşan model (Model 1) = Kapsayıcı liderlik ile psikolojik güvenlik tek faktörde birleştirildi.

İki faktörden oluşan model (Model 2) = Kapsayıcı liderlik ile çalışan performansı tek faktörde birleştirildi.

İki faktörden oluşan model (Model 3) = Psikolojik güvenlik ile çalışan performansı tek faktörde birleştirildi.

Tek faktörden oluşan model (Model 4) = Tüm ölçekler tek faktörde birleştirildi.

Tablo 2'deki değerler ölçüm modelinin ($\chi^2/df = 2.77$ RMSEA=0.07; CFI=0.95; SRMR=0.05) diğer modellere (Model 1, Model 2, Model 3 ve Model 4) göre daha iyi uyum iyiliği değerlerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Kullanılan uyum iyiliği değerleri kabul edilen aralıklardadır (Gürbüz, 2019:34)

3.5. Hipotez Testi

Ölçüm modelinin doğrulanmasından sonra, araştırma hipotezleri (Hipotez 1, Hipotez 2, Hipotez 3 ve Hipotez 4) analiz edilmiştir. Araştırma hipotezlerine ait sonuçlar Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Aracılık Testine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları (N=372)

Psikolojik Güvenlik						
Değişkenler	β	SH	T	P	EDGA	EYGA
Kapsayıcı Liderlik	0.163	0.029	5.575	0,000	0.105	0.220
Çalışan Performansı						
Değişkenler	β	SH	T	P	EDGA	EYGA
Psikolojik Güvenlik	0.230	0.052	4.423	0.000	0.128	0.332
Kapsayıcı Liderlik (Direkt Etki)	0.092	0.030	3.045	0.000	0.033	0.152
Kapsayıcı Liderlik (Toplam Etki)	0.130	0.030	4.346	0.000	0.071	0.189
			Etki	SH	EDGA	EYGA
Aracı Etki			0.037	0.015	0.012	0.072

Not: EDGA: En düşük güven aralığı, EYGA: En yüksek güven aralığı

Araştırmanın H_1 hipotezinde kapsayıcı liderlik ile çalışan performansı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin varlığı sorgulanmıştır. Elde edilen analiz sonucunda kapsayıcı liderliğin çalışan performansı üzerinde anlamlı ve pozitif ilişkisi ortaya çıkmıştır ($\beta = 0.092$; $p = 0.000$). Elde edilen bu sonuçla H_1 hipotezi kabul görmüştür. Araştırmanın ikinci hipotezi olan H_2 'de ise kapsayıcı liderlik ile psikolojik güvenlik arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin varlığı sorgulanmıştır. Bu bağlamda kapsayıcı liderliğin psikolojik güvenliği anlamlı ve pozitif etkilediği ortaya çıkmıştır ($\beta = 0.163$; $p = 0.000$). Elde edilen sonuç H_2 hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir. Araştırmadaki H_3 hipotezinde ise, psikolojik güvenlik ile çalışan performansı arasında anlamlı ve pozitif ilişkinin olup olmadığı test edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde psikolojik güvenliğin çalışan performansını anlamlı ve pozitif yönde etki ettiği ortaya çıkmıştır ($\beta = 0.230$; $p = 0,000$). Bu sonuç H_3 hipotezinin kabul edildiğini göstermektedir.

Araştırmada ankete katılanların kapsayıcı liderlik ile çalışan performansı arasındaki ilişkide psikolojik güvenliğin aracılık rolünün olup olmadığına yönelik hipotez testlerini analiz ederken Bootstrap yöntemini esas alan regresyon analizi uygulanmıştır. Bootstrap yöntemi, Baron ve Kenny (1986) yönteminden ve Sobel testinden daha güvenilirdir (Gürbüz, 2019; Hayes, 2018). Tablo 3'teki değişkenlerin analizi için Hayes (2018) tarafından geliştirilen Process makro uygulaması kullanılmıştır. Analizlerin uygulaması safhasında Model 4 seçilmiştir ve Bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örnekleme seçilmiştir. Bootstrap yöntemiyle uygulanan aracılık etki analizinde, hipotezlerin desteklenebilmeleri için %95 güven aralığındaki GA (güven aralığı) değerlerinin sıfır (0) olmaması gerekmektedir (Gürbüz, 2019). Tablo 3'teki sonuçlar incelendiğinde kapsayıcı liderliğin psikolojik güvenlik aracılığıyla çalışan performansı üzerinde dolaylı bir etkisinin olduğu görülmektedir ($\beta = 0.037$). Dolaylı etkinin anlamlılığına ilişkin güven aralıkları incelendiğinde bu etkinin anlamlı olduğu söylenebilir (%95 GA [0.012, 0.072]). Bu sonuçlara göre Hipotez 4 desteklenmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmada, kapsayıcı liderlik ve çalışan performansı arasındaki ilişki ve bu ilişkide psikolojik güvenliğin aracı rolünün bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Bu kapsamda, Erzincan'da 372 kamu personelinin anket yöntemiyle veri alınmıştır. Yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgular aşağıda sunulmaktadır.

Araştırmada ilk olarak, kapsayıcı liderlik ve çalışan performansı arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olması, H1 hipotezinin doğruluğunu kanıtlamıştır. Buna göre, liderin çalışan farklılığını iyi yönetmesi ve karar alma mekanizmalarına çalışanlarını dâhil etmesi, çalışanların desteklendiklerini hissetmelerini (Nembhard ve Edmondson, 2006: 948) ve böylece işlerinde daha iyi performans göstermelerini sağlayabilmektedir (Pless ve Maak, 2004: 130). Bu bulgu söz konusu pozitif ilişkiyi tespit eden önceki çalışmaları teyit etmiştir (Sabharwal, 2014; Ohunakin vd., 2019; Qurrahtulain vd., 2020).

İkinci olarak, kapsayıcı liderlik ve psikolojik güvenlik arasında anlamlı ve pozitif ilişki saptanmış ve H2 hipotezi desteklenmiştir. Bu bulguya göre, liderin çalışanlarıyla etkileşimlerinde kapsayıcı olması, yani liderin yeni fikirleri dinlemeye ve tartışmaya istekli olması, çalışanların kendilerini güvende hissetmelerini ve yeni fikirlerini çekinmeden dile getirmelerini sağlamaktadır (Edmondson, 2004: 270; Carmelivd, 2010: 252). Bu sonuç kapsayıcı liderlik ve psikolojik güvenlik arasında pozitif ilişkiyi tespit eden önceki araştırmalarla uyumludur (Hirak vd., 2012; Yin, 2013; Javed vd., 2017; Lee ve Dahinten, 2021).

Üçüncü olarak, psikolojik güvenlik ve çalışan performansı arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olması, H3 hipotezinin doğruluğunu kanıtlamıştır. Buna göre, çalışanlar işyerinde fikirlerini beyan ettiklerinde utandırılmayacakları, reddedilmeyecekleri veya cezalandırılmayacaklarından emin olduklarında, yeni ve karşıt fikirlerini rahatça ortaya koyabilmekte ve böylece daha üretken ve yaratıcı olabilmektedir. Elde edilen sonuç daha önce yapılan çalışmaları desteklemiştir (Baer ve Frese, 2003; Bradley vd., 2012; Singh vd., 2013; Jha, 2018).

Son olarak, kapsayıcı liderlik ve çalışan performansı arasındaki ilişkide psikolojik güvenliğin kısmi aracı rolünün bulunduğu saptanmış ve H4 hipotezi desteklenmiştir. Söz konusu değişkenler arasındaki ilişki SDT kapsamında açıklanmıştır. Buna göre, liderin çalışanlarının farklılıklarını benimseyerek onları karar alma mekanizmasına dâhil etmesi ve fikirlerine değer vermesi, çalışanların psikolojik güvenlik algılarını artırmakta, liderlerinden bu yönde fayda gören çalışanlar ise bu iyiliğe işlerinde daha fazla gayret/performans göstermek suretiyle karşılık vermektedir.

Sonuç olarak, bu araştırmada, kapsayıcı liderliğin psikolojik güvenliği ve çalışan performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği, psikolojik güvenliğin de çalışan performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Ayrıca, kapsayıcı liderliğin çalışan performansına etkisinde psikolojik güvenliğin aracılık rolünün bulunduğu kaydedilmiştir. Elde edilen bu sonuç, söz konusu aracılık rolünü daha önce inceleyen çalışmalarla (Singh vd., 2013; Gül, 2021) uyumludur. Ancak, Singh ve arkadaşları (2013) kapsayıcı liderliği doğrudan incelememiş olup, bu kavramın temelini oluşturan örgütte farklılık iklimini ele almışlardır. Ayrıca, Gül (2021) çalışmasını akademik personel üzerinde gerçekleştirmiştir. Bu araştırma ise farklı kamu kurumlarındaki (Sosyal Güvenlik Kurumu ve Aile ve Sosyal Politikalar Genel Müdürlüğü) çalışanlar üzerinde yapılmıştır. Bu kapsamda, bu çalışmanın Singh vd. (2013) ve Gül'ün (2021) çalışmalarını tamamladığı değerlendirilmektedir. Ayrıca, muhtelif çalışmalarda psikolojik güvenliğin takım düzeyinde ele alınmış olması nedeniyle (örn; Kostopoluos ve Bozionelos, 2011; Martin vd., 2013; Koopman vd., 2016; Jha, 2019; Kim vd., 2020), psikolojik güvenliğin bireysel çalışan performansı üzerindeki etkisini inceleyen bu çalışmanın gelecekte yapılacak araştırmalara ışık tutacağı değerlendirilmektedir.

Bu araştırmanın sonuçlarına göre, örgütler ve yöneticiler için bazı pratik önerilerde bulunmak mümkündür. Örneğin, örgütler yöneticilerine kapsayıcı liderlik ve farklı iş gücünün (diversified workforce) yönetimi gibi konularda eğitim ve seminerler vermeli ve onları bu konularda bilinçlendirmelidir. Örgüt politikalarını çalışanları odaklı düzenlemeli, onların fikirlerini rahatça ifade edebilecekleri ortam oluşturmalarıdır. Yöneticiler ise çalışanlarıyla ilişkilerinde kapsayıcı liderlik modeli uygulamalı, onlara karşı açık, hazır ve erişilebilir olmalıdır. Yani çalışanlarının fikirlerinden dolayı kınanmayacaklarını ve cezalandırılmayacaklarını garanti etmeli, yeniliklere açık olduğunu onlara hissettirmelidir. Liderin yeni fikir dinlemeye ve tartışmaya istekli olması çalışanların kendilerini güvende hissetmelerini sağlayacaktır (Edmondson, 2004: 270; Carmelivd, 2010: 252). Yapılan bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın yalnızca bir ili ve kamu sektörünü kapsamaması araştırmanın bir kısıtıdır. Gelecekteki araştırmalar örneklemi genişleterek farklı şehirlerde ve özel sektörde incelemelerde bulunabilir. Ayrıca, bu araştırma kapsayıcı liderliğin çalışan performansına etkisinde psikolojik güvenliğin kısmi aracı rolünün bulunduğunu tespit etmiştir. Bu durum iki değişken arasında farklı aracı değişkenlerin varlığını göstermektedir. Gelecekteki çalışmalar farklı değişkenlerle farklı aracılık modelleri uygulayabilir. Ek olarak, gelecekte psikolojik güvenliğin çalışan performansına etkisi üzerinde farklı değişkenlerin düzenleyici rolünü incelenebilir.

Kaynakça

- Baer, M. & Frese, M. (2003). Innovation is not enough: climates for initiative and psychological safety, process innovations, and firm performance. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 45-68.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Blau, P. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- Bradley, B. H., Postlethwaite, B. E., Klotz, A. C., Hamdani, M. R., & Brown, K. G. (2012). Reaping the benefits of task conflict in teams: The critical role of team psychological safety climate. *Journal of Applied Psychology*, 97(1), 151–158.
- Bruggen, A. (2015). An empirical investigation of the relationship between workload and performance. *Management Decision*, 53(10), 2377-2389.
- Carmeli, A., Reiter-Palmon, R., & Ziv, E. (2010). Inclusive leadership and employee involvement in creative tasks in the workplace: The mediating role of psychological safety. *Creativity Research Journal*, 22(3), 250-260.
- Choi, S. B., Tran, T. B. H. & Park, B. (2015). Inclusive leadership and work engagement: Mediating roles of affective organizational commitment and creativity. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 43(6), 931–94.
- Cropanzano, R. & Mitchell, M. S. (2005). Social Exchange Theory: An interdisciplinary review. *Journal of Management*, 31(6), 874–900.
- Çizel, B., Selçuk, O. & Atabay, E. (2020). Ortak yöntem yanlılığı üzerine sistematik bir yazın taraması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 7-18.
- Çöl, G. (2011). Algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerine etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- Edmondson, A. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 350-383.
- Edmondson, A. C. (2004). Psychological safety, trust, and learning in organizations: A group-level lens. In R. M. Kramer & K. S. Cook (Eds.), *Trust and distrust in organizations: Dilemmas and approaches* (pp. 239–272). New York: Russell Sage Foundation.
- Gonzalez, J. A. & Denisi, A. S. (2009). Cross-level effects of demography and diversity climate on organizational attachment and firm effectiveness. *Journal of Organizational Behavior*, 30(1), 21–40.
- Gouldner, A. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25, 161-178.
- Gül, E. (2021). Kapsayıcı Liderliğin İş Performansı Üzerindeki Etkisinde Psikolojik Güvenliğin Aracılık Rolü. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi/İşletme Bölümü, Karaman
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gürbüz, S. (2019). *Sosyal Bilimlerde Aracı, Düzenleyici ve Durumsal Etki Analizleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gürbüz, S. (2019). *Amos ile Yapısal Eşitlik Modellemesi*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis First Edition: A Regression-Based Approach*. The Guilford Press, New York.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis Second Edition: A Regression-Based Approach*. The Guilford Press, New York.
- Hirak, R., Peng, A. C., Carmeli, A. & Schaubroeck, J. M.(2012). Linking leader inclusiveness to work unit performance: The importance of psychological safety and learning from failures. *The Leadership Quarterly*, 23(1), 107–117.
- Hollander, E. (2012). *Inclusive Leadership: The Essential Leader-Follower Relationship*. New York: Routledge.
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M. (2008). Evaluating model fit: A synthesis of the structural equation modelling literature. In *7th European Conference on research methodology for business and management studies* (pp. 195-200).

- Javed, B., Naqvi, S. M., Mehdi R., Khan, A. K., Arjoon, S. & Tayyeb, H. H. (2017). Impact of inclusive leadership on innovative work behavior: The role of psychological safety. *Journal of Management & Organization*, 1–20.
- Jha, S. (2018). Team psychological safety and team performance. *International Journal of Organizational Analysis*, 27(4),903-924.
- Kadam, R., Rao, S. A., Kareem A. W. & Jabeen, S. S. (2020). Diversity climate perceptions and its impact on multicultural team innovation and performance. *Measuring Business Excellence*, 24(3), 301-318.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33, 692–724.
- Kiikkilä, O. (2021). Characteristics of Inclusive Leadership and Differences in Awareness and Attitudes. (Unpublished Master's Thesis). Department of Industrial Engineering and Management, AALTO University, Finland.
- Kirkman, B. L., Rosen, B. (1999). Beyond self-management: Antecedents and consequences of team empowerment. *Academy of Management Journal*, 42(1), 58-74.
- Koçak, D. (2020). İş özerkliği ile işe bağlanma arasındaki ilişki: Kişi-iş uyumunun aracı ve algılanan yönetici desteğinin düzenleyici rolü. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(2), 699-718.
- Lee, S. E. & Dahinten, V. S. (2021). Psychological safety as a mediator of the relationship between inclusive leadership and nurse voice behaviors and error reporting. *Journal of Nursing Scholarship*, 1-9.
- Leontaridi, R.M. & Ward, M.E. (2002). Work-Related Stress, Quitting Intentions and Absenteeism. (Discussion Paper No. 493).Department of Economics, University of Stirling, United Kingdom.
- Mahmoud, M.A., Ahmad, S. & Poespowidjojo, D.A.L. (2021). Psychological safety and individual performance: the mediating effect of intrapreneurial behavior. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 1-19.
- Miller, F. A. (1998). Strategic culture change: The door to achieving high performance and inclusion. *Public Personnel Management*, 27, 151-160.
- Moon, K. & Christensen, R. K. (2019). Realizing the performance benefits of workforce diversity in the U.S. Federal Government: The moderating role of diversity climate. *Public Personnel Management*, 1-25.
- Motowidlo, S. J. (2003). Job performance. In I. B. Weiner, W. C. Borman, D. R. Ilgen, & R. J. Klimoski (Eds.), *Handbook of psychology: Industrial and Organizational Psychology* (Vol. 12, pp. 39–52). USA: John Wiley & Sons.
- Nembhard, I. M. & Edmondson, A. C. (2006). Making it safe: The effects of leader inclusiveness and professional status on psychological safety and improvement efforts in health care teams. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(7), 941–966.
- Newman, A.,Donohue, R. & Eva, N. (2017). Psychological safety: A systematic review of the literature. *Human Resource Management Review*, 27, 521-535.
- Ohunakin, F., Adeniji, A., Ogunnaike, O. O., Igbadume, F. & Akintayo, D. I. (2018). The effects of diversity management and inclusion on organisational outcomes: aA case of multinational corporation. *Business: Theory and Practice*, 20, 93–102.
- Pless, N. & Maak, T. (2004). Building an inclusive diversity culture: Principles, processes and practice. *Journal of Business Ethics*, 54, 129-147.
- Podsakoff, P. M., Scott B. M. & Nathan P. P. (2012). Sources of method bias in social science research and recommendations on how to control it. *Annual Review of Psychology*, 63, 539-569.
- Qurrahtulain, K., Bashir, T., Hussain, I., Ahmed, S. & Nisar, A. (2020). Impact of inclusive leadership on adaptive performance with the mediation of vigor at work and moderation of internal locus of control. *Journal of Public Affairs*, 1-9.
- Randel, A. E., Galvin, B. M., Shore, L. M., Ehrhart, K. H., Chung, B. G., Dean, M. A. & Kedharnath, U. (2018). Inclusive leadership: Realizing positive outcomes through belongingness and being valued for uniqueness. *Human Resource Management Review*, 28(2), 190–203.
- Sabharwal, M. (2014). Is diversity management sufficient? Organizational inclusion to further performance. *Public Personnel Management*, 43(2), 197–217.

- Settoon, R. P., Bennett, N., & Liden, R. C. (1996). Social exchange in organizations: Perceived organizational support, leader-member exchange, and employee reciprocity. *Journal of Applied Psychology*, 81(3), 219–227.
- Shore, L. M., Randel, A. E., Chung, B. G., Dean, M. A., Ehrhart, K. H. & Singh, G. (2011). Inclusion and diversity in work groups: A review and model for future research. *Journal of Management*, 37(4), 1262–1289.
- Singh, B., Winkel, D. E. & Selvarajan, T. T. (2013). Managing diversity at work: Does psychological safety hold the key to racial differences in employee performance? *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86(2), 242–263.
- Sigler, T. H., & Pearson, C. M. (2000). Creating an empowering culture: examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of quality management*, 5(1), 27-52.
- Sürücü, L., & Maslakçı, A. (2021). Kapsayıcı liderlik ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 22(2), 201-215.
- Ural, A. & Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss ile Veri Analizi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yener, S. (2015). Psikolojik rahatlık ölçeğinin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (ODÜSOBİAD)*, 5(13), 280-305.
- Yin, L. W. (2013). Inclusive Leadership and Employee Voice: Mediating Roles of Psychological Safety and Leader-member Exchange. (An Honours Degree Project). Hong Kong Baptist University, Hong Kong.
- Tavakol, M. & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's Alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55. <https://dictionary.cambridge.org/tr/s%C3%B6zl%C3%BCk/ingilizce/inclusiveness>
- <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/inclusiveness>

Extended Abstract

Aim and Scope

This study aims to examine the relationship between inclusive leadership and employee performance and whether psychological safety has a mediating role in this relationship. A total of 372 public employees working in the Social Security Institution and the General Directorate of Family and Social Policies in Erzincan province were chosen as a sample. It was investigated how these employees' inclusive leadership and psychological safety perceptions impact their performance.

Methods

The convenience sampling method, one of the non-random sampling methods, was used in the study. In this framework, the population was found to be 500 and 217 with a 95% confidence interval (Ural and Kılıç, 2005:43). A total of 400 survey forms were distributed to the employees between May 2021 and July 2021. After removing wrong and incompletely filled questionnaires, 372 questionnaires could be analyzed. A 5-point Likert type rating system (1. Strongly Disagree - 5. Strongly Agree) was used in the scales of the research variables.

The averages, standard deviations, reliability, and correlation analyzes of the scales were obtained using the SPSS 22 program. Before hypothesis testing in the study, the conceptual data model was investigated with confirmatory factor analysis utilizing the AMOS 23 package program. Then, the hypotheses were tested with PROCESS Macro (Hayes, 2013).

Findings

Reliability analysis, correlation analysis, and factor analysis of the variables were carried out in the study. Since the validity analyses of the research variables had already been completed and accepted in earlier studies, they were not repeated in this study. According to the findings, Cronbach Alpha coefficients for inclusive leadership (0.968), employee performance (0.839), and psychological safety (0.758) variables were determined to be above the reference value of 0.70 and adequate. In addition, it was observed that there is a positive relationship between inclusive leadership and employee performance ($r = 0.220$; $p = 0.000$) at a 99% significance level. Another finding is a positive relationship between inclusive leadership and psychological safety ($r = 0.278$; $p = 0.000$) at a 99% significance level. The last finding is a positive relationship between psychological safety and employee performance ($r = 0.272$; $p = 0.000$) at a 99% significance level. According to these findings, H1, H2 and H3 hypotheses were supported. On the other hand, in the H4 hypothesis, it was questioned whether psychological safety has a mediating role in the relationship between inclusive leadership and employee performance. As a result of analyzes, it was determined that psychological safety has a partial mediating role in the

relationship between inclusive leadership and employee performance ($b = 0.037$, 95% BCA CI [0.012, 0.072]). According to this result, the H4 hypothesis was accepted.

Conclusion

As a result of analyzes, firstly, a significant and positive relationship was determined between inclusive leadership and employee performance, and the H1 hypothesis was supported. Accordingly, leaders' good management of employee diversity and inclusion of employees in decision-making mechanisms can enable them to feel supported by their organizations and thus perform better in their jobs. Secondly, a significant and positive relationship was found between inclusive leadership and psychological safety, and the H2 hypothesis was supported. According to this finding, when leaders are willing to listen and discuss new ideas, employees can feel comfortable and share their opinions without fear. Thirdly, a significant and positive relationship was determined between psychological safety and employee performance, and the H3 hypothesis was supported. Accordingly, when employees are sure that they will not be shamed, rejected, or punished when they express their opinions in the workplace, they can easily put forward their new and opposing ideas and thus be more productive and creative. Finally, it was found that psychological safety has a partial mediating role in the relationship between inclusive leadership and employee performance, and the H4 hypothesis was supported. The relationship between these variables was explained in the scope of social exchange theory. Accordingly, leaders who embrace their employees' diversity, include them in decision-making mechanisms, and value their ideas increase their employees' psychological safety perceptions. Thus, employees feel psychologically safe in the organizations and respond to their leaders by putting forth more effort/performance in their jobs.

Emniyet Hizmetleri Üzerinden Devlet Algısı: Erzincan İli Örneği¹

State Perception on Security Services: The Case of Erzincan Province

Fatih Altınpınar², Hasan Mahmut Kalkışım³

Öz

Devletlerin görünen yüzleri, kamu hizmetleridir. Bireyler genellikle kamu hizmetleri üzerinden devlet algılarını geliştirirler. Dolayısıyla kamu hizmetlerinin kalitesi vatandaşların memnuniyet düzeyini artıracığından devlete olan bakışlarını da olumlu yönde şekillendirecektir. Bu bakış açılarının ortaya konulmasında bireylerin siyasi fikirleri, ideolojik duruşları da zaman zaman etkili olabilmektedir.

Emniyet Teşkilatı, günümüzün önemli kamu kuruluşlarından bir tanesidir. Farklı alanlarda hizmet yürütmektedir. Temelde emniyet hizmetleri yürüten bu birimin vatandaşların gözünde devletin algısını değiştirip değiştirmediği yapılan bu çalışma ile ortaya konulmak istenmiştir. Nitekim Erzincan'ın heterojen yapısı ile barış ve kardeşlik değerleriyle yaşayan topluluğunun örnek olarak seçilmesinin nedeni, küçük ölçekte verilen cevapların Türkiye ile özdeşleştirilebileceğinin düşünülmesinden kaynaklanmaktadır. Servperf ve Servqual ölçeklerden faydalanılarak oluşturulan anket ile Erzincan'da yaşayan vatandaşların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı ölçülmüştür. Emniyet hizmetlerinin devlet algısını olumlu yönde etkilediği yapılan çalışma neticesinde ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Kamu Hizmeti, Emniyet Teşkilatı, Erzincan.

Abstract

The visible faces of states are public services. Individuals generally develop their perceptions of the state through public services. Therefore, since the quality of public services will increase the satisfaction level of citizens, it will also shape their view of the state in a positive way. Political ideas and ideological stances of individuals can also be effective from time to time in revealing these perspectives.

The Police Department is one of today's important public institutions and provides services in different fields. Whether this department, which basically carries out security services, changes the perception of the state in the eyes of the citizens, is aimed to be revealed with this study. Indeed, due to Erzincan as selected example of communities has heterogenous social structure and living with the values of peace and brotherhood, is due to the thought of the answers given on a small scale could be identified with Turkey. The perception of the state was measured through the security services of citizens living in Erzincan with a questionnaire created by using the scales of Servperf and Servqual. It has been revealed as a result of the study that the security services positively affect the perception of the state.

Keywords: Political Sciences, Public Administration, Public Service, Police Department, Erzincan.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: H70, L88, F52

Submitted: 13 / 11 / 2021

Accepted: 01 / 02 / 2022

¹ Bu çalışma, Gümüşhane Üniversitesi SBE tarafından 2020 yılında kabul edilen, kendisi ile aynı ismi taşıyan Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

² Polis Memuru, Niğde İl Emniyet Müdürlüğü, fatih-altinpınar@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-0954-7929>

³ Dr. Öğretim Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi İİBF SBKY, hmkalkisim@gumushane.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-1332-6168>

Giriş

Dünya nüfusunun zaman içerisinde artmasıyla bazı şartlar değişmiş, değişen şartlar ve yaşam biçimleri insanların istek ve ihtiyaçlarını da farklılaştırmıştır. Bu gelişmeler, toplumun devlet ile tanışmasına yol açmıştır. Tarihsel süreçte bireylerin devleti tanımlama şekillerinde ise değişiklikler oluşmuştur. İnsanların zihninde oluşan devlet şekilleri 19. yüzyılda sanayileşme ile ideolojilere dönüşmeye başlamıştır (Ertugay, 2012: 32-33). Devlet yönetimini etkileyecek düzeye gelen ideolojiler zamanla kendine daha fazla taraftar edinmiştir. Bölgesel, kültürel ve yaşamsal farklılıklar birden fazla ideolojinin ortaya çıkmasında etkili olmuştur.

Bütün dünyada etkili olan ideolojiler Türkiye'de de boy göstermiş, etkisi altına aldığı insanlar tarafından savunulmuş, savundukları ideolojilerin etkisiyle siyasi kimlikler oluşmuştur. Türkiye'de Avrupa'ya göre siyasi kimlikler daha farklı gelişmiştir. Türkiye'de merkez ile çevre arasında yaşanan çatışmalar, siyasi kimliklerin belirlenmesinde uzun süre etkili olmuştur. Nitekim bu süre 19. yüzyıl Osmanlısından tek partili dönem Türkiye'sinin sonuna kadar uzanmaktadır (Mardin, 1990: 36-37). Sonrasında Türkiye'de farklı ideolojiler benimsemiş olan gruplar ortaya çıkmış, birbirinden farklı partiler kurulmuş ve bu partilerle dünya üzerindeki farklı ideolojiler savunulmuştur. Bu partilerden bir kısmı ülke yönetiminde etkili olmuş, dönem dönem birbirinin ideolojik fikirlerine uzak olan partiler koalisyon oluşturarak ülke yönetimine gelmiştir. Ancak her dönemde kamu kurum ve kuruluşları devlet adına hizmet etmeye devam etmiştir. Devlet adına hizmet etmeye devam eden kamu kurumları küreselleşme ile birlikte olumlu yönde değişimler geçirerek vatandaşların daha kaliteli, daha hızlı, daha az maliyetli hizmet almasının önünü açmıştır. Emniyet Teşkilatı da küreselleşme ile değişim ve gelişim yaşayan kamu kurumlarından bir tanesidir.

Emniyet Teşkilatı kamu kuruluşları arasında günümüzde oldukça önemli bir konuma sahiptir. Kaboğlu'nun da dediği gibi devlet, yaptırım uygulanan vatandaşın gözünde kolluk biriminde somutlaşabilmektedir (Kaboğlu, 2017: 96). Nitekim "Nerede bu devlet?" şeklinde yapılacak ilk serzenişte devletin vitrini olan Emniyet Teşkilatı personeli ile karşılaşılacaktır. Bu durum yüzyıllardır neredeyse tüm dünya ülkelerinde geçerliliğini korumaktadır. Devleti yanında görmek isteyen vatandaşın günümüzde en çok iletişimde olduğu devlet kurumları arasında Polis Teşkilatı yer almaktadır.

Kendini sürekli geliştiren ve geliştirmeye devam etmek zorunda olan Emniyet Teşkilatı, insanların gözünde devletin görünen yüzü olmuştur. Emniyet Teşkilatı, belediye sınırları içerisindeki iç güvenlik başta olmak üzere birçok sorumluluğu üzerinde taşımaktadır. Emniyet Teşkilatı bu sorumluluklarını yerine getirirken doğrudan devleti ilgilendiren iş ve işlemler yaparak insanların devlete olan bakış açısını etkilemektedir. Yapılan bu çalışmada kozmopolit bir yapıya sahip olmakla birlikte halkın huzur içinde birlikte yaşadığı Erzincan ilinde, emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısını ölçmek amaçlanmıştır. Bu çerçevede hizmet kalitesi ölçüm modelleri olan SERFPERF ve SERVQUAL modellerden de faydalanılarak anket soruları hazırlanmıştır. Hazırlanan anket içerisinde hizmet kalitesi soruları olduğu da göz önünde bulundurulursa, emniyet birimlerinin hizmet kalitesi ve Erzincan'da yaşayan vatandaşların gözünde emniyet hizmetlerinin devlet algısına (olumlu veya olumsuz) etkileri değerlendirilmiştir.

1. Devleti Tanımlama Çabası

Devlet, kelime olarak Arapça kökenli olup "Devle" kelimesinden dilimize geçmiştir. Kelime anlamı, "tedavül eden yani ele geçirilen"dir (Gözler, 2017: 5). Benzer bir ifadeyle devlet kelimesi, iktidarın el değiştirmesini anımsatmaktadır (Esen, 1970: 89). Her disiplinin devlet kavramına kendi açısından yaklaşması farklı tanımların oluşmasına yol açmıştır. Bir yaklaşıma göre devlet, hukuki, ekonomik, politik vb. konuları bünyesinde barındıran karmaşık, sosyal ve çok yönlü bir olgudur (Zabunoğlu, 1973: 35). Kapani, devleti sınırları belirli bir toprak parçası üzerine yerleşmiş, zor kullanma yetkisine haiz yönetime tabi insanların oluşturduğu siyasal bir yapılanma olarak tanımlamaktadır (2017: 37-38). Devlet konusunda yapılan birçok tanımın içinde en kabul göreni Georg Jellinek'in "Üç Unsur Teorisi"dir. "Üç Unsur Teorisi"ne göre devletin kurulabilmesi için insan topluluğuna, kara parçasına ve egemenliğe ihtiyacı vardır. Bu unsurlar üzerinden devlet, bir insan topluluğunun belli bir toprak üzerinde egemen olmasıyla oluşan, süreklilik arz eden ve hukuki kişiliğe sahip bir yapı olarak tanımlanabilir (Akyılmaz, 1998: 1).

1.1. Siyasi İdeolojilere Göre Devlet

İdeoloji, siyaset literatürüne 18. yüzyılın son döneminde Destutt de Tracy isimli Fransız düşünür ile girmiştir (Heywood, 2014: 70). Günümüzde kabul gören ideolojiler, sanayileşmenin oldukça hızlı şekilde toplumu değişime ittiği 19.yüzyılda ortaya çıkmaya başlamıştır. Sanayileşme beraberinde işgücü talebini getirmiş, işgücü talebi oluşunca köylü halk kentlere göç etmiştir. Köyden kente yaşanan göçün neticesinde şehirlerde birden bire nüfus yoğunluğu oluşmuş ve dolayısıyla şehirler, birbirine yabancı olan insan topluluğu haline gelmiştir. Köylerden şehre göç eden insanlar köyde buldukları sosyalleşme imkânlarını kentlerde bulamamış, kendilerini yalnız, kimsesiz ve boşlukta hissetmişlerdir. Bu boşluğa düşme ve yalnızlaşma psikolojisi insanları yeni arkadaş toplulukları oluşturma ve yeni amaçlar edinmeye yöneltmiştir. Böylelikle, yaşanan köklü değişiklikleri açıklamak ve insanların hayatlarına yeni yön verebilme çabaları ideolojileri doğurmuştur.

Kısaca ideoloji, çağın getirdiği değişikliklerden rahatsız olan insan gruplarına öncülük eden düşünürlerin oluşturduğu ve belli bir zemine oturarak sistematikleştirdiği düşünceleridir (Ertugay, 2012: 32-34).

Bu çalışmanın konusu vatandaşların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısını belirlemek olduğundan Türkiye'deki devlete bakışı etkileyen ve yeryüzünde önemli etkileri olan Liberalizm, Sosyalizm, Sosyal Demokrasi, Muhafazakârlık, Milliyetçilik, Faşizm ve Siyasal İslam hakkında kısaca bilgi verilmiştir.

1.1.1. Liberalizm

Liberalizm, batı toplumlarında Ortaçağ düzeninin çökmesi sonucu ortaya çıkmıştır. Siyaset ve ekonomi odaklı bir teoridir (Parlak ve Doğan, 2016: 114; Hobhouse, 2009: 8). Liberal düşünülere göre sosyal toplum sözleşmesi neticesinde devlet kavramı ortaya çıkmıştır. Bu nedenle birey devletten önde gelir. Devlet, bireylerin doğanın bir kısmını kendi mülkü ilan etmesi neticesinde, bu mülkü ve her türlü güvenliği başka bireylerin saldırısından koruyabilmek için doğal durumdan vazgeçerek oluşturduğu bir kurumdur. Liberalizmin öncüsü olan Lock, sosyal sözleşme neticesinde meydana gelen iktidara bireyin hiçbir zaman ayrıcalıklarını tamamen devretmediğini belirtmektedir. Bu kurumun amacı bireylerin doğa halindeyken sahip oldukları hakları korumaktır (Kaboğlu, 2017: 97). Liberalizmde devlet zorunludur ancak potansiyel bir zorba olduğundan sürekli denetlenmesi gerekir. Bir nevi devlet, kuralları uygulayarak düzen içerisinde zaman geçirilmesini sağlayacak ancak elindeki yetki ile şike yapmaması için denetlenebilecek bir hakeme benzetilmiştir. Böylece hakem kabul edilen devlet tarafından, bireylerce oluşturulmuş kurallar bütününe karşı gelen insanlara gerekli yaptırımlar uygulanarak insanların birbirinin hak ve özgürlüklerine saygı çerçevesinde yaşayabilmesi hedeflenmiştir (Heywood, 2007: 51).

1.1.2. Sosyalizm

Sosyalizm, sanayileşmiş toplumlardaki işçi sınıfının belli başlı problemlerini liberal sisteme karşı dile getirebilmek adına 19. yüzyılın ortalarında Fransa, İngiltere, Almanya başta olmak üzere sanayileşmiş Batı topluluklarında yaygınlaşmaya başlamıştır (Parlak ve Doğan, 2016: 114). Sosyalizme göre devlet, liberalizmin tersine bireylerin ortak çıkarlarını ve özgürlüklerini korumakla görevli değildir. Devletin sadece egemen sınıfın çıkarlarını korumak için var olduğu belirtilmektedir (Ertugay, 2012: 45-46). Sosyalizm, bireyi ve onun özgürlüğünü ön planda tutmamış, onun yerine toplumu ve eşitliği ön plana almıştır. Belirtilen bu siyasi akımın öncüsü Karl Marx'tır ve bununla birlikte ilk uygulayan da Lenin olduğundan sosyalist sisteme Marksist-Leninist sistem de denilmektedir (Kaboğlu, 2017: 99). Toplumun ekonomisinin devlet tarafından sağlanması gerekliliğinin yanı sıra sosyal ve ekonomik anlamda belirli bir refaha ulaşmayı amaçlayan sosyalist sistem, birbirinden farklı yorumlara sahiptir. Bununla birlikte sosyalizm birçok düşünürü göre ütopyadan ibarettir (Yıldırım, 2018: 884).

1.1.3. Sosyal Demokrasi

Sosyal Demokrasi kavramı, 19. yüzyılda ezildiği düşünülen işçi sınıfı tarafından birtakım hak ve çıkarlarını savunabilmek adına oluşturulmuş işçi birlikleri tarafından kullanılmıştır. Bununla birlikte bu kavram, sanayileşmiş topluluklarda görülmektedir (Parlak ve Doğan, 2016: 115-116). Zaman içerisinde farklılaşma eğilimi yaşayan Sosyal Demokrasi modeli, Marksizm'i kendisine temel edinmesine rağmen Sosyalizme ve Kapitalizme eleştiri getirmektedir (Sabancılar Eren, 2019: 402). Sosyal Demokrasi, birey ile toplum arasındaki dengeyi savunduğu gibi devlet ile piyasa arasındaki dengeyi de savunmaktadır (Parlak ve Doğan, 2016: 116).

1.1.4. Muhafazakârlık

18. yüzyıl sonları ve 19. yüzyıl başlarına doğru ortaya çıkan Muhafazakâr düşünce sistemi, mevcut ekonomik siyasal ve sosyal sistemin değerliliğini belirtmekte ve maksimum düzeyde korunması gerektiğini öngörmektedir (Parlak ve Doğan, 2016:115). Muhafazakârlara göre insan yetkin bir varlık değildir. Yetkin olmayışla birlikte otorite aynı zamanda doğaldır. Muhafazakâr düşünülere göre otorite bir sözleşme ile değil doğal olarak gelişmiştir. Bir çocuğun üzerinde anne babanın otoritesi bir sözleşme neticesinde gerçekleşmemiştir. Tamamen doğal yollarla gelişen bu ebeveyn otoritesi alttan yukarı oluşturulmuş bir otorite çeşidi değil, tepeden inme bir otoritedir (Ertugay, 2012: 51). Her ne kadar aile benzetmesi yapılsa da Muhafazakârlar aile ile devletin benzetilmesine karşı çıkmaktadır. Özellikle Liberal-Muhafazakâr düşünürler aile ile toplum ve devlet arasındaki farklılığın üzerine durmakta; aile ile farklı kurumların birbirine benzetilmesi durumunda aile kurumunun zarar göreceğini ileri sürmektedirler (Özipek, 2004: 138).

1.1.5. Milliyetçilik

Milliyetçilik, ideoloji olarak 19. yüzyılda sanayi devrimi sonrasında Batı Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Sanayileşme sürecinde toplumda çok hızlı değişimler olmuş, köylerden kentlere göçler yaşanmış, bilgi ve ticaret eskisinden daha önemli bir hal almış, böylelikle tarımsal faaliyetlerde, sosyal yapıda, ekonomik anlayışta ve toplumsal yapıda köklü değişimler meydana gelmiştir (Oppenheimer, 1997:138-140). Milliyetçilik, milleti siyasi örgütlenmenin ana unsuru olarak ele almaktadır. Halk adına, halk tarafından ve halka dayalı bir devlet yönetimini benimsemektedir (Smith, 1991: 72). Milliyetçilik, devlet ve milletin birbirine bağımlı iki unsur olduğunu belirtmektedir. Bundan dolayı millî devlet kurma fikri milliyetçiliğin en önemli

hedeflerinden birisidir. Halk veya millet, siyasi egemenliğin, dolayısıyla meşruiyetin kaynağıdır. Bu ideoloji, ulusun kendi kaynaklarını kullanarak refahça gelişmesini ve pazara yön verebilmesini hedefler. Bu ideolojiye göre, devletin millî rekabeti artırma, ulusal kaynakları en iyi şekilde değerlendirme, ülke genelindeki millî değerlere sahip çıkma gibi önemli konularda politika geliştirmesi gerekmektedir (Şahin, 2007: 6-7).

1.1.6. Faşizm

Faşizm, kendinden olmayanları düşman olarak değerlendirir ve onların kültürlerine, gelenek ve göreneklerine saygı göstermenin doğru olmadığını değerlendirir. Faşizm, kendi milletinin diğer milletlerden üstün olduğu düşüncesini savunmaktadır (Heywood, 2007: 273). 20. yüzyılda ortaya çıkan faşizm Fransız devrimi sonrasında ortaya çıkan fikirlere karşı çıkmasıyla da bilinmektedir (Parlak ve Doğan, 2016: 115). Devletin insan ırkı kadar eski bir varlık olduğunu belirten bu ideoloji, devleti her şeyin üstünde görmekte ve devletin hiçbir şeye bağlı olamayacağını ileri sürmektedir (Renton, 1999: 30). Birey Faşizm için önemsizdir ve devlete hizmet etmesi gerekir. Birey, değerini, devlet içinde yerine getirebildiği görevlerden almaktadır. Dolayısıyla her şey devlet için yapılmalı ve hiçbir şey devletin karşısında olmamalı görüşü hâkimdir (Ertugay, 2012: 56).

1.1.7. Siyasal İslam

Siyasal İslam, Batılı toplulukların Müslüman coğrafyayı sömürgeleştirilmesi neticesinde ortaya çıkmıştır. Batılı sömürge zihniyetinin Müslüman olan ülkelerde uyguladığı değişik rejimler neticesinde bölgede bulunan diğer Müslüman devletlere göre sömürülen devletler farklılıklar göstermeye başlamıştır. Siyasal İslam'ın ortaya çıkmasında, Hristiyan yönetimde Müslüman olarak yaşayamama kaygısı en önemli unsur olmuştur (Dönmez, 2004: 93). Siyasal İslamcılığı, her kesimden aydının İslamiyet'in temel bilgi ve kurallarına riayet edilerek oluşturulan dünya hayatı sisteminin geliştirilmesi ve bu geliştirilen dünya hayatı sistemine göre yaşanması için sarf edilen çabaların sonucu olarak tanımlayabilmek mümkündür. İslam, Kuran-ı Kerim ve Hadis-i Şeriflerin ışığında, bir yaşam biçimi dolayısıyla bu kurallar doğrultusunda bir devlet yönetimi öngörmektedir (Türk, 2015: 102-106). Dolayısıyla Siyasal İslam kavramı da belirtilen bu kurallara tabi olunarak devletin yönetilmesi fikrini savunmaktadır.

1.2. Kısaca Türkiye'de İdeolojiler

Belirtilen bu konu oldukça karmaşık ve üzerine çok büyük araştırmalar yapılabilecek bir konudur. Bu sebeple çalışma gereği bu konuya maksimum derecede yüzeysel olarak değinilmiştir.

Siyasi kimliklerin ortaya çıkışı Avrupa ile Türkiye arasında oldukça farklı gelişmiştir. Avrupa'da siyasi kimliklerin oluşumu, merkez ile çevre arasında yaşanan çatışmalar, devlet ile kilise arasında yaşanan eğitim sistemi ve laiklik konulu çatışmalar, köylü ile kentli arasında yaşanan ekonomik temelli çatışmalar, işçi ile işveren arasında yaşanan emek gücü ve üretimle alakalı çatışmalar sonucu belirginleşmiştir. Osmanlı Devleti'nin son zamanlarında siyasi kimlikler oluşmuştur. Bu dönemde belirginleşen siyasi kimliğin merkez ile çevre arasında yaşanan çatışmalar şeklinde ortaya çıktığı belirtilmektedir. Türkiye tarihi de göz önüne alınırsa tek partili döneme kadar merkez-çevre çatışması şeklinde siyasi kimlikler belirlenmiştir (Mardin, 1990: 36-37).

Türkiye'de tek parti döneminde Cumhuriyet Halk Partisi (CHP), merkez ile çevre arasında yaşanan siyasal bölünmede merkezi oluşturmuştur. Kendisinin ilerlemeciliği, modernliği, inkılapçılığı vb. unsurları savunduğunu beyan etmiş, dolayısıyla kendi siyasal kimliğini bu doğrultuda belirlemiştir (Gökmen, 2006: 133). Çevreyi oluşturan, kesim ise gericilik, irtica gibi unsurlarla özdeşleştirilmiş, bunun sonucunda da kültürsüz veya kültür bakımından eksik olan bir konumlandırma yapılmıştır. Çevre, merkezin tepeden inme reformlarına karşı çıkmış, daha muhafazakâr olan bir tutum sergileyerek muhalefet yapmıştır. Dünyada yaşanan gelişmeler Türkiye'de de birtakım değişiklikleri beraberinde getirmiş, böylece sağ ve sol kavramları siyasal konjonktüre eklenmiştir. Yaşanan bu değişim neticesinde sol olarak nitelendirilen kesimi devlete hâkim olan merkez, kendine yakın bulurken, sağ olarak nitelendirilen kesimi ise muhafazakâr olan ve devlet yönetimini ele geçirmek isteyen çevre, kendine yakın bulmuştur (Göksu, 2013: 78).

Çok partili hayata geçildikten sonra bir süre daha merkez-çevre çatışması devam etmiş, 1960'lı yıllarda meydana gelen öğrenci hareketleri gibi toplumsal olaylarla birlikte siyasi partiler ideolojik olarak taraf belirlemeye başlayınca merkez-çevre çatışması yerini yavaş yavaş sağ-sol çatışmasına bırakmaya başlamıştır. 1980 yılında gerçekleşen darbe neticesinde sol söylemlerin çoğundan vazgeçilmiş, darbe ortamında kabul edilebilir sol siyaset yapıma kararı alındığından laiklik ilkesinin üzerinde durulduğu ve merkeze eskisinden daha yakın bir sol görüşün benimsendiği değerlendirilmektedir (Göksu, 2013: 80-81). Türkiye'de Muhafazakârlık anlayışının içeriği İslam değerleriyle de doldurulmuştur. Bu yüzden Avrupa'daki Muhafazakârlıkla Türkiye'deki Muhafazakârlık kavramları bazı noktalarda önemli farklılıklar içermektedir (Özipek, 2010: 118). Sağ ideolojinin bir diğer önemli unsuru ise Milliyetçilik anlayışıdır. Cumhuriyetin kuruluşunda itibaren ulus-devlet anlayışının da gereği olan Milliyetçilik, millî bir kimlik oluşturulması sürecinde önemli yol gösterici olmuştur. Ancak çok partili hayata geçilmesinden kısa bir süre sonra merkez-çevre çatışması yerini sağ-sol çatışmasına bırakınca,

geleneklerinden kopmayan, kendisini merkezde konumlandırmayan Milliyetçiler sağ grupta kendisine yer edinmiştir (Mert, 2007: 68).

2. Kamu Hizmeti

Kavramın tanımlanması noktasında literatürde farklı yaklaşımlar söz konusudur (Göküş, 2010: 195-196). Bir tanıma göre, devlet eliyle ya da devlet kontrolü altındaki kamu tüzel kişileri aracılığıyla sunulan genel gereksinimlerin karşılanması ve kamu yararı sağlanmasını amaçlayan ve bu doğrultuda uygulanan süreklilik arz eden aynı zamanda düzenli olan faaliyetlere kamu hizmeti denir (Onar, 1966: 13). Kamu hizmetinin üç temel unsurunun olması gerektiği belirtilmektedir. İlk olarak kamu hizmeti bizzat devlet eliyle veya devlet tarafından kontrol edilen özel kişiye yaptırılmalıdır, ikinci olarak kamu yararına yönelik olarak yapılmalı ve genele arz edilmelidir. Son olarak kamu hizmeti kesintisiz ve sürekli surette yürütülmelidir. Belirtilen bu durumların gerçekleştiği hizmet sunumu kamu hizmeti olarak değerlendirilmektedir (Ökmen ve Dönmez, 2004: 41).

Kamu hizmetleri her devlette farklılık gösterebilmektedir. Çünkü içinde bulunulan durumlar farklı kamu hizmeti vermeye devleti mecbur edebilmektedir. Ancak evrensel olan kamu hizmeti temel ilkeleri de vardır. Bunların dünyanın her yerinde aynı olması beklenmektedir. Belirtilen bu unsurları süreklilik, değişkenlik, eşitlik, tarafsızlık ve bedelsizlik olarak sıralayabilmek mümkündür (Altın, 2013: 104; Uğur, 2019: 353).

2.1. Küreselleşme ve Kamu Hizmeti

Küreselleşmenin tüm dünyanın etkileşiminin sağlanmasını ve tek bir pazarda birleşmesini ifade ettiği belirtilmektedir (Kutlu, 1998: 366). Bu etkileşim her alanda bir değişimi beraberinde getirmiştir. Bu değişimler kamu hizmetlerinin özellikle yürütülmesinde geleneksel yöntemlerin dışına çıkılmasına yol açmıştır. Buna ilaveten yaşanan ekonomik sosyal ve teknolojik gelişmeler ve değişimler devlet algısının eskiye nazaran değişimine önemli ölçüde etki etmiştir (Altın, 2013: 108).

Küreselleşme beraberinde şeffaflık unsurunu da getirmiştir. Yönetimin şeffaf olması, vatandaşa hesap verebilirlik kavramını da içinde barındırmaktadır. Gerçekleştirileceği iş ve eylemlerden sonrasında sorumlu olacağını bilmesi yönetimin hizmetlerine yansımıştır. (Yüksel, 2004: 5). Ayrıca küreselleşme, kamu hizmetlerinde yerelleşmeyi de beraberinde getirmiştir (Doğan, 2016: 1798). Kamu hizmetlerinde yerelleşme hizmetlerin daha hızlı ve daha verimli bir hal almasını sağlamıştır. Ayrıca yerelleşme süreci vatandaşa bürokrasiyi minimize ederek hizmet verme imkânı sunduğundan halkın ihtiyaçlarına ciddi manada karşılık verme fırsatı da doğabilmektedir (Altın, 2013: 113). Küreselleşmenin beraberinde getirdiği bir diğer kavram ise e-devlet kavramıdır. E-devlet, gelişen teknoloji neticesinde bilişim teknolojilerinin kamu yönetimi ve kamu hizmetlerinde kullanılarak vatandaşa elektronik ortamda kamu hizmeti verebilme olanağı tanımıştır. E-devlet kamu hizmetlerini daha hızlı, daha şeffaf ve daha etkin bir biçimde sunmaktadır (Köseçik ve Karkın, 2004: 100).

Küreselleşmeyle birlikte 1980'li yıllarda, kalite kavramı da kendisinden söz ettirmeye başlamıştır. Bu yıllardan sonra yaygınlaşan kitle iletişim araçları, insanların haber edinme ve ortak fikir beyan edebilme fırsatı yakalamasını sağlamıştır. İnsanların fikir birliği sağladığı konulardan biri de kamu hizmeti kalitesi olmuştur. İnsanlar bu düşüncelerini kitle iletişim araçları aracılığıyla tüm dünyaya yaymış, kamu hizmetlerinde kalitenin artışının hızlanmasına olanak sağlamışlardır (Göküş, 2010: 196).

Kamu hizmetlerinde şeffaflık ve kalite anlayışlarının bir gereği olarak son dönemde gündeme gelen önemli bir kavram da üretişimdir. Kamu hizmetlerinin sunumunda vatandaş katılımını ifade eden üretişim, Batı Avrupa ülkelerinde etkin bir şekilde uygulanmaktadır. Her ne kadar Türkiye'de bu konuda literatür gelişmesine de zaman zaman önemli uygulamalarla karşılaşılmaktadır. Emniyet müdürlüklerinin "toplum destekli polislik uygulamaları" bunlardan biridir (Lamba ve Öztıp, 2019: 103).

2.2. Emniyet Teşkilatı ve Emniyet Hizmetleri

İnsanlar, tarihsel süreçte sürekli birbirlerinden ve diğer varlıklardan kendi mallarını, canlarını, ailelerini koruma ihtiyacı hissetmiştir. Dolayısıyla Maslow'un ihtiyaçlar piramidinin ikinci sırasında bulunan güvenlik hizmetleri, insanlık tarihi ile birlikte varlığını göstermektedir. Güvenlik hizmetleri, günümüzde şehirlerde Kolluk birimleri, sınırdaki ise Silahlı Kuvvetler aracılığı ile verilmektedir. Ancak eski Türk devletlerinde ordu aracılığı ile Polis Teşkilatının hizmetleri verilmiştir. Nitekim Polis Teşkilatı da Askerî Teşkilat içinde yer almıştır (Tatlıoğlu, 2013: 91).

1845 yılında bugünkü Emniyet Teşkilatının temellerini oluşturan "Polis" adında bir teşkilat kurulmuştur. Böylece kendi başına bir teşkilatlanma sağlanmıştır (Türk, 2014: 158). Cumhuriyetin kurulmasıyla birlikte Emniyet Teşkilatı özverili çalışmalar neticesinde tüm ülke genelinde asayiş ve güvenlik bakımından hâkimiyet kurarak başarı göstermiştir (Tatlıoğlu, 2013: 93). Ardından çeşitli şekillerde düzenlemeler yapılan Emniyet Teşkilatında 1934 yılında Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu, 1937 yılında Emniyet Teşkilatı Kanunu yürürlüğe girmiştir. Belirtilen bu iki kanun hâlen Emniyet Teşkilatı için önemli kanunlardır ve birtakım güncellemeler ile birlikte geçerliliğini korumaktadır.

Emniyet birimleri, belediye sınırları içinde Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu ve Emniyet Teşkilatı Kanunu kapsamında görevli buldukları alan içerisindeki vatandaşların huzurunu ve güvenliğini sağlamakla, kamu düzenini korumakla görevlendirilmişlerdir. Belirtilen bu görevleri yerine getirebilmesi için genel emniyetle ilgili polise iki farklı alanda sorumluluk yüklenmiştir. Bunlardan ilki önleme görevi, diğeri ise adli görevlerdir. Belirtilen bu önleme görevi, polisin bir olay gerçekleşmeden oluşması muhtemel olan suçun önüne geçmesi yöntemiyle yerine getirilen görev çeşididir. Adli görevler ise önceden işlenmiş olan bir suçun gerekli yargılanmasının yapılabilmesi için failerin yakalanarak yargıya teslim edilmesi şeklinde yerine getirilmektedir. Emniyet Teşkilatı, her kamu kurumu gibi belli bir düzene ve teşkilatlanma yapısına sahiptir. Emniyet Teşkilatı bir genel müdürlük statüsüne sahip olup İçişleri Bakanlığı bünyesinde hizmet vermektedir. Emniyet Teşkilatının en üst birim amiri Emniyet Genel Müdürü'dür.

3. Erzincan'ın Önemi

İl plaka kodu 24, Yüzölçümü 11.903km² olan Erzincan, Fırat'ın hemen yukarısında, Doğu Anadolu bölgesinde yer alır (erzincankulturturizm.gov.tr., 2020). Erzincan'ın ekonomisi genel itibariyle tarım ve hayvancılığa dayanmaktadır. Sanayileşme çalışmaları tarıma dayalı olarak sürdürülmeye çalışılmaktadır (erzincan.gov.tr/ekonomik-durumu#..., 2022).

Erzincan Kuzey Anadolu fay hattı üzerinde bulunması hasebiyle birinci dereceden deprem bölgesindedir. İki 1939 yılında Richter ölçeğine göre 7.9; ikincisi 1992 yılında 6.8 büyüklüğünde yaşanan iki deprem Erzincan'ın çok göç vermesine neden olmuştur. Göçten sonra Erzincan şehrinde yaşayanların sayısı oldukça azalmış ve nihayetinde Erzincan çevre il, ilçe ve köylerden göç almaya başlamıştır. Erzincan ağırlıklı olarak Gümüşhane, Erzurum, Tunceli, Bayburt, Ağrı, Bingöl ve Sivas illerinden göç almıştır (www.erzincangazetesi.com.tr., 2020). Bu sebeple Erzincan'ın bir mozaik gibi olduğu söylenebilir. Nitekim siyasi görüş olarak taban tabana zıt olan illerden alınan göçler olmasına rağmen Erzincan'a yansıyan bir gerginlik olmamış, saygı ve hoşgörü ortamı sürekli olarak korunmaya çalışılmıştır.

Erzincan'ı siyasi açıdan ele almak gerekirse, 2018 yılında yapılan son genel seçimlerde Cumhurbaşkanı oylamasında Recep Tayyip Erdoğan'a %60.6 oy çıkarken, Muharrem İnce'ye %31.5 oy çıkmıştır. Üçüncü sırada Meral Akşener'e %5.5, Selahattin Demirtaş'a %1.3, Temel Karamollaoğlu'na ise %1 oy çıkmıştır. Milletvekilli seçiminde ise %44.8 AK parti oy alırken %25 CHP oy almıştır. Üçüncü sırada %18.6 ile MHP, dördüncü sırada ise %5.6 HDP, beşinci sırada %4.2 ile İYİ Parti bulunmaktadır (www.ysk.gov.tr, 2020).

Çalışmanın merkezinde yer alan Erzincan Emniyet Müdürlüğü, İçişleri Bakanlığına bağlı olan Emniyet Genel Müdürlüğü bünyesinde bulunan 81 taşra teşkilatından biridir. Belediye sınırları içerisinde bulunan polis bölgesinde ikamet eden vatandaşların emniyet hizmeti alabilmesi için 24 saat kesintisiz çalışan Erzincan Emniyet Müdürlüğü, çağın getirdiği teknolojik imkanlarla, evrensel değerleri gözeterek insan haklarına karşı hassasiyeti elden bırakmadan, adil ve tarafsız bir şekilde, Atatürk ilke ve inkılaplarına bağlı olarak barış, huzur ve kardeşlik ortamını korumayı hedefleyen ilkeleri kendisine misyon ve vizyon edinmiştir (www.erzincan.pol.tr/hakkimizda., 2022).

Erzincan Emniyet Müdürlüğü, Halitpaşa Mahallesi, Halitpaşa Caddesi üzerinde fizikî olarak hizmet verirken "www.erzincan.pol.tr" isimli internet sitesi üzerinden de hizmet vermektedir. Örneklendirmek gerekirse, belirtilen uzantıdan ihbarda bulunulabilmekte, trafik tescil işlemleri ile ilgili bilgi edinilebilmekte, sınav sonuçları öğrenilebilmekte, kiralık araç bildirimleri yapılabilmekte, e-devlet hizmetlerine ulaşılabilmekte ve bunun gibi birtakım hizmetler alınabilmektedir. Ayrıca emniyet birimlerinin yapmış olduğu operasyonlar, huzur ve güven uygulamaları ile ilgili yine başta Erzincan'ı ilgilendiren haberler olmak üzere birçok habere erişim sağlanabilmektedir. (www.erzincan.pol.tr., 2022).

Bir mozaik olan Erzincan'ın ele alınan bu çalışmadaki önemi, farklı kültürlerden beslenmiş, farklı şehirlerden gelen, farklı düşünce yapılarına sahip olan birçok insanı bünyesinde barındırmasından kaynaklanmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Emniyet birimleri, vatandaşların birçok ihtiyacı için uğradığı birimlerdir. Emniyet birimleri ile ilgili literatürde oldukça az çalışma yer almaktadır. Emniyet hizmetlerinin devlet algısına etkisi ile ilgili yapılan literatür taramasında ise herhangi bir veriye ulaşılamamıştır. Bu durum, belirtilen alanda çalışma yapılmasının gerekliliğini göstermektedir.

Öte yandan birçok vatandaşın emniyet birimlerinden hizmet aldığı sırada ve sonrasında yapılan ikili görüşmelerde, "Allah devletimize zeval vermesin.", "Devletimiz vatandaşlarına değer veriyor." gibi birtakım cümleler sarf ettiği gözlenmiştir. Nitekim bu türden haberler ulusal ve yerel basına zaman zaman yansımıştır¹. Korona virüs süreci emniyet birimlerini daha

¹ Basında çıkan bazı haberlere ilişkin erişim adresleri aşağıda sıralanmıştır:

- <https://www.trthaber.com/haber/guncel/siirt-emniyet-muduru-bedensel-engelli-cocuga-bebek-arabasi-desteginde-bulundu-617115.html>
- <https://www.ozgurkocaeli.com.tr/haber/9092045/il-emniyet-mudurune-tesekkur-ziyareti-artik-kabirlerinde-rahah-yatiyorlardir>
- <https://www.yenisafak.com/foto-galeri/gundem/polis-kapi-kapi-dolasip-vatandasin-ihhtiyacina-kosuyor-2048571?page=1>
- <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/polis-arama-kurtarma-ekiplerinin-ilk-gorev-yeri-artvin-oldu/2315591>

görünür kılmıştır. Bu ve benzer haber ve ifadelerden emniyet birimlerinin yürüttükleri hizmetlerle devletin imajını etkilediği düşünülmüştür. Emniyet birimlerinden kaliteli hizmet alan insanların, hizmet aldığı emniyet biriminden çok devletin yüceliğine vurgu yaptığı gözlemlenmiştir. Bu durum, böyle bir çalışma yapılmasına yöneltmiştir.

Öte yandan vatandaşların kendisini temsil ettiğine olan inancı arttığında, emniyet birimlerine karşı güveni de artmakta, böylece toplum destekli kolluk faaliyetlerine olan ilgisi de gelişebilmektedir. Bu ise kamu politikalarının başarısını olumlu etkileyebilmektedir (Arslan, Lamba ve Öztop, 2020: 415).

Yapılan bu çalışmanın amacı, Erzincan il merkezi genelinde emniyet hizmetlerinden faydalanan bireylerin bu hizmetlere ve bu hizmetler üzerinden devlete olan bakışını ortaya koymaktır. Çalışmada ankete katılacak kişiler üzerinden değerlendirmeler yapılacaktır.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bahse konu bu çalışmada Polis Merkezi, Trafik Şube Müdürlüğü, Asayiş Şube Müdürlüğü, Çocuk Şube Müdürlüğü, Polisevi Şube Müdürlüğü, Silah ve Patlayıcı Maddeler Şube Müdürlüğü, Siber Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü ve Toplum Destekli Polislik Şube Müdürlüğü birimleri olmak üzere toplam sekiz (8) birim baz alınarak değerlendirme yapılmıştır. Bunların yanında Kaçakçılık ve Organize Suçlarla Mücadele Şube Müdürlüğü ve Terörle Mücadele Şube Müdürlüğü gibi operasyonel birimler de hizmet üretmektedirler. Fakat bu birimlerin faaliyetleri neticesinde ceza alanların diğer bireylere göre daha az objektif değerlendirmeler yapacağı düşünüldüğünden bu birimler değerlendirme dışında tutulmuştur.

Vatandaşlarla yapılan anket çalışmasında bu verilerin sadece yapılan bu çalışmada kullanılacağı ve üçüncü şahıslarla paylaşılmayacağı vurgulanmıştır. Katılımcıların isim, soy isim, adres, telefon ve benzeri kişisel bilgileri talep edilmemiştir.

Emniyet hizmetlerinin kalitesinin devletin itibarıyla ilişkilendirilebileceği düşünülerek hareket edilmiş, neticesinde Emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısını ölçmek için oluşturulan bu anketin yeterli olduğu varsayılmıştır.

Erzincan'da emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı ölçülmek istendiğinden, araştırma Erzincan il merkezinde yaşayan ve Erzincan ilinde bir şekilde emniyetten hizmet almış vatandaşlarla sınırlı tutulmuştur.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan araştırmada öncelikle literatür taraması yapılmıştır. Sonrasında Erzincan ilinde vatandaşlar ile yüz yüze anketler gerçekleştirilmiştir. Korona virüs salgını sebebiyle bazı anketler internet ortamında yapılmıştır. Bu anketlerde beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır. Literatürde hizmet kalitesini ölçmek için kullanılan SERVQUAL ve SERVPERF isimli hizmet ölçüm modellerinden (Songur vd., 2017: 808) faydalanılmıştır. Ayrıca anket oluşturulurken Oğuz Yıldız ve Sabri Erdil'in "Türkiye Havayolu Yolcu Taşıma Sektöründe Hizmet Kalitesinin Karşılaştırılmalı Ölçümlenmesi" isimli eserinden ve Fatih Ay'ın "Kamu Hizmetlerinde Kalite: Mardin Adalet Sarayında Bir Araştırma" isimli eserinden faydalanılmıştır (Yıldız ve Erdil, 2013: 93; Ay, 2015: 84-86). Yapılan anket, demografik sorular hariç beş boyuttan oluşmaktadır. Bunlar sırasıyla fiziksel özellikler, empati, güvenilirlik, yanıt verebilirlik ve güvence boyutu şeklindedir. Ankette fiziksel özellikler boyutunda 5, empati boyutunda 4, güvenilirlik boyutunda 7, yanıt verebilirlik boyutunda 5, güvence boyutunda ise 7 olmak üzere toplam 28 soru vardır.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

- H1. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı cinsiyete göre değişmektedir.
- H2. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı yaşa göre değişmektedir.
- H3. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı eğitim durumuna göre değişmektedir.
- H4. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı çalışma durumuna göre değişmektedir.
- H5. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı gelir düzeyine göre değişmektedir.
- H6. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı siyasi anlamda kendini nasıl tanımladığına göre değişmektedir.
- H7. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı hangi emniyet biriminden hizmet aldığına göre değişmektedir.
- H8. Vatandaşların Erzincan ilinde emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı genel itibarıyla olumludur.

3.5. Araştırmanın Örnekleme

Erzincan il merkezinde en son verilere göre 161.191 kişi olduğu belirlenmiştir. Nitekim yaşı küçük olanlar ve aklen malul şahısların da toplumumuzda yaşadığı bilinmektedir. Bu kişilerin emniyet birimlerinden hizmet alma ihtimali çok düşüktür. Almış olsalar bile değerlendirmeleri imkânsızdır. Bu sebeple 1.191 kişi çıkartılarak Erzincan nüfusu 160.000 kişi üzerinden değerlendirilmiştir. Çalışmada eski yıllarda emniyet birimlerinden hizmet alıp son yıllarda hizmet almamış olan kişilerle anket yapılmamıştır. Nihayetinde aşağıda belirtilen formül kapsamında kişi sayısı belirlenmiştir.

Kitledeki birey sayısı biliniyorsa;

$$n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1) + t^2pq}$$

formülü kullanılarak örneklem büyüklüğü belirlenmektedir.

p= yüzde 25 denildiği için =0.25

q= (1-0.25) görülmeme sıklığı=0.75

t= %95 güven aralığında yapıldığı için t tablosunda bu değere karşılık gelen rakam=1.96

d= +/- yüzde beşlik bir sapma öngörülmüştür. = 0.05

n= (1.96*1.96)(0.25*0.75)/(0.05*0.05)*(160000-1)+(1.96*1.96)(0.25*0.75)=287.61 çıkmaktadır.

Bu sebepten örneklem büyüklüğü belirlenirken minimum 300 sayısı göz önünde bulundurulmuştur.

3.6. Bulgular

Yapılan anket çalışmasının güvenilirlik analizi yapabilmek için en çok kullanılan yöntemlerden birisi Cronbach Alpha katsayısının belirlenmesidir (Cortina, 1993: 98-104, Haladyna,1999). Fiziksel özellikler, empati, güvenilirlik, yanıt verebilirlik ve güvence boyutlarının hepsi için ayrı güvenilirlik analizi yapılmış, yapılan analizlerin neticesinde her birinin ayrı ayrı 0,7 değerinin üzerinde olduğu anlaşılmıştır.

Toplamda 320 kişi ile anket yapılmış, 9 tanesi tutarsız cevaplar vermesi veya eksik doldurulması neticesinde değerlendirme dışı tutulmuş, toplamda 311 kişi ile yapılan anket baz alınarak değerlendirmeler yapılmıştır. 311 geçerli katılımla tamamlanan ankete ait veriler ise şu şekildedir:

Tablo 1. Cinsiyet Kategorilerine Göre Verilerin İstatistik Bilgileri

Cinsiyet	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Erkek	206	4,0759	,62516	,04356
Kadın	105	4,0997	,68348	,06670

206 adet erkek, 105 adet kadın anket çalışmasına katılmıştır. Emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı puanı ortalaması erkeklerde 4,0759, kadınlarda 4,0997 olarak bulunmuştur. Bu ise iki grup arasında anlamlı bir fark bulunamadığı manasına gelmektedir. Sonuç olarak cinsiyet değişkeni devlet algısını etkilememektedir.

Tablo 2. Yaş Kategorilerine Göre Verilerin İstatistik Bilgileri

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Conf. Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
20 yaş altı	4	2,8750	1,42902	,71451	,6011	5,1489	1,11	4,04
21-30	162	4,1651	,63780	,05011	4,0662	4,2641	2,11	5,00
31-40	82	3,9051	,63634	,07027	3,7652	4,0449	1,39	5,00
41-50	49	4,1327	,48203	,06886	3,9942	4,2711	3,29	5,00
51 yaş üstü	14	4,3673	,42890	,11463	4,1197	4,6150	3,46	5,00
Total	311	4,0839	,64443	,03654	4,0120	4,1558	1,11	5,00

Tablo 3. Devlet Algısı ile Yaş Grupları Arasındaki İlişki

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10,779	4	2,695	6,990	,000
Within Groups	117,962	306	,385		
Total	128,741	310			

Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre yaş grupları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Varyanslar eşit dağılmaması sebebiyle Post Hoc testlerinden Games-Howel testinin yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 4. Devlet Algısının Yaşa Göre Farklılıkları

(I) Yaş	(J) Yaş	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
20 yaş altı	21-30	-1,29012	,71626	,499	-5,0629	2,4827
	31-40	-1,03005	,71796	,651	-4,7866	2,7265
	41-50	-1,25765	,71782	,517	-5,0155	2,5002
	50 yaş üstü	-1,49235	,72365	,403	-5,1973	2,2126
21-30	20 yaş altı	1,29012	,71626	,499	-2,4827	5,0629
	31-40	,26007*	,08631	,025	,0220	,4982
	41-50	,03247	,08516	,995	-,2040	,2689
	50 yaş üstü	-,20222	,12510	,506	-,5797	,1752
31-40	20 yaş altı	1,03005	,71796	,651	-2,7265	4,7866
	21-30	-,26007*	,08631	,025	-,4982	-,0220
	41-50	-,22760	,09839	,148	-,5000	,0448
	50 yaş üstü	-,46229*	,13445	,017	-,8583	-,0663
41-50	20 yaş altı	1,25765	,71782	,517	-2,5002	5,0155
	21-30	-,03247	,08516	,995	-,2689	,2040
	31-40	,22760	,09839	,148	-,0448	,5000
	50 yaş üstü	-,23469	,13372	,422	-,6296	,1602
50 yaş üstü	20 yaş altı	1,49235	,72365	,403	-2,2126	5,1973
	21-30	,20222	,12510	,506	-,1752	,5797
	31-40	,46229*	,13445	,017	,0663	,8583
	41-50	,23469	,13372	,422	-,1602	,6296

21-30 yaş aralığındaki kişilerin emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı 31-40 yaş arasındaki kişilerden daha yüksektir. P değeri 0,025 olarak bulunmuştur, yani 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise 0,26007 olarak bulunmuştur.

50 yaş üstü kişilerin emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı 31-40 yaş arasındaki kişilerden daha yüksektir. P değeri 0,017 olarak bulunmuştur, yani 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise 0,46229 olarak bulunmuştur.

Tablo 5. Eğitim Kategorisine Göre Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Conf. Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
İlk ve Ortaokul	28	4,4758	,50236	,09494	4,2810	4,6706	3,07	5,00
Lise	35	3,7776	,75851	,12821	3,5170	4,0381	1,11	5,00
Önlisans	71	4,2178	,52929	,06281	4,0925	4,3431	3,04	5,00
Lisans	143	4,0060	,66905	,05595	3,8954	4,1166	1,39	5,00
Lisansüstü	34	4,1250	,53396	,09157	3,9387	4,3113	3,14	4,82
Total	311	4,0839	,64443	,03654	4,0120	4,1558	1,11	5,00

Tablo 6. Devlet Algısı ile Eğitim Grupları Arasındaki İlişki

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9,783	4	2,446	6,291	,000
Within Groups	118,958	306	,389		
Total	128,741	310			

Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre yaş grupları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Varyanslar eşit dağılımı sebebiyle Post Hoc testlerinden Tukey testinin yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 7. Devlet Algısının Eğitim Kategorilerine Göre Farklılıkları

(I) Eğitim	(J) Eğitim	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Conf. Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
İlk ve Ortaokul	Lise	,69821*	,15809	,000	,2644	1,1320
	Önlisans	,25796	,13914	,345	-,1239	,6398
	Lisans	,46977*	,12885	,003	,1162	,8234
	Lisansüstü	,35077	,15912	,181	-,0859	,7874
Lise	İlk ve Ortaokul	-,69821*	,15809	,000	-1,1320	-,2644
	Önlisans	-,44026*	,12877	,006	-,7936	-,0869
	Lisans	-,22844	,11758	,297	-,5511	,0942
	Lisansüstü	-,34745	,15014	,143	-,7594	,0645
Önlisans	İlk ve Ortaokul	-,25796	,13914	,345	-,6398	,1239
	Lise	,44026*	,12877	,006	,0869	,7936
	Lisans	,21181	,09052	,135	-,0366	,4602
	Lisansüstü	,09281	,13004	,953	-,2640	,4496
Lisans	İlk ve Ortaokul	-,46977*	,12885	,003	-,8234	-,1162
	Lise	,22844	,11758	,297	-,0942	,5511
	Önlisans	-,21181	,09052	,135	-,4602	,0366
	Lisansüstü	-,11901	,11896	,855	-,4455	,2074
Lisansüstü	İlk ve Ortaokul	-,35077	,15912	,181	-,7874	,0859
	Lise	,34745	,15014	,143	-,0645	,7594
	Önlisans	-,09281	,13004	,953	-,4496	,2640
	Lisans	,11901	,11896	,855	-,2074	,4455

İlk ve ortaokul mezunlarının emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı lise mezunlarından daha yüksektir. P değeri 0,000 bulunmuştur, yani 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise 0,69821 olarak bulunmuştur.

İlk ve ortaokul mezunlarının emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı lisans mezunlarından daha yüksektir. P değeri 0,000 bulunmuştur, yani 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise 0,46977 olarak bulunmuştur.

Lise mezunlarının emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı, ön lisans mezunlarından daha düşüktür. P değeri 0,006 bulunmuştur, yani 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,44026 olarak bulunmuştur.

Tablo 8. Çalışma Kategorisine Göre Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Conf. Interval for Mean		Min.	Max.
					Lower Bound	Upper Bound		
Şerbest meslek	12	3,7619	,45312	,13080	3,4740	4,0498	3,36	4,96
Öğrenci	49	3,9322	,75843	,10835	3,7144	4,1501	1,11	4,96
Ev hanımı	20	4,1018	,59573	,13321	3,8230	4,3806	3,00	5,00
Özel sektör	71	4,0503	,65747	,07803	3,8947	4,2059	2,79	5,00
Kamu sektörü	159	4,1678	,60741	,04817	4,0726	4,2629	1,39	5,00
Total	311	4,0839	,64443	,03654	4,0120	4,1558	1,11	5,00

Tablo 9. Devlet Algısı ile Çalışma Durumuna Göre Gruplar Arasındaki İlişki

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,577	4	,894	2,186	,070
Within Groups	125,164	306	,409		
Total	128,741	310			

Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre yaş grupları arasında anlamlı farklılık bulunamamıştır. ($P > 0,05$). Gruplar arası anlamlı farklılık bulunmadığı için Post Hoc testlerini yapmaya, yani gruplar arasındaki farkı detaylı şekilde incelemeye gerek kalmamıştır.

Beşinci olarak gelir kategorilerine göre emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısının farklılık gösterip göstermediği ölçülmüştür. Çalışma kategorisi kendi içerisinde 6 farklı gruba ayrıldığı için ANOVA testi yapılmıştır. Çalışma kategorisine göre tanımlayıcı istatistikler tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Gelir Kategorisine Göre Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Mean	Std. Dev.	Std. Error	95% Conf. Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
2500 ve altı	92	4,0555	,69735	,07270	3,9111	4,1999	1,11	5,00
2501 - 3500	30	4,3595	,54147	,09886	4,1573	4,5617	3,07	5,00
3501 - 4500	36	4,2153	,52590	,08765	4,0373	4,3932	3,04	5,00
4501 - 5500	34	4,1565	,60392	,10357	3,9458	4,3672	3,07	4,96
5501 - 6500	62	4,1256	,59350	,07537	3,9749	4,2763	2,11	5,00
6501 ve üstü	57	3,8133	,67277	,08911	3,6348	3,9918	1,39	4,89
Total	311	4,0839	,64443	,03654	4,0120	4,1558	1,11	5,00

Tablo 11. Devlet Algısı ile Gelir Grupları Arasındaki İlişki

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7,436	5	1,487	3,739	,003
Within Groups	121,305	305	,398		
Total	128,741	310			

Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre gelir grupları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Varyanslar eşit dağılımı sebebiyle Post Hoc testlerinden Tukey testinin yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 12. Devlet Algısının Gelir Kategorilerine Göre Farklılıkları

(I) Gelir	(J) Gelir	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
2500 ve altı	2501 – 3500	-,30401	,13259	,200	-,6843	,0763
	3501 – 4500	-,15977	,12398	,791	-,5153	,1958
	4501 – 5500	-,10100	,12657	,968	-,4640	,2620
	5501 – 6500	-,07006	,10362	,984	-,3672	,2271
	6501 ve üstü	,24223	,10630	,206	-,0626	,5471
2501 - 3500	2500 ve altı	,30401	,13259	,200	-,0763	,6843
	3501 - 4500	,14425	,15590	,940	-,3029	,5914
	4501 - 5500	,20301	,15797	,793	-,2500	,6561
	5501 - 6500	,23395	,14026	,554	-,1683	,6362
	6501 ve üstü	,54624*	,14225	,002	,1383	,9542
3501 - 4500	2500 ve altı	,15977	,12398	,791	-,1958	,5153
	2501 - 3500	-,14425	,15590	,940	-,5914	,3029
	4501 - 5500	,05877	,15082	,999	-,3738	,4913

(I) Gelir	(J) Gelir	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
	5501 - 6500	,08970	,13215	,984	-,2893	,4687
	6501 ve üstü	,40199*	,13426	,035	,0170	,7870
4501 - 5500	2500 ve altı	,10100	,12657	,968	-,2620	,4640
	2501 - 3500	-,20301	,15797	,793	-,6561	,2500
	3501 - 4500	-,05877	,15082	,999	-,4913	,3738
	5501 - 6500	,03094	,13458	1,000	-,3550	,4169
	6501 ve üstü	,34323	,13666	,124	-,0487	,7352
5501 - 6500	2500 ve altı	,07006	,10362	,984	-,2271	,3672
	2501 - 3500	-,23395	,14026	,554	-,6362	,1683
	3501 - 4500	-,08970	,13215	,984	-,4687	,2893
	4501 - 5500	-,03094	,13458	1,000	-,4169	,3550
	6501 ve üstü	,31229	,11573	,078	-,0196	,6442
6501 ve üstü	2500 ve altı	-,24223	,10630	,206	-,5471	,0626
	2501 - 3500	-,54624*	,14225	,002	-,9542	-,1383
	3501 - 4500	-,40199*	,13426	,035	-,7870	-,0170
	4501 - 5500	-,34323	,13666	,124	-,7352	,0487
	5501 - 6500	-,31229	,11573	,078	-,6442	,0196

*. Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Gelir kategorisi incelendiğinde 2500 TL üzerinde gelir seviyesi arttıkça emniyet hizmetleri üzerinden algılanan devlet algısının genel olarak düştüğü gözlemlenmiştir. Fakat anlamlı farklılıklar sadece belirtilen gruplar arasında mevcuttur.

6500 ve üzeri geliri olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı, 2501-3500 geliri olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,002 bulunmuştur yani anlamlılık düzeyi olan 0,05 in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,54624 olarak bulunmuştur.

6500 ve üzeri geliri olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı 3501-4500 geliri olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,035 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,40199 olarak bulunmuştur.

Tablo 13. Siyasi Görüş Kategorisine Göre Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Mean	Std. Dev.	Std. Error	95% Conf. Interval for Mean		Min.	Max.
					Lower Bound	Upper Bound		
Liberal	16	4,3683	,58303	,14576	4,0576	4,6790	3,29	4,96
Sosyalist	18	3,7103	,61651	,14531	3,4037	4,0169	3,04	5,00
Sosyal demokrat	46	3,5489	,72039	,10621	3,3350	3,7628	1,11	4,93
Muhafazakâr	46	4,1002	,57870	,08533	3,9283	4,2720	2,79	5,00
İslamcı	21	4,1803	,52870	,11537	3,9396	4,4209	3,07	5,00
Milliyetçi	164	4,2304	,56735	,04430	4,1429	4,3179	1,39	5,00
Total	311	4,0839	,64443	,03654	4,0120	4,1558	1,11	5,00

Tablo 14. Devlet Algısı ile Siyasi Görüşler Arasındaki İlişki

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	20,699	5	4,140	11,687	,000
Within Groups	108,042	305	,354		
Total	128,741	310			

Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre siyasi görüşler arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Varyanslar eşit dağılımı sebebiyle Post Hoc testlerinden Tukey testinin yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 15. Devlet Algısının Siyasi Görüş Kategorilerine Göre Farklılıkları

(I) Siyasi Görüş	(J) Siyasi Görüş	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Conf. Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Liberal	Sosyalist	,65799*	,20450	,018	,0715	1,2445
	Sosyal demokrat	,81939*	,17274	,000	,3240	1,3148
	Muhafazakâr	,26815	,17274	,631	-,2273	,7636
	İslamcı	,18803	,19750	,932	-,3784	,7545
	Milliyetçi	,13790	,15588	,950	-,3092	,5850
Sosyalist	Liberal	-,65799*	,20450	,018	-1,2445	-,0715
	Sosyal demokrat	,16140	,16547	,925	-,3132	,6360
	Muhafazakâr	-,38984	,16547	,175	-,8644	,0847
	İslamcı	-,46995	,19118	,140	-1,0182	,0783
	Milliyetçi	-,52008*	,14778	,007	-,9439	-,0963
Sosyal demokrat	Liberal	-,81939*	,17274	,000	-1,3148	-,3240
	Sosyalist	-,16140	,16547	,925	-,6360	,3132
	Muhafazakâr	-,55124*	,12410	,000	-,9072	-,1953
	İslamcı	-,63136*	,15675	,001	-1,0809	-,1818
	Milliyetçi	-,68149*	,09930	,000	-,9663	-,3967
Muhafazakar	Liberal	-,26815	,17274	,631	-,7636	,2273
	Sosyalist	,38984	,16547	,175	-,0847	,8644
	Sosyal demokrat	,55124*	,12410	,000	,1953	,9072
	İslamcı	-,08012	,15675	,996	-,5297	,3694
	Milliyetçi	-,13025	,09930	,779	-,4150	,1545
İslamcı	Liberal	-,18803	,19750	,932	-,7545	,3784
	Sosyalist	,46995	,19118	,140	-,0783	1,0182
	Sosyal demokrat	,63136*	,15675	,001	,1818	1,0809
	Muhafazakâr	,08012	,15675	,996	-,3694	,5297
	Milliyetçi	-,05013	,13794	,999	-,4457	,3455
Milliyetçi	Liberal	-,13790	,15588	,950	-,5850	,3092
	Sosyalist	,52008*	,14778	,007	,0963	,9439
	Sosyal demokrat	,68149*	,09930	,000	,3967	,9663
	Muhafazakâr	,13025	,09930	,779	-,1545	,4150
	İslamcı	,05013	,13794	,999	-,3455	,4457

*. Ortalama fark 0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Yapılan test sonuçlarına göre %95 güven aralığında Milliyetçi, Liberal, İslamcı ve Muhafazakârlar arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Sosyalist ve Sosyal demokratlar ise diğer gruplardan negatif ayrılmaktadır. Yani devlet algısı diğer gruplara göre daha düşüktür.

Siyasi görüşü Sosyalist olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı Liberal olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,018 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,65799 olarak bulunmuştur.

Siyasi görüşü Sosyalist olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı Milliyetçi olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,007 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,52008 olarak bulunmuştur.

Siyasi görüşü Sosyal Demokrat olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı Liberal olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,000 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,81939 olarak bulunmuştur.

Siyasi görüşü Sosyal Demokrat olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı Muhafazakâr olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,000 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,55124 olarak bulunmuştur.

Siyasi görüşü Sosyal Demokrat olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı İslamcı olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,001 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,63136 olarak bulunmuştur.

Siyasi görüşü Sosyal Demokrat olanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı Milliyetçi olanlardan daha düşüktür. P değeri 0,000 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,68149 olarak bulunmuştur.

Tablo 16. Hizmet Alınan Birime Göre Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Mean	Std. Dev.	Std. Error	95% Conf. Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Polis Evi	28	3,6862	,77697	,14683	3,3849	3,9875	1,11	4,79
Polis Merkezi	115	4,1876	,65634	,06120	4,0663	4,3088	1,39	5,00
Trafik	87	4,1330	,55787	,05981	4,0141	4,2519	2,32	5,00
Asayiş	66	3,9751	,61878	,07617	3,8230	4,1272	2,11	5,00
Siber Suçlar	10	4,0714	,36148	,11431	3,8128	4,3300	3,36	4,86
Total	306	4,0766	,63987	,03658	4,0046	4,1485	1,11	5,00

Tablo 17. Devlet Algısı ile Hizmet Alınan Birim Arasındaki İlişki

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6,640	4	1,660	4,226	,002
Within Groups	118,237	301	,393		
Total	124,877	305			

Yapılan ANOVA testi sonuçlarına göre siyasi görüşler arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Varyanslar eşit dağılmaması sebebiyle Post Hoc testlerinden Games-Howell testinin yapılması uygun görülmüştür.

Tablo 18. Devlet Algısının Hizmet Alınan Birimlere Göre Farklılıkları

(I) Hizmet Alınan Birim	(J) Hizmet Alınan Birim	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Conf. Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Polis Evi	Polis Merkezi	-,50135*	,15908	,025	-,9574	-,0453
	Trafik	-,44678	,15855	,056	-,9017	,0081
	Asayiş	-,28888	,16541	,418	-,7602	,1824
	Siber Suçlar	-,38520	,18608	,257	-,9218	,1514
Polis Merkezi	Polis Evi	,50135*	,15908	,025	,0453	,9574
	Trafik	,05457	,08558	,969	-,1810	,2902
	Asayiş	,21247	,09771	,195	-,0575	,4825
	Siber Suçlar	,11615	,12966	,894	-,2849	,5172
Trafik	Polis Evi	,44678	,15855	,056	-,0081	,9017
	Polis Merkezi	-,05457	,08558	,969	-,2902	,1810
	Asayiş	,15790	,09684	,481	-,1100	,4258
	Siber Suçlar	,06158	,12901	,988	-,3386	,4617
Asayiş	Polis Evi	,28888	,16541	,418	-,1824	,7602
	Polis Merkezi	-,21247	,09771	,195	-,4825	,0575
	Trafik	-,15790	,09684	,481	-,4258	,1100
	Siber Suçlar	-,09632	,13736	,954	-,5110	,3184
Siber Suçlar	Polis Evi	,38520	,18608	,257	-,1514	,9218

(I) Hizmet Alınan Birim	(J) Hizmet Alınan Birim	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Conf. Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
	Polis Merkezi	-,11615	,12966	,894	-,5172	,2849
	Trafik	-,06158	,12901	,988	-,4617	,3386
	Asayiş	,09632	,13736	,954	-,3184	,5110

Yapılan test sonuçlarına göre %95 güven aralığında Polis Merkezi, Trafik, Asayiş, Siber Suçlar arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Polis Evi'nden hizmet alanlar ise diğer gruplardan negatif ayrılmaktadır. Yani algılanan hizmet kalitesi diğer gruplara göre daha düşüktür. Ancak yapılan analizlerde sadece Polis Merkezi ile Polis Evi'nden hizmet alanlar negatif ayrılmaktadır.

Polis Evi'nden hizmet alanların emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı, Polis Merkezi'nde hizmet alanlardan daha düşüktür. P değeri 0,025 bulunmuştur, yani anlamlılık düzeyi olan 0,05'in altındadır. Aralarındaki ortalama fark ise -0,50135 olarak bulunmuştur.

Tablo 19. Her Soruya Verilen Cevapların Ortalaması ve Standart Sapması

	Ortalama	Std. Sapma	N	Ölçüt Ortalamaları
Fiziksel1	4,0772	,92658	311	3,74986
Fiziksel2	3,7685	1,09740	311	
Fiziksel3	3,4148	1,22802	311	
Fiziksel4	3,7460	1,03633	311	
Fiziksel5	3,7428	1,04329	311	
Empati6	4,0386	,98298	311	4,036175
Empati7	3,9807	,93995	311	
Empati8	4,0096	,99186	311	
Empati9	4,1158	,92254	311	
Güvenilirlik10	4,0997	,91917	311	4,147914
Güvenilirlik11	4,1865	,95914	311	
Güvenilirlik12	4,3923	,70515	311	
Güvenilirlik13	4,4051	,80513	311	
Güvenilirlik14	3,9968	1,08508	311	
Güvenilirlik15	3,9003	1,11284	311	
Güvenilirlik16	4,0547	1,00654	311	
Yanıt_ver17	3,9228	,98070	311	4,08876
Yanıt_ver18	4,0997	,93999	311	
Yanıt_ver19	4,2508	,87701	311	
Yanıt_ver20	4,0740	,96937	311	
Yanıt_ver21	4,0965	,96571	311	
Güvence22	4,4823	,76549	311	4,282471
Güvence23	4,2186	,90363	311	
Güvence24	4,3183	,85286	311	
Güvence25	4,2347	,95015	311	
Güvence26	4,2186	,90720	311	
Güvence27	4,2315	,99892	311	
Güvence28	4,2733	,86838	311	

Yapılan teste katılanların tamamı tarafından soruların geneline verilen cevaplar Tablo 19'da verilmiştir. Genel anlamda yapılan değerlendirme, bütün cinsiyetleri, tüm yaş gruplarını, tüm eğitim durumlarını, tüm gelir düzeylerini, tüm çalışma durumlarını, tüm siyasi görüşleri ve tüm hizmet veren emniyet birimlerini kapsamaktadır. Dolayısıyla emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısını ölçmek üzere, Erzincan İl Emniyet Müdürlüğü'nün ankete dâhil edilen tüm birimleri için bütün vatandaşların ortalama fikirlerini kapsamaktadır.

Tablo 19'daki verilere göre Fiziksel Özellikler bölümünde verilen 5 sorunun ortalaması 3.75, Empati bölümünde verilen 4 sorunun ortalaması 4.04, Güvenilirlik bölümünde verilen 7 sorunun ortalaması 4.15, Yanıt Verebilirlik bölümüne verilen 5 sorunun ortalaması 4.09 ve son bölüm olan Güvence bölümünde bulunan 7 soruya verilen cevapların ortalaması 4.28'dir.

Sonuç ve Değerlendirme

Kamu kurumları, devletin vatandaşlara resmî birtakım hizmetler verdiği birimlerdir. Vatandaşların aldığı hizmetler neticesinde devlet ile ilgili birtakım düşünceler beslemesi doğaldır. Nitekim küreselleşme neticesinde kültürlenen ve tüm dünya ile ilgili bilgi birikimine sahip olan bireyler güçlü ülkelerin iş ve işleyişinin, zayıf ülkelerin iş ve işleyişine göre farklılıklar gösterdiğini bilmektedir. Dolayısıyla insanlar aldığı hizmetleri değerlendirerek devletin gelişmişliği, yüceliği, çağın gerekliliklerine cevap verip vermediği gibi fikirler edinmektedir. Edindikleri fikirler ile toplumda yaşamaya devam eden vatandaşlar kendi içinde bulunduğu devleti bu fikirleri ile değerlendirmektedir.

İçişleri Bakanlığına bağlı görev ifa eden Emniyet Teşkilatı, 24 saat boyunca kesintisiz hizmet veren önemli bir kamu kuruluşudur. Emniyet Teşkilatı, devletin zor kullanma yetkisini bünyesinde barındıran, mukavemet olması durumunda orantılı olmak şartıyla güç kullanan ve bu şekilde kamu düzeninin bozulmaması için çalışan devletin sınırlı sayıdaki kolluk birimlerinden bir tanesidir. Sürekli görev başında olan Emniyet Teşkilatını gece gündüz vatandaşların gözü önünde olduğundan devletin görünen yüzü olarak değerlendirmek yanlış olmaz. Emniyet Teşkilatı, belediye sınırları içerisinde görev yapması nedeniyle Türkiye nüfusunun çok büyük kesimine hizmet vermektedir. Bu durumda da Türkiye'de yaşayan insanların hizmet aldığı emniyet birimi üzerinden devleti değerlendirebilmesi mümkün olmaktadır.

Türkiye'de yaşayan vatandaşların emniyet hizmetleri üzerinden devlet ile ilgili fikir edinebileceği düşünülerek Erzinan özelinde 311 kişi ile yapılan anket çalışmasının verilerine göre Erzinan ilinde emniyet birimlerinden hizmet alan insanların cinsiyete göre devlet algısında farklılık bulunmamaktadır. Yani değerlendirmeye alınan her iki grup da tüm sorulara birbirine yakın aralıklarda cevaplar vermiştir. 206 erkek, 105 kadın ile yapılan anket çalışmasında Emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı puanı ortalaması erkeklerde 4,08, kadınlarda 4,10 olarak bulunmuştur. Bu fark anlamlı bir fark olarak değerlendirilmemektedir. Belirtilen bu durum insanların ortalama "katılıyorum" düzeyinde cevaplar verdiğini göstermektedir.

Bu durum, emniyet birimlerinde kadın erkek ayrımı gözetilmeksizin eşit ve tarafsız bir şekilde hizmet verildiği şeklinde değerlendirilebilir. Cinsiyet faktörü emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı hususunda belirleyici bir faktör olmamıştır. Ayrıca her iki değerlendirme kriterinin de 5 değerlendirme puanı üzerinden 4 puanını az bir farkla geçmiş olması kadın ve erkek değerlendirmesi bazında verilen hizmetin kaliteli olduğunu ve devlet algısını emniyet hizmetlerinin Erzinan ilinde olumlu yönde etkilediğini göstermektedir.

Bir diğer değişken ise "yaş"tır. Yapılan değerlendirmeler neticesinde yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur. 21-30 yaş aralığındaki kişilerin emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı, 31-40 yaş arasındaki kişilerden daha yüksek bulunmuştur. 50 yaş üstü kişilerin emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı, 31-40 yaş arasındaki kişilerden daha yüksek bulunmuştur. Bu durum karşısında yaş değişkeni değerlendirildiğinde Erzinan'da emniyet hizmetleri üzerinden en düşük algının 31-40 yaş aralığında olduğu saptanmıştır. Bu durumda diğer yaş gruplarına göre 31-40 yaş grubunun beklentisinin daha fazla olduğu, diğer yaş gruplarının daha makul beklentileri olduğu söylenebilmektedir.

Yaş grupları üzerinde (20 yaş altı grubu hariç) 4 değerlendirme puanı çevresinde değerlendirmeler yapmıştır. 51 yaş ve üstü grup, 4.37 değerlendirmeye en yüksek değerlendirme yapan yaş grubu olmuştur. Bu durum hizmet kalitesinden memnuniyetin ve devlet algısının en yüksek olduğu grubun 51 yaş ve üstü grubu olduğunu göstermektedir. Bu yaş grubunun diğer gruplardan yüksek değerlendirme yapmasının, geçmiş dönemlerle ilgili fikir sahibi olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. 51 yaş ve üstü grubu geçmişe yönelik bilgi birikimini günümüz ile kıyaslaması neticesinde emniyet hizmetlerinin kalitesinin yükseldiğini ve emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısının geçmişe nazaran olumlu yönde değiştiğini düşünmüş olabilir.

Diğer bir değişken olan eğitim durumunda da 5 grup arasında anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Yapılan çalışmada eğitimin durumu lise düzeyinde olanların devlet algısı daha düşük çıkarken ilk ve ortaokul düzeyinde eğitilmiş kişilerin algısı yüksektir. En yüksek fark bu iki grup arasında çıkmaktadır. Genel ortalamanın 4.08 olarak bulunduğu eğitim kategorisinde, 4.48 ilk ve ortaokul, 4.22 ile önlisans, 4.13 ile lisansüstü, 4.00 ile lisans ve son olarak 3.78 ile lise mezunlarının genel puanlamaya dâhil oldukları görülmektedir. Bu durum karşısında lise mezunlarının diğer değişkenler de göz önünde bulundurulurken değerlendirilmesi çalışmayı daha anlamlı hale getirecektir.

Eğitim grupları içerisinde yapılan değerlendirmede eğitim durumu düştükçe veya yükseldikçe hizmet kalitesinden memnuniyet veya devlet algısında yukarı veya aşağı yönde sürekli değişim yaşanmamaktadır. Yani eğitim düzeyi düşük katılımcıların eğitim düzeyi yüksek katılımcılara göre yaptığı puanlamanın düşük olduğu ve yüksek olduğu durumlar vardır.

Her iki durumu da bünyesinde barından bu çalışmada ilk ve ortaokul mezunları en yüksek değerlendirmeyi yaparken lise mezunları en düşük değerlendirmeyi yapmış, lisansüstü eğitim düzeyindeki katılımcılar ise lisans mezunlarından yüksek değerlendirmelerde bulunmuştur. Hepsinin “katılıyorum” düzeyindeki değerlendirmesi, Emniyet Teşkilatının eğitim düzeyi yüksek ve düşük olan vatandaşlar ile irtibatının olumlu yönde olduğunun, hizmet kalitesinin yüksek seviyede bulunduğunun ve devlet algısını olumlu yönde etkilediğinin göstergesi olmuştur.

Bir başka değişkeni de çalışma durumu oluşturmaktadır. Serbest meslek çalışanları 3.76 ile en düşük algıya, kamu sektörü çalışanları ise 4.17 ile en yüksek devlet algısına sahiptir. Diğer meslek gruplarında öğrenci 3.93, özel sektör 4.05, ev hanımı 4.10 puanlandırma düzeyindedir. Kamu sektöründe çalışanlar, emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı en yüksek olan çalışma gurubunu oluşturmaktadır.

Çalışma durumu kategorisinde serbest meslek sahibi bireyler en düşük değerlendirmeyi yaparken kamu sektörü çalışanları en yüksek değerlendirmeyi yapmıştır. Ortalamaya göre katılımcıların “katılıyorum” düzeyindeki değerlendirmesi, emniyet teşkilatının hangi meslek grubundan olursa olsun vatandaşlar ile irtibatının olumlu yönde olduğunun, hizmet kalitesinin yüksek seviyede bulunduğunun ve devlet algısını olumlu yönde etkilediğinin göstergesi olmuştur.

Diğer değişken olan gelir dağılımında 2500 ve altı gelir grubu 4.06 ortalama ile devlet algısı derecesini belirlemiştir. Diğer gruplara bakıldığında 2501-3500 gelir grubu 4.36, 3501-4500 gelir grubu 4.22, 4501-5500 gelir grubu 4.16, 5501-6500 gelir grubu 4.13, 6501 ve üstü gelir grubu ise 3.81 ile devlet algısı derecesini belirlemiştir.

Gelir düzeyi kategorisine göre yapılan çalışmada genel olarak gelir düzeyi yükseldikçe hizmet kalitesinden memnuniyetin düştüğü ve devlet algısının olumsuz yönde ilerlediği görülmektedir. Her ne kadar olumsuz yönde de ilerlese genel puan ortalaması 4.08 civarındadır. Yani algı düşmektedir ancak ankette tutunduğu ortalama “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” arasındadır. Gelir düzeyi yükseldikçe beklentiler yükselmektedir, ancak ortalamanın 4.08 olması Erzincan Emniyetinin beklentileri oldukça üst seviyeden karşıladığının bir göstergesidir.

Değişkenlerden bir diğeri olan siyasi görüş sorusunda kendisini Sosyalist ve Sosyal Demokrat olarak tanımlayan katılımcıların devlet algısı puanı “kısmen katılıyorum” ile “katılıyorum” arasında iken Liberal, Milliyetçi, İslamcı ve Muhafazakâr olarak kendisini tanımlayan katılımcıların devlet algısı puanı “katılıyorum” ile “kesinlikle katılıyorum” arasında değişmektedir. Oranları ile değinmek gerekirse Sosyal Demokrat 3.55, Sosyalist 3.71, Muhafazakâr 4.10, İslamcı 4.18, Milliyetçi 4.23 ve Liberal görüş sahibi katılımcılar 4.37 oranıyla değerlendirme yapmışlardır.

Sosyal Demokrat ve Sosyalist olarak kendini tanımlayan bireylerin devlet algısı Milliyetçi, Muhafazakâr, İslamcı ve Liberal olarak kendisini tanımlayan bireylerden daha düşüktür. Dolayısıyla siyasi görüşün emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısını ve hizmet kalitesi algısını Sosyal Demokrat ve Sosyalist görüşte negatif, diğerlerinde ise pozitif yönde etkilediği anlaşılmaktadır.

Son değerlendirme konusu değişken ise “hizmet alınan birim”dir. Yapılan çalışmada Polis Evi hizmet alımında 3.69 genel değerlendirme puanı ile devlet algısının ve hizmet kalitesinin en düşük olduğu birim olmuştur. Devlet algısının ve hizmet kalitesinin en yüksek olduğu birim ise 4.19 genel değerlendirme puanıyla Polis Merkezidir. Diğer birimlerin genel devlet algısı puanları ise Trafik Şb. 4.13, Asayiş Şb. 3.98 ve Siber Suçlarla Mücadele Şb. 4.07 olarak bulunmuştur.

Polis Evi'nin en düşük değerlendirme puanı almasında otel, kafeterya ve restoran hizmetleri de veriyor olmasının etkili olduğu düşünülmektedir. Nitekim Polis Evi tüm bu hizmetleri aynı anda vermektedir. Bu durum da otoparkın yetersiz olması ve bu gibi birtakım aksaklıkların göze batmasına sebep olmaktadır. Polis Merkezi'nden hizmet alan vatandaşların en yüksek değerlendirmeyi yapmasında Polis Merkezlerindeki otopark vb. fiziki özelliklerin diğer birimlerden daha iyi olmasının etkisi olmuştur. Her ne kadar Polis Merkezlerindeki fizikî şartlar daha iyi olsa da bu birimlerin diğer puanlamalarda da öne çıkması Polis Merkezlerinin gerek devlet algısını olumlu yönde gerekse hizmet kalitesini yukarı taşıyan genel anlamda başarılı çalışmalar yapılan birimler olduğunu göz önüne sermektedir.

Yapılan bu çalışmada SERVPERF ve SERVQUAL isimli hizmet kalitesi ölçüm modellerinden faydalanılarak anket oluşturulmuştur. Bu sebeple bu çalışma hizmet kalitesi ölçümü parametrelerini de içinde barındırmaktadır. Yani Erzincan ili emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısı ölçülürken Erzincan Emniyetinin değerlendirmeye alınan birimlerinin hizmet kalitesi de ölçülmüştür. Anket içerisinde yer alan 7 soru, Emniyet ile Devlet ilişkisini doğrudan ilgilendirmektedir. Bu 7 sorunun değerlendirme puanı ortalaması 4.28 olarak bulunmuştur. Tüm soruların genel değerlendirme puanının 4.08 olduğu göz önünde bulundurulduğunda devlet algısını doğrudan etkileyen soruların diğer sorulara göre katılımcılar tarafından daha yüksek değerlendirmeye tabi tutulduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla doğrudan devlet algısı ile ilgili soruların hizmet kalitesi sorularını da içeren testin tamamıyla bir korelasyon halinde olduğu, ancak değerlendirme puanlarının testin tamamına göre daha yüksek olmasından dolayı devlet algısının daha yüksek bulunduğu anlaşılmaktadır.

Genel anlamda bir değerlendirme yapmak gerekirse fiziki özelliklerin 3.75 ile diğerlerine göre daha düşük, diğer özelliklerin hepsinin 4.00 değerlendirme puanı üzerinde, genel ortalamanın ise 4.08 olduğu anlaşılmaktadır. Hizmet alan vatandaşların

vermiş olduğu puanlamaya göre emniyet personelinin donanımlı olduğu, emniyetten aldığı hizmetin devlet adına kendilerinde olumlu intiba bıraktığı, verilen hizmetin adil olduğu, personelin vatandaşa yardımcı olmaktan çekinmediği, emniyetten aldığı hizmetten dolayı devletin güçlü bir devlet telakki edildiği, emniyetten aldığı hizmetin ülkenin gelişmişlik düzeyini yansıttığı anlaşılmıştır.

Bu durumda Erzincan Emniyetinin verdiği hizmet ile devlet algısının ve hizmet kalitesinin oldukça iyi olduğu anlaşılmıştır. Erzincan'da emniyet hizmetleri üzerinden devlet algısının ve hizmet kalitesinin bir nebze daha yukarıya taşınabilmesi için fizikî şartların (bina, otopark, temizlik vb.) iyileştirilmesi, görevli emniyet personelinin göreve yürekten bağlanması için gerekli çalışmaların yapılması, yapılan değerlendirmelerdeki dalgalanmanın azalması ve olumlu yönde değişmesi için görevli personelin gerek özel hayatında gerekse meslek içinde yaşadığı veya yaşayabileceği sorunların minimize edilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Tüm bu çalışmaların yapılması durumunda önemli bir kamu kurumu olan Emniyet Teşkilatı, ortaya çıkan bu "Erzincan Emniyeti devlet algısını olumlu yönde etkiler. Erzincan Emniyeti'nin hizmet kalitesi yüksektir." sonucunu daha ileriye taşıyabilecek ve devlet adına daha olumlu intiba uyandıran bir kamu kurumu olmayı başaracaktır.

Kaynakça

- Akyılmaz, B. (1998). Milli egemenlik kavramının gelişimi. Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 2(2), 0-0.
- Altın, A. (2013). Kamu hizmeti anlayışında değişim. Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(2), 101-118.
- Arslan, M., Lamba, M. ve Öztop, S. (2020). Transformation of passive representation into symbolic representation in the framework of representative bureaucracy approach: a field research on the gendarmarie and the police. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(2), 413-439.
- Ay, F. (2015). Kamu hizmetlerinde kalite: Mardin adalet sarayına bir araştırma. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.
- Cortina, J. M. (1993). What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. Journal Of Applied Psychology, 78(1), 98-104.
- Doğan, K. C. (2016). Küreselleşme ve neo-liberal kuşaklar çerçevesinde devleti konumlandırma sorunsalı: "minimal devlet'ten düzenleyici devlet'e". Journal of International Social Research, 9(43), 1795-1803.
- Dönmez, R. Ö. (2004). Küreselleşme, Batı modernliği ve şiddet: Batı'ya karşı Siyasal İslam. Uluslararası İlişkiler/International Relations, 81-114.
- Ertugay, F. (2012). Cumhuriyet dönemi siyasal düşüncesinde devlet algısı: Kemalizm, Milliyetçilik, İslamcılık ve Sosyalizm. Yayınlanmamış doktora tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Ekonomik Durumu. [Çevrim-içi: erzincan.gov.tr/ekonomik-durumu#:..], Erişim tarihi: 21.01.2022.
- Erzincan İle İlgili Genel Bilgiler. [Çevrim-içi: <http://www.erzincankulturturizm.gov.tr/TR-57381/genel-bilgiler.html>], Erişim tarihi: 16.03.2020.
- Erzincan Nüfusu. [Çevrim-içi: <http://www.erzincangazetesi.com.tr/nufus1.html>], Erişim tarihi: 16.03.2020.
- Esen, B. N. (1970). Anayasa hukuku: Genel esaslar. Ankara: Ayyıldız Matbaası.
- Gökmen, Ö. (2006). Tek parti dönemi Cumhuriyet Halk Partisi'nde muhafazakâr yönelimler. İçinde T. Bora, M. Gültekinil (Der.), Modern Türkiye'de Siyasal Düşünce (124-152). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Göksu, V. (2013). Siyasal kimlikler ve merkez-çevre dikotomisi bağlamında Türkiye'de merkez sağ ve merkez sol. Akademik İncelemeler Dergisi, 8(2), 69-93.
- Göküş, M. (2010). Küreselleşme sürecinin kamu hizmetine yansımaları. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 10(20), 193-218.
- Gözler, K. (2017). 'Devlet' kelimesi üzerine bir deneme. Türkiye Günlüğü, 129, 5-9.
- Haladyna, T. M. (1999). Developing and validating multiple-choice exam items (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Heywood, A. (2007). Siyasal ideolojiler. (A. K. Bayram, vd. Çev.). Ankara: Adres Yayınları.
- Heywood, A. (2014). Siyaset. (B. B. Özipek, vd. Çev.). Ankara: Adres Yayınları.

- Hobhuse, L. T. (2009). Liberalism. London: Oxford University Press.
- <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/polis-arama-kurtarma-ekiplerinin-ilk-gorev-yeri-artvin-oldu/2315591>, Erişim tarihi: 22.01.2022.
- <https://www.haberler.com/son-dakika-haber-esenyurt-ta-saskin-hirsizlar-kacarken-arkadasina-14572693-haberi/>, Erişim tarihi: 22.01.2022.
- <https://www.trthaber.com/haber/guncel/siirt-emniyet-muduru-bedensel-engelli-cocuga-bebek-arabasi-desteginde-bulundu-617115.html>, Erişim tarihi: 22.01.2022.
- <https://www.ozgurkocaeli.com.tr/haber/9092045/il-emniyet-mudurune-tesekkur-ziyareti-artik-kabirlerinde-rahat-yatiyorlardir>, Erişim tarihi: 22.01.2022.
- <https://www.yenisafak.com/foto-galeri/gundem/polis-kapi-kapi-dolasip-vatandasin-ihtiyacina-kosuyor-2048571?page=1>, Erişim tarihi: 22.01.2022.
- Kaboğlu, İ. Ö. (2017). Anayasa hukuku dersleri (genel esaslar) (12. Baskı). İstanbul: Legal Yayıncılık.
- Kapani, M. (2017). Politika bilimine giriş. Ankara: BB101 Yayınları.
- Kösecik, M. ve Karkın, N. (2004). Elektronik devlet: Amaçlar sorunlar ve uygulamalar. İçinde A. Yılmaz ve M. Ökmen (Der.). Kamu yönetimi (97-129). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Kutlu, E. (1998). Küreselleşme ve etkileri. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14(1), 363-386.
- Lamba, M ve Öztıp, S. (2019). Kamu hizmeti sunumuna vatandaş katılımı (üretim): Antalya Emniyet Müdürlüğü toplum destekli polislik örneği. Sayıştay Dergisi, 30(113), 103-127.
- Mardin, Ş. (1990). Türkiye’de toplum ve siyaset makaleler 1. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mert, N. (2007). Merkez sağın kısa tarihi. İstanbul: Selis Kitaplar.
- Onar, S. S. (1966). İdare hukukunun umumi esasları 1. İstanbul: İsmail Akgün Matbaası.
- Oppenheimer, F. (1997). Devlet. (A. Şenel ve Y. Sabuncu. Çev.). İstanbul: Engin Yayıncılık.
- Ökmen Ö. ve Dönmez, D. (2004). Yönetimsel ve organizasyonel yapı açısından kamu kurumlarında mükemmellik. İstanbul: Kalder Yayınları.
- Özipek, B. B. (2004). Muhafazakârlık akıl toplum siyaset. Ankara: Liberte Yayınları.
- Özipek, B. B. (2010). Avrupa’da ve Türkiye’de muhafazakârlık. Muhafazakar Düşünce. 7, 105-120.
- Parlak, B. ve Doğan, K. C. (2016). Kamu yönetimi. İstanbul: Beta Yayınları.
- Renton, D. (1999). Fascism, theory and practice. London: Pluto Press.
- Sabancılar Eren, S. (2019). Demokrasinin iki farklı yorumu, liberal ve sosyal demokrasinin kuramsal temelleri. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi. 6(1), 396-406.
- Smith, A. (1991). National identity. London: Penguin Books.
- Songur, L., Turan, A., ve Songur, G. (2017). Sağlık sektöründe hizmet kalitesinin Servperf ölçeği ile ölçülmesi: "Şereflikoçhisar Devlet Hastanesi örneği". Journal Of International Social Research, 10(53), 807-819.
- Şahin, K. (2007). Bir ideoloji olarak milliyetçilik. Akademik Bakış, 12, 1-9.
- Tatlıoğlu, K. (2013). Türk polis teşkilatının yapılanması ve tarihten günümüze üstlendiği misyon ve sorumluluk üzerine sosyal psikolojik bir değerlendirme. Tarihte Türk Polis Teşkilatı Sempozyumu, Polis Akademisi Yayınları, 89-104.
- Türk, İ. (2014). Osmanlı Devleti’nde polisin meslekî terbiyesine müteallik bir talimat-ı mahsus. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 157-176.
- Türk, R. (2015). Türkiye’de siyasal İslam’ın örgütlenme faaliyetleri. Akademik Hassasiyetler, 2 (3), 99-131.
- Uğur, Ö. (2019). Avrupa Birliğinde e-yönetişim: vatandaşlarla ilişkilerin yeniden şekillendirilmesi. İçinde B. Parlak ve K. C. Doğan (Der.). E-yönetişim: kavramsal/kuramsal çerçeve, ülke incelemeleri ve Türkiye’ye yansımaları (353-372). İstanbul: Beta Yayınları.
- Yıldırım, F. (2018). Dünyada adından söz ettiren iktisadi sistemler ve kısa değerlendirmesi. Uluslararası Bilimsel Araştırma Dergisi, 3(2), 881-895.

- Yıldız, O, ve Erdil, S. (2013). Türkiye havayolu yolcu taşımacılığı sektöründe hizmet kalitesinin karşılaştırmalı ölçülmesi. *Öneri Dergisi*, 10(39), 89-100.
- Yüksek Seçim Kurulu (24.06.2018). Erzincan seçim sonuçları. [Çevrim-içi: http://www.ysk.gov.tr/doc/dosyalar/docs/24Haziran2018/KesinSecim_Sonuclari/Erzincan.pdf], Erişim tarihi: 16.03.2020.
- Yüksel, F. (2004). Kamu yönetiminde yeni eğilimler perspektifinde Türk kamu yönetiminde reform ihtiyacı ve kamu yönetimi reform tasarısı. İçinde A. Yılmaz ve M. Ökmen (Der.). *Kamu yönetimi* (1-22). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Zabunoğlu, Y. K. (1973). *Kamu hukukuna giriş*. Ankara: Sevinç Matbaası.

Extended Abstract

Aim and Scope

The Police Department is one of the most important public institutions of today. It has been a matter of curiosity whether this unit, which basically carries out security services, has changed the perception of the state in the eyes of the citizens. Therefore, the aim of this study is to reveal the view of individuals who benefit from security services throughout Erzincan City Center, to these services and to the state through these services.

The study was carried out for those who benefit from the police services in the province of Erzincan, which is nurtured from different cultures and includes many people with different mentalities and is considered a mosaic.

Methods

In the research, first of all, a literature review was made. Afterwards, face-to-face surveys were conducted with citizens in the province of Erzincan. Due to the coronavirus epidemic, some surveys were conducted on the internet. A five-point Likert type scale was used in these surveys. The service measurement model called SERVQUAL, which was developed by Parasuman et al., and the SERVPERF service measurement model, developed by Cronin and Taylor, were used to measure service quality. The survey consists of five dimensions, excluding demographic questions. These are Physical Characteristics, Empathy, Reliability, Responsiveness, and Assurance Dimension, respectively. There are a total of 28 questions in the questionnaire, 5 of which are in the dimension of physical characteristics, 4 in the dimension of empathy, 7 in the dimension of reliability, 5 in the dimension of responsiveness, and 7 in the dimension of assurance.

The data obtained in the study were analyzed with the help of the SPSS package program and evaluated within the framework of the literature.

Findings

206 (66.24%) men and 105 (33.76%) women participated in the study. Among the participants, the rate of those in the 21-30 age group was 52.09% (162 people), while the rate of those in the 31-40 age group was 26.37% (82 people). The least participating age group was the under 20 age group (4 people- 1.29%). In terms of education level, it is seen that the highest participation is at undergraduate level with 143 people (46%), and the least participation is at primary and secondary school level (28 people-9%). While 159 (51.1%) public sector employees participated in the study, 71 (22.8%) private sector employees, 49 (15.8%) students, 20 (6.4%) housewives and 12 (3.9%) self-employed workers participated. While the income group with the highest rate among the participants is 2500 TL and below (92 persons - 29.6%), it is followed by the 5501 - 6500 income group (62 persons - 19.9%). The group with the lowest rate is those in the income group of 2501 – 3500 (30 people - 9.6%). Considering the distribution of political views of the participants, it can be said that the Nationalists are in the first place with 164 people (52.7%). Conservative and Social Democrats were ranked with 46 people (14.8%). The least participation was provided by the Liberals (16 people - 5.1%).

In the province of Erzincan, there is no difference in the perception of the state according to the gender of the people who receive service from the police units. The average score of perception of the state over the security services was found to be 4.08 for males and 4.10 for females. Significant differences were found between age groups in terms of state perception. The perception of the state over the security services of the people aged 21-30 was found to be higher than the people aged 31-40. The perception of the state over the police services of the people over the age of 50 was found to be higher than the people between the ages of 31-40. In education, another variable, there were significant differences between the 5 groups. In the study, the perception of the state is lower for those whose education is at the high school level, while the perception of those who are educated at the primary and secondary school level is high. The highest difference is between these two groups. Another variable is the working status. Self-employed workers have the lowest perception with 3.76, while public sector employees have the highest perception of government with 4.17.

In the income distribution variable, which is the other variable, the income group of 2500 and below has an average of 4.06, while the income group of 2501-3500 has an average of 4.36, the income group of 3501-4500 has an average of 4.22, the income group of 4501-5500 has an average of 4.16, the income group of 5501-6500 has an average of 4.13, the income group of 6501 and above has an average of 3.81. . It is observed that the perception of the state over the security services decreases as the income level rises, and the expectation increases as the income rises. In the question of political opinion, which is another variable, the rates were distributed as Social Democrat 3.55, Socialist 3.71, Conservative 4.10, Islamist 4.18, Nationalist 4.23 and Liberal views 4.37.

Conclusion

The findings obtained as a result of the research contributed significantly to the literature on measuring the perception of the state over the police services. In this study, a questionnaire was created by using the service quality measurement models SERVPERF and SERVQUAL. For this reason, this study includes service quality measurement parameters. In other words, in this study, while the perception of the state was measured through the police services of Erzincan province, the service quality of the units of the Erzincan Police Department was also measured. The 7 questions in the survey directly concern the relationship between the Police and the State. The average of the evaluation score of these 7 questions was found to be 4.28. Considering that the overall evaluation score of all questions is 4.08, it is understood that the questions that directly affect the perception of the state are evaluated higher by the participants than the other questions. Therefore, it is understood that the questions about the perception of the state are in correlation with the whole test including the service quality questions, but since the evaluation scores are higher than the whole test, the perception of the state is higher.

As a result of the research, it is understood that physical characteristics are lower than others with 3.75, all other characteristics are above 4.00 evaluation points, and the general average is 4.08. According to the scoring given by the citizens receiving service, understood that the security personnel are well-equipped, the service they receive from the police makes a positive impression in Turkey, the service provided is fair, the personnel do not hesitate to help the citizens, Turkey is a strong state by evaluating the service received from the police, and the service received from the police reflects the level of development of Turkey.

In this case, it has been understood that the service provided by the Erzincan Police Department and the perception of the state and service quality are quite good. In order to increase the perception of the state and service quality through the police services in Erzincan, to improve the physical conditions (building parking lot, cleaning, etc.), to carry out the necessary studies to engage the police personnel wholeheartedly, to reduce the fluctuation in the evaluations and to change them in a positive way. Efforts should be made to minimize the problems experienced by the personnel in charge both in their private life and in the profession. In the event that all these studies are carried out, the Police Organization, which is an important public institution, will positively affect the perception of the "Erzincan security" state. The service quality of the Erzincan police is high." It will succeed in becoming a public institution that can carry its results further and create a more positive impression on behalf of state.

Büyükşehir Belediye Başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter Paylaşımlarının İçeriği¹

The Content of Twitter Posts as a Political Communication Tool of Metropolitan Mayors During The Coronavirus Pandemic Process

Yağmur Karadağ², İlknur Aydoğdu Karaaslan³

Öz

Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı, tüm dünya ülkelerinde sağlığın yanısıra siyasal, ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerin yaşanmasına da neden olmuştur. Koronavirüs salgın hastalığının giderek yayılması ile birlikte büyükşehir belediye başkanları pandemi sürecinde toplum ile anlık, hızlı, doğrudan iletişim ve etkileşim kurmak için sosyal medya platformlarını tercih etmişlerdir. Bu bağlamda en çok kullanılan sosyal medya ağlarından biri olan Twitter'ı siyasal iletişim aracı olarak kullanmışlardır. Dolayısıyla Büyükşehir belediye başkanlarının pandemi sürecinde hem büyükşehir belediye-faaliyetleri olarak gerçekleştirdikleri genel çalışmalarını hem de söz konusu salgın hastalığa yönelik bilgilendirmeleri, alınması gereken önlemleri, uyarıları Twitter üzerinden aktarmaları toplum açısından büyük önem taşımaktadır. Ayrıca pandemi sürecinde özellikle yüz yüze gerçekleştirilecek her türlü etkinliğe ilişkin kısıtlamaların getirilmesi, Twitter'ın oldukça dikkat çeken bir sosyal ağ olarak ön plana çıkmasını sağlamıştır. Bu çalışmada, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye'de ortaya çıktığı ve hızla ilerlediği 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında, İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa illerinde Büyükşehir Belediye Başkanları olarak görev yapan Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün'ün Twitter hesaplarından göndermiş oldukları 2.189 tweet "Workbenchdata" aracılığıyla çekilmiş ve pandemi dönemi içerisinde gerçekleştirdikleri paylaşımların içeriklerinin nelerden oluştuğu detaylı olarak incelenmiş, elde edilen veriler "flourish.studio" ile görselleştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Koronavirüs (Covid-19), Pandemi, Sosyal Medya, Twitter.

Abstract

The coronavirus (Covid-19) epidemic disease has caused political, economic, social and cultural impacts as well as health emergency in all countries throughout the world. With the gradual spread of the coronavirus epidemic, metropolitan mayors preferred social media platforms to establish instant, fast, direct communication and interaction with the society during pandemic process. Therefore, it is of great importance for the society that the mayors of the metropolitan municipality carry out their general work as metropolitan municipality activities during the pandemic process, as well as informing them about the epidemic, the precautions to be taken, and the warnings on Twitter. In addition, during the pandemic process, especially incidental to the enforced restrictions on all kinds of activities to be held face-to-face, Twitter stands out as a social network that draws attention. In this study, 2.189 posts of Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün who serve as Istanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep and Manisa provinces Metropolitan Mayors between March 1, 2020 and April 30, 2020 on their official Twitter accounts when the coronavirus (Covid-19) pandemic process was the most talked about matter and took effect throughout Turkey were obtained through the "Workbenchdata" and the contents of the posts that took place during the pandemic process were examined in detail, and the data obtained were visualized with "flourish.studio".

Keywords: Coronavirus (Covid-19), Pandemic, Social Media, Twitter.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 17 / 11 / 2021

Accepted: 03 / 02 / 2022

¹ Bu çalışma, "Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecinde Büyükşehir Belediye Başkanlarının Twitter Kullanım Analizi" başlıklı (Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı (2021)) yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Doktora Öğrencisi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Genel Gazetecilik, yagmurkaradaag@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-4462-3109>

³ Doç.Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik, ilk2002tr@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-2663-6731>

Giriş

Toplumsal yapıyı meydana getiren temel kurumsal yapılardan biri olan siyaset, iki bin yıldan fazla geçmişi olan ve insanların her zaman yakından takip ettiği, hep gündemde olan ve önemini koruyan bir olgudur. Siyaset, insanların topluluklar halinde yaşamaya başlamasıyla birlikte bir düzene, sisteme, idareye yönelik ortaya çıkan ihtiyaç ile başlayan ve günümüze kadar gelişimini devam ettiren bir disiplini ifade etmektedir. Tarihsel süreç içerisinde insanların yaşamlarını nasıl devam ettirecekleri noktasında aynı düşünceye sahip olmaması, tüm toplumu yakından ilgilendiren toplumsal kararların nasıl alınacağına belirsiz olması, insanların devamlı olarak birbirleriyle çatışma halinde olmaları ve iktidarın tüm kaynaklarının nasıl dağıtılacağına bilinmemesi ile siyaset kavramı daha da önem arz eden bir noktaya gelmektedir. Söz konusu toplumsal yapının tüm kurumlarını doğrudan etkileyen siyaset, tarih boyunca düşünürlerinin hayata yönelik farklı bakış açıları, değerleri ve tecrübeleri nedeniyle de değişik şekillerde anlaşılmakta ve tanımlanmaktadır.

İnsanların doğada var olduğu tarihten itibaren ortaya çıkan iletişim, siyasetten çok daha eski bir disiplin olarak dikkat çekmektedir. İlk zamanlarda sözsüz bir şekilde başlayan iletişim, ilerleyen süreçte resimler, semboller, dili kullanma becerisiyle ortaya çıkan sesler ile daha güçlü bir hal almış ve gelişimini devam ettirmiştir. İnsanlar; duygularını, düşüncelerini, isteklerini ve ihtiyaçlarını iletişim sayesinde bir diğeriyle paylaşmakta ve birbirleriyle anlaşmaktadır. Siyaset ve iletişim disiplinleri arasında da oldukça önemli bir ilişki bulunmaktadır. Söz konusu ilişkinin özünde, iktidar olma amacını gerçekleştirmek için siyasi arenada toplumu ikna etmeye yönelik faaliyetler gerçekleştirmek yer almaktadır. Siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları içerisinde yer aldıkları partilerin benimsedikleri, inandıkları ideolojilerini, değerlerini, yaşam biçimini topluma anlatmakta ve böylece iktidar olabilmek adına etraflarında kendilerine destek verecek topluluklar oluşturmaktadır. Bu durum, siyasal iletişim disiplininin de ortaya çıkmasına neden olmuştur.

Siyasal iletişim disiplini, günümüzde siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları için vazgeçilmez bir araçtır. Zaman içerisinde iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve dönüşümler beraberinde siyasal iletişimin işleyiş biçimini de doğrudan etkilemiş ve yeni bir dönemin başlamasına neden olmuştur. Özellikle Web 2.0 teknolojilerinin kullanılmaya başlanmasıyla insanlar yaşamlarını dijital bir dünya içerisinde devam ettirmeye başlamışlardır. 2019 yılının sonu ve 2020 yılının başından itibaren tüm dünya ülkelerini etkisi altına alan Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının meydana gelmesi insanların varolan dijital dünya içerisinde daha da fazla zaman geçirmelerini sağlamıştır. Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinin yaşandığı dijitalleşen dünyada, siyaset konusunda söz sahibi olmak isteyen büyükşehir belediye başkanları zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, anlık ve hızlı bir şekilde toplumla iletişim ve etkileşim kurabildikleri sosyal medya platformlarını aktif olarak kullanmaya başlamışlardır. Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde söz konusu salgın hastalık nedeniyle işleyiş değişen siyasal iletişim, sosyal medya platformlarının gücünün bilincinde olan büyükşehir belediye başkanları için oldukça önemli hale gelmiştir.

Bu noktadan hareketle çalışmada, sosyal medya platformlarının en çok kullanılan ağlarından biri olan Twitter, bir siyasal iletişim aracı olarak ele alınmıştır. Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye’de ilk kez konuşulmaya başlandığı, hızla ilerlediği 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanları olarak görev yapan Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alinur Aktaş, Fatma Şahin, Cengiz Ergün’ün Twitter hesaplarından yaptıkları 2.189 paylaşım “Workbenchdata” ile elde edilmiş ve büyükşehir belediye başkanlarının söz konusu platformda gerçekleştirdikleri paylaşımların içeriklerini nelerin oluşturduğu içerik analizine tabi tutularak tespit edilmiştir. Çalışmada, büyükşehir belediye başkanlarının pandemi sürecinde özellikle odaklandıkları paylaşım kategorileri detaylı bir şekilde incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar, “flourish.studio” aracı ile görselleştirilmiştir.

1. Büyükşehir Belediye Başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) Pandemi Sürecindeki Twitter Paylaşımları

Siyasal iletişim, siyaset ve iletişim disiplinlerinin birbiriyle olan yakın ilişkisi sayesinde doğmuştur. En genel anlamıyla siyasal iletişim; siyasi liderlerin, büyükşehir belediye başkanlarının verdikleri mesajlara odaklanmaktadır. Siyasal iletişim, bireylerin ya da toplulukların girdikleri iktidar mücadelesi olarak da tanımlanmaktadır. Çok geniş bir yelpaze içerisinde yer alan siyasal iletişim kavramı; propaganda, alt-üst ilişkilerinden hareketle iktidarın yer aldığı kurumlardaki işleyiş, baskı gruplarının eylemleri, halkla ilişkiler, siyasal reklamcılık gibi siyasal amaçlı tüm iletişim tekniklerini içermektedir (Çankaya, 2019: 13). Siyasal iletişim, tüm iktidar yapılarının ihtiyaçlarını yanıtlamak için tarihsel süreç içerisinde her zaman yerini korumuş bir disiplin olmasının yanı sıra iktidara gelmek, bu süreci başarabilmek, iktidarın getirdiği olanakları, gücü pratize etmek ve kamuoyuna bu konuda bilgi ve haber akışı sunabilmek için gereklidir. Ayrıca programların, platformların ve diğer önermelerin varoluş sebebi olma özelliğini de taşımaktadır (Bongrand, 1992: 9). Bu bağlamda siyasal iletişim, iktidar için çok büyük önem taşımakta ve siyasi liderlerin, büyükşehir belediye başkanlarının iktidara gelebilmeleri için seçim sürecinde ve devamında başarılı bir iletişim süreci geçirmeleri gerekmektedir.

Siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları, kendilerini hedef kitlelerine, toplumda yer alan gruplara anlatmayı ve tüm rakipleri karşısında toplumun desteğini almayı amaçlamaktadırlar. Günümüzde insanlık tarihi içerisinde nadir karşılaşılan,

Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı, ilk kez Aralık 2019'da Çin'in Hubei bölgesinde bulunan Vuhan kentinde görülen, yeni keşfedilen bir koronavirüsün neden olduğu ve dünya çapında birçok ölüme sebep olan salgın hastalıktır. Bu bağlamda Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), 11 Mart 2020 tarihinde yaptığı açıklamada, virüsün yayılma hızının, bulaşıcılığının, hastalığın ölümcül olmasının ve ülkelerdeki yetkililerin gerekli önlemleri almaması durumunun DSÖ'yü alarm seviyesine getirdiğini ve bu nedenle Koronavirüs'ü pandemik bir hastalık olarak ilan ettiklerini ifade etmiştir (Ak, 2020: 14) Covid-19'un DSÖ tarafından "pandemi" olarak ilan edilmesi büyük önem taşımaktadır. Çünkü Koronavirüs'ün "pandemi" olarak tanımlanması ile birlikte ülkelerin bu salgın hastalığa yönelik en üst düzey önlemleri alması ve gereken tüm sağlık hizmetlerinin sağlanması gerektiği vurgulanmaktadır (Doğanışık, 2020). Bu salgın hastalığın yaşandığı pandemi döneminde siyasi liderler, büyükşehir belediye başkanları topluma söz konusu salgın hastalığa yönelik bilgilendirmeleri, açıklamaları, gerçekleştirdikleri faaliyetleri, önerileri, çağrılarını aktarmaları ve toplumdan geri bildirim almaları noktasında, siyasal amaçlarını gerçekleştirmek için medyaya ve özellikle sosyal medya platformlarına ihtiyaç duymaktadır.

Pandemi döneminin ortaya çıkmasıyla sosyal medya ortamlarının özellikle Twitter'ın önemi giderek artmıştır. Çünkü Twitter, sadece kullanıcıların ne düşündüklerini değil, hangi toplumsal grupların hangi konulara odaklandığını anlamak açısından önemli bir zihin okuma aracı olarak da dikkat çekmektedir. Ayrıca Twitter'ın dünyanın her yerinden anlık olarak tweet göndermesi, mobil cihazlardaki SMS mesajının karakter sayısı ile doğrudan bağlantılıdır (O'Reilly ve Milstein, 2012: 7,15). Söz konusu durum, Twitter içerisinde 280 karakterin sadece tweet sınırını ifade etmediğini, gündelik hayatın, yaşanan gelişmelerin ve iletişimin gittikçe hızlı, anlık ve kısa paylaşımlarla aktarılmaya başlandığının bir göstergesidir. Twitter, etkileşimli iletişim ve haberleşme ortamı sağladığından kullanıcı attığı tek bir tweet ile milyonlarca kullanıcıya ulaşabilmekte, gündem oluşturabilmekte ve diğer kullanıcıları ortak bir amaç doğrultusunda bir araya getirebilmektedir. Özellikle Twitter'da gerçekleştirilen tartışmalar, oluşturulan dikkat çekici gündemler geleneksel medya organları içerisinde değerli ve önemli görülerek haberleştirilebilmektedir. Günümüzde Twitter'ın sahip olduğu bu önemli gücün bilincinde olan siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları söz konusu platformu sadece seçim dönemlerinde, seçim kampanyaları yürüttükleri süreçte değil, siyasal iletişim faaliyetlerinin bir parçası olarak her zaman kullanmaktadır. Eren'e göre Twitter, son yıllarda gerçekleştiren siyasal iletişim süreçlerine "fırsat eşitliği", "organize olma gücü", "izleme ve veri gücü" noktaları ile etki etmektedir (2015: 22-29). Dolayısıyla, Twitter'ın siyasal iletişim süreci içerisinde çok önemli bir güç haline gelmesine neden olmaktadır.

Katz, Barris ve Jain'e göre (2013: 88) devlet başkanları ve diğer üst düzey yetkililer sosyal medya platformlarını ve özellikle Twitter'ı çeşitli nedenlerden dolayı kullanmaktadır. Bu nedenleri şu şekilde açıklamak mümkündür:

- 1) Toplum ve sosyal medya ortamlarına karşı anlayışlı ve duyarlı görünerek imajlarını iyileştirmek.
- 2) Sosyal medya platformlarının kendilerine sağladığı görünürlüğü kullanarak toplumun dikkatini çekmek ve böylece platformda düşünceleri ile dikkat çeken liderlere ve potansiyel seçmenlere ulaşmak.
- 3) Yönetimin bakış açısını savunmak.
- 4) Toplum ve destekçilerini harekete geçirmek.
- 5) Açık ve net bir şekilde eleştirilerde bulunmak.

Büyükşehir belediye başkanlarının, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci öncesinde toplum ile seçim meydanlarında, yüz yüze gerçekleştirilen her etkinlikte, toplantılarda, kongrelerde, açılış törenlerinde bir araya geldikleri ve geleneksel medya araçlarını kullanarak geniş halk kitlelerine ulaştıkları, etki altına alabildikleri bir siyasal iletişim stratejisi izledikleri görülmektedir. Tarihsel süreç içerisinde radyo, televizyon, sinema, gazete, dergi, afiş ile sürdürülen ve propaganda üzerinden ilerleyen siyasal iletişim, içinde yaşadığımız pandemi döneminde yerini sanal ortamlardan, sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirilen siyasal iletişim stratejilerine bırakmış durumdadır. Dolayısıyla, pandemi süreci öncesinde daha çok yüz yüze ve bire bir olarak gerçekleştirilen siyasal iletişim, salgın hastalığın hızla yayılımını arttırması, yüz yüze gerçekleştirilen her türlü etkinliğin kısıtlanması ve yeni iletişim teknolojilerinin gelişim göstermesi ile birlikte yeni medya araçlarıyla gerçekleştirilmektedir.

Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde geniş halk kitleleri ile zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın, hızlı, ücretsiz bir şekilde, doğrudan iletişim ve etkileşim kurma imkânı sağlayan Twitter, siyasal iletişimin gerçekleştiği ana merkezlerden biri haline dönüşmektedir. Bu sayede, tarih boyunca geleneksel medya araçları içerisinde tek yönlü bir şekilde gerçekleştirilen siyasal iletişim, günümüzde çift yönlü olarak devam etmektedir. Böylece sosyal medya ortamları, geleneksel medya araçları ile kıyaslandığında birçok önemli avantajı da beraberinde getirmekte ve pandemi döneminde büyükşehir belediye başkanları için oldukça kıymetli, ihmal edemeyecekleri yeni medya araçları olarak dikkat çekmektedir.

Büyükşehir belediye başkanları Covid-19 pandemi süreci içerisinde toplumu Twitter üzerinden salgın hastalığa yönelik bilgilendirmekte, son gelişmeleri iletmekte, gerçekleştirecekleri yardımları, koruyucu önlemleri paylaşmakta, onları canlı bağlantılar aracılığıyla gerçekleştirilen her türlü etkinliğe davet etmekte ve söz konusu platform tüm bu çevrimiçi siyasal enformasyon sürecinin kullanıcılar tarafından yoğun bir şekilde paylaşılması, bütünleşmesi amacıyla kullanılmaktadır. Aynı zamanda büyükşehir belediye başkanları toplumun pandemi dönemine yönelik her türlü geri bildirimini Twitter üzerinden

öğrenebilmektedirler. Aynı şekilde toplum da pandemi sürecine yönelik her türlü gelişmeyi söz konusu platform üzerinden hızlı, anlık ve eksiksiz bir şekilde takip edebilmekte ve organize olabilmektedirler. Böylece Twitter, bir siyasal iletişim aracı olarak Covid-19 pandemi sürecinde de siyasal aktörlere büyük avantajlar sağlamaktadır.

2. Araştırmanın Uygulanması

2.1. Araştırmanın Konusu

Araştırmanın konusu, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde büyükşehir belediye başkanlarının sosyal medya kullanımlarının, bir sosyal medya platformu olan Twitter üzerinden incelenmesidir. Yerel politikacılar sosyal medya platformlarını ve özellikle Twitter'ı en çok seçim dönemlerinde aktif bir şekilde kullanmaktadır. Bu durumda vurgulanması gereken en önemli nokta, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının ortaya çıkışı ve tüm dünyada pandemi ilan edilmesiyle seçim dönemi dışında siyasi liderlerin, yerel yöneticilerin toplum ile iletişim kurmalarının zaruri olması, sosyal medya platformlarından Twitter'ın aktif olarak kullanılmasını da kaçınılmaz hale getirmiştir. Çünkü, siyasi liderler ve yerel yöneticiler toplumun ihtiyaçlarını hızlı şekilde tespit edebilecek, karşılayabilecek olan kişilerdir. Bu bağlamda, yerel politikacıların topluma doğrudan ulaşmaları, ihtiyaçlarını, isteklerini öğrenebilmeleri ve karşılayabilmeleri açısından Twitter'ı etkili bir siyasal iletişim aracı olarak kullanmaları daha da önem kazanmaktadır.

2.2. Araştırmanın Amacı

Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ile tüm dünyada ve Türkiye'de ekonomik, toplumsal, siyasal ve kültürel açıdan birçok değişiklik yaşanmaktadır. Özellikle söz konusu salgın hastalık toplumların gündelik yaşamlarında çalışma düzenlerinin, eğitim ve öğretim yöntemlerinin değişmesini gündeme getirmiştir. Ayrıca pandemi ile birçok sektörde işsizlik problemi de ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda, siyasi aktörlerin pandemi ile ortaya çıkan sorunlarına ve çözümlerine yönelik toplumu bilgilendirmesinin önemi giderek artıyordu. Özellikle her bölgedeki belediye başkanlarının toplumdaki sorunlar ile ilgilenmeleri ve onlar ile iletişim kurmaları gerekmektedir. Bu bağlamda çalışmada, büyükşehir belediye başkanlarının pandemi döneminde sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçlarından Twitter'da yaptıkları paylaşımların içeriğinin nasıl olduğunu ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır.

2.3. Araştırmanın Kapsamı ve Önemi

Büyükşehir belediye başkanlarının salgın hastalığın olduğu dönemde topluma en yakın olan, toplumun ihtiyaçlarını, sorunlarını en hızlı tespit edebilecek olan ve karşılayabilecek olan kişiler olması tez çalışmasının kapsamını oluşturmaktadır. Pandemi döneminde büyükşehir belediye başkanlarının toplum ile hızlı bir şekilde iletişim kurması, gerekli bilgilerin aktarılması ve çözüm yollarının aktarımı aşamasında sosyal medyanın önemi kaçınılmaz olmuştur. Bu bağlamda araştırmaya nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasından hareket edilerek İstanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep ve Manisa Büyükşehir Belediye Başkanlarının pandemi dönemindeki Twitter analizleri dahil edilmiştir. Söz konusu kritere göre seçilen büyükşehir belediye başkanları, Ekrem İmamoğlu (İstanbul), Mansur Yavaş (Ankara), Alınur Aktaş (Bursa), Fatma Şahin (Gaziantep) ve Cengiz Ergün (Manisa) olarak belirlenmiştir. Araştırmada pandemi döneminin başladığı 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında büyükşehir belediye başkanlarının Twitter paylaşımları değerlendirilmiştir. Çalışma, toplumun ihtiyaçları ve gereksinimleri dikkate alınarak büyükşehir belediye başkanlarının pandemi döneminde iletişimlerinin ne düzeyde olduğu, seçimlerden bağımsız, farklı bir dönem içerisinde Twitter'ı siyasal iletişim açısından kullanımı derinlemesine incelendiği için önem taşımakta ve literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralaması dikkate alınarak belirlenen büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesapları aracılığıyla yapılan paylaşımları ve elde edilen sayısal verileri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizi, iletişim içeriğinin önceden belirlenmiş kategoriler çerçevesinde sistematik olarak yapılmasını sağlayan bir araştırma yöntemidir (Geray, 2017: 145). İçerik analizinin en temel amacı ise "sayıca fazla olan metin yığnında, araştırma sorusu açısından önem arz eden ortak bilgileri tespit etmek ve değerlendirmektir" (Gökçe, 2006: 21). Bu yöntem içerisinde Frekans ve Kategorisel Analiz teknikleri kullanılmıştır. Araştırmada, büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımları, 2018 yılında Columbia Üniversitesi Gazetecilik Okulu tarafından geliştirilen "Workbenchdata" isimli web tabanlı bir platform üzerinden elde edilmiştir. Söz konusu program aynı zamanda elde edilen tweetlerin temizlenebilmesine, filtrelenebilmesine ve görselleştirilebilmesine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda araştırma kapsamında elde edilen sonuçlar "flourish.studio" aracı kullanılarak görselleştirilmiştir.

2.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarından atılmış oldukları tüm tweetler oluştururken, araştırmanın örneklemi ise Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye'de ilk kez görüldüğü, hızla

ilerlediği, salgına yönelik sıkı önlemlerin alındığı dönemleri içeren 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında örnekleme dahil edilen Büyükşehir Belediye Başkanları olarak görev yapan Ekrem İmamoğlu (İstanbul), Mansur Yavaş (Ankara), Alınur Aktaş (Bursa), Fatma Şahin (Gaziantep), Cengiz Ergün'ün (Manisa) Twitter hesapları üzerinden atılmış oldukları tüm tweetler oluşturmaktadır. Örnekleme için seçilen büyükşehir belediye başkanları Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2019 yılına ait olarak açıkladığı "Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları" üzerinden nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasına göre seçilmiştir.

Nüfusun yoğun olduğu büyükşehirlerin sıralamasına göre 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleştirilen Türkiye yerel seçimlerinde öne çıkan AK Parti'den iki, CHP'den iki ve MHP'den bir büyükşehir belediye başkanı seçilmiştir. Bu çalışma Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş, Alınur Aktaş, Fatma Şahin ve Cengiz Ergün'ün Twitter'da resmi sayfası olarak belirttikleri @ekrem_imamoglu, @mansuryavas06, @Alınuraktas70, @FatmaSahin ve @cengizergun hesapları üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, söz konusu beş büyükşehir belediye başkanının belirlenen tarihler arasında yaptıkları toplam 2.189 paylaşım araştırmaya dahil edilmiştir.

2.6. Araştırma Bulgularının Toplanması ve Değerlendirilmesi

Araştırmada öncelikle örneklemeye dahil edilen büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesaplarının olup olmadığı kontrol edilmiş ve tüm başkanların resmi Twitter hesaplarının olduğu belirlenmiştir. Büyükşehir belediye başkanlarının Twitter hesapları incelenerek, söz konusu başkanların Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının Türkiye'de ortaya çıktığı ve hızla ilerlediği 1 Mart 2020 ve 30 Nisan 2020 tarihleri arasında göndermiş oldukları tweetler "Workbenchdata" programı aracılığıyla çekilmiştir. Workbenchdata aracılığı ile çekilen Twitter paylaşımları her büyükşehir belediye başkanı için ayrı ayrı oluşturulan dosyalara kaydedilerek, çeşitli başlıklar altında kategorize edilmiştir. Kategoriler oluşturulurken, söz konusu başkanların tweetleri esas alınmış ve kodlama bu paylaşımlara göre oluşturulmuştur. Bu kategorileri ve kategorilerin ifade ettikleri anlamları şu şekilde açıklamak mümkündür:

- Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme
- Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme
- Projeler ve Bağış Kampanyaları
- Teşekkür
- Katıldıkları Etkinlikler
- Yapılan Ziyaretler
- Yaşanan Ölümler ve Anma
- Özel Günler
- Spor
- Dini Mesajlar
- Toplumun ve Yetkililerin Attıkları Tweetlere Yanıt
- Özel Hayat
- Diğer

Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme: Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı ve pandemi süreci ile ilgili Büyükşehir Belediyesi'nce alınan, uygulanmaya başlanan kararlara, çözümlere, uyarılara, tavsiyelere, çağrılara, yardımlara ve hükümetten istenen taleplere yönelik olarak bilgilendirme amacıyla attıkları tüm tweetler bu kategoride yer almaktadır.

Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme: Büyükşehir belediye başkanlarının toplumu, toplumsal grupları ve diğer dünya ülkelerini başkan oldukları şehirler hakkında ve şehirlerde yapılan, yapılacak olan düzenlemelere, gelişmelere, çalışmalara, faaliyetlere yönelik bilgilendirme amacıyla göndermiş oldukları tweetlerdir.

Projeler ve Bağış Kampanyaları: Büyükşehir belediye başkanlarının toplum için hazırladıkları "Sosyal Misafir", "Birlikte Başaracağız", "Taksim Meydanı projesi", "6 Milyon Tek Yürek", "Gönül Seferberliği", "Biz Bize Yeteriz Türkiyem", "Sözleşmeli Üreticilik" gibi çeşitli projelere ve bağış kampanyalarına yönelik olarak attıkları tweetlerdir.

Teşekkür: Büyükşehir belediye başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde sağlık çalışanlarına, belediye çalışanlarına, kamu kurumlarına, sivil toplum örgütlerine, desteğini esirgemeyen topluma ve başlatılan bağış kampanyalarına katkı sağlayanlara yönelik olarak atılmış oldukları teşekkür mesajlarına ilişkin tweetlerdir.

Katıldıkları Etkinlikler: Büyükşehir belediye başkanlarının çeşitli açılış törenlerine, davetlere, canlı yayınlara, yüz yüze ya da online yapılan toplantılara, sosyal medya platformları üzerinden yayınlanan programlara, etkinliklere ve gerçekleştirdiği ziyaretlere (halkla anlık olarak buluşma, engelli vatandaşlara ev ziyaretleri), incelemelere yönelik olarak atılmış oldukları tweetler bu kategoride ele alınmaktadır.

Yapılan Ziyaretler: Büyükşehir belediye başkanlarının makamlarına yapılan ziyaretlere ilişkin olarak atılmış oldukları tweetlerdir.

Yaşanan Ölümler ve Anma: Büyükşehir belediye başkanlarının vefat eden şehitler, siyasi liderlerin, milletvekillerinin akrabaları, aileleri, taziye ziyaretleri, Koronavirüs (Covid-19) salgınında ölenler ile ilgili olarak atılmış oldukları tweetler ve Türkiye tarihinde önemli yere sahip olan kişilerin ölüm yıldönümlerini andıkları tweetler bu kategoride ele alınmaktadır.

Özel Günler: Büyükşehir belediye başkanlarının Türkiye ve dünya ülkeleri tarafından kabul edilen özel günler ile ilgili (8 Mart Dünya Kadınlar Günü, İstiklal Marşı'nın kabul edilmesi vb.) atılmış oldukları tweetlerdir.

Spor: Büyükşehir belediye başkanlarının spora, çeşitli spor müsabakalarına, sporculara, ülke takımları ile sporcuların kazandığı sportif başarılarla ve pandemi döneminde evde yapılan spor egzersizlerine yönelik olarak atılmış oldukları tweetler bu kategoride ele alınmaktadır.

Dini Mesajlar: Büyükşehir belediye başkanlarının "Hayırlı Cumalar, İyi Haftalar, Hayırlı Kandiller vb." şekillerde Müslümanlığa ve diğer dinlere yönelik olarak atılmış oldukları, içerisinde dini mesajlar bulunduran tweetlerdir.

Toplumun ve Yetkililerin Attıkları Tweetlere Yanıt: Büyükşehir belediye başkanlarının toplumun kendisini, Büyükşehir Belediyelerini ve yetkilileri (Vali, Belediye Başkanı gibi) etiketleyerek attığı tweetlere verdikleri yanıtlar bu kategoride yer almaktadır.

Özel Hayat: Büyükşehir belediye başkanlarının özel hayatına ilişkin olarak yani eşine, çocuklarına ve tüm ailesine ilişkin olarak attıkları tüm tweetlerdir.

Diğer: Yukarıda açıklanan kategorilerin içerisinde değerlendirilemeyecek diğer tweetler bu kategori içerisinde değerlendirilmektedir.

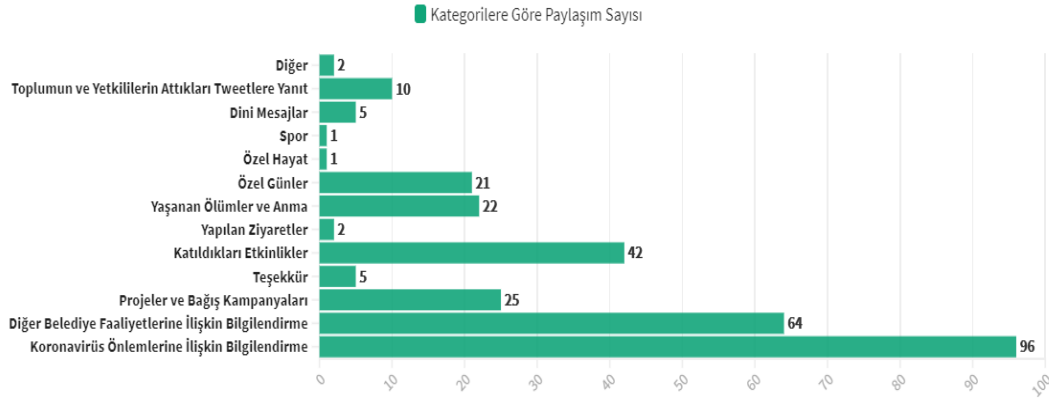
Araştırmada, büyükşehir belediye başkanlarının Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Twitter hesapları üzerinden gerçekleştirdikleri paylaşımlar içerisinde sadece odaklandıkları kategoriler detaylandırılmıştır.

2.6.1. Ekrem İmamoğlu'nun Twitter Paylaşımlarının İçeriği

Araştırma kapsamında Ekrem İmamoğlu⁴'nün Twitter hesabından gerçekleştirdiği paylaşımlar 13 kategoride belirlenerek incelenmiş ve kategorilere yönelik çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır (Grafik 1). İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun, belirlenen 13 kategori içerisinde her kategoriye yönelik paylaşım yaptığı görülmektedir.

İmamoğlu en çok paylaşımı 96 tweetle "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme" ile gerçekleştirirken, bu paylaşımı sırasıyla 64 tweetle "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", 42 tweetle "Katıldıkları Etkinlikler", 25 tweetle "Projeler ve Bağış Kampanyaları", 22 tweetle "Yaşanan Ölümler ve Anma", 21 tweetle "Özel Günler", 10 tweetle "Toplumun ve Yetkililerin Attıkları Tweetlere Yanıt", 5'er tweetle "Dini Mesajlar" ve "Teşekkür" kategorileri takip etmektedir. Ayrıca İmamoğlu, çok fazla olmasa da 2'şer tweetle "Yapılan Ziyaretler", "Diğer" ve son olarak 1'er tweetle "Özel Hayat", "Spor" kategorilerinde de paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Ekrem İmamoğlu'nun 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter hesabı üzerinden yapmış olduğu paylaşımların daha çok "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", "Katıldıkları Etkinlikler", "Projeler ve Bağış Kampanyaları", "Yaşanan Ölümler ve Anma" ve "Özel Günler" kategorilerinde yer aldığı tespit edilmektedir. Böylece, İmamoğlu'nun paylaşımlarının odaklandığı 6 kategorinin, toplam paylaşımların %91'ini oluşturduğu ve geriye kalan 7 kategorinin ise toplam paylaşımların %9'unu oluşturduğu görülmektedir. Bu nedenle, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun paylaşımları içerik açısından çok fazla çeşitlilik içermemekte ve belirli kategorilerde ağırlık kazanmaktadır.

⁴ Ekrem İmamoğlu, 2009 yılında CHP Beylikdüzü İlçe Başkanı seçilmiş ve 30 Mart 2014 yılında gerçekleşen yerel seçimlerde Beylikdüzü Belediye Başkanı olmuştur. Bu süreçte, Beylikdüzü'nün sosyal ve kültürel hayatında etkin rol oynayan İmamoğlu, günümüzde birçok sivil toplum kuruluşunda da aktif üye olarak yer almaktadır. 23 Haziran 2019 tarihinde İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı olarak seçilmiştir. Halen görevini sürdüren İmamoğlu, evli ve 3 çocuk babasıdır (<https://www.ekremimamoglu.com/ekrem-imamoglu-kimdir/> Erişim Tarihi: 13.02.2021).



Grafik 1. Ekrem İmamoğlu'nun 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımının Kategorilere Göre Dağılımı

Ekrem İmamoğlu'nun Twitter hesabı üzerinden en çok paylaşımında bulunduğu kategori "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme"dir. İmamoğlu söz konusu kategori içerisinde yer alan tweetler ile toplumu ve özellikle İstanbulluları Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Büyükşehir Belediyesi olarak toplu taşıma araçlarının, istasyonların, durakların, kültür merkezlerinin, tüm ibadethanelerin özel hijyen ekipleri tarafından dezenfektasyonunun yapıldığı, salgın hastalığın hızla yayılmasını önlemek amacıyla İstanbul Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Edinme Kurslarının (İSMEK), Şehir Tiyatroları'nın gösterimlerinin iptal edildiği, Büyükşehir Belediyesi'ne ait müzelerin, sosyal tesislerin kapatıldığı, tüm sağlık çalışanlarına, eczacılara, eczane çalışanlarına toplu taşıma araçlarının ücretsiz olacağı, sağlık çalışanlarına İstanbul Otopark İşletmelerinin (İSPARK) de ücretsiz olacağı, sağlık çalışanlarına hastane yakınında ücretsiz konaklama hizmeti verileceği, Alo 153 hattı ile 65 yaş ve üzeri kişilere yardım hizmeti verileceği, psikolojik desteğe ihtiyaç duyan kişiler için psikologların destek hattı aracılığıyla yardımcı olacağı, İstanbul Bilim Kurulu oluşturulduğunu, sokakta yaşayan kişiler için alternatif tesislerin hazırlandığını ve beslenme, barınma olanaklarının sağlandığına yönelik bilgilendirmiştir.

Ekrem İmamoğlu'nun en çok paylaşım yaptığı ikinci kategori "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme"dir. Söz konusu faaliyetlerin içerisinde İstanbul'daki altyapı, su taşkını, tapu ve imar sorunlarına yönelik getirilen çözümler, yol bakım ve onarımları, çocuklar için hazırlanan kreşler ve vapurlarda yapılan çocuk oyun alanları, İstanbul'da yaşayan işsiz vatandaşlara yönelik sağlanan iş imkanları, Adalar'daki atlara yönelik yapılan sağlık kontrolleri ve bakımları, İstanbul Büyükşehir Belediyesi olarak üreticilerden alınan çeşitli meyve, sebzelerin ihtiyaç sahiplerine dağıtıldığına yönelik birçok bilgilendirici tweet yer almaktadır.

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu'nun en çok paylaşım yaptığı üçüncü kategori "Katıldıkları Etkinlikler" olarak ortaya çıkmaktadır. İmamoğlu'nun "Katıldığı Etkinlikler" kategorisine yönelik olarak atmış olduğu tweetlere örnekler @ekrem_imamoglu: "Show TV'de Zahide Yetiş'in sorularını yanıtlıyorum" (16 Mart 2020), @ekrem_imamoglu: "Bugün dünyanın en büyük şehirlerini yöneten 40 belediye başkanı ile pandemik salgın ile ilgili online bir toplantı yaptık, şehirlerimizde alınan önlemleri konuştuk. Özet olarak; cesur kararlar almaktan çekinen her ülke ağır bedeller ödüyor. Biz de bu konuda radikal olmalıyız" (27 Mart 2020), @ekrem_imamoglu: "FOX TV'de İsmail Küçükkaya'nın salgın gündemiyle ilgili sorularını yanıtlıyorum" (30 Mart 2020).

Ekrem İmamoğlu'nun Twitter paylaşımında önem verdiği dördüncü kategori "Projeler ve Bağış Kampanyaları"dır. İmamoğlu söz konusu kategoride, "Sosyal Misafir" ve "Birlikte Başaracağız" projelerine ilişkin tweetler paylaşmaktadır. İmamoğlu'nun kampanyasına yönelik atmış olduğu tweetlerde sıklıkla kampanya için oluşturulan internet sitesinin bağlantısının (linkinin) eklendiği de tespit edilmektedir. Böylece, toplumun kampanyaya katılımları sağlanarak yardıma ihtiyacı olan bireylere yönelik birlikte destek verilebileceği mesajı da ortaya çıkmaktadır.

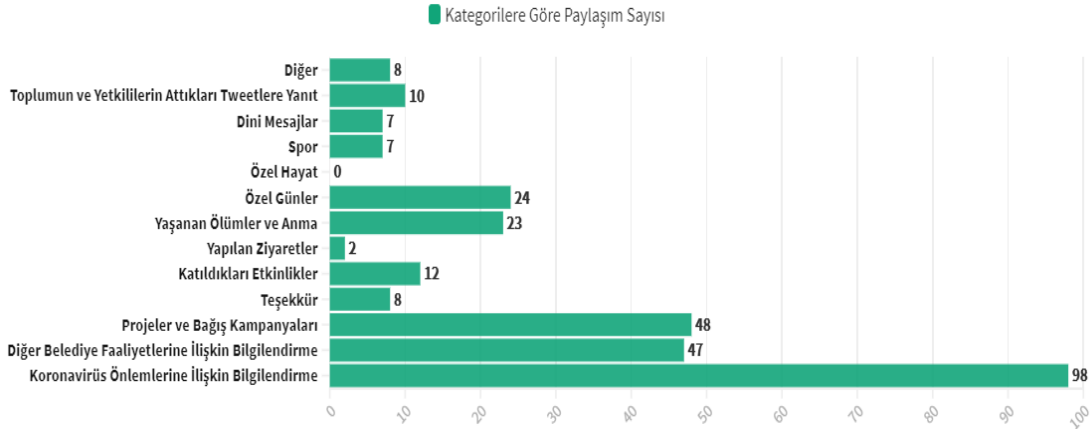
Ekrem İmamoğlu'nun en çok paylaşımında bulunduğu beşinci kategori "Yaşanan Ölümler ve Anma"dır. İmamoğlu'nun özellikle bu kategori içerisinde yaptığı paylaşımlarda Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı sebebiyle vefat eden bireylere, çeşitli operasyonlarda şehit olan askerlere yer verdiği, camilere, İslam merkezlerine yapılan saldırılarda hayatını kaybedenlerin, Türkiye tarihinde önemli bir yere sahip olan değerli kişilerin ölüm yıldönümlerini andığı görülmektedir. İmamoğlu'nun söz konusu kategoriye ilişkin tweetleri @ekrem_imamoglu: "Bahar Kalkanı Harekatı kapsamında Suriye'de rejim güçlerinin açtığı ateş sonucunda hayatını kaybeden şehitlerimize Allah'tan rahmet, yaralı askerlerimize acil şifalar diliyorum. Milletimizin başı sağ olsun. TR"(4 Mart 2020), @ekrem_imamoglu: "Bugün koronavirüs sebebiyle hayatını

kaybeden vatandaşlarımıza Allah'tan rahmet yakınlarına başsağlığı diliyorum. Bu mücadeleyi hekimlerimizin yaptığı tüm uyarılara uyarak aşabiliriz ve aşacağız. #BirlikteBaşaracağız” (20 Mart 2020) şeklindedir.

Ekrem İmamoğlu'nun önem verdiği diğer kategori ise “Özel Günler” olarak tespit edilmiştir. İmamoğlu söz konusu kategoride dünya ülkelerinde ve ülkemizde kabul edilen 8 Mart Dünya Kadınlar Günü, Türkiye Cumhuriyeti'nin milli marşı olan İstiklal Marşı'nın kabulü, 14 Mart Tıp Bayramı, 18 Mart Çanakkale Şehitlerini Anma Günü, 21 Mart Nevruz Bayramı, 27 Mart Dünya Tiyatro Günü, 5 Nisan Avukatlar Günü, 7-13 Nisan Dünya Sağlık Haftası, Türk Polis Teşkilatının Kuruluş Günü, 8 Nisan Dünya Romanlar Günü, 15 Nisan Dünya Sanat Günü, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı gibi çeşitli özel günlere yönelik tweetler de paylaşmıştır.

2.6.2. Mansur Yavaş'ın Twitter Paylaşımlarının İçeriği

Mansur Yavaş⁵'in Twitter hesabından gerçekleştirdiği paylaşımlar 13 ayrı kategori altında değerlendirilmiş olup kategorilere yönelik çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır. Grafik 2'de Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ın belirlenen 13 kategori içerisinde en çok paylaşımı 98 tweetle “Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme” ile gerçekleştirirken, bu paylaşımları sırasıyla 48 tweetle “Projeler ve Bağış Kampanyaları”, 47 tweetle “Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme”, 24 tweetle “Özel Günler”, 23 tweetle “Yaşanan Ölümler ve Anma”, 12 tweetle “Katıldıkları Etkinlikler”, 10 tweetle “Toplumun ve Yetkililerin Attıkları Tweetlere Yanıt”, 8'er tweetle “Teşekkür”, ve “Diğer”, 7'şer tweetle “Spor” ve “Dini Mesajlar” kategorileri takip etmektedir. Ayrıca Yavaş'ın 2 tweetle “Yapılan Ziyaretler” kategorisinde de paylaşım yaptığı ancak “Özel Hayat” kategorisinde hiç paylaşımında bulunmadığı görülmektedir. Bu bağlamda, Mansur Yavaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter hesabı üzerinden yapmış olduğu paylaşımların daha çok “Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme”, “Projeler ve Bağış Kampanyaları”, “Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme”, “Özel Günler” ve “Yaşanan Ölümler ve Anma” kategorilerinde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Çünkü temel olarak, Yavaş'ın paylaşımlarının odaklandığı 5 kategorinin, toplam paylaşımların %81'ini oluşturduğu ve geriye kalan 8 kategorinin ise toplam paylaşımların %19'unu oluşturduğu görülmektedir. Dolayısıyla, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ın paylaşımlarının içerik açısından çeşitlilik içerse de ve paylaşımlar belirli kategorilerde yoğunlaşmaktadır.



Grafik 2. Mansur Yavaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Kategorilere Göre Dağılımı

Mansur Yavaş'ın Twitter hesabı üzerinden en çok paylaşımında bulunduğu ilk kategori “Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme”dir. Yavaş'ın söz konusu kategori içerisinde yer alan tweetler ile öncelikle toplumu ve Ankaralıları Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının tam olarak ne olduğu, söz konusu hastalığın nasıl bulaştığı, bu salgın hastalık ile nasıl mücadele edilebileceği, salgın hastalık ile ilgili doğru bilinen yanlışların neler olduğu, söz konusu doğru bilinen yanlışların süreçle ilgili olumsuzluklara neden olabileceği, bireylerin sağlığında ciddi sorunlar doğurabileceği, sosyal izolasyonun nasıl yapılabileceği, salgın hastalığının yayılımını azaltmak amacıyla bireyler arasında yeterli düzeyde mesafe konması gerektiği, sosyal mesafenin korunması için özen gösterilmesinin elzem olduğu, salgın hastalık sürecinde teması önlemek amacıyla sosyal izolasyon ile birlikte dokunulan yüzeylere de dikkat edilmesinin oldukça önemli olduğu, bu yüzeylerin sıklıkla dezenfekte edilmesi gerektiği, kamuya açık alanlarda temastan kaçınılmanın ihmal edilmemesinin elzem

⁵ Mansur Yavaş, 18 Nisan 1999 seçimlerinde %51 (8.500) oy oranıyla Beypazarı Belediye Başkanı olmuştur. 31 Mart 2019 tarihinde gerçekleşen yerel seçimlerde ise Cumhuriyet Halk Partisi'nin Ankara adayı olmuş ve Ankara'da oyların %50.93'ünü alarak, Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. Evli ve iki çocuk babasıdır (<http://www.mansuryavas.com.tr/> Erişim Tarihi: 26.02.2021).

olduğu, Covid-19'un yüzeylerde ne kadar süre yaşayabildiği, pandemi sürecinde evde alınması gereken hayati önlemlerin neler olduğu, salgın hastalığın yayılımı ve bulaşma ihtimalinin maske kullanımıyla azaldığı ve bu nedenle maske kullanımının oldukça önemli olduğuna yönelik bilgilendirmelerde, uyarılarda bulunduğu görülmektedir.

Mansur Yavaş'ın Twitter hesabı üzerinden en çok paylaşımda bulunduğu ikinci kategori "Projeler ve Bağış Kampanyaları"dır. Yavaş, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının bulaşma hızını en aza indirmek ve sosyal dayanışma amacıyla Ankara Büyükşehir Belediyesi olarak "İyilik hastalıktan daha bulaşıcıdır" sloganı ile başlattıkları "6 Milyon Tek Yürek" kampanyasına yönelik tweetler paylaşmaktadır. Söz konusu kampanyanın içerisinde aynı zamanda ASKİ'ye su borcu olan vatandaşların tüm su borçlarını ödemeyi amaçlayan "Su Ver", vatandaşların Ankarakart'larının ödenmesi için "Bilet Ver", salgın sürecinde işini kaybeden veya işyerini kapatmak zorunda kalan vatandaşlara direkt olarak nakit yardımı yapılabilen "El Ver" ve ihtiyaç sahibinin evine iftarlık göndermek için başlatılan "İftar Ver" kampanyaları da yer almaktadır.

Mansur Yavaş'ın en çok paylaşım yaptığı üçüncü kategori ise "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme" olarak ön plana çıkmaktadır. Yavaş, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının yaşandığı süreç içerisinde Başkent 153 isimli mobil araçlarla vatandaşların istek ve şikayetlerine hızlı bir şekilde çözüm üretileceği, Ankara Büyükşehir Belediyesi'ne ait birçok uygulamayı, "Başkent Mobil" isimli bir uygulama üzerinden gerçekleştirileceğini ve akıllı Ankara olma yolunda ilerlendiğini, ODTÜ öğrencilerinin kendileri için sağlanan ücretsiz ring uygulamasından faydalanmaya başladıkları, il genelinde ya da ilçelerde yaşanacak su kesintilerinin olacağını, eskiyen atık su hatlarının yenilenmeye başladığı, altyapı çalışmalarının hız kesmeden devam ettiği, sokak hayvanları için kentin dört bir yanında mama dağıtımlarının yapıldığı, atık kağıt işçilerinin Ankara Büyükşehir Belediyesi tarafından tanındıkları, belediyenin uzun uğraşları sonucunda Beypazarı ilçesinin UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'ne girişinin gerçekleştiğini, Ankara genelinde yapılan asfalt serim çalışmaları, çiçek dikim faaliyetleri, yerli üreticiyi ve yerli üretimi destekleme amacıyla Ankaralı çiftçilere 5 milyon domates ve biber fidesi desteği yapılacağı, kadın kooperatiflerinin ve çiftçilerin ürünlerini Başkent Market aracılığıyla toplumla buluşturulmaya başlandığı ve ilk marketin Etimesgut'ta açıldığına yönelik birçok bilgilendirici tweet yer almaktadır.

Ankara Büyükşehir Belediye Başkanı Mansur Yavaş'ın önem verdiği bir başka kategori "Özel Günler" kategorisidir. Yavaş, söz konusu kategoride dünya ülkelerinde ve ülkemizde kabul edilen 8 Mart Dünya Kadınlar Günü, Türkiye Cumhuriyeti'nin milli marşı olan İstiklal Marşı'nın kabulü, 14 Mart Tıp Bayramı, 18 Mart Çanakkale Şehitlerini Anma Günü, 21 Mart Nevruz Bayramı, 21 Mart Down Sendromu Farkındalık Günü, 2 Nisan Dünya Otizm Farkındalık Günü, 5 Nisan Avukatlar Günü, 10 Nisan Türk Polis Teşkilatının Kuruluş Günü, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı gibi çeşitli özel günlere yönelik tweetler paylaşmıştır.

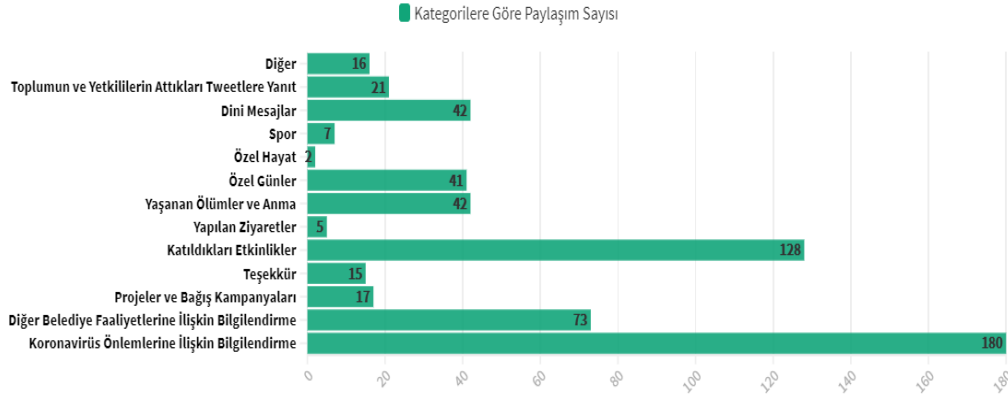
Mansur Yavaş'ın en çok paylaşımda bulunduğu beşinci kategori "Yaşanan Ölümler ve Anma"dır. Yavaş'ın özellikle bu kategori içerisinde yaptığı paylaşımlarda Bahar Kalkanı operasyonunda, Barış Pınarı bölgesinde, Irak'ın kuzeyindeki Haftanın bölgesinde şehit olan askerlere, Diyarbakır'da şehit olan sivil vatandaşlara, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı sebebiyle hayatını kaybeden bireylere, siyasi liderlerin vefat eden yakınlarına yer verdiği ve Türkiye tarihinde önemli bir yere sahip olan değerli kişilerin ölüm yıldönümlerini andığı görülmektedir. Yavaş'ın söz konusu kategoriye yönelik olarak ise @mansuryavas06: *"Küresel salgında bir vatandaşımızı kaybettiğimizi üzüntüyle öğrenmiş bulunmaktayım. Merhuma Allah'tan rahmet, sevenlerine başsağlığı diliyorum. Gerekli olan tüm tedbirleri asla elden bırakmayacak, bu zor günleri hep birlikte atlatacağız."* (18 Mart 2020), @mansuryavas06: *"Mehmetçiklerimiz Uzman Onbaşı Ramazan Nayir ile Uzman Onbaşı Oğuz Taş'ın hain saldırılar sonucu şehit düştüğü haberi yüreklerimizi yaktı. Kahraman askerlerimize Allah'tan rahmet, acılı aileleri ve silah arkadaşlarına başsağlığı diliyorum."* (19 Mart 2020) tweetleri verilebilmektedir.

2.6.3. Alinur Aktaş'ın Twitter Paylaşımlarının İçeriği

Alinur Aktaş⁶'ın Twitter hesabından gerçekleştirdiği paylaşımlar araştırma kapsamında belirlenen 13 ayrı kategori altında incelenmiş olup kategorilere yönelik çeşitli değerlendirmeler yapılmıştır. Grafik 3'te Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alinur Aktaş'ın ortaya konulan 13 kategori içerisinde her kategoriye yönelik olarak paylaşım yaptığı göze çarpmaktadır. Aktaş'ın en çok paylaşımı 180 tweetle "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme" ile gerçekleştirirken, bu paylaşımları sırasıyla 128 tweetle "Katıldıkları Etkinlikler", 73 tweetle "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", 42'şer tweetle "Yaşanan Ölümler ve Anma", "Dini Mesajlar", 41 tweetle "Özel Günler", 21 tweetle "Toplumun ve Yetkililerin Attıkları Tweetlere Yanıt", 17 tweetle "Projeler ve Bağış Kampanyaları", 16 tweetle "Diğer", 15 tweetle "Teşekkür", 7 tweetle "Spor" ve 5 tweetle "Yapılan Ziyaretler" kategorileri takip etmektedir. Ayrıca Aktaş'ın 2 tweetle "Özel Hayat" kategorisinde paylaşımda bulunduğu da görülmektedir. Bu bilgilere göre, Alinur Aktaş'ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde Twitter hesabı üzerinden yapmış olduğu paylaşımların daha çok "Koronavirüs

⁶ Alinur Aktaş, 2004 yılında gerçekleştirilen yerel seçimlerde Adalet ve Kalkınma Partisi İnegöl Belediye Başkanı seçilmiş ve bu görevi üç dönem boyunca sürdürmüştür. Aktaş, 2 Kasım 2017 tarihinde Bursa Büyükşehir Belediye Meclisi'nde gerçekleştirilen olağanüstü oturumda Bursa Büyükşehir Belediye Başkanlığı'na getirilmiştir. 31 Mart 2019 tarihinde yapılan yerel seçimlerde ise Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı seçilmiştir. Evli, ve iki çocuk babasıdır. (<https://www.bursa.bel.tr/baskan#ozgecmis> Erişim Tarihi: 19.03.2021).

Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme”, “Katıldıkları Etkinlikler”, “Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme”, “Yaşanan Ölümler ve Anma”, “Dini Mesajlar” ve “Özel Günler” kategorilerinde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu bağlamda, Aktaş’ın paylaşımlarının odaklandığı 6 kategorinin, toplam paylaşımların %86’sını oluşturduğu ve geriye kalan 7 kategorinin ise toplam paylaşımların %14’ünü oluşturduğu görülmektedir. Bu nedenle, Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alınur Aktaş’ın yapmış olduğu paylaşımlar içerik açısından çeşitli olsa da paylaşımların belirli kategorilerde yer aldığı tespit edilmiştir.



Grafik 3. Alınur Aktaş’ın 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Kategorilere Göre Dağılımı

Alınur Aktaş’ın Twitter hesabı üzerinden en çok paylaşımda bulunduğu kategori olarak “Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme” göze çarpmaktadır. Aktaş, bu kategori içerisinde gerçekleştirdiği paylaşımlarında toplumu Bursa Büyükşehir Belediyesi olarak toplu taşıma araçlarının içlerinin ve dışlarının, istasyonların, durakların, sıklıkla kullanılan cadde ve sokakların, camilerin, kamu kurumlarının, sosyal tesislerin, sebze ve meyve hallerinin, Bursalıların yoğun olarak kullandığı her noktanın dezenfektasyonunun yapıldığı, salgın hastalığın hızla yayılmasını önlemek amacıyla Bursa Büyükşehir Belediyesi Sanat ve Meslek Eğitim Kurslarının (BUSMEK), Ana Kucağı Çocuk Eğitim Merkezleri, Kış Spor Okulları, Büyükşehir Okul Spor Etkinlikleri (BOSE), Gençlik Kampları, Edebiyat ve Düşünce Akademisi, Kültür Akademisi kapsamındaki tüm faaliyetler, Karagöz Sineması Oyunculuk ve Film Okuma atölyeleri, sergiler, sinema etkinlikleri, konferanslar, bütün özel tiyatro gösterimleri, konserler ve etkinliklere tedbir amacıyla geçici olarak ara verildiği, tüm sağlık çalışanlarına metroların, sarı otobüslerin, yeşil halk otobüslerinin, ilçe içi halk otobüslerinin, otoparkların ücretsiz olacağı, sağlık çalışanlarına belediyeye ait öğrenci yurtlarında ücretsiz konaklama hizmeti verileceği, Büyükşehir Belediyesine bağlı Sosyal Destek Ekipleri tarafından Alo 153 Beyaz Masa hattı ile ulaşıldığında 60 yaş ve üzeri vatandaşlara yardım hizmeti verileceği, vatandaşlara ücretsiz bir şekilde maske dağıtımının yapılacağı, Büyükşehir Belediyesine bağlı ekmek bayilerinde her işlemin el değmeden yapıldığı ve dezenfektan temininin sağlandığı, sağlık kuruluşlarındaki tıbbi atıkların özel ekipler tarafından alınarak imha edildiği, psikolojik desteğe ihtiyaç duyan vatandaşlar için psikososyal destek hattı aracılığıyla yardımcı olacağı, ihtiyaç sahibi vatandaşlar için barınma imkanının sağlandığına, salgın hastalık sürecinde ödeme güclüğü çeken vatandaşlar için belediyenin kira alacaklarının iki ay süreyle erteleneceği, su borcu olan vatandaşların sularının iki ay süreyle kesilmeyeceği, kamu kurum ve kuruluşlarında çalışan hamilelerin, 60 yaş ve üzeri olan vatandaşların 12 gün idari izinli sayılacağı ve süreç içerisinde devlet tarafından salgın hastalığa yönelik alınan tüm kararlara, önlemlere, uyarılara, çağrılara ilişkin bilgilendirmiştir.

Alınur Aktaş’ın en çok paylaşımda bulunduğu ikinci kategori olarak “Katıldıkları Etkinlikler” ön plana çıkmaktadır. Aktaş’ın, 1 Mart 2020 - 30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde söz konusu kategoride yoğun olarak yüz yüze, online ya da sosyal medya platformları üzerinden katıldığı canlı yayınlara, yerel televizyon programlarına, yine sosyal medya platformları üzerinden kendi düzenlediği canlı yayınlara, katıldığı seminerlere, grup toplantılarına, olağan/olağanüstü meclis toplantılarına, açılış törenlerine, telekonferans yöntemi ile gerçekleştirilen birçok toplantıya, engelli ya da hasta vatandaşları evlerinde ziyaret ettiği anlara, programlara, etkinliklere, Bursa’nın merkezinde ve ilçelerinde gerçekleştirilen Büyükşehir Belediyesi tarafından yürütülen çeşitli faaliyetlerin incelenmesine yönelik olarak tweet paylaşımında bulunduğu görülmektedir. Aktaş’ın “Katıldığı Etkinlikler” kategorisine yönelik olarak atmış olduğu tweetlere ise şu örnekler verilebilmektedir: @Alinuraktas70: “Otomotiv sektörünün lokomotif şehri Bursa’mızın bu alandaki önemli üreticilerinden Marelli Mako Türkiye’yi ziyaret ettik. Ziyaretimizde firmanın AR-GE merkezine ait yeni binanın açılışını da gerçekleştirdik. Hayırlı olsun. #OtomotivŞehriBursa” (3 Mart 2020), @Alinuraktas70: “Tüm tedbirlerimizi alarak #BursaİçinCanlaBaşla çalışmaya devam ediyoruz. Mart ayı Olağan Meclis Toplantısı üst düzey korona virüs önlemleriyle gerçekleştirdik. #TedbirVarPanikYok” (19 Mart 2020).

Aktaş'ın en çok paylaşımda bulunduğu üçüncü kategori "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme"dir. Aktaş'ın pandemi süreci içerisinde hem Bursalıları, toplumun genelini, toplumsal grupları ve diğer dünya ülkelerini Bursa'daki ve ülkemizdeki Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalık sürecine yönelik bilgilendirdiği hem de Bursa Büyükşehir Belediyesi olarak gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirecekleri çalışmalara, faaliyetlere yönelik bilgilendirmelerde bulunduğu görülmektedir. Aktaş'ın Twitter hesabı üzerinden "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme" kategorisine giren paylaşımlarında; Bursa'nın şehir içi ulaşımında önemli katkı sağlayan özel halk otobüsleri filosuna 10 yeni otobüsün dahil edildiğini, yaşlılara ve ihtiyaç sahibi vatandaşlara sunulan evde bakım hizmetlerinin akıllı teknolojik altyapı ile donatılacağını, Acemler Kavşağı'nın Çevreyolu bağlantı koluna iki şerit daha ekleneceğini, Kestel'in Aksu Mahallesi'nde bulunan tarihi çeşmenin restore edildiğini, sokak hayvanlarının kolayca yemek ve suya ulaşabilecekleri mamamatik uygulamasının başladığını, Bursa'nın yeşilini korumak amacıyla doğaya izinsiz hafriyat bırakan firma ve kişilerin GPS sistemi ile takip edildiği ve 5 milyon TL ceza kesileceği bilgisini, Güzelyalı Yat Limanının Bursa Büyükşehir Belediyesi'ne devredildiğini, Büyükşehir Belediyesi iştiraklerinden Bursa Kültür AŞ'nin aileleri ile nitelikli zaman geçirmek isteyen meraklı öğrenciler için kurgusu, içeriği ve tasarımı ile Türkiye'nin ilk yerli şehir oyunu olan "Bilgin Bursa"yı çıkardığını, Bursa'nın kuraklık çekmemesi için hedeflenen 50 su kuyusunda 36. sondaj çalışmasının tamamlandığını yönelik birçok bilgilendirici tweet yer almaktadır. Bu bağlamda, Aktaş'ın Bursa Büyükşehir Belediyesi olarak gerçekleştirdikleri her türlü çalışma ve faaliyet hakkındaki her türlü bilgiyi Bursalılara ve toplumun geneline ulaştırmaktadır.

Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alinur Aktaş'ın Twitter hesabı üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımların dördüncü kategorisi "Yaşanan Ölümler ve Anma" olarak tespit edilmiştir. Aktaş'ın söz konusu kategori içerisinde yaptığı paylaşımlarda Bahar Kalkanı Harekatı'nda, İdlib'de, Barış Pınarı bölgesinde, Ağrı Gürbulak Sınır Kapısı'nda, Irak'ın kuzeyindeki Haftanın bölgesinde şehit olan askerleri, Diyarbakır'da terör örgütü tarafından şehit edilen sivil vatandaşları, milletvekillerinin hayatını kaybeden akrabalarını, camiilere, İslam merkezlerine yapılan saldırılarda hayatını kaybedenleri ve Türkiye tarihinde önemli bir yere sahip olan değerli kişilerin ölüm yıldönümlerini andığı görülmektedir. Söz konusu kategori içerisinde Aktaş'ın Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı sebebiyle yaşamını yitiren bireylere yönelik bir paylaşımda bulunmadığı da dikkat çekmektedir. Aktaş'ın "Yaşanan Ölümler ve Anma" kategorisine yönelik örnek olarak ise @Alinuraktaş70: "#İdlib'de #BaharKalkanıHarekatı'nda görev yapan kahraman askerlerimizden Piyade Uzm. Onb. Mustafa Muhammed Ak kardeşimizin şehit olduğunu üzülen biriyim. Şehidimize Allah'tan rahmet, yakınlarına ve milletimize başsağlığı diliyorum. TR" (2 Mart 2020) tweeti verilebilmektedir.

Alinur Aktaş'ın en çok paylaşımda bulunduğu bir diğer kategori "Dini Mesajlar" kategorisidir. Aktaş, araştırma kapsamında ele alınan diğer büyükşehir belediye başkanları ile kıyaslandığında en çok "Dini Mesajlar" kategorisinde paylaşımda bulunan büyükşehir belediye başkanı olarak gözlenmektedir. Aktaş'ın söz konusu kategori içerisinde Bursalılara ve toplumun geneline direkt olarak Müslümanlık dinine yönelik mesajlar verdiği görülmektedir. Özellikle her hafta başında ve Müslümanlık dininde mübarek gün olan Cuma günlerinde istisnasız bir şekilde "Dini Mesajlar" paylaştığı görülmektedir. Söz konusu "Dini Mesajlar"ın içerisinde sureler, ayetler, hadisler, Müslümanlar için oldukça önemli olan Miraç ve Berat Kandilleri, Ramazan Bayramı hakkında tweetler yer almaktadır. Aynı zamanda Aktaş'ın "Hayırlı Cumalar, Hayırlı Haftalar" şeklinde paylaşımları da bu kategoride yer almaktadır.

Bursa Büyükşehir Belediye Başkanı Alinur Aktaş'ın en çok paylaşımda bulunduğu altıncı kategori "Özel Günler" kategorisidir. Aktaş, bu kategori içerisinde dünya ülkelerinde ve ülkemizde kabul edilen 8 Mart Dünya Kadınlar Günü, Türkiye Cumhuriyeti'nin milli marşı olan İstiklal Marşı'nın kabulü, 12 Mart Erzurum'un düşman işgalinden kurtuluş günü, 14 Mart Tıp Bayramı, 18 Mart Çanakkale Şehitlerini Anma Günü, 21 Mart Nevruz Bayramı, 21 Mart Down Sendromu Farkındalık Günü, 27 Mart Dünya Tiyatro Günü, Kanser Haftası, 2 Nisan Dünya Otizm Farkındalık Günü, 6 Nisan Bursa'nın Fethi, 8 Nisan Dünya Romanlar Günü, 10 Nisan Türk Polis Teşkilatının Kuruluş Günü, Polis Haftası, Şehitler Haftası, 15 Nisan Ağrı'nın düşman işgalinden kurtuluş günü, Turizm Haftası, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı gibi çeşitli özel günlere ilişkin tweetler paylaşmıştır.

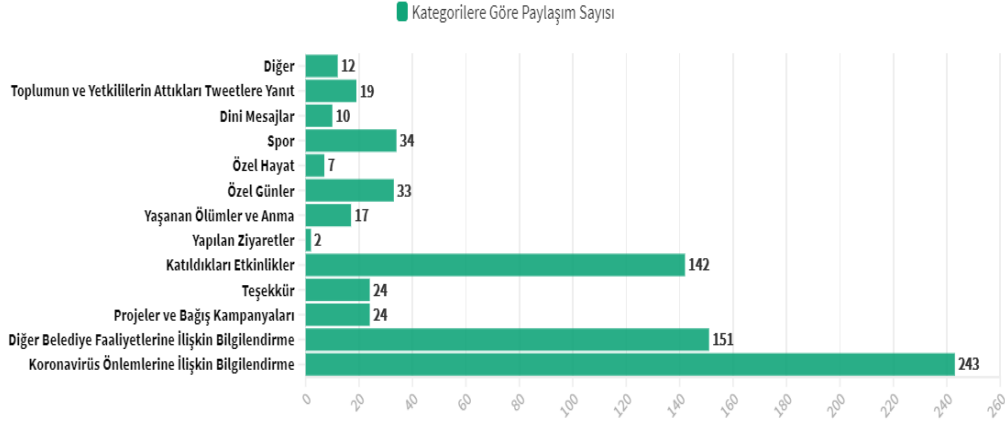
2.6.4. Fatma Şahin'in Twitter Paylaşımlarının İçeriği

Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin⁷'in belirlenen 13 kategori içerisinde her kategoriye yönelik olarak paylaşımda bulunduğu dikkat çekmektedir (Grafik 4). Şahin, en çok paylaşımı 243 tweetle "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme" ile gerçekleştirirken, bu paylaşımları sırasıyla 151 tweetle "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", 142 tweetle "Katıldıkları Etkinlikler", 34 tweetle "Spor", 33 tweetle "Özel Günler", 24'er tweetle "Projeler ve Bağış Kampanyaları" ve "Teşekkür", 19 tweetle "Toplumun ve Yetkililerin Attıkları Tweetlere Yanıt", 17 tweetle "Yaşanan

⁷ Fatma Şahin, 30 Mart 2014 tarihinde gerçekleştirilen yerel seçimlerde, Türkiye'nin ilk kadın büyükşehir belediye başkanı olarak Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. 8 Mayıs 2018 tarihinde Türkiye Belediyeler Birliği Başkanlığına seçilmiştir. 30 Mart 2019 yerel seçimlerinde de Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı olarak seçilen Şahin, halen hem Büyükşehir Belediye Başkanlığı hem de Türkiye Belediyeler Birliği Başkanlığı görevlerine devam etmektedir. Evli ve iki çocuk annesidir (<https://fatmasahin.net/biyografi/> Erişim Tarihi: 27.03.2021).

Ölümler ve Anma", 12 tweetle "Diğer", 10 tweetle "Dini Mesajlar" ve 7 tweetle "Özel Hayat" kategorileri izlemektedir. Aynı zamanda Şahin'in 2 tweetle "Yapılan Ziyaretler" kategorisi içerisinde de paylaşımda bulunduğu görülmektedir.

Bu bağlamda, Fatma Şahin'in 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter hesabı üzerinden yapmış olduğu paylaşımların daha çok "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", "Katıldıkları Etkinlikler", "Spor", "Özel Günler", "Projeler ve Bağış Kampanyaları" ve "Teşekkür" kategorileri üzerinde durduğu ortaya çıkmaktadır. Böylece, Fatma Şahin'in Twitter paylaşımlarının yoğunlaştığı 7 kategorinin, toplam paylaşımların %92'sini oluşturduğu ve geriye kalan 6 kategorinin ise toplam paylaşımların %8'ini oluşturduğu görülmektedir.



Grafik 4. Fatma Şahin'in 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Kategorilere Göre Dağılımı

Fatma Şahin'in Twitter hesabı üzerinden en çok paylaşımda bulunduğu ilk kategori olarak "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme" ön plana çıkmaktadır. Şahin, bu kategori içerisinde yer alan tweetleri ile Gaziantep'li ve tüm toplumu Gaziantep Büyükşehir Belediyesi olarak otobüs, tramvay, taksi gibi tüm toplu taşıma araçlarının, istasyonların, durakların, cadde ve sokakların, camilerin, parkların, kitap kafelerin, çocuk kütüphanelerinin, eczanelerin, ATM'lerin, ambulansların, kamu kurumlarının, Büyükşehir Belediyesi tarafından işletilen spor salonlarının, kuaförlerin, Gaziantep'linin sıklıkla kullandığı her noktanın dezenfektasyonunun yapıldığı, salgın hastalığın hızla yayılmasını önlemek amacıyla GASMEK kapsamındaki yüz yüze yapılan tüm faaliyetlerin ertelendiği ve bu nedenle GASMEK kurslarının uzaktan eğitim yoluyla devam edebilmesi amacıyla altyapının oluşturulduğu, tüm sağlık çalışanlarına, eczacı kalfalarına toplu ulaşım araçlarının ücretsiz olacağı, sağlık çalışanlarına ücretsiz konaklama hizmeti verileceği, Büyükşehir Belediyesine bağlı Beyaz Masa ekipleri tarafından Alo 153 Çağrı Merkezi hattı ile ulaşıldığında vatandaşların istekleri, şikayetleri doğrultusunda yardım hizmeti verileceği, vatandaşlara ücretsiz bir şekilde maske dağıtımı, çamaşır suyu ve zeytinyağlı sabun dağıtımı yapılacağı, salgın hastalık nedeniyle ödeme güclüğü çeken, Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı ve Belediye şirketlerinin kiracılardan kapatılan iş yerleri açılana kadar kira ücreti alınmayacağı ve Nisan ayı kiralari için %50 oranında bir indirim yapılacağı, kamu kurum ve kuruluşlarında çalışanların bir süreliğine yurt dışına gönderilmeyeceği, salgın hastalıktan korunmak için Sağlık Bakanlığı tarafından açıklanan 14 kuralın detaylı bilgilerle anlatıldığı bilgilendirme broşürlerinin esnaf ve vatandaşlara dağıtılacağı, kamu kurumları ve belediyelerde ihtiyacı karşılayacak kadar personelin bulundurulacağı ve böylece uzaktan çalışma, dönüşümlü çalışma gibi esnek çalışma yöntemlerinin uygulanacağına, şehre girişlerde vatandaşların doktorlar eşliğinde ateş ölçer ile kontrollerinin yapılacağına ilişkin her türlü karara, alınan tedbirlere, uyarılara ve çağrılara yönelik bilgilendirmelerde bulunmaktadır.

Şahin'in en çok paylaşımda bulunduğu ikinci kategori "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme" göze çarpmaktadır. Şahin'in Twitter hesabı aracılığıyla paylaştığı, "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme" kategorisine giren tweetlerinde; küresel ısınmanın en yoğun yaşandığı günümüzde ağaç dikerek, çevreyi yeşillendirmek gerektiğine ilişkin vurgu yaptığı ve 27 milyon fidanın toprakla buluşturulacağını, 50 yıllık taş kanal boru hattının onarımını yapılacağını, Şahinbey ve Şehitkamil ilçelerinde 210 çiftçiye, 100.000 sof domates fidesi dağıtımına başladığını, mera alanlarının ihtiyaçları için gübre tedarik işlemlerinin yapıldığını, Nurdağı ilçesinde 4 milyon 500 kırmızı biber fidesi dağıtıldığını, çiftçilere 200 bin adet dolmalık patlıcan fidesi dağıtımına başladığını, Gaziantep'te yaşayan işitme engelli vatandaşlara kolaylık sağlamak adına Büyükşehir Belediyesinin Whatsapp hattından görüntülü arayarak talep ve başvuruda bulunabileceklerini, vatandaşların kültürel aktivitelerden uzak kalmamaları için #EVDEKAL isimli yetenek yarışması düzenlediklerini ve GASMEK kursları tarafından hazırlanan resim çizme, yemek yapma, İngilizce öğrenme,

robotik kodlama eğitimi alma gibi birçok içeriğe yönelik bilgilendirici tweet bulunmaktadır. Bu bağlamda, Şahin'in Twitter'in bilgileri anlık, hızlı ve çok geniş kitlelere ulaştırabilmesi özelliği ile birlikte Gaziantep Büyükşehir Belediyesi olarak gerçekleştirdikleri tüm faaliyetlere ve çalışmalara yönelik bilgileri vatandaşlara aktarmakta olduğu gözlenmektedir.

Şahin'in en çok paylaşımda bulunduğu üçüncü kategori olarak "Katıldıkları Etkinlikler" dikkat çekmektedir. Şahin'in Koronavirüs (Covid-19) pandemi dönemi içerisinde Twitter hesabından yapmış olduğu paylaşımlarda sıklıkla yüz yüze, online ya da sosyal medya platformları üzerinden katılmış olduğu canlı yayınlara, ana akım televizyon programlarına, katıldığı açılış törenlerine, zirvelere, çeşitli programlara, telekonferans yöntemi ile gerçekleştirilen birçok toplantıya, çeşitli operasyonlarda yaralanan askerleri ve şehit ailelerini ziyaret ettiği anlara, tarihi mahallelerde yapılan incelemelere, çeşitli özel günler (8 Mart Dünya Kadınlar Günü vb.) için düzenlenen etkinliklere, şehirde spor kültürünü oluşturmak amacıyla katıldığı çeşitli mahalle futbol ligi maçlarına, proje tanıtımlarına, salgın hastalık nedeniyle herkesin takması gereken tıbbi maskelerin üretildiği yerlere yapılan incelemelere, Gaziantepililerin evde kaldıkları dönemde kitap okumalarını sağlamak amacıyla düzenlenen kitap dağıtım etkinliğine ilişkin olarak tweet paylaşımı gerçekleştirdiği görülmektedir. Şahin'in Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının DSÖ tarafından "pandemi" ilan edilmesi ve Türkiye'de ilk vakanın ortaya çıkmasının ardından toplantılarını, çeşitli buluşmalarını, katıldığı canlı yayınlarını daha çok online olarak yürütmeye çalıştığı görülmektedir. Aynı zamanda Şahin'in pandemi döneminde Gaziantep Büyükşehir Belediyesi olarak salgın hastalık kapsamında yaptıklarını gazetecilerin çeşitli sosyal medya platformları üzerinden gerçekleştirdikleri canlı yayınlar aracılığıyla da topluma aktardığı göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin'in pandemi dönemi içerisinde "Katıldıkları Etkinlikler" kategorisine oldukça önem verdiğini, bu zorlu dönem içerisinde istisnasız şehirde salgın hastalığa yönelik yapılan her türlü faaliyeti topluma aktarmak amacıyla çeşitli televizyon programlarına, toplantılara telekonferans yöntemi aracılığıyla katılmayı ihmal etmediği gözlenmektedir. Şahin'in "Katıldıkları Etkinlikler" kategorisine yönelik olarak paylaşmış olduğu tweetlere şu örnekleri vermek mümkündür: @FatmaSahin: "Bugün "Yeşil Şehirler, Huzurlu Nesiller" sloganı ile #Gaziantep için başlattığımız 27 milyon fidan dikim törenindeyiz. 🌲 Hayırlı, uğurlu olsun. 🌲 🌲 #YeşilAntep" (7 Mart 2020), @FatmaSahin: "An itibarıyla @haberturkTv'de @kubrapc'nin #AçıkveNet programında canlı yayındayız. 📺 Yayını izlemek için: <https://t.co/GpOFFmXbKx>" (6 Mart 2020).

Fatma Şahin'in en çok paylaşımda bulunduğu dördüncü kategori "Spor" ortaya çıkmaktadır. Şahin'in söz konusu kategori içerisinde Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının yayılım hızını en aza indirmek amacıyla devlet tarafından alınan spor salonlarının kapatılması, açık havada yürüyüş yapılmasının kısıtlanması gibi önlemler nedeniyle çeşitli sportif aktivitelerden uzak kalan, dışarıda spor yapamayan 65 yaş ve üstü, 18 yaş ve altı ve tüm vatandaşlar için evlerinde yeni bir güne spor yaparak başlayabilecekleri çeşitli egzersizlere yönelik içerikleri düzenli olarak paylaştığı görülmektedir. Bu bağlamda, Şahin'in araştırma kapsamında ele alınan diğer büyükşehir belediye başkanlarından farklı olarak hem salgın hastalık nedeniyle spor yapamayan vatandaşların evlerinde kaliteli bir şekilde spor yapabilmelerine daha çok önem verdiği hem de söz konusu konu hakkında daha çok paylaşımlarda bulunduğu gözlenmektedir. Ayrıca bu paylaşımların da genel olarak Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin resmi Twitter hesabından (@GaziantepBeld) retweet etme özelliği kullanılarak yapıldığı, paylaşımların içerisinde periscope yayınlarının olduğu ve söz konusu içeriklerin anlık olarak paylaşıldığı da göze çarpmaktadır. Şahin'in "Spor" kategorisine yönelik olarak paylaşmış olduğu tweetlere şu örnek verilebilmektedir: RT @GaziantepBeld: "Günaydın 🌞 Yeni güne sporla başlayalım. 🏃🏻♀️ <https://t.co/72CizqUCYE>" (26 Mart 2020).

Şahin'in en çok paylaşımda bulunduğu beşinci kategori "Özel Günler" olarak ön plana çıkmaktadır. Şahin, söz konusu kategori içerisinde dünya ülkelerinde ve ülkemizde kabul edilen 8 Mart Dünya Kadınlar Günü, 12 Mart Türkiye Cumhuriyeti'nin milli marşı olan İstiklal Marşı'nın kabulü, 14 Mart Tıp Bayramı, 18 Mart Çanakkale Şehitlerini Anma Günü, 21 Mart Down Sendromu Farkındalık Günü, 27 Mart Dünya Tiyatrolar Günü, 29 Mart-4 Nisan Kütüphane Haftası, 3 Nisan 1930 Türk Kadınlarının Seçme ve Seçilme Hakkını Aldıkları Günü, 6 Nisan Anadolu Ajansı'nın Kuruluş Günü, 10 Nisan Türk Polis Teşkilatının Kuruluş Günü, 11 Nisan Şanlıurfa'nın Kurtuluş Günü, 14 Nisan-20 Nisan Şehitler Haftası, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı gibi çeşitli özel günlere yönelik paylaşımlarda bulunmuştur.

Şahin'in en çok paylaşımda bulunduğu altıncı kategori "Projeler ve Bağış Kampanyaları"dır. Bu kategori içerisinde Şahin'in Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı nedeniyle Türkiye Cumhurbaşkanı ve Ak Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından başlatılan "Biz Bize Yeteriz Türkiyem" bağış kampanyasına yönelik paylaşmış olduğu tweetler, Gaziantep Valiliği ve Gaziantep Büyükşehir Belediyesi iş birliği ile birlikte başlatılan, tüm Gaziantep'in katkı sağladığı "Kalbe Dokun Gönül Kazan" sloganıyla hayata geçirilen "Gönül Seferberliği" isimli yardımlaşma ve dayanışma kampanyasına yönelik olarak paylaşmış olduğu tweetler yer almaktadır. Şahin'in "Gönül Seferberliği" yardımlaşma ve dayanışma kampanyasına ilişkin tweetlerinde gerek pandemi nedeniyle gerekse de Ramazan ayı sebebiyle ihtiyaç sahiplerine hem nakdi hem de aynı yardımın (gıda kolisi) yapılacağı, pandemi döneminde vatandaşların birbirlerine destek olmasının tam zamanı olduğu hakkında ve bağış kampanyasına katılımı arttırmaya yönelik mesajlar yer almaktadır. Şahin'in "Biz Bize Yeteriz Türkiyem" bağış kampanyasına ilişkin tweetlerinde ise zorlu salgın hastalık sürecinde tüm toplumun birbirine yeteceği vurgusunda bulunduğu ve bağış kampanyasına 3 maaşını bağışladığını belirttiği

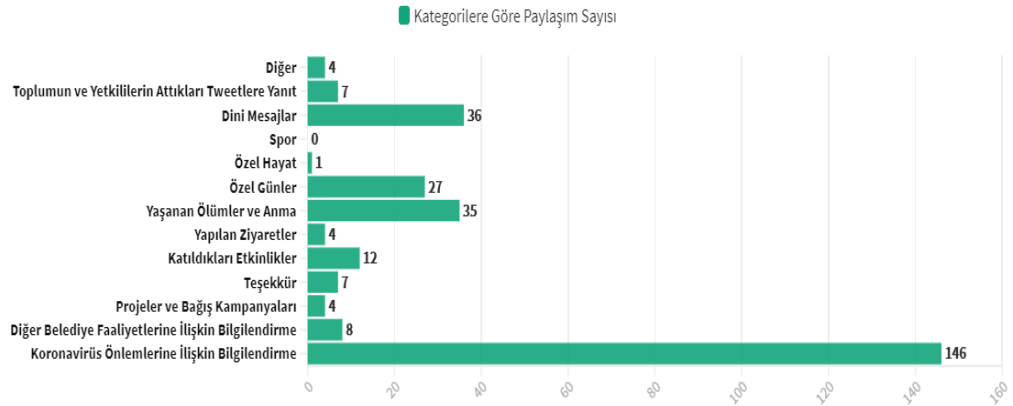
görülmektedir. Aynı zamanda Şahin'in her iki kampanyaya yönelik paylaştığı tweetler ile Gaziantepilileri ve toplumun geneline söz konusu kampanyaya katılmaya teşvik ettiğini göstermektedir.

Şahin'in en çok paylaşımda bulunduğu bir başka kategori olarak "Teşekkür" öne çıkmaktadır. Söz konusu kategori içerisinde Şahin'in Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının yaşandığı dönemde sağlık hizmetlerinin her alanında gece gündüz fark etmeksizin fedakarca çalışan tüm sağlık çalışanlarına, yine zor şartlar altında vatandaşa her an hizmet vermeye devam eden Gaziantep Büyükşehir Belediyesi çalışanlarına, Vefa Sosyal Destek ekiplerine, güvenlik güçlerine, şoförlere, üretimi devam ettiren tüm vatandaşlara, esnafa, uzaktan eğitim sürecini sürdüren öğretmenlere, bankacılara, toplumun her konu hakkında haber alma imkanını sağlayan basın mensuplarına, pandemi sürecinde hem devletin hem de Gaziantep Büyükşehir Belediyesi'nin aldığı tüm kararlara uyan vatandaşlara yönelik paylaşımlarda bulunduğu görülmektedir. Ayrıca bu kategori içerisinde, Şahin'in söz konusu salgın hastalık sürecini aldığı etkili ve yerinde kararlar ile iyi bir şekilde yönettiğine yönelik gelen teşekkürleri de retweet ettiği görülmektedir.

2.6.5. Cengiz Ergün'ün Twitter Paylaşımlarının İçeriği

Manisa Büyükşehir Belediye Başkanı Cengiz Ergün⁸'ün Twitter hesabı üzerinden yapmış olduğu paylaşımlar araştırma kapsamında belirlenen 13 ayrı kategori altında değerlendirilmiş olup kategorilere yönelik çeşitli incelemeler yapılmıştır. Grafik 5'te, Cengiz Ergün'ün araştırma kapsamında belirlenen 13 kategori içerisinde 12 kategoride paylaşımda bulunduğunu ancak "Spor" kategorisinde hiç paylaşım yapmadığı ortaya çıkmaktadır. Ergün'ün en çok paylaşımı 146 tweetle "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme" ile gerçekleştirirken, bu paylaşımları sırasıyla 36 tweetle "Dini Mesajlar", 35 tweetle "Yaşanan Ölümler ve Anma", 27 tweetle "Özel Günler", 12 tweetle "Katıldıkları Etkinlikler", 8 tweetle "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", 7'şer tweetle "Teşekkür" ve "Toplumun ve Yetkililerin Attıkları Tweetlere Yanıt", 4'er tweetle "Projeler ve Bağış Kampanyaları", "Yapılan Ziyaretler" ve "Diğer" kategorileri takip etmektedir. Aynı zamanda Ergün'ün 1 tweetle "Özel Hayat" kategorisinde de paylaşımda bulunduğu da gözlenmektedir.

Bu bağlamda, Cengiz Ergün'ün 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 tarihleri arasında, Koronavirüs (Covid-19) pandemi süreci içerisinde Twitter hesabı üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımların daha çok "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Dini Mesajlar", "Yaşanan Ölümler ve Anma", "Özel Günler", "Katıldıkları Etkinlikler" kategorileri üzerinde durduğu tespit edilmiştir. Cengiz Ergün'ün Twitter paylaşımlarının yoğunlaştığı 5 kategorinin, toplam paylaşımların %87'sini oluşturduğu ve geriye kalan 8 kategorinin ise toplam paylaşımların %13'ünü oluşturduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Cengiz Ergün'ün Twitter hesabı üzerinden yapmış olduğu paylaşımların içerik açısından çeşitli olduğu ancak belirli kategoriler üzerinde daha çok durduğu gözlenmektedir.



Grafik 1. Cengiz Ergün'ün 1 Mart 2020-30 Nisan 2020 Tarihleri Arasındaki Paylaşımlarının Kategorilere Göre Dağılımı

Cengiz Ergün'ün Twitter hesabı üzerinden en çok paylaşımda bulunduğu kategori "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme" olarak ortaya çıkmaktadır. Ergün'ün söz konusu kategori içerisinde bulunan tweetler ile ilk olarak, Manisalıları ve tüm topluma Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığından korunma yollarının neler olduğu, hangi noktalara dikkat etmenin önemli olduğu, salgın hastalıktan korunmak için bilinmesi gereken, ellerin sık sık su ve sabunla en az 20

⁸ Cengiz Ergün, 29 Mart 2009 tarihinde yapılan yerel seçimlerde yüksek bir oy oranı ile Manisa Belediye Başkanı seçilmiştir. 2009-2014 yılları arasında da Belediye Başkanlığı görevini sürdürmüştür. 30 Mart 2014 tarihinde yapılan yerel seçimlerde ise yeniden Milliyetçi Hareket Partisi'nden aday olmuş ve kazanmıştır. Ergün, bu seçimle birlikte Manisa'nın ilk Büyükşehir Belediye Başkanı olma unvanını da almıştır. 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde de %52.77 oy alarak Manisa Büyükşehir Belediye Başkanı olmuştur. Manisa'da üç dönem üst üste seçilen ilk başkan olan Ergün, evli ve iki çocuk babasıdır (http://www.cengizergun.com/s16_ozgecmisi.aspx Erişim Tarihi: 15.04.2021).

saniye yıkanması gerektiğini, öksürme ve hapşırma sırasında ağız ve burnun mendille kapatılması gerektiği, soğuk algınlığı belirtileri gösteren kişilerle mutlaka mesafe koyulması gerektiği gibi önemli önlemleri içeren 14 kuralının ne olduğu, söz konusu 14 gün kuralını uygularken bireylerin evlerinde almaları gereken önlemlerin neler olduğu, pandemi döneminde olası enfeksiyon tanısına bakılmaksızın, tüm hastalarda uygulanması gereken önlemlerin neler olduğu, salgın hastalıktan korunmak için bireylerin hijyene ve özellikle de el hijyenine oldukça önem vermeleri gerektiği, sosyal mesafeye özen gösterilmesi gerektiği, yurt dışından ülkeye dönen vatandaşlara 14 gün karantina uygulaması yapılmasının çok önemli olduğu, tıbbi maskelerin kullanımı sırasında nelere dikkat edilmesi, nasıl takılması ve nasıl çıkarılması gerektiği, salgın hastalığa karşı yapılmaması gereken noktaların neler olduğu, pandemi döneminde temasın azaltılması, sosyal mesafenin korunması ve hastalığa yakalananların mutlaka izolasyon sürecinin sağlanmasına yönelik birçok bilgilendirmelerde, uyarılarda ve önerilerde bulunduğu görülmektedir. Ergün'ün pandemi döneminde söz konusu salgın hastalık riskini en aza indirmek, yayılımı azaltmak amacıyla vatandaşların zorunda olmadıkça evlerinde çıkmamaları gerektiğine, hayatın eve sığacağına yönelik önemli mesaj verdiği de göze çarpmaktadır.

Cengiz Ergün'ün en çok paylaşımda bulunduğu diğer kategori "Dini Mesajlar"dır. Ergün, araştırma kapsamında incelenen diğer Büyükşehir Belediye Başkanları ile kıyaslandığında en çok "Dini Mesajlar" kategorisinde paylaşımda bulunan ikinci Büyükşehir Belediye Başkanı olarak da dikkat çekmektedir. Ergün'ün bu kategori içerisinde Manisalıları ve tüm topluma doğrudan Müslümanlık dinine yönelik mesajlar verdiği gözlenmektedir. Söz konusu kategori içerisinde Ergün'ün her hafta başında ve Müslümanlık dininde mübarek gün olan Cuma günlerinde hiç ihmal etmeden "Dini Mesajlar" paylaşmaya özen gösterdiğini de belirtmek gerekmektedir. Ergün'ün bu kategori içerisinde, Müslümanlar için çok önemli olan Miraç ve Berat Kandilleri, Ramazan ayı, sahur hakkında tweetler paylaştığı ve "Hayırlı Haftalar, Hayırlı Cumalar" şeklinde paylaşımlar gerçekleştirdiği görülmektedir.

Ergün'ün Twitter hesabı üzerinden gerçekleştirdiği paylaşımlarında önem verdiği üçüncü kategori "Yaşanan Ölümler ve Anma" kategorisidir. Ergün'ün söz konusu kategori içerisinde gerçekleştirdiği paylaşımlarda; Bahar Kalkanı Harekatı'nda, İdlib'de, Barış Pınarı Harekatı bölgesinde, Pençe-3 Harekat bölgesindeki operasyonda, Kuzey Irak'ta, Hakkari Yüksekova bölgesinde, Irak'ın kuzeyindeki Haftanın bölgesinde şehit olan askerleri, Diyarbakır'ın Kulp ilçesi Güleç Mahallesi kırsalında terör örgütü tarafından ve Suriye'nin Afrin kentinde şehit edilen sivil vatandaşları, Büyükşehir Belediyesi'nde çalışan ve hayatını kaybedenleri ve Türkiye tarihinde önemli bir yere sahip olan değerli kişilerin ölüm yıldönümlerini andığı görülmektedir. Ergün'ün "Yaşanan Ölümler ve Anma" kategorisine yönelik örnek olarak ise @cengizergun: "*Bahar Kalkanı Harekatı'nda şehit düşen Piyade Uzman Çavuş Mustafa Muhammed Ak'a Cenab-ı Allah'tan rahmet, aziz milletimize başsağlığı ve sabır diliyorum.*" (2 Mart 2020), @cengizergun: "*Pençe-3 harekat bölgesindeki operasyonda Manisalı hemşehrimiz, evladımız Piyade Uzman Onbaşı Onur Karakaya'nın şehit olduğunu üzüntüyle öğrendim. Aziz şehidimize Allah'tan rahmet, kederli ailesine ve milletimize başsağlığı ve sabırlar diliyorum.*" (25 Mart 2020) tweetleri verilebilmektedir.

Cengiz Ergün'ün en çok paylaşımda bulunduğu dördüncü kategori "Özel Günler" kategorisi olmuştur. Ergün, bu kategori içerisinde dünya ülkelerinde ve ülkemizde kabul edilen 8 Mart Dünya Kadınlar Günü, Türkiye Cumhuriyeti'nin milli marşı olan İstiklal Marşı'nın kabulü, 14 Mart Tıp Bayramı, 18 Mart Çanakkale Şehitlerini Anma Günü, 21 Mart Nevruz Bayramı, 21 Mart Dünya Down Sendromu Farkındalık Günü, 27 Mart Dünya Tiyatro Günü, 2 Nisan Dünya Otizm Farkındalık Günü, 5 Nisan Avukatlar Günü, 10 Nisan Türk Polis Teşkilatının Kuruluş Günü, Şehitler Haftası, 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı gibi çeşitli özel günlere yönelik paylaşımlarda bulunmuştur.

Ergün'ün en çok paylaşımda bulunduğu beşinci kategori "Katıldıkları Etkinlikler" olarak dikkat çekmektedir. Ergün'ün Koronavirüs (Covid-19) pandemi döneminde Twitter hesabından yapmış olduğu ve bu kategoride ele alınan paylaşımlarında hep yüz yüze olarak katıldığı toplantıları, çeşitli buluşmaları, salgın hastalığa yönelik yapılan çalışmalarını incelediği anlara yönelik tweetler paylaştığını belirtmek gerekmektedir. Bu kategori içerisinde Ergün'ün online olarak, telekonferans yöntemi ile ya da sosyal medya platformları üzerinden katılmış olduğu herhangi bir etkinliğe yönelik paylaşımda bulunmadığı gözlenmektedir. Ergün'ün Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığının DSÖ tarafından "pandemi" ilan edilmesi, Türkiye'de ilk vakanın ortaya çıkmasının öncesinde ve sonrasında toplantılarını, çeşitli buluşmalarını, gerçekleştirdiği incelemelerini online olarak yürütmeye çalışmadığını, yüz yüze bir şekilde bu süreci devam ettirdiğinin altını çizmek gerekmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Siyasal iletişim hem demokrasi hem de tüm demokratik kurumlar için paha biçilemez bir olguyu ifade etmektedir. Demokrasinin doğru ve sistemli işlediği ülkelerde, siyasal iletişim disiplini sayesinde alınan tüm toplumsal kararlar düzgün bir şekilde verilmekte ve bu şekilde rasyonel bir sistem oluşmaktadır. Siyasal iletişim; siyasal tüm mesajların iletilmesi, bu mesajların etkinliğinin ve kalıcılığının artırılması, kamuoyunun beklentilerinin tespit edilebilmesi, geri besleme kanallarının sağlanması, kanaat önderlerinin etkilenmesi, gündem oluşturabilme yeteneğinin artırılması ve siyasal rakiplere karşı avantaj sağlanması noktalarında siyasi liderler ve büyükşehir belediye başkanları için büyük önem taşımaktadır. Şüphesiz

tarih boyunca birçok farklı toplumun, kültürün oluşması, bu toplumların büyümesi, gelişmesi, değişim göstermesi ve teknolojinin de ilerlemesi ile birlikte siyasal iletişim disiplinine dair tüm bileşenler de değişim göstermiştir.

İnternetin, sosyal medyanın ortaya çıkması ve gelişmesinin ardından siyasal liderler ve büyükşehir belediye başkanları siyasal iletişim çalışmalarını geleneksel medya araçlarının yanında sosyal medya platformları üzerinden de sürdürmeye başlamıştır. Günümüzde ise 2019 yılının sonu ve 2020 yılının başında Çin'in Hubei bölgesinde yer alan Vuhan kentinde ortaya çıkan ve ardından çok kısa bir süre içerisinde tüm dünya ülkelerine hızla yayılan Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığı nedeniyle siyasal liderler, büyükşehir belediye başkanları sosyal medya platformlarını topluma ulaşmak amacıyla sıklıkla kullanmaktadırlar. Söz konusu salgın hastalık, insanlık tarihi içerisinde, dünya genelinde birçok ölüme neden olmaktadır. Dünya ülkeleri söz konusu salgın hastalığın bulaşma hızını ve ölüm oranlarını en aza indirmek amacıyla birçok önlem ve karar almaktadır. Bu önlemlerin temelinde de yüz yüze görüşmelerin, kalabalık ortamlarda bir arada olmanın kısıtlanması gibi yani bireylerin birbirleriyle temasını en aza indirmelerini sağlamak yer almaktadır. Bu nedenle, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde siyasal liderler ve büyükşehir belediye başkanları siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirmek amacıyla sosyal medya platformlarını tercih etmektedirler. Siyasal liderler ve büyükşehir belediye başkanları sosyal medya platformları ve özellikle Twitter aracılığıyla topluma doğrudan ulaşmakta hem salgın hastalığa yönelik gelişmeleri, bilgilendirmeleri, önerileri, destek kampanyalarını hem de genel olarak tüm faaliyetlerini bu platformlar aracılığıyla zamandan, mekân kısıtlaması olmaksızın, anlık olarak aktarmaktadır. Aynı şekilde toplumdan da pandemi sürecine yönelik geribildirimler alabilmektedirler.

Araştırmada, büyükşehir belediye başkanlarının pandemi dönemi içerisinde paylaşımlarında odaklandıkları kategoriler detaylandırılmıştır. Bu bağlamda Ekrem İmamoğlu'nun Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde gerçekleştirdiği Twitter paylaşımları temel olarak, "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", "Katıldıkları Etkinlikler", "Projeler ve Bağış Kampanyaları", "Yaşanan Ölümler ve Anma" ve "Özel Günler" kategorileri etrafında toplanmaktadır. Bir başka ifadeyle, İmamoğlu'nun Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde; toplu taşıma araçlarının, istasyonların, durakların, kültür merkezlerinin, tüm ibadethanelerin özel hijyen ekipleri tarafından dezenfekte edildiği, büyükşehir belediyesine bağlı kursların ve tiyatroların iptal edildiği, sağlık çalışanlarına, eczacılara ve eczane çalışanlarına toplum ulaşımın ücretsiz olacağı, sağlık çalışanlarına hastane yakınında ücretsiz konaklama hizmeti verileceği, 65 yaş ve üzeri kişilere ve psikolojik desteğe ihtiyaç duyan kişilere yardım hizmeti verileceği, sokakta yaşayan kişiler için alternatif tesislerin hazırlandığını bilgilerini, büyükşehir belediyesi olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerin detaylarını, bu dönem içerisinde yüz yüze ya da online olarak katıldığı etkinliklerin, salgın hastalığa yönelik gerçekleştirilen projeler ve bağış kampanyalarının, söz konusu süreçte meydana gelen ölümlere, anmalara ve özel günlere yönelik paylaşımların takipçilerine aktarıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, İmamoğlu'nun Twitter'i hem bilgilendirme, duyuru aracı olarak hem de pandemi sürecinde siyasal iletişim faaliyetlerini gerçekleştirdiği önemli bir araç olarak kullandığı göze çarpmaktadır.

Mansur Yavaş'ın Twitter hesabı aracılığıyla yaptığı paylaşımların içeriği Ekrem İmamoğlu'nun paylaşımlarının içeriği ile benzerlik göstermektedir. Yavaş'ın paylaşımları da tıpkı İmamoğlu'nun paylaşımları gibi "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Projeler ve Bağış Kampanyaları", "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", "Özel Günler" ve "Yaşanan Ölümler ve Anma" kategorilerinde yoğunlaşmaktadır. Yavaş'ın pandemi dönemi içerisinde takipçileri ve toplumun geneli ile söz konusu salgın hastalığa yönelik her türlü bilgilendirmeyi, duyuruyu, açıklamayı, devletin ve Ankara Büyükşehir Belediyesi'nin aldığı önlemleri ve uyarıları paylaştığı, salgın hastalık nedeniyle birçok insanın işsiz kaldığı, gelirlerini kaybettiği dönemde Ankara Büyükşehir Belediyesi olarak "İyilik hastalıktan daha bulaşıcıdır" sloganı ile başlattıkları "6 Milyon Tek Yürek", "Ekonomik Koruma Paketi", "Veresiye Defteri" kampanyalarına ilişkin paylaşımlarda bulunduğu, öte yandan Ankara Büyükşehir Belediyesi olarak gerçekleştirdikleri ve gerçekleştirecekleri çalışmalara, faaliyetlere yönelik bilgilendirmelerde bulunduğu, ülkemizde ve dünyada kabul edilen özel günlere yönelik paylaşımlar gerçekleştirdiği, süreç içerisinde yaşanan ölümlere ve anmalara yönelik paylaşımlar yaptığı görülmektedir. Ancak Yavaş'ın "Katıldıkları Etkinlikler" kategorisinde paylaşım yapmadığı dikkat çekmektedir. Bu bağlamda Yavaş'ın, pandemi döneminde Twitter'ı hem topluma bilgilendirmelerde, açıklamalarda bulunmak hem de yüz yüze gerçekleştiremediği siyasal iletişim faaliyetlerini sürdürmek amacıyla kullandığı tespit edilmiştir.

Alınur Aktaş'ın Twitter paylaşımlarının içeriğinde de İmamoğlu ve Yavaş'ta görülen benzer tespitlerin yer aldığını belirtmek gerekmektedir. Aktaş'ın Twitter paylaşımlarının 61 günlük süre içerisinde sıklıkla "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Katıldıkları Etkinlikler", "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", "Yaşanan Ölümler ve Anma", "Dini Mesajlar" ve "Özel Günler" kategorilerinde yoğunlaştığı gözlenmektedir. Aktaş'ın İmamoğlu ve Yavaş'tan farklı olarak "Dini Mesajlar" kategorisinde daha fazla paylaşımında bulunduğu ve "Projeler ve Bağış Kampanyaları" kategorisine ilişkin daha az paylaşım yaptığı göze çarpmaktadır. Tıpkı İmamoğlu ve Yavaş'ın gerçekleştirdiği gibi Aktaş'ın da pandemi sürecinde Twitter'ın bilgileri hızlı ve anlık olarak çok geniş kitlelere ulaştırabilme özelliğinde yararlanmak için çaba sarf ettiği görülmektedir. Aktaş, Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik takipçilerine bilgilendirici paylaşımlarda bulunmakta, salgının hızla ilerleyen seyrini en aza indirmek amacıyla alınan önlemlere yönelik açıklamalarını, duyurularını

gerçekleştirmekte, yüz yüze ve online olarak katıldığı etkinliklere ilişkin paylaşımlarda bulunmaktadır. Ayrıca söz konusu dönemde Bursa Büyükşehir Belediyesi olarak sürdürdükleri diğer belediye faaliyetlerine yönelik bilgilendirmelerini yapmakta, yaşanan ölümlere ve anmalara, özel günlere, Müslümanlık dinine yönelik mesajlar vermektedir.

Fatma Şahin'in paylaşımları ise "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Diğer Belediye Faaliyetlerine İlişkin Bilgilendirme", "Katıldıkları Etkinlikler", "Spor", "Özel Günler", "Projeler ve Bağış Kampanyaları" ve "Teşekkür" kategorileri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Şahin'in söz konusu pandemi dönemi içerisinde tıpkı diğer büyükşehir belediye başkanlarının paylaşımlarında görüldüğü gibi sıklıkla Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik takipçilerini, toplumun genelini bilgilendirdiği, alınan tedbirlere yönelik paylaşımlarda bulunduğu gözlenmektedir. Şahin'in paylaşımlarında diğer büyükşehir belediye başkanlarından farklı olarak "Spor" ve "Teşekkür" kategorilerini daha sıklıkla kullandığı göze çarpmaktadır. Şahin'in adı geçen kategoriler içerisinde pandemi nedeniyle çeşitli sportif aktivitelerden uzak kalan, dışarıda spor yapamayan tüm vatandaşlar için evlerinde yapabilecekleri çeşitli egzersizlere yönelik içerikleri düzenli olarak paylaştığı, sağlık hizmetlerinin her alanında gece gündüz fark etmeksizin fedakarca çalışan tüm sağlık çalışanlarına, Gaziantep Büyükşehir Belediyesi çalışanlarına, Vefa Sosyal Destek ekiplerine, güvenlik güçlerine, şoförlere, üretimi devam ettiren tüm vatandaşlara, esnafa, uzaktan eğitim sürecini sürdüren öğretmenlere, bankacılara, toplumun her konu hakkında haber alma imkanını sağlayan basın mensuplarına, pandemi sürecinde hem devletin hem de Gaziantep Büyükşehir Belediyesinin aldığı tüm kararlara uyan vatandaşlara teşekkür ettiği paylaşımların yer aldığı görülmektedir. Ayrıca her ne kadar Şahin'in en yoğun kullandığı kategoriler içerisinde yer almasa da "Özel Hayat" kategorisinde en çok paylaşım yapan büyükşehir belediye başkanı olduğunu da ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla Şahin, takipçileri ile daha samimi bir iletişim ve etkileşim kurmaktadır.

Cengiz Ergün'ün Twitter paylaşımlarının merkezinde yer alan kategorilerin de "Koronavirüs Önlemlerine İlişkin Bilgilendirme", "Dini Mesajlar", "Yaşanan Ölümler ve Anma", "Özel Günler", "Katıldıkları Etkinlikler" olduğu tespit edilmiştir. Ergün'ün paylaşımlarının içeriği de diğer büyükşehir belediye başkanlarının paylaşımları ile benzerlik göstermektedir. Ergün'ün Aktaş'tan sonra en fazla "Dini Mesajlar" paylaşan büyükşehir belediye başkanı olduğu gözlenmektedir. Aynı zamanda Ergün'ün de pandemi döneminde Twitter'ı takipçilerini ve toplumu bilgilendirme aracı olarak kullandığı, salgın hastalığa yönelik hem devlet tarafından hem de Manisa Büyükşehir Belediyesi olarak alınan önlemleri açıkladığı ve duyurduğu görülmektedir. Ayrıca Ergün'ün araştırmanın yapıldığı pandemi sürecinde sadece sağlık ve eğitim hizmetlerine ilişkin paylaşımlarda bulunduğu göze çarpmaktadır.

Büyükşehir belediye başkanlarının Twitter paylaşımlarının içeriği genel olarak değerlendirildiğinde, paylaşımların çeşitlilik gösterdiği ancak belirli kategoriler üzerinde yoğunlaştığı ön plana çıkmaktadır. Sonuçta, Koronavirüs (Covid-19) pandemi sürecinde toplumun ihtiyaçlarını en hızlı şekilde tespit edebilecek ve karşılayabilecek olan büyükşehir belediye başkanlarının yüz yüze iletişimin kısıtlandığı dönemde Twitter hesaplarının olması, siyasal iletişim açısından sosyal medyanın gücünün göstergesidir. Büyükşehir belediye başkanlarının paylaşımlarının içeriğinde en ön sıraya Koronavirüs (Covid-19) salgın hastalığına yönelik toplumu bilgilendirici paylaşımlarda bulunmayı koydukları göze çarpmaktadır.

Kaynakça

- Ak, Ö. (2020). Epidemiydi Artık Pandemi! Covid-19 Salgını, Bilim ve Teknik Dergisi, 14-25 . *Bilim ve Teknik Dergisi*, 14-25.
- Aktaş, A. (2021). Alınur Aktaş <https://www.bursa.bel.tr/baskan#ozgecmis> Erişim Tarihi: 19.03.2021
- Aktaş, A. (2020). <https://twitter.com/Alinuraktas70> Erişim Tarihi: 01.03.2020
- Bongrand, M. (1992) *Politikada Pazarlama*. (Çev. Ersoy, F.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çankaya, E. (2019). *Siyasal İletişim Dünyada ve Türkiye'de*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Doğanışık, İ. (2020). *Koronavirüse Dair Güncel Veriler ve Bilinmesi Gerekenler*. <https://www.dogrulukpayi.com/bulten/nedir-bu-koronavirus-nasil-yayiliyor-neler-yapmalıyız> adresinde elde edildi. Erişim Tarihi: 06.02.2021
- Dünya Sağlık Örgütü. (2020). *Coronavirus disease (COVID-19) pandemic*. <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019> Erişim Tarihi: 03.02.2021
- Eren, B. (2015). Twitter ve Siyasal İletişim. S. Karakulakoğlu, & Ö. Uğurlu içinde, *İletişim Çalışmalarında Dijital Yaklaşımlar: Twitter* (s. 17-32). Ankara: Heretik Basın Yayın.
- Ergün, C. (2020). <https://twitter.com/cengizergun> Erişim Tarihi: 01.03.2020

- Ergün, C. (2021). Cengiz Ergün http://www.cengizergun.com/s16_ozgecmisi.aspx Erişim Tarihi: 15.04.2021
- Geray, H. (2017). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik Analizi: Kuramsal ve Pratik Bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- İmamoğlu, E. (2020). https://twitter.com/ekrem_imamoglu Erişim Tarihi: 01.03.2020
- İmamoğlu, E. (2021). Ekrem İmamoğlu Kimdir? <https://www.ekremimamoglu.com/ekrem-imamoglu-kimdir/> Erişim Tarihi: 13.02.2021
- Katz, J., Barris, M., & Jain, A. (2013). *The Social Media President: Barack Obama and The Politics of Digital Engagement*. New York: Palgrave Macmillan.
- O'Reilly, T., & Milstein, S. (2012). *The Twitter Book*. USA: O'Reilly Media.
- Şahin, F. (2020). <https://twitter.com/FatmaSahin> Erişim Tarihi: 01.03.2020
- Şahin, F. (2021). Fatma Şahin Biyografisi <https://fatmasahin.net/biyografi/> Erişim Tarihi: 27.03.2021
- Yavaş, M. (2020). <https://twitter.com/mansuryavas06> Erişim Tarihi: 01.03.2020
- Yavaş, M. (2021). Mansur Yavaş <http://www.mansuryavas.com.tr/> Erişim Tarihi: 26.02.2021

Extended Abstract

Aim and Scope

The main purpose of the research is to reveal the content of the Twitter posts, one of the social media platforms that metropolitan mayors frequently used during the coronavirus (Covid-19) pandemic process. The Twitter analyzes of Istanbul, Ankara, Bursa, Gaziantep and Manisa Metropolitan Mayors during the pandemic period were included in the study, based on the ranking of the metropolitan cities with a dense population. The metropolitan mayors selected according to the aforementioned criteria were determined as Ekrem İmamoğlu (Istanbul), Mansur Yavaş (Ankara), Alınur Aktaş (Bursa), Fatma Şahin (Gaziantep) and Cengiz Ergün (Manisa). In the study, the Twitter posts of metropolitan mayors between March 1, 2020 and April 30, 2020, when the pandemic period began, were evaluated. The study examined in depth the level of communication of metropolitan mayors during the pandemic period, their use of Twitter in terms of political communication in a different period, independent of the elections, and it is thought that it will make a significant contribution to the literature.

Methods

In the research, the posts of the metropolitan mayors of the provinces determined by taking into account the ranking of the metropolitan cities with a dense population, and the numerical data obtained through their Twitter accounts were analyzed by content analysis method. Frequency and Categorical Analysis techniques were used in this method. In the research, the posts of metropolitan mayors from their Twitter accounts were obtained through a web-based platform called "Workbenchdata" developed by Columbia University Journalism School in 2018. At the same time, the results obtained within the scope of the research were visualized using the "flourish.studio" tool.

Findings

The posts of the metropolitan mayors included in the research between March 1, 2020 and April 30, 2020 were examined in 13 categories. While Ekrem İmamoğlu posted mostly on "Information on Coronavirus Measures" (96 tweets), other three categories following these posts were about "Information on Other Municipal Activities" (64 tweets), "Events Attended" (42 tweets), "Projects and Donation Campaigns" (25 tweets). While Mansur Yavaş's posts were mostly within the category of "Information on Coronavirus Measures" (98 tweets), other three categories following these posts were about "Projects and Donation Campaigns" (48 tweets), "Information on Other Municipal Activities" (47 tweets), "Special Days" (24 tweets). While Alınur Aktaş posted mostly in the category of "Information on Coronavirus Measures" (with 180 tweets), other three categories following these posts were about "Events Attended" (128 tweets), "Information on Other Municipal Activities" (73 tweets), "Deaths and Commemoration" (42 tweets). While Fatma Şahin posted mostly in the category of "Information on Coronavirus Measures" (243 tweets), other three categories following these posts were about "Information on Other Municipal Activities" (151 tweets), "Events Attended" (142) and "Sports" (34 tweets). It was observed that Cengiz Ergün posted in 12 categories out of 13 categories determined within the scope of the research, but he never posted in the "Sports" category. While Ergün posted mostly in the category of "Information on Coronavirus Measures" (146 tweets),

other three categories following this posts were "Religious Messages" (36 tweets), "Deaths and Commemoration" (35 tweets), "Special Days" (27 tweets).

Conclusion

When the contents of the Twitter posts of the metropolitan mayors are evaluated, it is seen that their posts vary, and they focus on certain categories. In this context, it is seen that metropolitan mayors included in the study during the pandemic period use Twitter as a political communication tool. It is noteworthy that in the content of the posts of the metropolitan mayors, ranks first as a common category is the information posting about the coronavirus (Covid-19) epidemic disease.

Evlilik Doyumu ve İş Tatmini Arasındaki İlişkinin Mükemmeliyetçilik Aracı Rolü ile İncelenmesi

Examining the Relationship Between Marital Satisfaction and Job Satisfaction with Mediating Role of Perfectionism

Simge Ak¹, Seher Balcı Çelik²

Öz

Bu araştırmanın amacı evlilik doyumu ve iş tatmini arasındaki ilişkide mükemmeliyetçilik aracı rolünün olup olmadığını incelemektir. İlgili değişkenlerin cinsiyet, evlilik süresi, öğrenim kademesi, algılanan fiziksel yorgunluk, algılanan zihinsel yorgunluk ve algılanan mesleki saygınlıklarına göre de incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın katılımcıları Türkiye'nin çeşitli illerinde yaşayan 306 kadın ve 207 erkek olmak üzere toplam 523 evli ve çalışan bireyden oluşmaktadır. Araştırmanın modeli betimsel araştırma yöntemlerinden nedensel karşılaştırmadır. Veriler, 2021 Nisan ayında online olarak toplanmıştır. AMOS ve SPSS 26 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Aracılık analizine göre, dört varsayımdan ikisi sağlanmadığından mükemmeliyetçiliğin evlilik doyumu ile iş tatmini arasında aracı rol oynamadığı bulgulanmıştır. Diğer denenceleri test edebilmek için Bağımsız Örneklemeler T Testi, Tek Yönlü ANOVA ve Tukey Testi yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre evli ve çalışan bireylerin evlilik doyumunun evlilik süresine göre anlamlı şekilde farklılaştığı bulgulanmıştır. İş tatmininin ise mezun olunan öğrenim kademesine, algılanan mesleki saygınlığa, algılanan zihinsel ve fiziksel yorgunluğa göre anlamlı şekilde farklılaştığı bulgulanmıştır. Ayrıca bu araştırma sonuçlarına göre erkeklerin mükemmeliyetçilik düzeyleri kadınlardan yüksektir. Bulgular ilgili alan yazın doğrultusunda tartışılmış ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mükemmeliyetçilik, Evlilik, Evlilik Doyumu, İş, İş Tatmini

Abstract

The purpose of this research is to investigate whether perfectionism has a mediating role in the relationship between marital satisfaction and job satisfaction. It is also aimed to examine the related variables according to gender, duration of marriage, level of education, perceived physical fatigue, perceived mental fatigue and perceived professional dignity. The research was conducted with 523 volunteer individuals. The model of the research is a causal-comparative research, which is one of the descriptive research methods. Data were analyzed using AMOS and SPSS 26 program. According to the mediating analysis, it was found that perfectionism did not play an intermediary role between marital satisfaction and job satisfaction because two of the four assumptions were not met. In order to test other hypotheses, Independent Samples T-Test, One-Way ANOVA and Tukey Test were performed. According to the results of the analysis, it was found that the marital satisfaction of married and working people differs significantly according to the duration of marriage. It has been found that job satisfaction differs significantly according to the level of education graduated, perceived professional dignity, perceived mental and physical fatigue. In addition, according to the results of this research, men's perfectionism levels are higher than women's.

Keywords: Perfectionism, Marriage, Marital Satisfaction, Job, Job Satisfaction

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 26 / 11 / 2021

Accepted: 01 / 01 / 2022

¹ 1Psikolojik Danışman, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, simgak07@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-0543-2449>

² Prof. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, sbalci@omu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-9506-6528>

Giriş

Birey, yaşamının bütün dönemlerinde sorumluluklara ve yerine getirmesi gereken bazı rollere sahiptir. Bu rol ve sorumluluklar dönem dönem değişse de rolleri yerine getirme çabası yaşamın başlangıcından sonuna kadar devam eden bir süreçtir. Birey, çalışmaya başladıktan sonra, işinin dışında olan rollerine ek olarak işteki rolünü de yerine getirmek durumunda kalmaktadır. Fakat her zaman iş ve iş harici rolleri, aynı anda uyumlu bir şekilde yerine getirmek mümkün değildir. Bu sebeple insanlar iş ve diğer rollerini dengede tutabilme isteği ve çabası içindedirler. Birey, iş ve aile rollerini dengeleyemediğinde çatışma ortaya çıkabilir. Herhangi bir taraftan aşırı talep olması durumunda birey zamanını ve enerjisini bir yöne yönlendirmek zorunda kalabilir ve çatışma böylelikle doğmuş olur (Yüksel, 2005: 303). Bireylerin günlük yaşamlarının büyük bir kısmını aile ve iş oluşturmaktadır. İnsanlar uzun vakit harcadıkları iş ve aile yaşamlarında başarılı ve tatmin olma arzusu içerisindedirler. Kişilerin bu iki önemli yaşam alanından beklentileri olduğu kadar bu alanların da bireyden bazı beklentileri vardır. Bu nedenle iş ve aile alanlarında aynı zamanda oluşabilecek istek, beklenti ve gereksinimler çatışmaların meydana gelmesine neden olmaktadır (Çarıklı, Çiftçi ve Derya, 2010: 54). Çalışan bireylerin iş ile aile hayatları arasındaki dengeyi sağlayabilmeleri, onların iş yaşamlarındaki bireysel başarılarına ve özel hayatlarındaki mutluluklarına yansımaktadır ve bu durum uzun zamandır araştırmacıların dikkatini çekmiştir (Frone vd., 1992; Gutek vd., 1991; Higgins ve Duxbury, 1992; Turunç ve Erkuş, 2010: 417). 21. Yüzyılın ikinci yarısında iş-aile çatışmasını dengeleyebilecek birtakım toplumsal değişiklikler meydana gelmiş bu değişikliklerin en önemlisi, özellikle çocuk sahibi olan ailelerde karı-kocanın ikisinin de çalıştığı durumun oldukça yaygınlaşmasıdır. Bireyin eşinden aldığı destek iş yaşamı açısından ciddi öneme sahiptir. Eş desteğini alan bireyin iş yaşamında karşılaştığı sorunlarla baş edebilmesini kolaylaştırmaktadır (Çiçek, 2020).

İnsanın hayatında yapacağı seçimlerden en önemlilerinden birisi de eş seçimidir. Evliliğin uyumlu ve doyum verici olabilmesi için, eş seçimi dikkatli ve doğru bir şekilde yapılmalıdır. Duygusal, mental, fiziksel ve sosyal ilişkiler bütünü olan evlilikte uyum yakalandığında, eşler ve aileleri için ruhsal ve fiziksel açıdan sağlıklı bir ortam yaratılır (Kalkan, 2015). Evlilik, binlerce yıldan beri var olan ve günümüze kadar birçok değişiklik geçirerek gelen, vazgeçilmez bir unsurdur. Toplumdan topluma, kültürden kültüre bazı farklılıklar gösterse de tüm toplumların geleneğinde yer alan ve resmi olarak kabul edilen bir ilişkidir (Yılmaz, 2009). Evlilik yalnızca iki insanın cinsel hayatını sürdürmesi olarak görülmemelidir. Romantik bir ilişkinin devamında gelen ve iki insanın ulaşabileceği en yüce konumdur (Sarıçam, 2019). Evlilik, kişilerin yaşamına, sosyal ve ekonomik fayda sunarak onlara daha kaliteli ve sağlıklı bir hayat sağlar. Sağlıklı evlilik kişinin yaşam kalitesini artırır. Bireylerin daha mutlu oldukları ve doyum verici bir yaşama ulaşmasında sağlıklı evlilik bir köprü görevi görür. Evlilik başarısını etkileyen faktörlerden biri de şüphesiz evlilik doyumudur (Çağ ve Yıldırım, 2013: 14). Kişinin evlilikteki mutluluğu, ilişkideki doyum hissidir. Bireyin evlilik hakkındaki duygularını ve ilişkisinin çeşitli yönlerindeki duygularını barındırır (Yılmaz, 2001: 50). İnsan yaşamında çok önemli bir kişilerarası ilişki türü olan evlilik, kimisi için mutluluk ve doyumunu birlikte getirirken kimisi için olumsuz birçok yaşantı doğurabilir (Yılmaz Bingöl, 2019). Evlilik uyumu ve evlilik doyumunu kavramları aralarında yüksek ilişki olması sebebiyle çoğunlukla birbirlerinin yerine kullanılabilir. Evliliklerinden doyum sağlayan bireylerin aynı zamanda uyumlu eşler varsayılması nedeniyle bu iki kavramın aynı olduğu belirtilmektedir (Akar, 2005: 24). Özgüven (2014) evlilik uyumuna etkisi olabilecek birtakım değişkenleri sıralamıştır. Bunları kişisel, aileye ilişkin ve sosyo-ekonomik değişkenler olarak gruplandırmıştır. Bu değişkenler, cinsiyet, evlilik sayısı, yaş, evlenme yaşı, sağlık durumu, fiziksel görünüm, eşler arasındaki yaş farkı, çocuk sahibi olma-olmama, eşle duygu ve düşünce paylaşımı, ev işleri paylaşımı, aile desteği, cinsel doyum, aylık gelir, mesleki durum, işten memnuniyet durumu olarak sıralanabilir.

İnsan yaşamında ailedeki rollerin yerine getirilmesine olanak sağlayan ve yaşamın önemli bir kısmını kapsayan iş süreci önemli bir alandır. İş, yalnızca bireyin yaşamında büyük bir zaman dilimini kaplamaz, aynı zamanda birey için maddi-manevi anlamda önem arz etmektedir. Bununla birlikte iş olmadan ekonomik ve sosyal yaşantıyı devam ettirmek de olanaksız görünmektedir. İş, hem birey için ekonomik kazanç getirir hem de bireyin toplum içindeki yerini belirlemektedir (Tınar, 1996). İş tatmini ise bireyin kendisinde olmasını istediği ve almaya hakkı olduğu şeyleri iş ortamından -iş, yöneticiler, mesai arkadaşları, örgüt, yaşam- temin edebildiğini hissedebilme durumudur. Bu, yapısı gereği bilişsel değil duygusal bir durumdur. Yaş, medeni durum, zekâ cinsiyet, kişilik yapısı ve kariyer amaçlarına göre değişebilmektedir (Duygulu, 2003). Alan-yazın incelendiğinde iş tatmininin iç ve dış faktörlerden etkilendiği görülmektedir. İç faktörler bireyin kişilik özellikleri, duygu ve düşünceleri, beklentileri, istekleri, gereksinimleri ve bunların şiddetini içermektedir. Yani fiziksel, psikolojik ve güvenlik gereksinimlerinden oluşmaktadır. Dış faktörler ise işle ilgili etmenlerdir. İşe dönük fiziksel ve psikolojik koşullar ile bu koşulların kişinin beklentilerine yanıt verme düzeyidir. Yanıt verme derecesine bağlı olarak kişinin iş tatmin düzeyinin de yükselmesi beklenmektedir (Bayrak Kök, 2006).

Kadın iş gücünün yoğun bir şekilde çalışma yaşamına girmesiyle aile hayatında kritik değişimler meydana gelmeye başlamıştır. Yoğun çalışma hayatı kişinin farklı rolleri arasındaki dengeyi sarsabilmektedir. Geçmişte kadının çalışması zorunlu görülmezken, artık gelişmiş ülkelerde bir gereklilik haline gelmiştir (Kinnunen ve arkadaşları 2004; Turunç ve Erkuş, 2010: 416). Günümüzde karı-kocanın her ikisinin de çalışıyor olması, yalnızca erkeğin veya kadının çalıştığı durumdan daha yaygındır. Çalışma yaşamı ve çalışma şartları, kişilerin evliliklerini ve aile ilişkilerini önemli derecede

etkileyen hususlardandır. Bu nedenle bireylerin, mesleğini seçerken, benliğine, kişiliğine uygun olup olmadığına bakması, istediği meslekle ilgili eğitim alması onların duygusal gelişimini ve mental olarak iyi oluşunu, yaşam tatminini pozitif yönden etkileyebilir (Gündoğar, Sallan-Gül, Uskun, Demirci ve Keçeci, 2007: 15). Sanayi devriminden bu yana ve yaşamın bir gereksinimi olarak kadın-erkek ayırt etmeksizin iş yaşamına girmiş ve aileler her geçen gün çift gelirli olmaya başlamışlardır. İş ve aile rollerindeki bu değişim beraberinde yeni rol beklentilerini de getirmiştir. Bu beklentiler de kimi zaman kişilerin iş yaşamlarıyla aile yaşamları arasındaki dengeyi sağlamalarını zorlaştırmaktadır (Bağcı ve Kolbaşı, 2018: 165). Birey, iş yaşamına fazlaca vakit ayırmaktadır ve doğal olarak iş yaşamından duyduğu tatmin, bireyin diğer yaşam alanlarına da olumlu bir şekilde yansır (Bağcı ve Kolbaşı, 2018: 159).

İş hayatı, bireyin yaşamında önemli bir yere sahiptir ve onun diğer yaşam alanlarını da etkilemektedir. Birey iş yaşamından doyum sağlayamazsa bu tatminsizliği diğer yaşam alanlarına da yansıtılmaktadır. Aile ve evlilik, iş yaşamının etkileşimde bulunduğu en önemli yaşam alanlarından biridir (Torun, 1995: 21). Yapılan araştırmalar incelendiğinde iş yaşamı ve ev yaşantısı büyük ölçüde birbirinden etkilenmektedir. İş yaşamı günün büyük bir kısmını kaplamakla birlikte, bireye toplum içinde rol, statü ve ekonomik faydalar sağlamaktadır (Anar, 2011: 4). Evlilik yaşamlarından yüksek doyum alamayan bireylerin iş yaşamlarında da doyumlarının düşük olacağı beklenmektedir. İşten veya iş çevresinden memnuniyetsiz olma durumu iş doyumunun düşük olmasını ve mesleki anlamda tükenmişliği de beraberinde getirmektedir (Kaçmaz, 2005: 29).

Mükemmeliyetçilik bireyin hem kendisi hem diğerleri için yüksek standartlar belirlemesi ve bu standartlara ulaşabilmenin olası olduğunu düşünerek devamlı bir gayret içerisinde olması durumudur. Mükemmeliyetçi bireyler, kendilerine güvenmekte problem yaşarlar ve başkalarından değer görebilmek için, koymuş oldukları bütün o yüksek standartlara uymaya, ulaşmaya gayret ederler (Erol, 2013). Burns (1980), mükemmeliyetçi tutumu olan kişilerin herhangi bir eleştiriye karşı hemen savunmacı bir tepki verme, kusurlarını kapatmak için geri çekilme ve kendisine koymuş olduğu mükemmeliyetçi standartları yapma meyilleri sebebiyle mükemmeliyetçiliğin romantik ilişkiler ve aile kurumu için zorlayıcı bir unsur olduğunu söylemiştir. Yine benzer şekilde Hewitt ve Flett (1991), başkalarına yönelimli mükemmeliyetçi tutuma sahip kişilerin eşlerine karşı narsistik, sömürücü, dominant davranışlarını sebebiyle partnerlerini devamlı olarak suçlama eğiliminde olduklarını belirtmiştir (Lafontaine ve Matte, 2012). Bireyler mükemmeliyetçi standartları ve katı kuralları eşlerine koydukları zaman olumsuz durumlar ortaya çıkabilmektedir. Örneğin birey eşinin kültürel bakımdan bilgi sahibi, sportif aktivitelerle ve sanatla ilgilenen, aynı zamanda çalıştığı işinden iyi bir gelir elde eden, kişisel bakımını ihmal etmeyen biri olmasını bekleyebilir. Bir konuyla ilgili ufak bir soruya yanıt verememesi durumunda veya iş yaşamında yolunda gitmeyen şeyler olduğunda, örneğin borçlandığında mükemmeliyetçi birey hemen eşini suçlayabilir, ona destek olması gereken zamanda ilişkilerini bir çıkmaza sürükleyebilir (Saticı, 2018: 3). Mükemmeliyetçiliğin etkilediği yaşam alanlarının incelendiği araştırmada, üniversite öğrencilerinin yaklaşık olarak üçte biri romantik ilişkilerinde mükemmeliyetçiliğin varlığından söz etmişlerdir (Stoeber ve Stoeber, 2009; Saticı, 2018:4). Flett ve arkadaşları (2001) mükemmeliyetçi bireyin partnerine karşı saplantılı bir kaygı duyabileceğini ve bunun da ilişkilerinde yıkıcı bir rol oynayacağını belirtmişlerdir. Wiebe ve McCabe (2002) mükemmeliyetçilik düzeyi yüksek olan bireyin eşinin, dayatmalardan dolayı bireylerarası olumsuzluklar yaşayabileceğini ve ilişki doyumunun da düşebileceğini söylemişlerdir. Stoeber (2012) yapmış olduğu bir araştırmada, mükemmeliyetçiliğin üniversite öğrencilerinin romantik ilişki doyumlarını yordayıp yordamadığını incelemiştir. Burada partnerine dönük mükemmeliyetçiliğin romantik ilişki doyumunu negatif yönlü yordadığı bulgulanmıştır. Genel olarak araştırmalara bakıldığında mükemmeliyetçiliğin romantik ilişkiden temin edilen doyumunu azaltan bir etmen olduğu görülmektedir.

Alan yazın incelendiğinde iş ve evliliğin birbirinden etkilenen yapılar olduğu görülmektedir. Mükemmeliyetçilik devreye girdiğinde ise kendisine ve çevresine yüksek standartlar koyan bireylerin, ulaşılmaz standartlar koymaları sebebiyle başarısızlıkla yüz yüze kaldıklarında yaşamlarındaki çeşitli alanlarda doyumun düştüğü görülmektedir. İlgili araştırmalar incelendiğinde iş tatmini ve evlilik doyumunun birlikte ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca bu iki değişkenle farklı bir değişkenin aracılık analizinin yapıldığı araştırmaya da rastlanılmamıştır. Bu doğrultuda yapılan araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu araştırmanın amacı evlilik doyumunu ve iş tatmini arasındaki ilişkide mükemmeliyetçilik aracı rolünün olup olmadığını incelemektir. Alan yazın doğrultusunda ilgili değişkenlerin cinsiyet, öğrenim kademesi, evlilik süresi, algılanan fiziksel yorgunluk, algılanan zihinsel yorgunluk ve algılanan mesleki saygınlıklarına göre de incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda evli ve çalışan bireylerden veri toplanmış ve veriler AMOS ve SPSS.26 programları aracılığı ile analiz edilmiştir.

1. Metodoloji

1.1. Araştırmanın Örnekleme

Araştırmanın örnekleme 2021 Nisan ayında Türkiye’de yaşayan, evli ve çalışmakta olan toplam 578 gönüllü bireyden oluşmaktadır. 55 evli olmayan veya çalışmayan bireyin ölçüğü değerlendirilmeye alınmamıştır. Araştırma 523 birey üzerinden yürütülmüştür. Katılımcıların 306’sı kadın (%58,5) 207’si (%41,5) erkektir. Katılımcıların yaşları 19 ile 62 arasında değişmektedir. Örneklemin yaş ortalaması 37’dir.

1.1.1. Örnekleme Yöntemi

Kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemi ile veriler toplanmıştır.

1.2. Veri Toplama Araçları

1.2.1. Kişisel Bilgi Formu

Kişisel Bilgi Formu araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Bu formda cinsiyet, evlilik süresi, mezun olunan öğrenim kademesi, algılanan mesleki saygınlık, işin bıraktığı algılanan fiziksel yorgunluk ve işin bıraktığı zihinsel yorgunluğa ilişkin bilgiler alınmıştır.

1.2.2. Evlilik Yaşamı Ölçeği

Tezer (1996) tarafından, bireylerin evlilik doyumlarını ölçmek amacıyla geliştirilmiştir. Ölçek 10 maddeden oluşmaktadır. 2, 4, ve 5. maddeler ters maddedir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısını hesaplayabilmek için test-tekrar-test yöntemi kullanılmıştır. Ölçeğin test-tekrar-test güvenilirlik katsayısı .85 olarak hesaplanmıştır. İç tutarlılık katsayısı birinci uygulamada .91 ikinci uygulamada .89 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar Evlilik Yaşamı Ölçeği’nin iyi bir güvenilirliği olduğuna işaret etmektedir. Ölçek 5’li Likert şeklindedir.

1.2.3. Mükemmeliyetçilik Ölçeği

Ölçek Slaney ve arkadaşları (2001) tarafından geliştirilmiş ve Kağan (2006) tarafından Türkçe’ye uyarlanmıştır. Ölçek 23 madde ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu alt boyutlardan ilki olan standart boyutunda, kişisel standartları ölçmek amaçlanmıştır. Düzen boyutunda organizasyon ve düzen ihtiyacını ölçmek amaçlanmıştır. Tutarsızlık alt boyutunda ise bireyin performansı ile standartları arasındaki stresi ölçmek amaçlanmıştır.

Ölçeğin iç tutarlılık hesaplanmasında Slaney ve arkadaşları, Tutarsızlık alt boyutunun cronbach alfa değeri .91, Yüksek Standart boyutunun cronbach alfa değeri .85, Düzen alt boyutunun cronbach alfa değeri ise .82 bulunmuştur. Kağan ise cronbach alfa değerini .80 olarak elde etmiştir. Faktör analizi sonucunda 3 faktör etrafında toplandığını görmüş ve şu şekilde isimlendirmiştir: standart ve düzen, standartlarımıza ulaşamama endişesi ve başarı tatminsizliği. Standart ve düzen ölçeği 11 maddeden, standartlara ulaşamama endişesi 8 maddeden, başarı tatminsizliği ise 4 maddeden oluşmaktadır.

1.2.4. İş Tatmini Ölçeği

İş Tatmini Ölçeği Brayfield ve Rothe tarafından 1951 yılında geliştirilmiştir. Orijinal formu 18 maddeden oluşmaktadır. Judge, Locke, Durham ve Kluger tarafından 1998 yılında 5 maddelik kısa formu oluşturulmuştur. Türkçe’ye uyarlaması, geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Keser ve Öngen Bilir (2019) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alfa güvenilirlik değeri 0,85’tir. Bu bulgu orijinal formun iç güvenilirlik değeriyle de tutarlıdır. 5 maddelik ölçeğin 2 maddesi ters maddedir. Ölçek 5’li Likert şeklindedir.

1.3. Verilerin Toplanması

Çalışma belirlendikten sonra Evlilik Yaşamı Ölçeği için Prof. Dr. Esin Tezer’den, Mükemmeliyetçilik Ölçeği için Doç. Dr. Sertan Kağan’dan ve İş Tatmini Ölçeği için Prof. Dr. Aşkın Keser’den gerekli izinler alınmıştır. Veriler 2021 yılı Nisan ayında Google Form aracılığı ile online şekilde toplanmıştır.

1.4. Verilerin Analizi

523 kişiden Kişisel Bilgi Formu, Mükemmeliyetçilik Ölçeği, Evlilik Yaşamı Ölçeği ve İş Tatmini Ölçeği yoluyla elde edilen veriler SPSS 26 paket programına girilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğunu test edilmiştir. İş tatmini değişkeni çarpıklık değeri -.67, basıklık değeri .10; evlilik doyumu değişkeni çarpıklık değeri -.81, basıklık değeri .46 ve mükemmeliyetçilik çarpıklık değeri .06, basıklık değeri .62’dir. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının ± 2 aralığında olması verilerin normal dağılıma uygun olduğuna işaret etmektedir (Büyüköztürk, 2012). Evli ve çalışan bireylerin cinsiyete göre mükemmeliyetçilik düzeyleri varyansların homojenliği testinde p değeri .72 olarak elde edilmiştir ve varyansların homojen olduğu görülmüştür (F: .13 p>.05).

Araştırmanın aracı değişkeni mükemmeliyetçilik, bağımsız değişkeni iş tatmini ve bağımlı değişkeni evlilik doyumdur. Bu değişkenler ile analiz edilecek diğer bağımsız değişkenler ise cinsiyet, evlilik yılı, çalışma yılı, öğrenim kademesi, algılanan mesleki saygınlık, algılanan fiziksel yorgunluk ve algılanan zihinsel yorgunluktur.

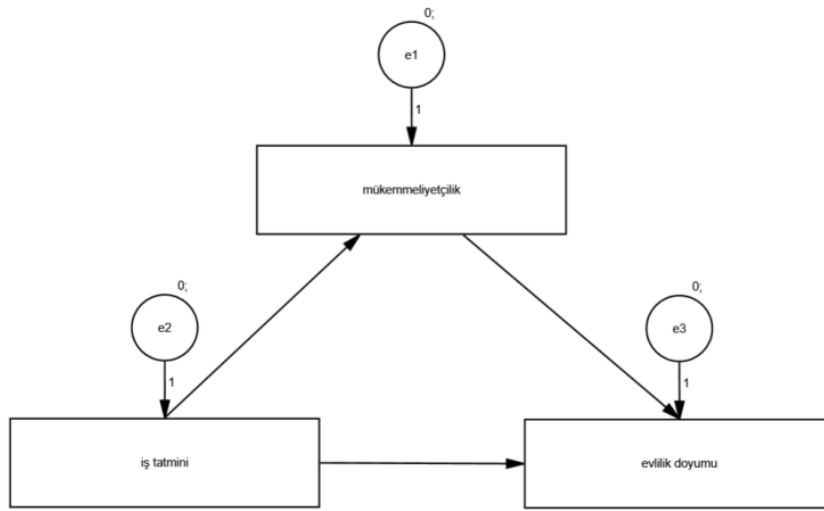
AMOS ve SPSS.26 programları kullanılarak analizler yapılmıştır. Bütün hipotezler test edilirken %95 güven aralığı esas alınmıştır ve manidarlık düzeyi .05 olarak belirlenmiştir.

2. Bulgular

Hipotez 1: Mükemmeliyetçilik, iş tatmini ve evlilik doyumu arasındaki ilişkide aracı rol oynamaktadır.

Judd ve Kenny (1981)'e göre aracılık analizinin 4 temel koşulu vardır. Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde, bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde, aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde etkisi olmalıdır. Ayrıca aracı değişken bağımsız değişken ile beraber modele dahil olduğunda bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi azalmalı veya artık etkisi olmamalıdır.

Bu hipotezi test edebilmek için AMOS programı kullanılmıştır. Öncelikle aşağıdaki model oluşturulmuştur.



Şekil 1. İş Tatmini ile Evlilik Doyumu Arasında Mükemmeliyetçilik Aracı Rolü

Model oluşturulduktan sonra aracılık analizi yapılmıştır. Gerekli analizler yapıldığında Judd ve Kenny (1981)'nin sıralamış olduğu varsayımların ikisinin sağlanmadığı bulgulanmıştır. Analiz çıktıları aşağıdaki tablolarda yer almaktadır.

Tablo 1. İş Tatmini ile Mükemmeliyetçilik Değişkenleri Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Bağımsız Değişken	Aracı Değişken	Tahmin	S.E.	C.R.	p
İş Tatmini	Mükemmeliyetçilik	-.03	.44	-.61	.54

Tablo 1'de p değerinin belirlenen manidarlık düzeyinden büyük olduğu görülmektedir. Bağımsız değişken olan iş tatmini, aracı değişken mükemmeliyetçiliği yordamamaktadır ($p > .05$).

Tablo 2. İş Tatmini ile Evlilik Doyumu Değişkenleri Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Tahmin	S.E.	C.R.	p
İş Tatmini	Evlilik Doyumu	.21	.04	5.05	.00*

$p < .05^*$

Tablo 2'de görüldüğü gibi p değeri belirlenen manidarlık düzeyinden küçüktür. Yani bağımsız değişken olan iş tatmini bağımlı değişken evlilik doyumunu yordamaktadır ($p < .05$). Tahmin değeri .21 olarak bulgulanmıştır. İş tatmini evlilik doyumunu pozitif yönde ve düşük düzeyde yordamaktadır.

Tablo 3. Mükemmeliyetçilik ile Evlilik Doymu Regresyon Ağırlıkları Tablosu

Aracı Değişken	Bağımlı Değişken	Tahmin	S.E.	C.R.	p
Mükemmeliyetçilik	Evlilik Doymu	-.04	.04	-1.04	.29

Tablo 3' te görüldüğü gibi p değeri belirlenen manidarlık düzeyinden büyüktür. Aracı değişken olan mükemmeliyetçilik bağımlı değişken olan evlilik doyumunu yordamamaktadır ($p > .05$).

Tablo 4. İş Tatmininin Evlilik Doymuna Mükemmeliyetçilik Aracı Rolü ile Dolaylı Etkisi Tablosu

İş Tatmini	
Mükemmeliyetçilik	...
Evlilik Doymu	.38

Tablo 4'te görüldüğü gibi iş tatmini ile evlilik doyumu arasına mükemmeliyetçilik aracı rol ile girdiğinde artık yordamamaktadır ($p > .05$). Sağlanması gereken 4 varsayımdan ikisi reddedildiğinden mükemmeliyetçilik, iş tatmini ile evlilik doyumu arasında aracı rol oynamamaktadır.

Hipotez 2: Evli ve çalışan bireylerin mükemmeliyetçilik düzeyleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Evli ve çalışan bireylerin cinsiyete göre mükemmeliyetçilik düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığı Bağımsız Örneklem T Testi ile test edilmiş olup analizi sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Evli ve çalışan bireylerin cinsiyete göre mükemmeliyetçilik düzeyleri Bağımsız Örneklem T Testi sonucu

	Cinsiyet	N	Ortalama	SS	t	p
Mükemmeliyetçilik	Kadın	306	105.70	1.15	-2.37	.01**
	Erkek	217	109.88	1.31		

** $p < .01$

Tablo 5'te görüldüğü gibi evli ve çalışan bireylerin mükemmeliyetçilik düzeyleri cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p < .05$). Erkeklerin mükemmeliyetçilik puan ortalamaları kadınların mükemmeliyetçilik puan ortalamalarından yüksektir.

Hipotez 3: Evli ve çalışan bireylerin evlilik doyumu düzeyleri evlilik sürelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Bu hipotezi test etmek amacı ile tek yönlü ANOVA analizi yapılmıştır ve analiz sonuçları tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. Evli ve çalışan bireylerin evlilik sürelerine göre evlilik doyumu düzeyleri ANOVA analizi sonuçları

Kaynak	KT	sd	KO	F	p	
Evlilik Doymu	Gruplar arası	869.42	5	173.88	2.63	.02*
	Gruplar içi	34244.86	517	166.24		
	Toplam	35114.28	522			

* $p < .05$

Tablo 6'da görüldüğü gibi evli ve çalışan bireylerin evlilik doyumu düzeyleri evlilik sürelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p < .05$).

Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu test etmek amacı ile Tukey Testi yapılmıştır.

Tablo 6.1. Evli ve çalışan bireylerin evlilik sürelerine göre evlilik doyumu düzeyleri Tukey Testi analiz sonuçları

Evlilik Süresi	Evlilik Süresi	Ortalama Farkı	Standart Hata	p	Alt Sınır	Üst Sınır
0-5	6-11	1.25	.98	.79	-1.5	4.04
	12-17	3.35	1.07	.02*	.27	6.41
	18-23	1.77	1.13	.63	-1.47	5.01
	24-29	.41	1.33	1.00	-3.39	4.21
	30+	1.66	1.66	.22	-1.01	8.48

*p<.05

Tukey testi analizi sonuçlarına göre 0-5 yıllık evli olanların evlilik doyumunun 12-17 yıllık evli olanlardan istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksek olduğu görülmektedir (p<.05).

Hipotez 4: Evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri algıladıkları fiziksel yorgunluklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları fiziksel yorgunluklarına göre iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığı tek yönlü ANOVA analizi ile test edilmiştir. Analiz sonuçları tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları fiziksel yorgunluklarına göre iş tatmini düzeyleri ANOVA analizi sonuçları

	Kaynak	KT	sd	KO	F	p
İş Tatmini	Gruplar arası	694.52	9	77.17	4.46	.00***
	Gruplar içi	8869.18	513	17.29		
	Toplam	9563.70	522			

***p<.001

Tablo 7'de görüldüğü gibi evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri algıladıkları fiziksel yorgunluklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir (p<.001). Bu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığı test etmek amacı ile Tukey Testi yapılmıştır.

Tablo 7.1. Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları fiziksel yorgunluklarına göre iş tatmini düzeyleri Tukey Testi analiz sonuçları

Fiziksel Yorgunluk	Fiziksel Yorgunluk	Ortalama Farkı	Standart Hata	p	Alt Sınır	Üst Sınır
1	2	2.29	1.28	.74	-1.79	6.37
	3	3.45	1.11	.06	-.08	6.99
	4	2.84	1.09	.23	-.65	6.32
	5	2.59	1.01	.24	-.63	5.82
	6	3.37	1.06	.04*	.00	6.74
	7	3.10	1.00	.06	-.09	6.30
	8	3.25	.99	.00***	.08	6.43
	9	4.57	1.04	.00***	1.23	7.90
	10	5.39	1.01	.00***	2.15	8.62

*p<.05; ***p<.001

Tabloya bakıldığında işteki fiziksel yorgunluğuna "1" verenler ile "6, 8, 9 ve 10" verenlerin iş tatmini düzeylerinin istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaştığı görülmektedir (p<.05; p<.001). Fiziksel yorgunluğuna 1 verenlerin iş tatmini ortalamaları 6,8,9 ve 10 verenlerinkinden yüksektir. Tabloya genel olarak bakıldığında fiziksel yorgunluk arttıkça iş tatmini düzeyinin azaldığı görülmektedir.

Hipotez 5: Evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri algıladıkları zihinsel yorgunluklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları zihinsel yorgunluklarına göre iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını test etmek amacı ile tek yönlü ANOVA analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları zihinsel yorgunluklarına göre iş tatmini düzeyleri ANOVA analizi sonuçları

Zihinsel Yorgunluk	Zihinsel Yorgunluk	Ortalama Farkı	Standart Hata	p	Alt Sınır	Üst Sınır
1	2	1.71	1.78	.99	-3.96	7.38
	3	1.48	1.57	.99	-3.52	6.48
	4	2.69	1.43	.68	-1.85	7.24
	5	3.05	1.22	.27	-.85	6.96
	6	3.61	1.31	.15	-.55	7.79
	7	2.97	1.27	.37	-1.08	7.03
	8	2.49	1.18	.51	-1.25	6.24
	9	3.04	1.16	.21	-.66	6.75
	10	4.00	1.15	.02*	.33	7.67

*p<.05

Tabloya bakıldığında bu farklılığın işteki zihinsel yorgunlukları "1" olanlar ile "10" olanlar arasında olduğu görülmektedir. Algılanan zihinsel yorgunluğu "1" olan bireylerin iş tatmini düzeyleri "10" olanlardan istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir (p<.05).

Hipotez 6: Evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri mezun oldukları öğrenim kademelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Evli ve çalışan bireylerin mezun oldukları öğrenim kademesine göre iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı fark olup olmadığını test etmek amacı ile tek yönlü ANOVA testi yapılmış ve analizi sonuçları Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Evli ve çalışan bireylerin mezun oldukları öğrenim kademesine göre iş tatmini düzeyleri ANOVA analizi sonucu

Kaynak	KT	sd	KO	F	p
İş Tatmini	Gruplar arası	12.17	3	4.06	5.19
	Gruplar içi	370.38	519	.71	
	Toplam	382.55	522		

***p<.001

Tablo 9'da görüldüğü gibi evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri mezun oldukları öğrenim kademelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir (p<.001). Bu farklılığın hangi öğrenim kademeleri arasında olduğunu görebilmek için Tukey Testi analizi yapılmıştır.

Tablo 9.1. Evli ve çalışan bireylerin mezun oldukları öğrenim kademesine göre iş tatmini düzeyleri Tukey Testi analizi sonucu

Öğrenim Kademesi	Öğrenim Kademesi	Ortalama Farkı	Standart Hata	p	Alt Sınır	Üst Sınır
İlkokul	Ortaokul	-.48	.21	.11	-1.02	.06
	Lise	-.46*	.17	.04*	-.90	-.01
	Üniversite	-.60*	.15	.00***	-.98	-.21

*p<.05; ***p<.001

Tabloya bakıldığında ilkokul mezunu evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeylerinin lise ve üniversite mezunu bireylerden istatistiksel olarak anlamlı şekilde farklılaştığı görülmektedir. Lise ve üniversite mezunu olan bireylerin iş tatmini düzeyleri ilkokul mezunu bireylerden yüksektir (p<.05; p<.001).

Hipotez 7. Evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri algıladıkları mesleki saygınlıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

Evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri algıladıkları mesleki saygınlıklarına göre anlamlı farklılık olup olmadığı tek yönlü ANOVA analizi sonuçları Tablo 10'da verilmiştir.

Tablo 10. Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları mesleki saygınlıklarına göre iş tatmini düzeyleri ANOVA analizi sonucu

	Kaynak	KT	sd	KO	F	p
İş Tatmini	Gruplar arası	58.73	9	6.53	10.33	.00***
	Gruplar içi	323.82	513	.63		
	Toplam	382.55	522			

***p<.001

Tablo 10'da görüldüğü gibi evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri algıladıkları mesleki saygınlıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir (p<.001).

Bu farklılığın hangileri arasında olduğunu belirlemek için Tukey Testi analizi yapılmıştır.

Tablo 10.1. Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları mesleki saygınlıklarına göre iş tatmini düzeyleri Tukey Testi analizi sonucu

Algılanan Mesleki Saygınlık	Algılanan Mesleki Saygınlık	Ortalama Farkı	Standart Hata	p	Alt Sınır	Üst Sınır
1	2	.97	.29	.04*	.02	1.91
	10	-.71	.21	.03*	-1.39	-.03
2	1	-.97	.29	.04*	-1.91	-.02
	3	-1.05	.25	.00**	-1.86	-.25
	4	-.99	.26	.01**	-1.83	-.14
	5	-1.08	.23	.00**	-1.84	-.33
	6	-1.50	.24	.00**	-2.28	-.72
	7	-1.33	.23	.00**	-2.09	-.57
	8	-1.63	.23	.00**	-2.39	-.87
	9	-1.48	.26	.00**	-2.31	-.64
	10	-1.68	.23	.00**	-2.41	-.94

*p<.05; ***p<.001

Tabloya bakıldığında algılanan mesleki saygınlığı "1" olan bireylerin iş tatmini düzeyleri "2" olanlardan yüksek olduğu, "10" olanlardan istatistiksel olarak anlamlı derecede düşük görülmektedir. Algılanan mesleki saygınlığı "2" olan bireylerin iş tatmini düzeyi ise "1,3,4,5,6,7,8,9,10" olanlardan istatistiksel olarak anlamlı derecede düşüktür (p<.05;p<.001).

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmanın temel hipotezi doğrultusunda, evlilik doyumu ve iş tatmini arasında mükemmeliyetçilik aracı rolü test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda hipotez reddedilmiştir ve böyle bir aracı rol olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. İlgili literatür incelendiğinde Bitirgen (2013) ilkököl öğretmenleri ve yöneticileriyle yapmış olduğu çalışmada evlilik doyumu ile mükemmeliyetçiliğin çeşitli alt boyutları arasında negatif yönlü anlamlı ilişkiler bulmuştur. Satıcı (2018) genç yetişkinlerle yapmış olduğu bir çalışmada mükemmeliyetçiliğin düşmesinin duygusal zekâ ve bilinçli farkındalığı arttırabileceğini ve bu artışın da romantik ilişki doyumunu güçlendirebileceğini bulgulamıştır. Eker (2018) ise 112 Acil Sağlık Hizmetleri çalışanlarıyla yapmış olduğu çalışmada, çalışanların mesleki tükenmişlikleri ile evlilik doyumu arasında negatif yönlü bir ilişki saptamıştır. Yüksel (2005) iş-aile çatışması ile iş tatmini arasında negatif yönlü ilişki tespit etmiştir. Eren ve Küçükaltan (2017) iş performansı ile mükemmeliyetçilik arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik yaptıkları çalışmada, mükemmeliyetçiliğin iş performansını %15,6'sını açıkladığını bulgulamışlardır. İlgili araştırmalara genel olarak bakıldığında mükemmeliyetçiliğin evlilik doyumu üzerinde negatif bir etkisinin olduğu, iş tatmini ile mükemmeliyetçiliğin ve evlilik doyumunun da ilişkili olduğu görülmektedir. Bu çalışmalardan hareketle test edilen tez reddedilmiştir. Araştırmadan böyle bir bulgu elde edilmesinin, veri toplanan örneklemden kaynaklanabileceği şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca bu örneklemin iş ve evlilik ayrımını yapabilen ve iş veya evlilikteki tatminsizliği birbirine yansıtmayan, mükemmeliyetçi olsa bile bunun olumsuz birtakım özelliklerini işine ve evliliğine taşımayan bir örneklem olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Mükemmeliyetçilik kadın ve erkeklerde istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Bu çalışmada erkeklerin mükemmeliyetçilik düzeyleri kadınlardan yüksektir. Görkem (2020) akademisyenlerle yaptığı çalışmada erkeklerin mükemmeliyetçilik düzeyinin kadınlardan anlamlı derecede yüksek olduğunu, Cırcır (2006) cinsiyete göre mükemmeliyetçilik düzeyinin bazı alt boyutlarda farklılaştığını, Ergin ve Demirli (2020) erkek öğrencilerin ikili ilişkilerde

mükemmeliyetçilik tutumu kadınlara göre artış gösterdiğini bulgulamışlardır. Bu araştırmayı destekleyen çalışmaların yanı sıra çelişen araştırmalar da vardır. Karababa (2012) psikolojik danışmanlarda olumlu ve olumsuz mükemmeliyetçiliğin cinsiyete göre farklılaşmadığını bulgulamıştır. Benzer şekilde Saya (2006) cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmadığını tespit etmiştir. Genel olarak bakıldığında araştırmalarda yoğun olarak erkeklerin mükemmeliyetçilik düzeylerinin kadınlardan daha yüksek olduğu söylenebilir. Türk toplumunun Ataerkil bir yapıya sahip olması nedeniyle, çocukluktan itibaren erkeklerden beklentilerin yüksek olması, kimi zaman ağır sorumluluklar verilip titizlikle takip edilmesi gibi faktörlerden dolayı böyle bir sonucun elde edildiği düşünülebilir.

Araştırmada “Evli ve çalışan bireylerin evli oldukları toplam yıla göre evlilik doyumu farklılaşmaktadır” hipotezi kabul edilmiştir. Çelik (2006), Koçak (2008), Bitirgen (2013), Çağ ve Yıldırım (2013) evlilik süresine göre evlilik doyumunda anlamlı bir farklılık tespit etmemiştir. Taşköprü (2013) yapmış olduğu bir çalışmada evlilik süresi arttıkça evlilik doyumunun azaldığını bulgulamıştır. Yapılan bu araştırmada da evlilik süresine göre evlilik doyumunun farklılaştığı tespit edilmiştir. Bu farklılığın 0-5 yıl arası evli olanlar ile 12-17 yıl arası evli olanlar arasında olduğu bulgulanmıştır. 0-5 yıl arası evli olanların evlilik doyumu düzeyi 12-17 yıl arası evli olanlardan anlamlı derecede yüksektir. Evliliğin ilk yıllarında olan eşlerin evliliğin heyecanını koruyabilmeleri, henüz aile içi sorumlulukların artmamış olması, çocuk sayısının az olması gibi etmenlerden dolayı evlilik doyumlarının 12-17 yıl arası evli olanlardan daha fazla olabileceği düşünülmektedir.

Evli ve çalışan bireylerin algıladıkları fiziksel yorgunluklarına göre iş tatmini düzeyleri istatistiksel olarak anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Analiz sonuçlarına göre fiziksel yorgunluklarına “1” verenlerin iş tatmini düzeyi “6, 8, 9 ve 10” verenlerden yüksektir. Blenegen (1993)’e göre çalışanın fiziksel ve ruhsal durumu iş tatminini etkileyen başlıca faktörlerdendir. Ayrıca Akçakanat (2019) yaptığı bir çalışmada öznel yorgunluk algısının işten ayrılma niyetini pozitif ve anlamlı derecede yordadığını bulgulamıştır. İlgili çalışmalar ve araştırma bulgusu göstermektedir ki fiziksel yorgunluğun artması iş tatmininin azalmasına neden olabilmektedir. Yapılan çalışmada fiziksel yorgunluğuna “1” veren kişilerin iş tatmini ortalamasının en yüksek olduğu bulgulanmıştır. Yine benzer şekilde evli ve çalışan bireylerin algılanan zihinsel yorgunluklarına göre iş tatmini düzeylerinin anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Yapılan araştırmada en yüksek iş tatmini ortalamasının zihinsel yorgunluğu “1” olan bireylerin olduğu bulgulanmıştır. Zihinsel yorgunluğu “1” olan bireylerin iş tatmini ortalaması “10” olan bireylerden istatistiksel olarak anlamlı derecede yüksektir. Bu iki hipotezden yola çıkarak işteki fiziksel ve zihinsel yorgunluğun artmasının iş tatminini düşürebileceği söylenebilir.

Evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyleri mezun oldukları öğrenim kademelerine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmaktadır. Araştırmada ilkökul mezunları ile ortaokul mezunlarının iş tatmini ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. İlkokul mezunu olanlar ile lise ve üniversite mezunlarının iş tatmini düzeyinin farklılaştığı bulgulanmıştır. En yüksek iş tatmini ortalamasına üniversite mezunları sahiptir. İlkokul mezunlarının iş tatmini ortalaması lise ve üniversite mezunu olanlardan düşüktür. Bu araştırmanın sonucuyla çelişen Kuzuligil (2012)’in kamu hastanelerinde çalışanlarla yaptığı bir çalışmaya göre öğrenim kademesi düştükçe iş tatmini artmaktadır. Tekne ve Güney (2019) eğitim durumu ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişki olmadığını bulgulamışlardır. Elibüyük ve Güney (2019) öğrenim durumu arttıkça iş tatmininin de arttığını bulgulamışlardır. Yapılan bu çalışmada öğrenim kademesi arttıkça iş tatmininin artması, mezun olunan öğrenim kademesi yükseldikçe yapılan işin de konforunun, güvenliğinin artması, üniversite mezunlarının çoğunlukla devlet kurumlarında çalışıyor olması, maaşlarının daha iyi ve düzenli olması gibi faktörlerle açıklanabilir.

Araştırmanın son bulgusuna göre ise evli ve çalışan bireylerin iş tatmini düzeyi algıladıkları mesleki saygınlıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre mesleki saygınlığının “1” olduğunu düşünen bireylerin iş tatmini ortalamaları “2” olduğunu düşünenlerden anlamlı derecede yüksek ve “10” olanlardan anlamlı derecede düşüktür. Mesleki saygınlığına “2” veren bireylerin iş tatmini ortalamaları, mesleki saygınlığının “1,3,4,5,6,7,8,9,10” olduğunu düşünen bireylerden düşüktür. En yüksek iş tatmini ortalaması mesleki saygınlığının “10” olduğunu düşünen bireylerindir. Doğan (2005) saygınlığı mesleki değerler arasında sıralamıştır (Gökdeniz ve Merdan, 2016). Gökdeniz ve Merdan (2016) yapmış oldukları çalışmada saygınlığa önem verme ile iş tatmini arasında negatif yönlü düşük düzey ilişki tespit etmişlerdir. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinde statü ve saygınlık ihtiyacından sonra en üst basamakta doyum ve kendini gerçekleştirme yer almaktadır (Eren, 2010; Zeynel ve Çarıkçı, 2015). Saygınlığı bir ihtiyaç olarak nitelendiren Maslow doyumun bu basamaktan sonra geldiğini ifade etmiştir. Araştırma bulgusu ve Maslow’un teorisine dayanarak, saygınlık bir ihtiyaçtır ve algılanan mesleki saygınlık arttıkça iş tatmini düzeyi de artmaktadır.

Araştırmanın bulgularından yola çıkarak şu önerilerde bulunulmuştur. Evlilik doyumu ile iş tatmini arasındaki ilişkide mükemmeliyetçiliğin aracı rolü olmadığı bulgulanmıştır. Çok boyutlu bir mükemmeliyetçilik ölçeği kullanılıp alt boyutlarının evlilik doyumu ile iş tatmini arasında aracı rolü olup olmadığı test edilebilir. İş yaşamı ile evliliğin ve sağlanan doyumların ilişkili olabileceğini gösteren birçok araştırma vardır. Aracı rol olarak farklı değişkenler ile tekrar model oluşturulabilir ve test edilebilir. Bu araştırma aracılık modeliyle analiz edilmiştir. Çoklu regresyon ile de analizi yapılarak evlilik doyumu ve iş tatmini mükemmeliyetçiliği ne kadar yordadığı test edilmesi önerilebilir. Evlilik doyumu ve iş tatminini arttırmaya yönelik psiko-eğitim programları geliştirilebilir ve deneysel araştırmalar yapılabilir. İş yerlerinde bireylerin iş tatminini etkileyen faktörler göz önüne alınarak, artırılmasına yönelik çalışmalar yapılabilir. Bu araştırma Türkiye’nin farklı illerinde yaşayan,

farklı meslek gruplarına mensup evli ve çalışan bireyler ile yürütülmüştür. Tek bir meslek grubu belirlenerek, bu meslek grubunda çalışan bireylerin evlilik doyumu, iş tatmini düzeyi ve mükemmeliyetçiliğin aracı rolü test edilebilir.

Kaynakça

- Akar, H. (2005). *Psikiyatrik Yardım Talebi Olanlar ile Yardım Talebi Olmayan ve Boşanma Aşamasında Olan Çiftlerde Çift Uyum ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Karşılaştırması*. Psikiyatri Birimi Uzmanlık Tezi, Ruh Sağlığı ve Sinir Hastalıkları Eğitim ve Araştırma Hastanesi, İstanbul.
- Akçakanat, T. (2019). Hava ve Trafik Kontrollerinde Algılanan İş Stresinin İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisinde İş Tatmini ve Özel Yorgunluk Algısının Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), 901-920.
- Arslan, M., Karacaoğlu, K. (2018). Algılanan Aşırı Niteliklilik ve İş Tatmini İlişkisinde İyimserliğin Aracı Rolü: İstifa Eden veya Erken Emekli Olan Subaylar Üzerine Bir Araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 33(1), 107-135.
- Anar, B. (2011). *Evlilik ve Çalışan Bireylerin Toplumsal Cinsiyet Rollerine İlişkin Evlilik ve İş Tatmini İlişkisinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Bağcı, Z., Kolbaşı, E. (2018). İş-aile ve Aile- İş Çatışması ile İş Tatmini Arasındaki İlişki: İmalat Sektöründe Bir Araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(10), 157-168.
- Bayrak Kök, S. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 291-310.
- Bitirgen, H. (2013). *İlkokul Öğretmenlerinin ve Yöneticilerinin Evlilik Doyumu ve Mükemmellik Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi, İstanbul.
- Blenegen, M. A. (1993). "Nurses' Job Satisfaction: A Meta-Analysis Of Related Variables". *Nursing Research Journal*, 42(1), 31-44.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı İstatistik, Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları Ve Yorum*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çağ, P., Yıldırım, İ. (2013). Evlilik Doyumunu Yordayan İlişkisel ve Kişisel Değişkenler. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(39), 13-23.
- Çankıç, İ. H., Çiftçi, M. & Derya, S. (2010), "İş-Aile Yaşam Çatışması: Türkiye'deki Kadın Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama". *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 2(2): 53-65.
- Çelik M. (2006). *Evlilik Doyum Ölçeği Geliştirme Çalışması*. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Çiçek, B. (2020). *Kariyer Yönetimi ve İş Dünyasına Giriş Rehberi*. Ankara: Nobel Akademi.
- Duygulu, E. (2003). Örgütsel Etkinlik Kriterlerinin Örgütsel Başarıdaki Rolü. *İş, Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 5(3).
- Eren, S., Günlü Küçükaltan, E. (2017). Mükemmeliyetçiliğin İş Performansına Etkileri: Aşçılar Üzerine Bir Araştırma. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(2), 281-292.
- Ergin, B., Demirli, C. (2020). Vakıf Üniversitelerindeki Öğrencilerin Ebeveynle Bağlanma ile İlişkilerdeki Mükemmeliyetçilik Düzeyinin İncelenmesi. *Academic Platform Journal of Education and Change*, 3(2), 179-207.
- Erol, Z. (2013). *Mükemmeliyetçi Kişi Kimdir?*. İstanbul: Timaş.
- Flett, Gordon L., Paul L. Hewitt, Brenley Shapiro, Jill Rayman. 2001. Perfectionism, Beliefs, And Adjustment In Dating Relationships. *Current Psychology*, 20(4), 289-311.
- Gündoğar, D., Sallan-Gül, S., Uskun, E., Demirel, S. & Keçeci, D. (2007). Üniversite öğrencilerinde yaşam doyumunu etkileyenlerin incelenmesi. *Klinik Psikiyatri*, 10, 14-27.
- Güney, S., Tekne, S. (2019). İş Görenlerin Bireysel Özelliklerinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi. *ABMYO Dergisi*, 58, 143-170.
- Güney, S., Elibüyük, N. (2019). Çalışanların İş Tatmini Düzeylerinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. *ABMYO Dergisi*, 58, 171-192.

- Görkem, A. (2020). A Study To Investigate The Relationship Between The Perfectionist Level and Self-Esteem Level of Academicians Working At Universities. *Sakarya University Journal of Education*, 10(2), 212-225. doi: <https://doi.org/10.19126/suje.590357>
- Judd, C.M. & D.A. Kenny (1981). *Estimating the Effects of Social Interventions*. New York: Cambridge University Press.
- Kaçmaz, N. (2005). Tükenmişlik (Burnout) Sendromu. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 68, 29-32.
- Kağan, S. (2006). *Bilişsel Davranışçı Terapiye Dayalı Mükemmeliyetçilik Eğitiminin Sporcuların Mükemmeliyetçilik, Başarı Güdüsü ve Başarısızlık Korkusuna Etkisi*. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Kalkan, M. (2015). Eş Seçimi ve Eş Seçiminde Önemli Faktörler. Hamamcı, Z., Kalkan, M. (Ed.). *Evlilik Öncesi Psikolojik Danışma* içinde. Ankara: Anı.
- Karababa, A. (2012). *Psikolojik Danışmanlarda Olumlu Mükemmeliyetçilik ve Olumsuz Mükemmeliyetçilik Düzeylerinin İş Doymu ve Yaşam Doymunu Yordamadaki Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Denizli.
- Koçak, R. (2008). Okul Yöneticilerinin Evlilik Doym Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *SAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15, 127-140.
- Kuzulugil, Ş. (2012). Kamu Hastaneleri Çalışanlarında İş Tatminini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 41(1), 129-141.
- Lafontaine, M., & Matte, M (2012). Assessment of Romantic Perfectionism: Psychometric Properties of The Romantic Relationship Perfectionism Scale. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 45(2), 113-132.
- Özgüven, İ. E. (2014). *Evlilik ve Aile Terapisi*. Ankara: Nobel Akademi.
- Sarıçam, H. (2019). Romantik Bağlanma. Solmuş, T. (Ed.) *Psikolojide Güncel Kavramlar: Aile ve Evlilik* içinde. Ankara: Nobel Yayın.
- Satıcı, B. (2018). *Genç Yetişkinlerde Mükemmeliyetçilik ile Romantik İlişki Doymu Arasında Duygusal Zekâ ve Bilinçli Farkındalığın Aracılık Rollerinin İncelenmesi*, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Slaney, R. B., Rice, G. K., Mobley, M., Trippi, J. ve Ashby, J. (2001). The Revised Almost Perfect Scale. *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*, 34, 130-144.
- Stoeber, J. (2012). Dyadic Perfectionism In Romantic Relationships: Predicting Relationship Satisfaction And Longterm Commitment. *Personality and Individual Differences*, 53(3), 300-305.
- Taşköprü, M. (2013). *Evlilik Doymu ile Problem Çözme Becerileri, Stresle Başa Çıkma ve Evlilik Süresi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Bilim Üniversitesi, İstanbul.
- Tınar, Y. (1996). *Çalışma Psikolojisi*. Ankara: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları.
- Torun, A. (1995). *Tükenmişlik, Aile Yapısı ve Sosyal Destek İlişkileri Üzerine Bir İnceleme*. (Yayımlanmamış doktora tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Turunç, Ö, Erkuş, A. (2010). İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkileri: İş Stresinin Aracılık Rolü. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(19), 415-440.
- Wiebe, Robyn, Scott McCabe. 2002. Relationship Perfectionism, Dysphoria, And Hostile Interpersonal Behaviors. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 21(1), 67-91.
- Yılmaz, A. (2001). Eşler Arasındaki Uyum: Kuramsal Yaklaşımlar ve Görgül Çalışmalar. *Aile ve Toplum Dergisi*, 1(4), 49-58.
- Yılmaz Bingöl, T. (2019). Evlilik Öz-Yeterliği. Solmuş, T. (Ed.) *Psikolojide Güncel Kavramlar: Aile ve Evlilik* içinde. Ankara: Nobel Yayın.
- Yılmaz, T. (2009). *Evlilik Öncesi İlişkileri Geliştirme Programının Çiftlerin Evlilik Doymu Düzeylerine Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Yüksel, İ. (2005). İş Aile Çatışmasının Kariyer Tatmini, İş Tatmini ve İş Davranışları ile İlişkisi. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 301-314.
- Zeynel, E. ve Çarıkçı, İ. H. (2015). Mesleki Motivasyonun İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Akademisyenler Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(3), 217-248.

Extended Abstract

Aim and Scope

When the literature is examined, it is seen that work and marriage are structures that are affected by each other. Perfectionism in individuals who set high standards for themselves and to unattainable standards that they have to face in various areas of their lives due to the failure of satisfaction decreased. The aim of this research is to deconstruct the role of perfectionism as a tool in the relationship between marital satisfaction and job satisfaction. In accordance with the literature, it is aimed to examine the related variables according to gender, education level, marriage duration, perceived physical fatigue, perceived mental fatigue and perceived professional dignity.

Methods

The sample of the study consists of a total of 523 volunteer individuals who were living, married and working in Turkey in April 2021. Those that are given by the easy-to-reach sampling direction are collected. The study by the researcher (1996) the name of the program developed by the marriage of life Scale, and Slaney (2001) by Khan and colleagues (2006) Perfectionism Scale, and Brayfield (1951) and developed by Rothe and cuts (2019) adapted to Turkish by Turan knows, the job satisfaction scale developed by the personal information form prepared and adapted to collect data has been used. The data were collected online via google form in April 2021. The data obtained were entered into the SPSS 26 package program. The suitability of the data for the normal distribution was tested. The skewness value of the job satisfaction variable is .67, the kurtosis value .10; the skewness value of the marital satisfaction variable -.81, the kurtosis value .46 and the value of perfectionism is skewed .06, the kurtosis value he is .62. The fact that the skewness and kurtosis coefficients are range of ± 2 indicates that the data are in accordance with the normal distribution (Buyukozturk, 2012). The level of perfectionism of married and working people according to gender was found as .72 (p -value) in the homogeneity test of variances and it was seen that the variances were homogeneous ($F:13$ $p>.05$). The moderator variable of the study is perfectionism, the independent variable is job satisfaction, and the dependent variable is marital satisfaction. Other independent variables to be analyzed with these variables are gender, Year of marriage, year of study, level of education, occupational prestige, perceived physical fatigue and mental fatigue. Analyzes were made using AMOS and SPS.26 programs.

Findings

According to the mediating analysis, perfectionism does not play an intermediary role between job satisfaction and marital satisfaction because two of the 4 assumptions that need to be provided are rejected. According to the independent samples T-Test result, the average perfectionism score of men is higher than the average perfectionism score of women. According to another analysis result, the marital satisfaction levels of married and working people differ significantly compared to the total year they were married ($p<.05$). It was found that the marital satisfaction of those who were married for 0-5 years was statistically significantly higher than those who were married for 12-17 years ($p<.05$). The job satisfaction levels of married and working people differ significantly according to their perceived physical fatigue ($p<.001$). It has been found that the level of job satisfaction decreases as physical fatigue increases. In addition, the job satisfaction levels of married and working people also differ significantly according to their perceived mental fatigue at work ($p<.05$). It seen that their mental fatigue at work is between those who have a "1" and those who have a "10". The job satisfaction levels of individuals with perceived mental fatigue "1" are statistically significantly higher than those with "10". According to another research finding, it was found that the job satisfaction levels of married and working individuals who graduated from primary school differed statistically significantly from those who graduated from high school and university. The job satisfaction levels of individuals with high school and university graduates are higher than those with primary school graduates ($p<.05$; $p<.001$). According to the latest finding of the study, the level of job satisfaction of individuals with a perceived professional reputation of "2" is statistically significantly lower than that of those with a "1,3,4,5,6,7,8,9,10" ($p<.05$; $p<.001$).

Conclusion

In this study, the role of perfectionism as a tool between marital satisfaction and job satisfaction was tested and the hypothesis was rejected. It can be interpreted that this finding may be due to the sample collected from the data and this sample is a sample that can distinguish between work and marriage. According to the other finding, perfectionism differs statistically significantly in men and women. In this study, the perfectionism levels of men are higher than women. In related studies, it has been observed that the perfectionism levels of men are higher than those of women. According to the research findings, the marital satisfaction of married and working people differs according to the duration of marriage. Çelik (2006), Koçak (2008), Bitgen (2013), Çağ and Yıldırım (2013) did not find a significant difference in marital satisfaction according to the duration of marriage. In a study conducted by Taşköprü (2013), it was found that the satisfaction of marriage decreases as the duration of marriage increases. According to the perceived physical fatigue of married and working people, job satisfaction levels differ statistically significantly. In a study conducted by Akçakanat (2019), it was

found that subjective perception of fatigue positively and significantly predicts the intention to quit work. The job satisfaction levels of married and working individuals differ significantly according to the levels of education they have graduated from. In this study, the increase in job satisfaction as the level of education increases, the comfort and safety of the work done as the level of education increases, university graduates mostly work in government institutions can be explained by factors such as. According to the latest findings of the study, the level of job satisfaction of married and working people differs significantly according to their perceived professional dignity. Gökdeniz and Merdan (2016) found a negative low-level relationship between decency importance and job satisfaction in their study.

Erzincan Düğün Geleneklerinde Değişim

The Change in Erzincan Wedding Traditions

Erkan Dikici¹, Betül Şener²

Öz

Toplumun en temel yapı taşı olarak aile kurumu, her toplumda karşımıza çıkan başlıca sosyal kurumlardan birisidir. Ailenin oluşumu için bir takım gereklilikler bulunmaktadır. Evlilik, söz konusu gerekliliklerin başında yer almaktadır. Evlilik aracılığıyla ailenin oluşumu sürecinde bir geçiş dönemi olarak düğünler yapılmaktadır. Birçok toplum için bu geçiş dönemi, bir takım sosyal ve kültürel özellikleri beraberinde getirmiştir. Düğün törenleri, her toplumda farklı şekillerde uygulansa da, sosyal ve kültürel yapıya özgü durumlar ortaya çıkarmıştır. Fakat sosyal ve kültürel dinamik yapısından dolayı bir takım değişimler de yaşanmıştır. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren Türk toplum yapısında düğün törenlerinin zamanla değişim gösterdiği, yeni kültürel motiflerin ortaya çıktığı gözlenmiştir. Bu çalışma düğün törenlerinde yaşanan değişime dikkat çekmek amacıyla ortaya çıkmıştır. Çalışmanın konusu, Erzincan düğünlerinde yaşanan değişimdir. Çalışmada Erzincan düğünlerinin başladığı andan (kız isteme) bitişine (gerdek gecesi) kadar geçen süreçte var olan kültürel özelliklere yer verilmiştir. Daha sonra bu kültürel özelliklerin günümüzde yaşamış olduğu değişim ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Evlilik, Düğün, Erzincan, Kültür, Değişim.

Abstract

The family institution, as the most basic building block of society, is one of the main social institutions that we encounter in every society. There are a number of requirements for the formation of a family. Marriage is at the forefront of these requirements. Weddings are held as a transitional period in the process of forming the family through marriage. For many societies this transition period has brought with it some social and cultural characteristics. Even though wedding ceremonies are practiced in different ways in every society, it has revealed situations specific to social and cultural structure. However, there have been some changes due to its social and cultural dynamic structure. Especially since the 2000s, it has been observed that wedding ceremonies have changed over time and new cultural motifs have emerged in Turkish society. This study has emerged to draw attention to the change in wedding. The subject of the study is the change in Erzincan weddings. In the study, the cultural features that exist in the process from the beginning of the Erzincan weddings (asking for permission) to the end (nuptial night) are included. Then, the change that these cultural features have experienced today has been revealed.

Keywords: Marriage, Wedding, Erzincan, Culture, Change.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 28 / 11 / 2021

Accepted: 21 / 01 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gümüşhane Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, dikicierkan@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-8319-0345>

² Sosyolog, btl.ert.24@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-6200-788X>

Giriş

Kültür, bir toplumun yaşam tarzıdır. Bir bütün olarak toplumun sahip olduğu özellikler, kültürel yapısı hakkında bilgiler vermektedir. Kültürel yapı, yaratılan değerler ve normlar ekseninde toplumu çepeçevre sarmaktadır. Toplumun sahip olduğu özellikleri yansıtması bakımından, aynı zamanda canlıdır. Canlı olması nedeniyle dinamik bir yapıya sahip olması, kültürel özelliklerin/unsurların zamanla değişebileceğini göstermektedir. Geçmişten günümüze birçok toplumun sahip olduğu kültürel yapının da bu değişimi yaşadığı görülmektedir. Tarihsel süreçte nesilden nesile aktarılan ve gelenek haline gelen kültür, geleceğin inşasında da önemli rol oynamaktadır. Böylelikle gelenek-görenek, örf-adet şeklinde alışkanlık haline getirdiğimiz kültür, bir takım ritüellerin ve teamüllerin topluma yerleşmesine neden olmuştur. Bu şekilde topluma yerleşen, ritüel veya teamül haline getirdiğimiz kültürel yapı özelliklerinden birisi de, her toplumda karşımıza çıkan geçiş dönemleridir. Evlilik ve düğün törenleri, bu geçiş dönemlerinden birisidir.

Türk kültüründe bir arada yaşama ve paylaşma isteğinin en önemli göstergelerinden birisi olarak düğünler görülmektedir. Şenlik havası içerisinde gerçekleşen düğünlere katılım, yine bu isteğin bir belirtisi olarak toplumda her sınıf insanın bir araya geldiği organizasyonlara dönüşmektedir. Düzenlenen eğlenceler, gündelik hayatın gerektirdiği yaşam tarzının yansıtıldığı çeşitli oyunlarla süslenmektedir (Berber, 2009: 10). Aile hayatına geçişin bir göstergesi olarak düğün törenleri, Türk toplumunda birçok geleneği beraberinde getirmiştir. Türk toplumu için oldukça önemli bir süreç olan düğünler, ilerleyen zamana ayak uydurmak zorunda kalmıştır. İnsanları bir araya getiren, birlik ve beraberliği pekiştiren düğünler, Türk toplum yapısında zamanla değişim göstermiştir. Bu çalışmada, Türk toplumu ve kültürünün önemli unsurlarından birisi olan düğünlerde yaşanan değişim, günümüz Erzincan düğünleri örneğinden hareketle ele alınacaktır. Çalışmada, modernleşen toplum yapısı içerisinde, kitle iletişim araçları ve sosyal medyanın etkisi, popüler kültürün yansımaları gibi faktörler göz önünde bulundurularak günümüz Erzincan düğünlerinde yaşanan değişim değerlendirilmiştir. Sonuç olarak yaşanan değişim, araştırma sürecinde yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bilgiler ışığında analiz edilmiştir.

1. Bir Geçiş Dönemi Olarak Düğünler

Sosyolojik bir olgu ve kurum olarak aile (kavramı/kurumu) genel geçer olma özelliğine sahip bir kavramdır/kurumdur. Aynı zamanda bir sosyal grup olarak kabul edilen aile, grubu oluşturan bireyler arasındaki ilişkileri içermekte, aynı zamanda kendine ait örf-adet-görenek ve gelenekleri bulunmakta ve de bir sosyal kurum olarak kültürel unsurları içerisinde taşımaktadır. Hatta aile, bir sosyal sistemin adı olarak kabul edilmektedir (Nirun, 1994: 17). Bir topluluk olarak aile, bu topluluğu oluşturan bireyler arasındaki ilişkilerden ibarettir. Özellikle akraba ilişkileriyle doğrudan doğruya birbirine bağlanan aile topluluğu içerisinde yetişkin üyeler, çocuklarına karşı üstlendikleri bakım sorumluluğu ile bu topluluğa bir anlam kazandırmaktadır. Akrabalık bağlarının kurulması süreci ise, bireyler arasında evlilik yoluyla ya da kan bağlarını bağlayan soy dizileri yoluyla gerçekleşmektedir. Giddens (2008: 246-247) evliliği, "iki yetişkin birey arasındaki toplumsal olarak kabul edilen ve onaylanan bir cinsel birleşim olarak" tanımlamıştır. İki insan evlendiğinde, aynı zamanda birbirine akraba olmaktadır. Bununla birlikte, evlilik bağı daha geniş bir hısımlar dizisini birbirine bağlar. Anne-babalar, erkek ve kız kardeşler ve başka kan akrabaları, evlilik yoluyla yeni hısımlıklar edinirler.

Aile kurumunun en temel işlevi, "soyun devamını sağlamak" şeklinde kabul edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında, neslin devamını ve sağlıklı toplumların ortaya çıkmasını sağlamak adına aile kurumunun gerekliliği daha iyi anlaşılmaktadır. Nitekim aile kurumunun olmadığı bir toplumu düşünmek imkânsızdır. Fakat aile kurumunun yapısı, içeriği ve sahip olduğu anlam toplumdaki farklılıklar arz etmektedir. Örneğin geleneksel toplumlarda evlilik, sadece bireyin hayatında önemli bir zaman değil, toplum açısından da en önemli yapılardan birisi olarak kabul edilmektedir. Toplumun en küçük birimi olarak aile kurumu, evlilik yolu ile sağlanmaktadır. Evlilik ise, temelde aile olarak bilinen yapıyı oluşturmak ve neslin devamını sağlamak adına iki karşı cins arasında kurulan cinsel ve ekonomik birliktelik olarak tanımlanmaktadır (Kartal, 2017: 37-38). Zira evlilik, toplumun en küçük birimi olan aile kurumunun inşası noktasında bir zorunluluk olarak hayatımızda yerini alırken, toplumsal yaşamında önemli bir geçiş dönemi olarak kabul edilmektedir.

Toplum hayatında geçiş dönemleri beraberinde bir takım kültürel özelliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Geçiş ritüelleri, insan yaşamında kültürel dönüşümlere, değişimlere eşlik eden belirli törensel uygulamalardır (Bulut, 2018: 36). Toplumsal yaşamda geçiş dönemleri doğum, evlilik ve ölüm olarak sıralanabilir. Doğum-evlenme-ölüm dönemlerinden şüphesiz ki en canlı ve en ince ayrıntılarıyla bezenmiş olan evlenme dönemi olarak kabul edilmektedir. (Yiğit, 2019: 273). Nitekim evlilik, insan hayatının önemli geçiş dönemlerinden birisidir. Evlilik, toplum hayatında kültürel unsurların en yoğun yaşandığı sosyal yaşam alanlarının başında gelmektedir. Bu açıdan evliliğin temel eksenini aile oluşturmaktadır. Bu açıdan aile kurmayla ilgili ritüellerin insanlık tarihinin ilk dönemlerinden itibaren var olduğu söylenebilir (Çopuroğlu, 2000: 164).

Geçiş dönemleri, toplumlar için önemli sayılan ve gelenek haline dönüşen zamanlardır. Bazı geçiş törenleri ise, toplumların değer yargılarıyla, dini, ahlaki, siyasi ve sosyal değerleriyle yoğrularak günümüze kadar ulaşmıştır. Toplumlar için en önde gelen geçiş dönemleri, insanların yaşamının başlangıcıyla başlayıp hayatı boyunca devam etmektedir. Bunların en

başında doğum, düğün ve ölüm ritüelleri görülmektedir. Her toplumun kendi yaşamsal döngüleriyle şekillenen bu ritüeller yüzyıllardır toplumların süzgecinden geçerek ve çağın getirileriyle dönüşerek günümüze kadar ulaşmıştır (Akyürek, 2020: 194). Fakat bu ritüeller içerisinde evlilik konusu farklı bir noktadan değerlendirilmektedir. Evlilik, erkek ve kadın ilişkisini meşru (yasal) temele dayandıran toplumsal bir ilişkidir. Bu nedenle toplumsaldır. Çünkü ilişkiyi kabul eden ve onaylayan yine toplumun kendisidir. Çünkü toplumda neslin devamını sağlayacak olan ailenin varlığı ve sürekliliği evlilikle sağlanmaktadır. Aile ve evlilik biçimleri ise toplumun sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel koşullarıyla büyük ölçüde ilişkilidir (Doğan, 2016: 161)

Türk kültüründe önemli bir olguya karşılık gelen evlenme, toplumun en küçük yapı taşı olan aile oluşumunun başlangıcı olması ile birlikte, doğum ve ölümün yanı sıra insan ve toplum hayatını düzenleyen üç geçiş döneminden biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Gürcan Akbaş, 2020: 411). Evlilik süreci, bir takım ritüellerin de ortaya çıkmasında rol oynarken, bu ritüellerden birisi de evliliğin gerçekleşmesi esnasında bir tören, kutlama ve eğlence anlayışıyla geçmişten günümüze var olan düğün törenleridir. Çetin'e (2005: 94) göre düğün, bir halkın hayat tarzını, bir toplumun hayat görüşünü, aile-nikah münasebetlerini anlamaya yardım eden en önemli törenlerden birisidir. Kökleri ile en eski çağlara uzanan düğün gelenekleri, insan hayatında önemli yere sahip olup, insanlık tarihinde bütün inançların, dinlerin izini taşımaktadır. Bununla birlikte, bilinen en eski haliyle, halk edebiyatı eserleri aracılığıyla günümüze aktarılan ve değer biçilemez geleneklerden birisidir. Başka gelenekler gibi düğün gelenekleri de, insan ve doğa arası ilişkileri düzenlemeye yöneliktir. Türklerde düğün, yeni bir ev açma, aynı zamanda soyun devamı anlamına da gelmektedir. Dolayısıyla aile önemli bir görevi de yerine getirmiş olmaktadır. Ailenin oluşumundaki ilk adım olarak görülen düğün olgusu ise, eğlence kültürünün bir ögesinin olmasının yanı sıra, aileye giden bir yolun başlangıcı olduğu için önemli görülmüştür (Berber, 2009: 3). Anadolu'da ise, Türk toplumu için düğün kavramı, kuralları toplum tarafından belirlenerek keskinleştirilmiş kutsal bir törendir. Erkek ile kadının aile kurmak için kanuna uygun olarak birleşmelerine evlenme; evlenme dolayısıyla yapılan tören veya eğlenceye de düğün adı verilmektedir. Evlenme törenlerinde yaşanan birçok gelenek ve görenek bulunmaktadır (Adıgüzel'den akt., Ceyhan Sezgin ve Onur 2017: 205). Söz konusu gelenek ve görenekler toplumdaki topluma bir takım benzerliklere sahip olabileceği gibi farklılıklar da arz etmektedir. Bununla birlikte, dinamik bir yapıya sahip olan toplumda, bu gelenek ve göreneklerin sabit kalması imkansızdır. Çünkü zaman içerisinde bir takım değişimler kaçınılmaz olarak toplumsal yaşama -hatta istemeden/farkında olmadan- girmiş olacaktır. Nitekim bu değişim, evlilik ve düğün gelenek ve göreneklerinde de yaşanmaktadır. Çalışmamızın konusu da bu değişim durumu üzerine kurgulanmıştır. Özellikle 2000'li yıllardan sonra Erzincan düğün geleneklerinde yaşanan değişim, makalenin konusunu oluşturmaktadır.

2. Araştırmanın Metodolojisi³

Bu makalede, Türk kültürünün en önemli unsurlarından birisi olan düğünlerin geçmişten günümüze yaşadığı değişim, Erzincan düğünleri üzerinden analiz edilmiştir. Türklerin düğün kültürü ve geleneğinde olduğu gibi Erzincan düğünlerinde de, başladığı andan sona erdiği ana kadar "görücü(ye) gitme, kız isteme, söz kesimi, nişan töreni, kına gecesi, düğün töreni, gelin alma ve gerdek gecesi" süreçleri yaşanmaktadır. Araştırma esnasında Erzincan düğünleri, bu başlıklar üzerinden incelenmiştir. Özellikle 2000'li yıllardan sonra görülen değişim dikkate alınarak, Erzincan düğünlerinin kültürel özelliklerinin günümüzdeki yansımalarını incelemeyi amaçlayan çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma esnasında, katılımcılarla yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın evrenini Erzincan il merkezi sınırları içerisinde yaşayan yerel halk oluşturmaktadır. 2021 yılı Nisan ve Mayıs aylarında, araştırma esnasında basit tesadüfî örnekleme ile seçilen 20 kişi ile görüşme yapılmıştır. Yaklaşık 30-40 dakika süren görüşmelerde, katılımcıların izinleri alınarak ses kaydı yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerden doğrudan alıntılar kullanılmış ve bu verilerden genel değerlendirmelere ulaşılmıştır.

3. Bulgular

Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Erzincan ilinin düğün geleneklerini incelediğimizde Türk düğün geleneklerinden çok fazla kopuk olmadığını ancak yine de kendine ve bulunduğu coğrafyaya özgü farklı gelenekleri olduğunu söylemek mümkündür. Kendine özgü birçok kültürel değere sahip olan Erzincan, düğün törenleri açısından da kendine has birçok farklı uygulamalara sahiptir.

3.1. Görücü(ye) Gitme

Görücü(ye) gitme, evlilik çağına gelmiş erkek çocuğunu evlendirmek için evlilik çağındaki kızların evine görücüye gidilmesi anlamına gelmektedir. Evlilik için gerçekleştirilen törenlerin ilk aşaması olarak kabul edilmektedir. Görücü(ye) gitme

³Etik kurul izni için Gümüşhane Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'na başvurulmuştur. Kurulun 10/03/2021 tarihli ve 2021/2 sayılı kararında araştırma için etik onay belgesi verilmiştir.

zamanla değişse de, geleneksel anlayıştan birçok izler taşımaktadır. Görücü(ye) gitme konusu sorulduğunda, 3. Katılımcı tarafından "Erzincan yöresinde geçmiş zamanlarda evlilik yaşı oldukça düşüktü. Bu yaştan 15 yaşın altına düştüğü bile olur. Evlilik çağına gelen erkeğin ailesi çevreden evlilik yaşına gelmiş uygun kızları sorup soruşturur. Tavsiyeler üzerine belirlenen kızın evi; evlendirilecek olan oğlanın annesi, kız kardeşleri veya yengeleri ile öğleden önce tam iş vaktinde ziyarete gidilir. Bu ziyaretin öğleden önce iş saatinde yapılmasının nedeni evin düzeninin tertibinin incelenmesi ve kızın nasıl iş gördüğünün gözlemlenmesidir. Erzincan'da bazen de evlenecek olan kızlara, erkek tarafının bayanları hamamda bakmaya gider. Bunun sebebi ise kızın fiziki özelliklerini incelemektir" cevabı verilmiştir. 12. Katılımcı bu sürecin tek seferde gerçekleşmediğini, daha sonra tekrar aile büyüklerinin bir araya gelme durumlarının yaşandığından şu şekilde bahsetmiştir: "Kız isteme merasimine geçilmeden önce erkek tarafı ailenin başka büyükleri ile kız evini tekrar ziyarete giderler. Bu ziyarette ise kız ve erkek tarafı niyetlerini daha açık şekilde konuşurlar ve kızın ailesi karar vermek için erkek tarafından bir iki gün mühlet ister bunun sonucunda da cevaplarını bildirirler. Bu süreç içerisinde iki tarafta birbirini araştırıp soruşturur. Daha sonra kız tarafının cevabı olumsuz ise erkek tarafı başka kızlar soruşturur onlara ziyarete giderler. Eğer kız tarafının cevabı olumlu ise evlendirilecek olan kız ile oğlan görüştürülür. Bu görüşmeden sonra kız ve oğlan birbirini beğenirse ailelere bildirilir ve sonra isteme merasimine geçilir." Burada dikkat edilmesi gereken nokta, görücü(ye) gitme ile kız istemenin farklı zaman dilimleri içerisinde, ailelerin daha sonraki süreçte gerçekleştirdiği bir durum olmasıdır. Yani görücü(ye) gitme ile kız isteme, aynı anda gerçekleşen görüşmelerde yaşanan bir durum olarak görülmemektedir. Hatta görücü(ye) gitme ve kız isteme süreçleri arasında başka görüşmeler de gerçekleştirilmektedir.

Erzincan düğün gelenekleri içerisinde görücü(ye) gitme, zaman içerisinde farklılaşan ve değişim yaşanan bir süreç haline gelmiştir. Bu hususta 1. Katılımcı, "Artık evlenecek olan gençlerin aileleri aracılığıyla değil de, kendilerinin evlenecekleri kişileri bulmaları ve daha sonra ailelerini bu durumdan haberdar etmeleri görücü gitme olayını ortadan kaldırmıştır. Günümüzde hâlâ bazı ailelerde gençlerin yine ailesi aracılığıyla evlendirilmesinden dolayı görücü gitme olayına rastlansa da genel olarak baktığımızda evlilik biçiminin değişimi ile bu uygulamaya pek rastlanmamaktadır. Evlilik çağına gelmiş olan birey evleneceği kişiyi kendisi bulmaktadır" şeklinde cevap vermiştir. Günümüz Türk toplumunda bu durum hakkında bir genelleme yapılabileceği söylenebilir. Erzincan'da yaşayan gençler de, evlilik sürecinin ilk adımını ailelerinden biraz daha bağımsız hareket ederek kendileri atmaktadır ve şüphesiz bu durum yaşanan en belirgin değişim olarak göze çarpmaktadır. Yaşanan değişim ile ilgili 11. Katılımcı ise şunları söylemiştir: "Evlenmek isteyen erkek, kız arkadaşına evlenme teklifi etmektedir. Bu teklif sonucu aldığı olumlu yanıtı göre ailesine bunu bildirmekte ve kız arkadaşını ailesi ile tanıştırmaktadır. Aileden önce artık erkek evleneceği kızı tanımaktadır. Daha sonra evlenme niyetlerinden ailesine bahseden erkek ailesini kız arkadaşının evine göndermektedir. Kız da aynı şekilde görüştüğü birinin olduğunu ve onu istemeye geleceğini ailesine bildirmektedir." Görüldüğü gibi görücü(ye) gitme devam ederken, ailelerin rehberliğinde yönetilen bir süreç daha çok çocukların yön verdiği bir süreç olarak değişim göstermiştir. Görücü(ye) gitme süreci, ailelerin de karşılıklı anlaşması sonucunda, yerini kız isteme sürecine bırakmaktadır.

3.2. Kız İsteme

Kız isteme geleneği, aile kurumunun inşası noktasında Türk toplumunda sıklıkla görülen bir süreçtir. Türk toplumunda kız isteme töreni, "hayırlı bir iş" için bir araya gelen aileler arasında, dile pelesenk olmuş "Allah'ın emri, peygamberin kavli" sözü ile erkek tarafından (genellikle) en büyük erkeğin konuya girerek başlattığı bir süreç olarak kabul edilir. Kız isteme, Erzincan düğün geleneğinde de var olan önemli bir eylemdir. Fakat Erzincan düğün geleneğindeki kız isteme törenleri, geçmişe nazaran bir takım değişimler yaşamıştır. Öncelikle biraz daha geçmiş zamanlarda kız isteme sürecinin içeriğini sorduğumuzda, 14. Katılımcı "Kız istemeye erkek evinden ailenin büyükleri giderler kız isteme törenine evlenecek olan erkek götürülmez. Aile büyükleri kız istemek için belirlenen günde akşam yemeğinden sonra kız evine giderler. Erkek tarafı kız istemeye giderken çiçek ve çikolata götürür. Kız isteme de kız tarafı ise gelen misafirlere çay ve kahve ikram eder. İsteme sırasında erkeğin babası veya dedesi, kızı 'Allah'ın emri peygamber efendimizin kavliyle kızınızı oğlumuzu istiyoruz' sözleri ile isterler. Kız tarafından kızın büyükleri ise 'Allah yazmış nasip etmiş ise olur olur bizde uygun görüyoruz' sözleri ile cevap verirler. Kız isteme töreninden sonra söz kesimi tarihi belirlenir ve isteme töreni sonlandırılır."

Kız isteme töreni, günümüz Erzincan düğün geleneklerinin olmazsa olmazlarından birisi olarak görülmektedir. Fakat zamanla kız isteme törenlerinde değişimler yaşanmıştır. Bu değişimler hakkında bilgisine başvurduğumuz 19. Katılımcı, "Kız istemeye yine günümüzde de erkek evinden ailenin büyükleri götürülmektedir. Önceden kız istemeye damat götürülmezdi ama günümüzde damatta bu törene katılmaktadır. Kız istemeye giderken erkek tarafı yine çiçek çikolata götürmektedir ancak önceden çikolata küçük kutularda götürülürdü günümüzde götürülen çikolata büyük bakır, gondol tabaklarda götürülmektedir. Kız evinde ise gelen misafirlere yine eskiden de olduğu gibi çay ve kahve ikram edilmektedir." şeklinde cevap vermiştir. Anlaşılacağı üzere, öncelikle göze çarpan değişim, kız istenecek olan erkeğin de kız isteme sürecine katılmasıdır. Bununla birlikte, kız isteme törenlerinde kız tarafına götürülen hediyelerin mahiyetinde bir değişim olmasıdır. Ayrıca 3. Katılımcı, "günümüzde erkeğinde isteme törenine gitmesiyle ona tuzlu kahve verilir. Bu tuzlu kahve olayı belki çok yeni bir davranış değildir, aslında geleneksel bir davranış olabilir. Ancak Erzincan düğün geleneklerinde önceden bu davranış bulunmamaktadır." şeklinde yaşanan değişimi ifade etmiştir. Nitekim tuzlu kahve olayı, günümüzde

kız isteme törenlerinin olmazsa olmazlarından birisi haline gelirken, kahve içerisine tuzun dışında birçok baharat ve hatta kimyasal (deterjan gibi) maddenin konulduğu haberleri bilinmektedir. Bu durum öyle bir noktaya gelmiştir ki, kız isteme esnasında içilen kahve sonucunda zehirlenen, hastanelik olan ve hatta yaşamını yitiren damat adayları ile ilgili birçok haber bilinmektedir.

Kız isteme törenleri, kız tarafının olumlu cevap vermesi, çay ve kahve ikramları eşliğinde gerçekleşen sohbetler eşliğinde devam ederken, bir taraftan da sonraki süreç olan söz kesimi için zaman belirlenmesiyle son bulmaktadır.

3.3. Söz Kesimi

Kız isteme töreninden sonra belirlenen günde söz kesimi yapılmaktadır. Katılımcıların cevaplarından anlaşıldığı üzere, söz kesimi kız evinde yapılmaktadır. Söz kesimine erkeğin ailesi ve yakın akrabaları gitmektedir. Kız tarafı söz kesiminden birkaç gün önce hazırlıklara başlamaktadır. Gelen misafirlere ikram edilmek için; kete, peksimet, etli dolma, su böreği gibi yöresel yemekler hazırlanmaktadır. Daha sonra kız evi temizlenerek söz kesimi için hazırlanmaktadır. Söz kesimi için belirlenen günün akşamı misafirler kız evine gelmekte ve yine erkek tarafı kız evine giderken çiçek ve çikolata götürmektedir.

Daha önceki kız isteme törenlerinde yer almayan damat adayı, yine söz kesimine de götürülmemektedir. Bu konuda 17. Katılımcı, "Kız tarafından ve erkek tarafından birer vekil belirlenir. Bu vekiller nişanda ve düğünde yapılacak alışverişleri ve karşılıklı alınacak verilecek takıları ve hediyeleri konuşup kararlaştırır. Bu vekiller kızın evinin ayrı olacağını veya kaynanasıyla birlikte oturup oturmayacağını konuşurlar. Vekil olarak karşı tarafa söz geçirebilme ve istediklerini yaptırabilmek adına sözü geçen kişiler tercih edilir." şeklinde görüş belirtmiştir. Nitekim yaşanan değişimin başında bu durum gelmektedir. Günümüzde kız isteme de olduğu gibi, söz kesiminde de damat adayının katılımı gerçekleşmektedir.

Kız isteme törenlerinde yaşanan bir başka değişim ise imam nikâhının kıyılması ile ilgilidir. Bu hususta 4. Katılımcı, "Karşılıklı alınacak verilecekler belirlendikten sonra imam nikâhına geçilir. İmam nikâhı önceden erkeğin katılmadığı söz kesiminde kıyılır. İmam nikâhı için erkek tarafı imam getirir. Belirlenen vekiller vekili oldukları kız ve erkekle görüşüp sözlerini alarak onların adına üç kere evet diyerek imam nikâhlarının kıyılmasını sağlarlar." Günümüzde ise bu durum, erkeğin de söz kesimine katılması ile vekil tayin ettikleri kişilere lüzum kalmadan kız ile erkek arasında gerçekleşmektedir. 20. Katılımcı, "İmam nikâhı günümüzde de genel olarak söz kesiminde kıyılmaktadır çünkü gelin ve damat düğün sürecine kadar görüşecektir. Yine erkek tarafının getirdiği imamla artık vekiller aracılığıyla değil de direk gelin ve damatla imam nikâhı kıyılmaktadır. Yiyilip içilip konuşulduktan sonra nişan gününün belirlenmesi ile söz merasimi bitirilmektedir." Şeklinde yaşanan değişimi anlatmıştır. Bununla birlikte yaşanan başka bir değişim, kız ile erkek arasında söz yüzüklerinin takılmasıdır. Bu konuda 13. Katılımcı şunları söylemiştir: "Artık kız istemede olduğu gibi söz kesimine de kız ve erkek katılmaktadır. Söz kesiminde erkek tarafı kıza söz yüzüğü takmaktadır. Hatta isteğe bağlı olarak artık bilezik takanlar da vardır." Böylelikle söz kesimi, nişan günü belirleme ile son bulmaktadır. Nişan günü belirlenirken, nişan için yapılacak alışverişlerin de zamanlaması yapılmaktadır.

3.4. Nişan Töreni

Söz kesiminin gerçekleşmesi ile birlikte nişan töreni için de bir zaman belirleme işlemi yapılmıştır. Türk toplumunda söz kesimi ile nişan töreni arasındaki sürecin çok uzun tutulmamaktadır. Erzincan düğünlerinde gerçekleşen nişan törenlerini sorduğumuzda, 9. Katılımcıdan şu cevap alınmıştır: "Söz kesimi ile nişan törenlerinin arası fazla açılmaz. Kısa bir süre sonra nişan töreni yapılır. Nişan alışverişi de tamamlandıktan sonra nişan hazırlıkları başlar, nişan töreni kız tarafına aittir. Nişan törenine hazırlanırken erkek tarafı sağdıç belirler. Bu sağdıçın evli olması gerekir. Sağdıçlardan kadın; gelinin yanında, erkek; ise damadın yanında hazırlık süreci boyunca bulunurlar. Nişan töreni için gelin, gelinin sağdıç, gelinin arkadaşları, görümcesi, yengeleri, kız kardeşleri kuaföre giderler. Nişanda kuaför masraflarını kız tarafı karşılar. Gelin kuaförden sonra kendi aldığı nişan elbisesini giyerek nişan törenine hazırlanır. Nişan töreni genel olarak kız evinde yapılır." Erzincan düğün geleneğinde nişan törenleri her ne kadar kız evinde ve aile arasında yapılırsa da, oldukça önem verilen bir süreç olduğu söylenebilir. Nişan töreninin içeriği hakkında sorduğumuzda, 7. Katılımcı şunları söylemiştir: "Nişan töreni için damat, sağdıç ve arkadaşlarıyla berbere takım elbisesini giyerek hazırlanır. Daha sonra damat, sağdıç ve kadın akrabalarıyla birlikte nişan töreni için kız evine giderler. Nişan töreninde erkekler damadın evinde, kadınlar gelinin evinde kutlama yaparlar. Nişan töreni için yine kızın kadın akrabaları kızın evine toplanırlar. Nişan töreninde ilk olarak gelin ve damat ayrı odalarda otururlar. Daha sonra nişan yüzüklerinin takılması için alkışlar eşliğinde aynı odaya alınırlar. Sonra nişan tepsisi denilen tepsinin içerisine nişan yüzükleri ve takılacak olan takılar (kız için bilezik, erkek için saat) koyularak damadın kız kardeşi tarafından (yoksa damadın başka bir yakını olabilir) getirilir. Burada erkeğe takılan takıları kız tarafı alır. Nişan yüzüklerinin takılması için kız evinde gerçekleşen törende damadın dayısı veya amcası bulunmaktadır. Yüzüklerin takıldığı sırada yüzüğü takan aile büyüğü kısa bir konuşma yapar. Yüzükler takıldıktan sonra yine aynı şekilde kurdeleyi de yüzü takan amca veya dayı hangisi ise o keser. Makas kesmiyor denilerek kız tarafından bahşiş istenir. Yüzükler takıldıktan sonra gelin ve damada alınan diğer takılar takılır. Daha sonra alkışlarla nişan kutlanarak gelin ve damat büyüklerin ellerini öperler. Sonrasında damat sağdıçıyla beraber gelinin evinden ayrılıp kendi evine gider. Kız evinde

ise gelen konuklara hazırlanan yiyecekler ikram edilir. Daha sonra erkekler erkek evinde, kadınlar kız evinde eğlenmeye devam ederler. Böylece nişan töreni tamamlanır.”

Günümüz Erzincan düğün geleneği içerisinde nişan törenlerinde yaşanan ne gibi değişimler var? diye sorduğumuzda, 12. Katılımcı “Nişan töreni artık günümüzde kız evinde değil büyük düğün salonlarında yapılmaktadır. Nişan salonlarında özel nişan masası hazırlanmaktadır. Nişan masaları büyük ve gösterişli süslü olmaktadır. Nişan masasının üzeri; yaş pastalar, kuru pastalar, makaranlar, minik ikramlıklar, minik keklerle donatılmaktadır. Nişan töreni için gelin, gelinin arkadaşları, görümcəsi, yengesi, kız kardeşi vs. kuaföre gitmektedir. Nişan töreni için kuaför masraflarını kız tarafı karşılamaktadır. Gelin kuaförden sonra kendi aldığı nişan elbisesini giyip nişan törenine hazırlanmaktadır. Günümüzde artık nişan törenine damat ve damadın kardeşleri ve erkek arkadaşları da katıldıkları için, erkek kardeşleriyle, arkadaşlarıyla ve kuzenleriyle birlikte berbere gidip özel olarak hazırlanmaktadır.” Bununla birlikte nişan törenlerinde ortaya çıkan yeni bir durum ise, fotoğraf çekimi konusunda olmuştur. Bu konuda 4. Katılımcı, “Gelin ve damat hazırlandıktan sonra birkaç yakınıyla fotoğraf çekimine gitmektedir. Önceden fotoğraf çekimi yalnızca düğün törenlerinde ve salonlarda yapılırdı şimdi artık nişanda da daha gelişmiş teknolojik imkânlarla ve dış çekimlerle yapılmaktadır.” şeklinde yaşanan değişimi anlatmıştır.

Nişan töreni gelin ve damadın salona gelmesi ile başlar. Nişan töreni esnasında yaşanan birkaç değişimi de 8. Katılımcı belirtmiştir: “Gelin ve damat nişanın yapılacağı salona geçmektedir. Salona kız ve erkek tarafından akrabalar toplandıktan sonra gelin ve damat özel seçtikleri şarkı eşliğinde girmektedir. Salona girdikten sonra dans etmektedirler. Danstan sonra gelin ve damat nişan masalarına oturmaktadır. Eskiden daha çok yöresel şarkılar çaldı ama şimdi modern şarkılar da çalmaktadır. Nişan töreninde gelen misafirlere kuru pasta ve içecekler ikram edilmektedir. Bir süre yiyilip içilip eğlenildikten sonra nişan yüzükleri takılmaktadır. Nişan yüzüğünü yine geleneksel olarak damat tarafından bir aile büyüğü gelip takmaktadır. Damada takılacak olan yüzüğü kız tarafı almaktadır. Gelenekler bağlı olarak hazırlanan nişan tepsi eskiden sade bir görünüme sahipti ama artık günümüzde daha gösterişli bir şekilde süslenerek hazırlanmaktadır. Tepsinin içerisine yüzükler ve geline takılacak takılar konulmaktadır ve nişan tepsi yine gelinin kız kardeşi tarafından taşınmaktadır. Önceden de olduğu gibi damat tarafı nişan tepsisine, gelinin kız kardeşine bahşiş bırakmaktadır. Aile büyüğü gelin ve damadın parmaklarına nişan yüzüğünü takıp hayırlı olmasını dileyerek yüzükleri birbirine bağlayan kırmızı kurdeleyi kesmektedir. Günümüzde ‘makas kesmiyor’ denilerek bahşiş de istenmektedir. Ardından geline bazı takılar takılmaktadır. Eskiden yoktu ama artık günümüzde damat tarafı geline nişanda bir bilezik takmaktadır. Yüzük ve takılar takıldıktan sonra gelin ve damat alkışlarla kutlanmaktadır. Daha sonra gelin ve damat aile büyüklerinin ellerini öpmektedirler. Ardından yine nişan eğlencesi devam etmektedir.” Bir süre daha devam eden eğlencenin ardından nişan töreni sona ermektedir.

3.5. Kına Gecesi

Kına gecesi, Türklerin düğün geleneğinde sıklıkla yapılan bir eğlencedir. Genel olarak düğün akşamından bir gün önce gerçekleştirilir. Erzincan düğün gelenekleri içerisinde kına gecesinin oldukça önemli bir yeri olduğu görülmektedir. Öncelikle kına gecesinin öncesinde çeyizlerin eve getirilmesi ve yakınların çeyizi görmesiyle süreç başlamaktadır. Kına gecesi ve düğün töreninin gelişimi hakkında 16. Katılımcı şunları ifade etmiştir: “Çeyiz götürülüp kızın yaşayacağı ev veya odası hazırlandıktan bir gün sonra gelin hamamı yapılır. Gelin hamamı kına gecesinin sabahı olur. Gelin hamamına; gelin, sağdıç, kız kardeşleri, kuzenleri ve erkek tarafından; damadın kız kardeşleri, yengeleri, kız kuzenleri kendi aralarında toplanıp giderler. Damat da kendi sağdıç, kuzenleri ve yakın arkadaşlarıyla hamama gider. Gelin hamamında gelinle hamama gelecek olanlar yiyecekler hazırlayıp onları da hamama getirirler. Hamamda hem eğlenilir hem de yiyilip içilip yıkanılır. Hamam için gelinin hamam tasını çeyiz alış veriş yapılırken damat tarafı alır. Alınan bu tas ile gelin hamamda yıkanır. Erkek hamamında sağdıç damadın yanından hiç ayrılmaz. Çünkü hamamda damadın arkadaşları bahşiş almak için damadı veya damadın eşyalarını çalırlar ve bahşişi almadan damadı hamamdan çıkarmazlar. Damadın veya eşyaların kaçırılması durumunda bahşişi damadın sağdıç damadın babası aracılığıyla karşılar. Yani bahşiş verme durumunda damadın babası sağdıçın cebine para koyar sağdıçta bahşişi verir. Sağdıç bunu engellemek için damadı ve eşyaları yanından hiç ayırmaz.”

Kına gecesinin hazırlık süreci ve gelişimi hakkında 13. Katılımcı, “Hamam eğlencesi bitirdikten sonra akşamında gerçekleştirilecek olan kına töreni için hazırlıklar başlar. Türk toplumunda kına gecesi genel olarak kız tarafından yapar. Kına töreni kız evinde gerçekleştirilir. Havalar sıcaksa bu tören evin bahçesinde de gerçekleştirilebilir. Gelin kına gecesi için bindallısını giyip hazırlanır. Kına töreni için kına tepsisini erkek tarafı alıp kız evine getirirler. Kına töreninde eğlenmek için teyp ayarlanır. Kına gecesinde gelen misafirlere ikram verilmez. Erkeklerde kına gecesinde damadın evinde kendi aralarında eğlenirler. Akşam olunca kına töreni için erkek tarafının kadın akrabaları ve çevresi kız evine toplanır. Damat tarafından damadın ailesi, kına eğlencesine paketlenmiş halde çerezler getirirler. Erkek tarafı kına eğlencesine hemen gitmez. Kız tarafının akrabaları toplandıktan sonra törene geç katılırlar. Çünkü ağırlıklarını göstermek isterler. Erkek tarafında katılımıyla kına töreni başlar. Kına törenine gelin hazırlanmış bir şekilde sağdıç ile en son gelir. Gelin alkışlar eşliğinde kına törenine geldikten sonra bir süre teyp çalıp, ağızdan şarkılar söylenerek gençler oynayıp eğlenirler. Yine kına töreninde de bahşiş almak için gelin kaçırılmaya çalışılır. Sağdıçta buna engel olmak için gelinin yanından hiç ayrılmaz. Biraz oynayıp eğlenildikten sonra kına yakma merasimine geçilir. Gelin ortaya alınıp oturtularak başına kırmızı

bir duvak örtülür. Erkek tarafının aldığı kına tepsinin içerisine çerezler doldurulup ortasına gelinin eline yakmak için kına koyulur. Kına tepsi hazırlandıktan sonra kına gecesine katılan gençler arasında elden ele dolaştırılarak, kına şarkıları eşliğinde gelinin etrafında dönülür. Daha sonra geline kına yakmak üzere damadın halası ya da teyzesi gelir ve kınayı yakarken deyişler söyleyerek gelini ağlatır. Gelin kınasının yakılması için avucunu açmaz. Gelinin kaynanası ise gelinin avucuna altın koyar, böylece gelin elini açar. Kaynana altınla birlikte gelinin parmağına kına yüzüğü denen altın bir yüzükte takar. Daha sonra gelinin kınası yakılır, elleri bağlanır ve eğlenceye devam edilir. Daha sonra saat 10-11 civarlarında eğlence bitirilerek herkes evlere dağılır. Kız evinin kapısına oğlan evinden birisi oturur ve kına gecesinden ayrılan konuklara damat tarafının getirdiği çerezleri dağıtır. Kına merasimi sonunda kız evinde; gelinin sağdıç, arkadaşları ve damadın kız kardeşleri ve yengesi kalır. Kalan konuklarla birlikte kız evinde gelin sabaha kadar eğlenirler. Damat, sağdıç, kuzenleri ve arkadaşları ise kına töreni süresince damadın evinde toplanıp eğlenirler. Gelen konuklara çay veya kahve ikram edilir. Bu ikramlarla ilgilenmesi için damadın arkadaşlarından birileri önceden belirlenir. Bu erkek eğlencesinde de yine damadın arkadaşları damadı kaçırmaya çalışıp sağdıçtan bahşiş almaya çalışırlar. Bundan dolayı engellemek için sağdıç damadın yanından hiç ayrılmaz. Kına töreninin bitimi ile erkek tayfası da dağılır. Erkeklerin eğlencesi bittikten sonrada damat sağdıç ile birlikte sağdıçının evine gider ve orada kalır.” şeklinde cevap vermiştir.

Erzincan düğün geleneği içerisinde kına gecesi ile ilgili bir takım değişimler de yaşanmıştır. Günümüz Erzincan düğünlerinin hemen öncesinde gerçekleşen kına gecelerinde yaşanan değişimi sorduğumuzda, 7. Katılımcı “Çeyizler artık eskisi gibi bohçalarla değil, yeni model gösterişli sandıklarla toplanıp damat evine götürülmektedir. Bu çeyiz sandıkları da çeyiz alışverişinde alınmaktadır. Artık günümüzde çeyiz serme ortadan kalkmıştır. Çeyizler gelinin evinde ailesi ve arkadaşları yardımıyla hazırlandıktan sonra damadın ailesi ile gelip evden alınıp yeni eve götürülmektedir. Çeyiz serme ortadan kalsa da çeyiz kız evinden çıkarken sandığın üstüne oturma ve erkek tarafından bahşiş alma geleneği hala devam etmektedir. Gelinin erkek kardeşi ya da başka bir yakını sandığın üstüne oturup çıkarılmasına izin vermeyip bahşiş istemektedir. Düğünden önce birçok hazırlık yerine getirildikten sonra bu süreçte gelinlik ve damatlık alınmaktadır. Artık günümüz düğünlerinde gelinlik ve damatlık düğüne yakın zamanda alınmaktadır. Çünkü önceden çeyizle birlikte serilip gösterilmesi gerektiği için erken alınmaktaydı ama şimdi çeyiz sermenin de ortadan kalkması ile gelinlik ve damatlık düğünden hemen önce alınmaktadır. Gelinlik ve damatlık damadın ailesi tarafından alınmaktadır. Gelinlik almaya erkek tarafından bir kaç kişi ile gelin ve bir kaç yakını almaya gitmektedir. Düğünden bir süre önce de gelin ve damadın resmi nikâhları kıyılır. Böylece düğüne kadar olan hazırlık süreci tamamlanmaktadır.” şeklinde cevap vermiştir.

Günümüz Erzincan kına gecelerinde yaşanan değişim 1. Katılımcı tarafından şu şekilde anlatılmıştır: “Düğün töreninden bir iki gün önce kına gecesi yapılmaktadır. Artık kına gecesinden önce yapılan gelin hamamı günümüzde yapılmamaktadır. Kına gününün gelmesi ile sabahın erken saatlerinden itibaren kına hazırlıkları başlamaktadır. Kına gecesi artık günümüzde daha parti havasında ve büyük salonlarda yapılmaktadır. Kına töreninin masrafları geline aittir. Kına gecesinde gelinin giyeceği kıyafetleri ve bindallısını kız tarafı bir süre önceden almaktadır. Kına töreninin yapılacağı gün sabah erkek tarafından bir kaç kişi gelini, gelinin kız kardeşini, yengesini ve damadın kız kardeşini yengesini alarak kuaföre götürmektedir. Kına gecesinde kuaför masraflarını kız tarafı karşılamaktadır. Damatta kına töreni için arkadaşlarıyla berbere gidip hazırlanmaktadır. Gelin kuaförde kına için özel bir elbise giyip hazırlandıktan sonra damatla birlikte fotoğraf çekimine gitmektedir. Artık günümüzde gelişen imkânlarla fotoğraf çekimleri stüdyoda değil dışarıda güzel mekânlarda gerçekleştirilmektedir. Fotoğraf çekimi de tamamlandıktan sonra gelin ve damat kına gecesinin yapılacağı salona geçmektedir. Kına gecesinde gelen konuklara kuru pasta ve meyve suyu ikram edilmektedir. Günümüz düğün törenlerinde artık sağdıç kaldırılmıştır. Sağdıç yerine gelinin yakın arkadaşları nedimleri olarak yanında yer almaktadır. Kına töreni için gelinle birlikte nedimleri de özel olarak hazırlanarak beklemektedirler. Kına töreninde gençlerin ellerinde özel kına konseptli maskeler ve sloganlar şeklinde süsler verilmektedir. Kına gecesinde konukların gelmesi ile gelin salona girmeden önce şarkılar açılıp eğlence başlamaktadır. Artık kına geceleri özel kına organizasyon şirketleri ile yapılmaktadır. Kına organizasyon şirketleri salonda kendi dansçı kızları ile gösteriler yapmaktadır.”

Kına gecelerinin içeriği ve geçmişten günümüze yaşanan değişim, 9. Katılımcı tarafından şu şekilde anlatılmıştır: “salona girip ilk danslarını etmektedirler. Ardından modern ve yöresel şarkılar çalınarak eğlenilmeye devam edilmektedir. Daha sonra gelin ve damat bir sandalyeye sırayla oturarak ‘oy gelin oy damat’ adlı yöresel bir müzikle birbirlerinin karşısında oynatılmaktadırlar. Damat oturup gelin karşısında oynatıldığı sırada damadın eline sigara yakılıp verilmektedir. Daha sonra gelin oturtulup damat karşısında oynatılmaktadır. Böyle eğlenceler bir süre devam ettikten sonra gelin ve damat salondan çıkarak gelin odasına geçerler. Ardından kına yakma merasimi için geline bindallısını giyip başına kırmızı duvak örtmektedirler. Damadın ise takım elbisesinin üstüne omuzlarına yeşil duvak örtülmektedir. Günümüz düğünlerinde artık hep bindallı giyinmemektedir yalnızca kına yakma merasimi için bindallı giyilip tekrar çıkarılmaktadır. Ya da günümüzde ülkemizde Hint dizilerinin popüler olması nedeniyle bindallı yerine gelin adayları kına yakma merasiminde Hint sarisi, yani özel Hint kıyafeti giymektedirler. Gelinle birlikte gelinin nedimleri de kına yakma merasimi için bindallı giyerler. Kına törenine özel organizasyon ve düzenlemeler yapmaktadırlar. Gelin ve nedimleri kına kıyafetlerini giyip hazırlandıktan sonra salonun girişine gelinin arkadaşları gençlerin başlarına kırmızı tül den taçlar ellerine süslü tefler ve özel kına mumları dağıtılarak bu mumlarla birlikte el ele tutularak tünel kurulur daha sonra kına şarkısı eşliğinde gelin ve damat tünelin

altından salona giriş yapmaktadırlar. Ardından gelin ve damat ortada iki sandalyeye oturtulmaktadır. Gelin ve damadın etrafında gençler şarkılar eşliğinde kına tepsisini elden ele gezdirerek dönmektedirler. Şarkılar eşliğinde gelin ağılatıldıktan sonra gelinin eline kına yakmak için kızın halası veya teyzesi gelir ve eline kına yakarken yine deyişler söylenmektedir. Gelin ilk önce elini açmaz kaynana gelinin avucuna altın koyar ve parmağına kına yüzüğü takar böylece gelin avucunu açar ve kınası yakılır. Günümüz kına gecelerinde artık Hint dizilerinin popülerliğinden dolayı normal kına terine Hint kınaları yakılmaktadır. Kına merasiminin tamamlanması ile damat kına töreninden ayrılmaktadır. Gelin ise odasına geçerek bindallısını çıkarır ve üçüncü kıyafetini giymektedir. Artık kına gecelerinde birden fazla kıyafet giyilmektedir. Ardından gelin tekrar salona gelir ve gelin, nedimleri, arkadaşları ve kına organizasyon şirketinin dansçıları eşliğinde hem modern hem yöresel hem de Hint şarkıları ile eğlenmeye devam etmektedirler. Daha sonra gelin bir sepet dolusu minik kına paketleri veya çerezlerle masaları tek tek gezip ve bunları masalara serpmektedir. Bir süre daha eğlenildikten sonra kına gecesi bitirilmektedir ve konuklar evlerine dağılmaktadır. Yine geleneksel olarak dağılan konuklara; erkek tarafının aldığı kına çerezleri, damadın akrabalarından bir kişi tarafından dağıtılır. Ardından gelin ve yakın çevresi arabalarla gelinin evine geçerler. Gelin, gelinin yakın arkadaşları, kuzenleri, yengesi ve damadın kız kardeşi, yengesi vs. gelinin evinde kalarak gece boyu yiyip içip eğlenmektedirler. Damatta kendi arkadaşlarıyla eğlenmektedir. Günümüz düğünlerinin bazılarında kına geceleri hiç yapılmamaktadır. Kına gecelerinin yerine gelin ve damat modern olarak yakın arkadaşlarıyla bekârlığa veda partisi yapmaktadırlar. Zaten günümüzde yapılan kına törenleri de parti havasında kısmen geleneklerden kopuk bir şekilde yapılmaktadır.”

3.6. Düğün Töreni ve Gelin Alması

Düğün gelenekleri içerisinde kuşkusuz en önemlisi düğün töreni ve gelin alması olarak kabul edilebilir. Çünkü düğün töreni, düğün geleneklerinin amacına yönelik nihai son olarak tabir edebileceğimiz bir süreçtir. Evlilik yolunda birçok süreç (görücü gitme, kız isteme, söz kesimi, nişan töreni, kına gecesi gibi) sonucunda düğün törenine sıra gelmektedir. Geleneksel Erzincan düğünlerinde de durum benzer şekilde gerçekleşmektedir. Öncelikle geleneksel düğün töreni ve gelin alması konusu sorulduğunda, 15. Katılımcıdan şu cevap alınmıştır: “Kına gecesinin sabahında düğün töreni için hazırlıklar başlar. Düğün töreni erkek tarafında yapılmaktadır. Damadın babası, daha önce belirlenmiş olan vekili, sağdıç, dayısı ya da amcası gelini evden çıkarmak için kız evine gelirler. Gelirken davul zurna eşliğinde gelip kız evinin önünde davul zurna çalarlar. Gelin kendi evinden çıkmadan gelinliğini giyer. Gelinliği daha önce çeyiz alışverişinde erkek tarafı alır. Kız evi, erkek tarafına kapıyı kilitleyip açmaz ve kapıyı açmak için bahşiş ister. Karşılıklı pazarlık yapılarak bir miktar bahşiş verilir. Bahşiş verildikten sonra kapı açılır. Gelin evindeki herkesle vedalaşır ve ağlar. Gelinin erkek kardeşi gelin evden ayrılmadan önce beline kırmızı kuşak bağlar daha sonra gelin evinden ayrılır. Erkek tarafı da; gelini, kız kardeşlerini, sağdıçını, kız kardeşlerini ve yengesini de alarak kuaföre götürür. Kuaförün ücretini damat tarafı öder. Para sağdıç aracılığıyla ödenir. Damat ise sağdıç ve arkadaşlarıyla düğüne hazırlanmak için berbere gider. Burada yine berber parasını damadın ailesi öder. Gelin ve damat hazırlandıktan sonra sağdıç ve kardeşleriyle fotoğraf çekimine giderler. Fotoğraf çekiminden sonra eğer düğün salonda yapılacak ise tutulan salona geçilir. Eğer salon tutulmamışsa gelin konvoylar eşliğinde damadın evine götürülür. Düğün töreni eğer salonda yapılıyorsa konuklar salonda toplanır, gelen konuklara kuru pasta ve meyve suyu ikram edilir. Tüm konuklar geldikten sonra gelin, damat ve sağdıçları salona girerler. Gelin ve damat alkışlarla içeriye girdikten sonra tüm masaları tek tek gezerek gelen konuklara ‘hoş geldiniz’ derler. Daha sonra takı merasimine geçilir. Gelin ve damat tarafı sıraya girerek tek tek aldıkları takıları takarlar. Takıların takıldığı sırada bir kişi mikrofon alarak kimin ne kadar takı taktığını tek tek anons eder. Hediye takı takacak olan hısımlarda takıların takılmasının ardından sıraya girerek hediyelerini verirler. Böylece takı merasimi bitirildikten sonra konuklar kendi aralarında eğlenirler. Eğlence bittikten sonra gelin ve damat konvoylarla, davul zurna eşliğinde damadın evine götürülürler. Önceden araba pek bulunmadığından gelin arabası yerine faytonlar kullanılır. Konvoy eşliğinde biraz gezdikten sonra damadın evine gelinir”.

Erzincan düğün gelenekleri özünden kopmasa da, yaşanan süreç içerisinde uygulamada bir takım değişimler yaşanmıştır. Yaşanan değişimler düğün törenlerinde de karşımıza çıkmaktadır. Göze çarpan ilk değişim, kına gecesi ardından hemen düğün töreninin gerçekleşmemesidir. 18. Katılımcının cevabına göre, kına töreninden bir veya iki gün sonra düğün töreni yapılmaktadır. Çünkü düğün törenleri artık eskisi gibi kınanın sabahında yapılmamaktadır. Erzincan düğünlerindeki düğün törenlerinde yaşanan değişim bununla sınırlı değildir. 19. Katılımcının ifadesi ile “düğün törenleri öncesi, gelin ve damat salona gelmeden önce, en yakın arkadaşları ile fotoğraf çekimine gitmektedirler. Eskiden bu fotoğraf çekimleri fotoğraf stüdyosunda ya da düğün salonlarında gerçekleşirken, günümüzde hem düğünden önce salon dışında dış çekimler yapılır, hem stüdyoda çekim yapılır, hem de düğün töreni esnasın fotoğraf çekimi ve video kaydı yapılmaktadır.” Fotoğrafçılık üzerine teknolojik gelişmelerin geldiği nokta itibarıyla düğün törenlerinin birçok açıdan ve her an kayıt altına alınmasını sağlamıştır.

Erzincan düğünlerinde görülen değişimler bunlarla sınırlı değildir. Düğün törenlerinin gerçekleştiği mekânlar ve düğün törenlerinde verilen ikramlarda da bir değişim göze çarpmaktadır. Bu hususta 10. Katılımcı şunları söylemiştir: “Düğünler artık günümüzde büyük salonlarda yemekli yapılmaktadır. Geleneksel olarak evde dağıtılan yemekler artık düğün

salonlarında düğün organizasyon şirketleri tarafından çalışanları aracılığıyla dağıtılmaktadır. Düğün salonuna konukların gelmesi ile birlikte gelin ve damat seçtikleri özel şarkı eşliğinde giriş yapmaktadırlar. Girişin ardından ilk danslarını edip düğün masasına geçerler formaliteden resmi nikâh kıyılır ardından gelen konuklara yiyecek, içecek, salata ve karpuz ikram edilmektedir.”

"Erzincan düğünlerinde gelin alma konusunda ne gibi değişimler yaşanmıştır" diye sorulduğunda, 6. Katılımcı şu cevabı vermiştir: "Takı ve hediye merasiminin ardından gelin ve damat gelin arabasına bindirilerek tüm arabalar konvoy eşliğinde biraz dolaşır damadın annesinin evine gitmektedirler. Burada yine geleneksel olarak davul zurna çalınır ve damat arkadaşlarıyla bacaya çıkıp ve gelin eve girerken başından şeker ve çerez serpmektedir. Yemekler düğün salonunda yenildiği için kayın validenin evinde gelinle konuklar bir süre oturup belki isteğe bağlı tatlı ve içecek ikram edilmektedir. Damat ve erkek konuklarda evin önünde davul zurna eşliğinde eğlenmeye devam etmektedirler. Bir süre sonra konukların dağılması ile gelin ve damat yakın arkadaşlarıyla geç vakte kadar eğlenmektedirler. Modern olarak tam bir parti yapılmaya da kendi aralarında küçük bir eğlence yapılmaktadır." Nitekim gelin alma konusunda pek bir değişim görülmesi de, gelin almasının hemen sonrasında gelin ve damadın da katılımı ile gençlerin kendi arasında eğlenmeleri, geçmişten günümüze bir değişim olarak ifade edilebilir.

3.7. Gerdek Gecesi

Türk toplumunda düğün gelenekleri içerisinde en önemli anlardan birisi de, artık düğün töreni sona erip gelin alması gerçekleştikten sonra geçilen gerdek gecesidir. Gerdek gecesinde önce gelin ve damadın yakınları tarafından gerdek gecesinin (ilk gecenin) yaşanacağı odaya bazı yiyecekler bırakılmaktadır. Gerdek gecesinin yaşanacağı odaya önce gelin girer. Daha sonra damat, arkadaşları tarafından eğlence amaçlı sırtına vurulmak suretiyle gelinin yanına gönderilir (Demir ve Topbaşoğlu, 2016: 14-15). Böylelikle gerdek gecesinde ilk birliktelik sağlanması için gelin ve damat baş başa bırakılmış olur.

Gerdek gecesi günümüz Türk toplumunda sahip olduğu önemi korumaya devam etse de, bir takım değişimler de zamanla gerçekleşmiştir. Erzincan düğün geleneği içerisinde gerdek gecesinin de zamanla değişim gösterdiği noktalar bulunmaktadır. Öncelikle gerdek gecesi hakkında bilgisine başvurduğumuz 2. Katılımcı şunları söylemiştir: "Evde gelin ve sağdıç yalnız kalır. Damatta arkadaşları ile eğlendikten sonra yatsı namazını kılar ver sağdıçıyla arkadaşlarıyla evin önüne gelir. Damat evin önüne geldikten sonra sırtı yumruklanarak evin içine uğurlanır. Damat eve sağdıçıyla birlikte girer. Daha sonra kız tarafı gerdek süresince gelin ve damadın yemesi için daha önceden hazırladıkları; dolma, börek, çorba, kete, tatlı gibi yiyecekler hazırlayıp getirirler. Sağdıçlar bir süre durduktan sonra gelin ve damadı yalnız bırakarak evden ayrılırlar. Gelin ve damat odalarına çekilirler. Damat gelinin duvağını açmadan önce yüz görümlüğü adı verilen (bilezik, kolye, gerdanlık, altın vs.) bir takı takar. Daha sonra gelinin duvağını açar. Gelin ve damat gerdeğe girmeden önce iki rekât namaz kılarlar. Gerdek gecesinde sağdıçlar bir kaç saat içerisinde damadın evine gelip gerdek çarşafını alarak hem gelinin hem de damadın annesine götürüp gösterirler ve bunun karşılığında da iki taraftan da bahşış alırlar. Gelin ve damat üç gün gerdek süresince evde yalnız kalırlar. Bu süreç içerisinde gelin evinden getirilen çeyizleri temizleyip, hazırlayıp yerleştirir. Bu sürecin ardından kaynana ve kayın peder eve gelir. Daha sonra gelin ve damat anne ve babasının elini öper ve kaynana gelinine harçlık verir."

Gerdek gecesi ile ilgili günümüzde yaşanan değişimler sorulduğunda, verilen cevaplardan anlaşılacağı üzere, bu konuda pek fazla değişim yaşanmamıştır. Gerdek gecesi konusu bütün ciddiyetiyle önemli görülen bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hususta yaşanan değişimi 5. Katılımcı şu şekilde ifade etmiştir: "Düğün töreninin ve eğlencenin ardından gerdek gecesi için gelin ve damat kendi evlerine geçmektedirler. Yine gelin gerdekten önce duvağını kapatmaktadır ve damat ona yüz görümlüğü takmaktadır. Ardından gelinin duvağını açmaktadır. Daha sonra gerdekten önce iki rekât namaz kılarak odaya çekilmektedirler. Günümüz gerdek gecesinde gelinip çarşaf alınma ve annelere çarşaf gösterme gibi gelenekler yoktur. Bunlar tamamen kaldırılmıştır. Artık günümüzde gelin ve damat gerdekten bir iki gün sonra şehir dışına balayına gitmektedir. Döndükten sonra ise ailelerine el öpmeye gidip düğün töreninin aşamalarını tamamlamış olurlar." Türk toplumunda olduğu gibi Erzincan düğün gelenekleri içerisinde düğünün sona ermesi ile yaşanan gerdek gecesi, önemli bir süreç olarak kabul edilmektedir. Artık günümüzde yaygınlaşan bir durum olarak gerdek gecesinin, balayı adı altında farklı şehirlerde, özellikle turistik bölgelerde birkaç günlük tatiller olarak gerçekleştiği bilinmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Düğün törenleri kültürün devamlılığını gösteren davranışlardır. Toplum için önemli bir yere sahip olan düğünler ve bununla bağlantılı özel törenler toplumun birçok geleneklerini, kültürel değerlerini içerisinde barındırmaktadır. Bu nedenlerden ötürü düğünler sosyolojik açıdan da öneme sahip olmuşlardır. Düğün törenlerinin yapılış şekli her toplumda farklı şekilde gözlenmektedir. Her toplumun kendine has gelenek göreneklere düğün şekillerine yansımıştır.

Geçmişten günümüze düğün törenleri dönüşümünü ve bu dönüşümün yol açtığı değişimi anlamak için, çok yönlü bir bakış açısına ihtiyaç vardır. Bu makale, özellikle 2000’li yıllardan önce Erzincan’da geleneklerine bağlı bir şekilde gerçekleştirilen düğün törenlerinin günümüzde bu geleneklerden farklılaşarak yaşanan değişime odaklanan bir çalışmadır. Geçmiş zamanlarda derin anlamlar içeren birçok farklı geleneksel uygulamaları bünyesinde bulunduran Erzincan düğünleri günümüzde hayat şartlarının değişimi ile yavaş yavaş da olsa geleneklerinden uzaklaşmaya başlamıştır. Geçmişten bugüne düğün törenleri önemini korurken, aynı zamanda modernleşmenin etkisi ile değişime uğramış ve birçok yeni uygulamaları bünyesine eklemiştir. Bu değişim, günümüzde teknolojinin gelişmesiyle düğün törenlerinin tüm aşamalarında kullanılan araç gereçlerde bile kendisini göstermiştir. Artık at arabaları yerine modern gelin arabalarının kullanılması, fotoğraf çekimlerinin gelişen teknolojiyle birlikte daha profesyonel dış çekimler şeklinde yapılması, eğlence için gelişmiş müzik ve ses sistemlerinin kullanılması, düğün törenlerinin büyük gösterişli salonlarda yapılması, kına ve düğün için artık organizasyon şirketlerinin olması, düğün törenlerinde para ile dans ekiplerinin tutulması, yine düğünlerde modern dansların edilmesi, sade ve sıradan olan nişan törenlerinin büyük ve gösterişli bir şekilde yapılması, gelinin kıyafet saç bakımından modern ürünler tercih etmesi gibi birçok yeni durum söz konusudur. Ayrıca teknolojinin gelişmesiyle de artık insanlar dünyada olup biten her şeyden rahatlıkla haberdar olmaktadır. Farklı kültürlerden farklı yaşantılardan haberdar olan insanların bunlardan etkileşimi ve değişimi çok rahatlıkla görülmektedir.

Ailenin temelini meydana getiren bu düğün olgusu, binlerce yıl değişerek ve gelişerek günümüze gelmiştir. Düğün aşamaları şuanda oturmuş bir yapıyla devam etsede hâlâ değişmeye devam etmektedir. Bunun başlıca sebebi modernleşen dünyada toplumların sosyokültürel durumları ve evliliğe olan bakış açılarıdır. İnsanlar ne kadar geleneklerimize bağlıyız deseler de modern dünyanın içerisinde bu geleneklerini yaşatmaya devam edemezler. Hiçbir şey olmasa da, gelişen teknolojik araç gereçlerin kullanılması bile mevcut geleneksel düzeni değişime uğratmaktadır. Bu çalışmada Erzincan düğünlerinin birçok geleneksel uygulamalarının yerini yeni güncel uygulamaların aldığını açık bir şekilde görmekteyiz. Değişim; evlilik için kızın ve oğlanın kararlaştırılma anından en son düğünün bitimine kadar birçok aşamada meydana gelmiştir. Artık aile eski öncülüğünü ve önemini yitirmiştir. Günümüzde evlenecek olan gelin ve damadın birlikte aldıkları kararlar daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Günümüz düğün törenlerindeki değişimi yalnızca modernleşmeyle bağdaştırmakta doğru değildir. Erzincan düğünlerinde gözlemlediğimiz birçok yeni uygulama yalnızca modern araçlardan ve davranışlardan oluşmamaktadır. Baktığımızda artık damadın kız isteme törenine katılmasıyla damada tuzlu kahve içirilmesi, kına gecelerinde gelinlerin bindalla yerine çoğunlukla Hint sarisi giyinmesi, kına gecelerinde geleneksel dansların yanında Hint danslarının edilmesi, normal kına yerine artık Hint kinasının yakılması gibi yeni davranışlar örnek gösterilebilir. Bunun nedeni yeni gelişen teknoloji sayesinde insanların farklı kültürel değerlerden çok rahatlıkla haberdar olması ve onlardan etkilenmesidir. Bundan dolayı bu değişimi Erzincan düğünlerindeki modernleşmenin ötesinde, Erzincan düğünlerinin dönüşümü olarak ele almak daha doğru olacaktır. Çünkü günümüzde popüler kültüre bağlı olarak gelenekler değişime uğramaktadır. Örneğin Türkiye’de kız isteme merasiminde damada tuzlu kahve içirmek bayağı gündemde olmuştur. Bundan dolayı uygulanmayan yörelerde bile artık bu uygulamaya başlamıştır. Tuzlu kahve modernleşmenin etkisi ile ortaya çıkmış bir uygulama değildir aksine tarihi Osmanlı Devleti’ne kadar uzanmaktadır. Ama günümüzde toplumumuzda asıl anlamını yitirerek popüler bir uygulama haline gelmiştir ve uygulanmayan yörelerde de uygulanmaya başlamıştır. Yine Türkiye’de televizyon kanallarında çok fazla Hint dizilerinin yayınlanmasıyla ve bu dizilerin tutulmasıyla birçok Hint geleneği Türk toplumu üzerinde etkisini göstermiştir. Erzincan düğünleri üzerinden baktığımızda Hint düğün geleneklerinin yansımaları yalnızca günümüzde dizileri etkisiyle meydana gelen popülerlikten dolayıdır. Bunun gibi daha birçok örneklerden dolayı bu değişimi yalnızca modernleşme olarak değerlendirmek yanlış olacak bu değişim aslında dönüşümdür.

Bu makalede günümüz Erzincan düğün törenlerinde değişen ve dönüşen yeni uygulamaların yanı sıra bazı geleneksel uygulamalarında varlığını istikrarlı bir şekilde sürdürüldüğü belirtilmektedir. Erzincan düğünlerinin geleneklerini ve 2000’li yıllardan sonra değişmiş hali karşılaştırıldığında, değişen ve dönüşen uygulamaların yanı sıra geleneksel uygulamalarında bazıları hala devam etmektedir. Düğün törenlerinde bir değişim söz konusudur yani modernleşme ve popülerlik düğün geleneklerinin değişiminde etkili olmuştur. Ancak yine de tamamen geleneklerden bir kopuşun gerçekleştiği söylenemez. Yeni uygulamalar modern uygulamalar ile birlikte birbirini tamamlar hale gelmiştir. Bu da ortaya karmaşık bir görüntü çıkarmaktadır. Örneğin kına gecelerinde modern gösterişli elbisenin ardından bindallı ya da Hint sarisinin giyilmesi, gelin bindallı giyerken damadın takım elbiseli olması, bindallı giyen gelinin modern danslar etmesi, düğün törenlerinde modern ve geleneksel müziklerin bir arada çalınması, gelinin beline kırmızı kuşak bağlanması bunun yanında ayakkabısının altına bekar arkadaşlarının isminin yazılması, gerdek gecesi yüz görümlüğü takılması ancak bunun yanı sıra gerdek gelenekleri tamamlanmadan gelin ve damadın balayına gitmesi gibi birçok modern ve geleneksel uygulamalar bir arada yapılmaktadır. Genel olarak bakıldığında ne modern ne de geleneksel bir anlayıştan söz etmek mümkündür. Aksine hangi tarafı seçeceğini bilemeyen arada sıkışmış bir toplumun sahip olduğu düğün gelenekleri ile karşılaşmış olmaktadır. Bu şekilde bir sonuç, toplumu yalnızca kültürel değerlerinden ve geleneklerinden kopmak istemeyen, sadece bir özentî toplumu olduğu izlenimi uyandırmaktadır.

Kaynakça

- Akyürek, R. (2020). *Aydın yöresi tahtacılarında düğün gelenekleri: bayrak dikme-tapı/sahabı-baş kurbanı-barışma yemeği-ocak kazma ritüelleri*. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, 93, 193-205.
- Berber, O. (2009). *Türk kültüründe eğlence ve birlik unsuru olarak düğünler*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10, 1-11.
- Bulut, M. (2018). *Dönüşen düğüne tanıklık etmek*. Folklor/Edebiyat, 24(95), 35-57.
- Çopuroğlu, C.Y. (2000). *Fırat Havzası evlilik kültürü-1: düğün öncesi*, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(2), 163-193.
- Demir, B. ve Topbaşoğlu, K. (2016). *Türk ve Rus halklarında eskimeyen gelenek: düğün*. Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2(1), 1-15.
- Doğan, İ. (2016). *Türk aile sosyolojisi*. Ankara: Pegem Akademi.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (Çev: Cemal Güzel). İstanbul: Kırmızı.
- Gürcan Akbaş, K. (2020). *Türklerin düğün geleneklerinde özgün bir tasarım: gelin habercisi çengel*, IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, 6, 409-422.
- Kartal, A. (2017). *Türk kültürü içinde bozkır (Konya) düğün geleneğinin değerlendirilmesi*. Karadeniz Uluslar arası Bilimsel Dergisi, 36, 34-46.
- Nirun, N. (1994). *Sistemik sosyoloji yönünden aile ve kültür*. Ankara: Atatürk Kültür Merkezi.
- Sezgin, A. C. ve Onur, M. (2017). *Kültür mirası düğün yemeklerinin gastronomi turizmi açısından incelenmesi: Erzincan ili örneği*. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı-IV, 203-214.
- Yiğit, N. H. (2019). *Afyonkarahisar ili Pazarağaç kasabası düğün adetleri*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(62), 273-282.
- Zaripova Çetin, Ç. (2005). *Tatar Türklerinin düğün geleneği*. Modern Türklük Araştırmaları Dergisi, 2(3), 92-119.

Extended Abstract

Aim and Scope

In this article, the change of weddings, which is one of the most important elements of Turkish culture, from past to present has been analyzed through Erzincan weddings. As in the wedding culture and tradition of the Turks, Erzincan weddings also undergo the processes of "asking for a girl, betrothal, engagement ceremony, henna night, wedding ceremony, bridal reception and nuptial night" from the moment it starts to the end. During the research, Erzincan weddings were examined through these titles.

Methods

Qualitative research method was used in the study, which aims to examine the current reflections of the cultural characteristics of Erzincan weddings. During the research, interviews were conducted with the participants using the face-to-face interview technique. The population of the study consists of the local people living within the borders of the center of Erzincan. During the research, 20 people selected by simple random sampling were interviewed. In the interviews, which lasted for about 30 minutes, audio recordings were made with the permission of the participants. Direct quotations from the data obtained from the interviews were used and general evaluations were reached from these data.

Findings

In this study, we clearly see that many traditional practices of Erzincan weddings have been replaced by new current practices. The change has occurred in many stages, from the moment the girl and boy are decided for marriage to the end of the last wedding. The family has lost its former leadership and importance. Today, the decisions taken by the bride and groom, who are going to get married, come to the fore more.

Conclusion

In this article, it is stated that in addition to the changing and transforming new practices in today's Erzincan wedding ceremonies, some traditional practices continue to exist in a stable manner. When the traditions of Erzincan weddings and their changed state after the 2000s are compared, some of the traditional practices are still continuing as well as the

changing and transforming practices. There is a change in wedding ceremonies, that is, modernization and popularity have been effective in the change of wedding traditions. However, it cannot be said that there has been a complete break with tradition. In general, it is possible to talk about neither a modern nor a traditional understanding. On the contrary, we are faced with the wedding traditions of a society that does not know which side to choose. Such a result gives the impression that the society is merely a wannabe society that does not want to break away from its cultural values and traditions.

EK-1: Katılımcıların Listesi

- Katılımcı 1: Kadın, 38, Ev Hanımı
Katılımcı 2: Kadın, 44, Ev Hanımı
Katılımcı 3: Kadın, 58, Ev Hanımı
Katılımcı 4: Kadın, 54, Ev Hanımı
Katılımcı 5: Erkek, 58, İşletmeci
Katılımcı 6: Erkek, 52, Besicilik
Katılımcı 7: Kadın, 58, Ev Hanımı
Katılımcı 8: Erkek, 75, Emekli Esnaf
Katılımcı 9: Erkek, 80, Emekli Esnaf
Katılımcı 10: Kadın, 40, Ev Hanını
Katılımcı 11: Kadın, 81, Ev Hanımı
Katılımcı 12: Kadın, 48, Ev Hanımı
Katılımcı 13: Kadın, 46, Ev Hanımı
Katılımcı 14: Kadın, 65, Emekli Öğretmen
Katılımcı 15: Kadın, 62, Emekli Öğretmen
Katılımcı 16: Erkek, 72, Çiftçi
Katılımcı 17: Erkek, 49, Esnaf
Katılımcı 18: Erkek, 44, Esnaf
Katılımcı 19: Kadın, 48, Ev Hanımı
Katılımcı 20: Erkek, 45, Öğretmen

Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Turizm Destinasyon Seçimi Üzerindeki Etkisi: Planlı Davranış Teorisi Bağlamında Bir İnceleme

The Effect of Electronic Word-of-Mouth on Tourism Destination Selection: An Investigation in The Theory of Planned Behavior

Bülent Demirağ¹, Sinan Çavuşoğlu², Kazım Dağ³, Sadettin Paksoy⁴

Öz

Çalışma, Planlı Davranış Teorisi bağlamında, elektronik ağızdan ağıza iletişimin turistlerin seyahat niyetleri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda e-ağızdan ağıza iletişimin, Planlı Davranış Teorisi kapsamında tutum, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve niyet üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmanın evrenini, Instagram, Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinden ya da farklı çevrimiçi bilgi kaynakları vasıtasıyla konaklama yapma niyetine sahip oldukları belirlenen ve destinasyonlar hakkında deneyim sahibi olmuş 400 tüketiciden toplanan veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Evrenin geniş bir alanı kapsamı nedeniyle araştırmada "kolayda örneklem yöntemi" kullanılmıştır. Araştırmada hipotezlerin test edilmesi için Smart PLS 3 istatistik programı kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonuçlarına göre, e-ağızdan ağıza iletişimin bir destinasyona yönelik ziyarete ilişkin tutumlar, subjektif (öznel) normlar, algılanan davranışsal kontrol ve seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan bir destinasyonu ziyaret etmeye yönelik tutumların, subjektif normların ve algılanan davranışsal kontrolün seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisinin olduğu da belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik ağızdan ağıza iletişim, Planlı davranış teorisi, Seyahat etme niyeti.

Abstract

The study was carried out in the context of Planned Behavior Theory to examine the effect of electronic word-of-mouth on tourists' travel intentions. In this context, the effects of e-word of mouth on attitude, subjective norms, perceived behavioral control and intention within the scope of Planned Behavior Theory are examined. The universe of the research was carried out on the data collected from 400 consumers who were determined to have an intention to stay through social networking sites such as Instagram, Facebook or different online information sources and who had experience about destinations. Since the universe covers a large area, the "convenience sampling method" was used in the research. In the research, Smart PLS 3 statistical program was used to test the hypotheses. According to the results of the analysis, it was determined that e-word of mouth communication has a significant effect on attitudes towards visiting a destination, subjective (subjective) norms, perceived behavioral control and intention to travel. On the other hand, it was determined that attitudes towards visiting a destination, subjective norms and perceived behavioral control had a significant effect on the intention to travel.

Keywords: Electronic word of mouth, Theory of planned behavior, Intention to travel

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M10, M21, M31

Submitted: 30 / 11 / 2021

Accepted: 02 / 02 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, bulentdemirag@windowslive.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-8718-1822>

² Dr. Öğr. Gör., Bingöl Üniversitesi, sinankys42@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-9365-8677>

³ Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, kzmdgnrhk@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-0643-6932>

⁴ Prof. Dr., Gaziantep Üniversitesi, sadettinpaksoy64@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-3346-3530>

Giriş

Bilgi iletişim teknolojilerinde yaşanan değişim ve dönüşüm televizyon ve radyo gibi geleneksel iletişim araçlarını farklılaştırmıştır. İnternetin sunduğu olanaklar tüketici karar alma sürecini kısaltmıştır. İletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasından önce tüketiciler satın alma kararlarında, bireysel kararlar dışında, yakın çevresinin ya da daha önce ürünü ya da markayı kullanan tüketicilerin kararlarına başvurmaktaydılar. Oysaki günümüzde tüketiciler, daha önce deneyim yaşamadıkları ürünler hakkında bile web siteleri, bloglar, video paylaşım siteleri, sosyal medyada yer alan yorum, görüş, şikâyet ve önerilerden yararlanarak satın alma kararlarını oluşturabilmektedirler. Bu kapsamda e-ağızdan ağıza iletişim günümüzde tüketici kararlarına etki eden önemli belirleyiciler arasında yer almaktadır (Teng vd., 2014; Miao, 2015). Tüketiciler deneyimlerini, bilgilerini, görüş ve önerilerini, pişmanlıklarını, tatminlerini başkalarıyla paylaşma eğiliminde olduklarında sosyal medya başta olmak üzere birçok değişik platforma başvurmaktadırlar. Deneyimlere ilişkin mesajların yer aldığı içerikler, herhangi bir kısıtlamaya maruz kalmazsa, uzun süre başkalarının referans kaynağı olabilmektedir. İnternet ortamında bilgi ve belgeler çok hızlı yayıldığından ve zahmetsizce kolayca kitlelere ulaştırılabildiğinden endüstri oyuncularının e-ağızdan ağıza iletişimi önemsemeleri ve yönetmeleri konusunda ipuçları sunmaktadır (Jalilvand ve Samiei, 2012).

Planlı Davranış Teorisi (PDT) Ajzen (1985; 1991) tarafından ortaya atılmıştır. Teori, bir davranışı gerçekleştirme niyetinin, tutumlardan, öznel normlardan ve algılanan davranışsal kontrolden yüksek doğrulukla tahmin edilebileceği varsayımına dayanmaktadır (Ajzen, 1991). Daha sonra bu model birçok çalışmada uygulamalı çalışmalarla test edilmiş ve güçlendirilmeye çalışılmıştır (Beck ve Ajzen, 1991; Madden vd., 1992; Ajzen ve Driver, 1992). Bu ve benzeri çalışmalar modelde belirtildiği üzere davranışa yönelik tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün bir davranışı gerçekleştirme niyetini güçlü şekilde öngördüğünü göstermiştir. Planlanmış Davranış Teorisi turizm ve seyahate ilişkin birçok çalışmada da kullanılmıştır (Lam ve Hsu, 2006; Hsiao ve Yang, 2010; Park vd., 2017).

Turizm literatüründe e-ağızdan ağıza iletişime ilişkin çalışmalar göze çarpmaktadır (Sotiriadis vd., 2013; Setiawan vd., 2014; Reyes-Menendez vd., 2019). Bu çalışmalardan bir kısmı e-ağızdan ağıza iletişim ile turistlerin seyahate ilişkin tutum ve niyetleri arasındaki ilişkiye odaklanmaktadır (Tabbane ve Hamouda, 2013; Kitcharoen, 2019; Gosal vd., 2020). Oysaki bu çalışmaların sayıca çoğaltılması yararlı olacaktır. Örneğin, Türkiye İstatistik Kurumu 2020 yılı verilerine göre İnternet kullanım oranı 16-74 yaş grubundaki bireylerde %79,0 olarak ölçülmüştür. Hanelerin ise %90,7'sinin evden internete erişim imkânına sahip olduğu görülmüştür. İnternet üzerinden ürün siparişi verme ya da satın alma oranı %36,5 olarak ölçülmüştür (TÜİK, 2020). İnternet kullanımının bu kadar yoğun olduğu alanlarda tüketicilerin satın alma karar süreçlerinde başkalarının bilgilerinden yararlanmaları ve satın alma kararları oluşturmaları olağandır. Bu doğrultuda kuşkusuz turizm destinasyonu seçimi ve seyahat niyeti kararlarında bu durumdan etkilenecektir. Bu çalışmada elektronik ağızdan ağıza iletişimin turistlerin seyahat niyetleri üzerindeki etkisi PDT bağlamında incelenmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle PDT'nin test edilmesinin yanısıra e-ağızdan ağıza iletişimin seyahat niyetleri üzerindeki etkisinin incelenmesinin ardından uygulayıcılara yönelik pratik çıkarımlarda bulunulmak istenmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Ağızdan Ağıza İletişim ve e-Ağızdan Ağıza İletişim

Sosyal ağlar; bireylerin, ailelerin, şirketlerin birbiriyle dostluk ve değerlerini paylaştığı güçlü bir iletişim kanalı sunmaktadır (O'Reilly ve Marx, 2011: 331). Teknolojik gelişmeler, kişilerarası etkileşimi arttırmış, dijital ortamlardaki sosyal ağlarda bilgi, mesaj ve yorum paylaşımlarını güçlendirmiştir (Kimmel ve Kitchen, 2014). Ağızdan ağıza iletişim "iki kişi arasındaki bilgi alışverişi, bilgi akışı, iletişim veya konuşma" olarak tanımlanmaktadır (Goyette vd., 2010: 6). Ağızdan ağıza iletişim bilgi iletişim teknolojilerinde gelişmelerden önce büyük oranda yüz yüze iletişime dayanmaktaydı. İletişim araçlarının çoğalması ve kullanımının yaygınlaşması, yüz yüze iletişimi elektronik platformlara taşımıştır (Jalilvand ve Samiei, 2012). Bu kapsamda e-ağızdan ağıza iletişim, internet aracılığıyla geniş kitlelere yayılan bir konseptte sahiptir ve iletişimde aktarılan bilgi ve mesajlar bütünüyle göndericilerinin tasarruflarını yansıtır (Christodoulides vd., 2010: 1689). E-ağızdan ağıza iletişim, ağızdan ağıza iletişimden kaynaklanır ve turizm pazarlama çalışmalarından da anlaşılacağı üzere televizyon ve radyo gibi geleneksel kitle iletişim araçlarından daha etkilidir (Miao, 2015: 14). E-ağızdan ağıza iletişim, bireylerin mesajları kompleks hedeflere kolayca ve zahmetsizce ulaştırmasına olanak tanır ve gönderici-alıcı arasındaki mesajlar anonim olup herhangi bir coğrafi kısıtlamaya maruz değildir (Tran ve Strutton, 2020: 2). Tüketiciler sosyal medya ağırlıklı olmak üzere mikro bloglar, sosyal ağ siteleri ve video paylaşım siteleri kanallarından yararlanarak bilgi ve deneyimlerini başkalarıyla paylaşmakta böylelikle tüketicilerin kararlarına etki edebilmektedirler (Teng vd., 2014: 747). Tüketiciler genellikle, ekonomik teşviklerin yanında sosyal etkileşim isteği, endişeleri başkalarına iletme ve kendi öz değerlerini geliştirme gibi motivasyonlarla e-ağızdan ağıza iletişim davranışına yönelebilirler (Hennig-Thurau vd., 2004). E-ağızdan ağıza iletişim, mevcut müşterileri elde tutmak ve yeni müşterilere ulaşmak adına işletmelerin uyguladığı bir pazarlama stratejisini yansıtmaktadır (Yoo vd., 2013: 669). Chang ve Wu (2014), şirketlerin olumsuz tüketici yorumlarına

ulaşmak için kendi iletişim platformlarını oluşturmaları gerektiğini belirtmektedir. Böylelikle, e-ağızdan ağıza iletişimin yönetilmesi daha olanaklı olacaktır.

1.2. Planlı Davranış Teorisi

PDT, Ajzen (1985) çalışmalarında ele alınmış, Ajzen (1991) çalışması ile başlayarak teoriye ilişkin öngörü ve değerlendirmeler genişletilmiştir. Teorinin ana varsayımı, bir davranışı gerçekleştirme niyetinin, davranışa yönelik tutumlardan, öznel normlardan ve algılanan davranışsal kontrolden yüksek doğrulukla tahmin edilebileceğine ilişkindir (Ajzen, 1991). Teorinin varsayımları daha sonra birçoğuna Ajzen'in dahil olduğu ampirik çalışmalarla test edilmiştir. Ajzen ve Driver (1992) teoriyi üniversite öğrencilerinin boş zaman etkinliklerine yönelik faaliyetlerini dikkate alarak yeniden test etmişlerdir. Gerçekleştirilen etkinliklere ilişkin davranış sıklıklarını bir yıl boyunca ölçmüşler, boş zaman etkinliklerine yönelik tutumların duygusal ve araçsal bileşenlerden oluştuğunu belirlemişlerdir. Çalışmada ayrıca teoriye tutarlı olarak, tutumlar, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün boş zamandaki etkinlik niyetlerini ve niyetler ve algılanan kontrolün boş zamanlardaki gerçekleştirilmeye niyet edilen hedef davranışı öngördüğünü belirtmişlerdir. Beck ve Ajzen (1991), üniversite öğrencilerinin sınavlarda koya çekme vs. hileli niyet ve davranışları arasındaki ilişkiyi PDT bağlamında incelemişler, PDT'nin niyetleri yüksek derecede doğrulukla öngördüğünü ve gerçek davranışı tahmin etmede orta derecede başarılı olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Madden, Ellen ve Ajzen (1992), niyet ve davranışa yönelik değerlendirmelerinde PDT ile Gerekçeli Eylem Teorisini karşılaştırmış; sonuçlar, algılanan davranışsal kontrolün Gerekçeli Eylem Teorisi'ne dâhil edilmesinin, davranışsal niyet ve davranışın öngörülmesini güçlendirdiğini göstermiştir. Conner ve Armitage (1998), PDT'de odak noktası olan tutum-davranış ilişkiseliliğini güçlendirmek adına teoriye bazı eklemeler yapılmasını önermiş bu kapsamda; inanç belirginlik ölçümleri, geçmiş davranış/alışkanlık, algılanan davranışsal kontrole karşı öz-yeterlilik, ahlaki normlar, öz kimlik ve duygusal inançların niyet ve davranışla ilişkili olabilecek süreçlerin daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacağını ifade etmişlerdir.

1.2.1. Tutum

PDT, niyetin değişik belirleyicileri olduğunu varsaymaktadır. Bunlardan ilki olan tutum "bir kişinin herhangi bir davranışı olumlu veya olumsuz olarak değerlendirme veya değer biçme derecesine atıfta bulunmaktadır" (Ajzen, 1991: 188; Godin ve Kok, 1996: 88). Ajzen ve Driver (1992), tutumların duygusal ve araçsal bileşenlerden oluştuğunu ifade etmişlerdir. PDT'ye göre tutum bileşeni, bireyin, davranışın algılanan sonuçlarını veya özelliklerini yansıtan belirgin davranışsal inançlarının bir işlevidir. Conner ve Armitage, model genişletme çalışmalarında tutumların davranışı etkilediği çoklu süreçlere odaklanmışlardır (Conner ve Armitage, 1998: 1431). Tutumlar, davranışsal çıktılara ilişkin inançlar ve sonuçlara ilişkin değerlendirmelerinin kombinasyonundan oluşmaktadır (Sparks ve Shepherd, 1992: 388). Genel olarak, davranış gerçekleştirmeye yönelik tutum ve öznel norm ne kadar olumlu ise ve algılanan kontrol ne kadar büyükse, davranış geliştirme niyeti de o kadar yüksek olacaktır (Ajzen, 2015: 125).

1.2.2. Subjektif (Öznel) Normlar

PDT'ye göre bir davranışı gerçekleştirme niyetinin diğer belirleyicisi subjektif (öznel) normdur (Ajzen, 1991). Subjektif normlar; başkalarının davranışı gerçekleştirmesine ilişkin düşüncelerinin olup olmadığına yönelik inançları içerir ve bireyin belirli bir davranışı gerçekleştirmesi veya gerçekleştirmemesi için sosyal baskıları değerlendirdiğini varsayar (Rhodes vd., 2002: 193). PDT'ye göre algılanan davranışsal kontrol, tutum ve subjektif normların niyet üzerindeki etkilerini güçlü şekilde yönetmektedir. Oy verme, evsel atıkların azaltılması ve enerji tüketimi gibi üç farklı davranışın incelendiği bir çalışmada daha güçlü algılanan davranışsal kontrolün, niyetin öngörülmesinde tutumun göreceli önemini güçlendirme eğilimindeyken, öznel normların göreceli önemini zayıflatma eğiliminde olduğu görülmüştür (La Barbera ve Ajzen, 2020). Öznel normlar, inançlarla güçlü bir bağıntıya sahiptir. Davranışın belirli bir sonucu ortaya çıkarma olasılığı ne kadar yüksekse ve sonuç ne kadar olumlu/olumsuz olursa, inancın tutum üzerindeki etkisi de o denli güçlü olacaktır. Benzer şekilde, öznel normlar, bireylerin veya grupların davranışı onayladığına (inanç gücü) ve bu referanslara uyma motivasyonuna göre belirlenmektedir (Ajzen, 2006: 4).

1.2.3. Algılanan Davranışsal Kontrol

PDT, Gerekçeli Eylem Teorisi'nde ele alınan tutum ve öznel normları genişleterek, algılanan davranışsal kontrolü incelemektedir (Conner ve Armitage, 1998: 1431). PDT'ye göre insan davranışları; davranışsal inançlar, normatif inançlar ve kontrol inançları olmak üzere üç tür düşünce tarafından yönetilmektedir. Buna göre davranışsal inançlar, davranışa ilişkin tutum üretir; normatif inançlar, algılanan sosyal baskı veya öznel norm ortaya çıkarır; kontrol inançları ise algılanan davranışsal kontrole, davranışı gerçekleştirmenin algılanan kolaylığına veya zorluğuna yol açar (Ajzen, 2002: 665). PDT, insanların tümüyle kontrol edemediği (irade-dışı) davranışları öngörmede kullanılmaktadır. Teori bunu, algılanan davranışsal kontrol olarak adlandırılan davranışsal niyet ve davranışın öngörücüsünü kullanarak başarmaya çalışır (Notani, 1998: 248). Ajzen (1991), algılanan davranışsal kontrolün, kontrolden yoksun durumlarla baş edebilmek amacıyla teoriye eklendiğini belirtmektedir zira bireylerin bir davranışa yönelmede kontrol edemediği (kontrol eksikliği yaşadığı)

durumlar ortaya çıkabilmektedir (Ajzen, 1991: 666). Örneğin, DeVellis vd. (1990), algılanan davranışsal kontrolün, kansere yakalanma açısından yüksek ve orta riskli 40-75 yaş arası grubun kanser taramasına katılımı öngörmedeki rolünü incelemişler, her iki grupta da algılanan davranışsal kontrolün, tutumun ve öznel normun katkılarının üzerinde test taramasını tamamlama niyetinin tahminini arttırdığı görülmüştür. Görüldüğü üzere, algılanan davranışsal kontrol davranış niyetini öngörmede belirgin bir rol üstlenmektedir. Bir başka çalışmada Godin vd. (1993), genel popülasyonun yetişkinleri (1. grup) ve bir grup hamile kadın (2. grup) arasında egzersiz niyetleri ve davranışlarının tahmin edilmesi için PDT'nin altında yatan temel varsayımları incelemişler ve her iki çalışmanın sonuçları algılanan davranışsal kontrolün egzersiz yapma niyetinin anlaşılmasına katkıda bulunduğunu, ancak egzersiz davranışının öngörülmesine katkıda bulunmadığını ortaya koymuştur.

1.2.4. Davranışsal Niyet

PDT'ye göre tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrol niyeti öngörmek için kullanılmaktadır. Diğer ifadeyle teorinin odağında niyete yönelik tahminler yer almaktadır. Teori, algılanan davranışsal kontrolün, davranışsal niyetlerle birlikte davranış güçlü şekilde öngöreceğini savunmaktadır (Ajzen, 1991:184; Conner ve Armitage, 1998: 1431). PDT'nin varsayımları birçok ampirik çalışmada niyeti tahmin etmede test edilmiştir. Parker vd. (1992), öznel normlar ve davranışsal niyetler arasındaki ilişki, davranışlara yönelik tutumlar ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkiden tutarlı bir şekilde daha güçlü olduğunu belirtmişlerdir. Crawley (1990), öğretmenlerin davranışsal niyetlerinin tahminine tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün önemli şekilde etki ettiğini, davranışa yönelik tutumun, davranışsal niyetin en önemli belirleyicisi olduğu belirlenmiştir. Bu ve benzeri çalışmalar PDT'nin belirleyicilerinin, niyetleri öngörmede önemli bir tahmin aracı olduğunu göstermektedir.

2. Kuramsal Çerçeve

2.1. Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim/Ziyarete İlişkin Tutum ve Seyahat Niyeti İlişkisi

Tabbane ve Hamouda (2013), e-ağızdan ağıza iletişimin Tunus'lu tüketicilerin tutumları üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada, tüketicilerin e-ağızdan ağıza iletişime maruz kaldıklarında önerilen ürüne yönelik tutumları arasında önemli bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Rizky vd. (2017), e-ağızdan ağıza iletişimin destinasyona yönelik tutumu ve seyahat niyetini olumlu yönde etkilediğini ayrıca destinasyona yönelik tutumun, seyahat niyetini etkilediğini belirlemişlerdir. Adila vd. (2020), sosyal e-ağızdan ağıza iletişimin, marka tutumu ve satın alma niyeti üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada değişkenler arasında güçlü bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir. Dennis vd. (2009), çevrimiçi alışveriş yapan tüketicilerin bir e-perakendeciden satın alma niyetlerinin, e-perakendeciye yönelik tutumlardan olumlu etkileneceğini bildirmişlerdir. Gosal vd. (2020), e-ağızdan ağıza iletişimin seyahat niyeti, seyahat kararı, şehir imajı ve bir turizm şehri ziyaret etme tutumu üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmada e-ağızdan ağıza iletişimin, tutum, seyahat niyeti ve seyahat kararı üzerinde önemli etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmada ayrıca tutumun, seyahat niyetini; seyahat niyetinin de seyahat kararlarını etkilediği görülmüştür. Prayogo ve Kusumawardhani (2017), e-ağızdan ağıza iletişimin turistlerin tekrar ziyaret etme niyetlerini pozitif etkilediğini belirtmişlerdir. Albarq (2014), e-ağızdan ağıza iletişimin turistlerin seyahat niyetlerini ve bir destinasyona yönelik turist tutumlarını pozitif yönde etkilediğini, tutumların da seyahat niyetleri üzerinde pozitif etkisi olduğu sonuçlarına ulaşmışlardır. Park vd. (2017), Çin'li üniversite öğrencilerinin Japonya'ya seyahat etme niyetlerini açıklamak için PDT'yi kullanmışlardır. Çalışma sonucu tutumun, Japonya'ya seyahat etme niyeti üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Lam ve Hsu (2006), seyahat destinasyonu seçimini PDT bağlamında incelemiş, modelin uygulanabilirliğini genişletmek adına geçmiş davranış değişkenini modele eklemişlerdir. Çalışma sonuçlarına göre tutum, algılanan davranışsal kontrol ve geçmiş davranışın, bir seyahat destinasyonu seçimine yönelik davranışsal niyetler ile ilişkili bulunmuştur.

Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H₁: E-ağızdan ağıza iletişimin, bir destinasyona yönelik ziyarete ilişkin tutumlar üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂: Bir destinasyonu ziyaret etmeye yönelik tutumların, seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.2. E-ağızdan Ağıza İletişim/Subjektif (Öznel) Norm İlişkisi

Kitcharoen (2019), elektronik ağızdan ağıza iletişimin akıllı telefonlar aracılığıyla otel rezervasyon niyetini etkileyen faktörler üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucu, e-ağızdan ağıza iletişimin, akıllı telefon aracılığıyla otel rezervasyonu yapma niyetine yönelik öznel norm üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Ikhsan ve Ohliati (2020), Instagram'da e-ağızdan ağıza iletişimin Jakarta'daki tüketicilerin çevrimiçi yemek teslimatı yoluyla kahve satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştırmışlardır. Sonuçlar, e-ağızdan ağıza iletişimin satın almaya yönelik tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve çevrimiçi yemek teslimatı aracılığıyla kahve satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Jalilvand ve Samiei (2012), e-ağızdan ağıza iletişimin İsfahan'ı ziyaret

etmeye yönelik tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğunu belirtmişlerdir.

Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₃: E-ağızdan ağıza iletişimin, bir destinasyona yönelik ziyarete ilişkin subjektif (öznel) normlar üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.3. Subjektif (Öznel) Norm/ Seyahat Niyeti İlişkisi

Hsiao ve Yang (2010), PDT'den yararlanarak Tayvan'daki yolcuların yüksek hızlı tren kullanma istekliliğini araştırmışlardır. Sonuçlar, tutum, algılanan davranışsal kontrol ve öznel normun, yüksek hızlı trenden yararlanmaya yönelik davranışsal niyet üzerinde pozitif etkilerinin bulunduğunu göstermiştir. Özer vd. (2015) çalışmalarında subjektif norm ve hizmet kalitesinin, tekrar ziyaret etme niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ünlüönen ve Işın (2018), Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler üzerinden gerçekleştirmiş oldukları çalışmalarında turistlerin tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrollerinin davranışsal niyetlerini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₄: Subjektif (öznel) normların, seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.4. E-ağızdan Ağıza İletişim/Algılanan Davranışsal Kontrol İlişkisi

Ikhsan ve Ohliati (2020), e-ağızdan ağıza iletişimin satın almaya yönelik tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve çevrimiçi yemek teslimatı aracılığıyla kahve satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Kitcharoen (2019), e-ağızdan ağıza iletişimin akıllı telefon aracılığıyla otel rezervasyon niyetine yönelik algılanan davranışsal kontrol üzerinde anlamlı etkisi olduğunu belirtmiştir. Tiono (2016), PDT bağlamında gerçekleştirdiği çalışmada e-ağızdan ağıza iletişimin turistik yerleri ziyarete etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonuçları; e-ağızdan ağıza iletişim, davranışa yönelik tutum, öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrol ve niyet arasında önemli ilişkiyi ortaya koymuştur. Jalilvand ve Samiei (2012), e-ağızdan ağıza iletişimin, İsfahan'ı ziyaret etmeye yönelik tutumlar, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğunu belirtmişlerdir.

Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₅: E-ağızdan ağıza iletişimin, bir destinasyona yönelik ziyarete ilişkin algılanan davranışsal kontrol üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.5. Algılanan Davranışsal Kontrol/Seyahat Niyeti İlişkisi

Lam ve Hsu (2006) çalışmasına göre tutum, algılanan davranışsal kontrol ve geçmiş davranış, bir seyahat destinasyonu seçimine yönelik davranışsal niyet ile ilişkili bulunmuştur. Shan vd. (2020), tutum, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol, müşteri değeri ve erişilebilirliğin, turistlerin Haizhou Körfezi'ni ziyaret etme niyetleri üzerinde anlamlı pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Hsiao ve Yang (2010), PDT'den yararlanarak Tayvan'daki yolcuların yüksek hızlı tren kullanma istekliliğini araştırmışlardır. Sonuçlar, tutum, algılanan davranışsal kontrol ve öznel normun yüksek hızlı trenden yararlanmaya yönelik davranışsal niyet üzerinde pozitif etkilerinin bulunduğunu göstermiştir. Quintal vd. (2010), farklı ülkelerde gerçekleştirdikleri çalışmada öznel normlar ve algılanan davranışsal kontrolün, tüm ülke örneklerinde niyetleri önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

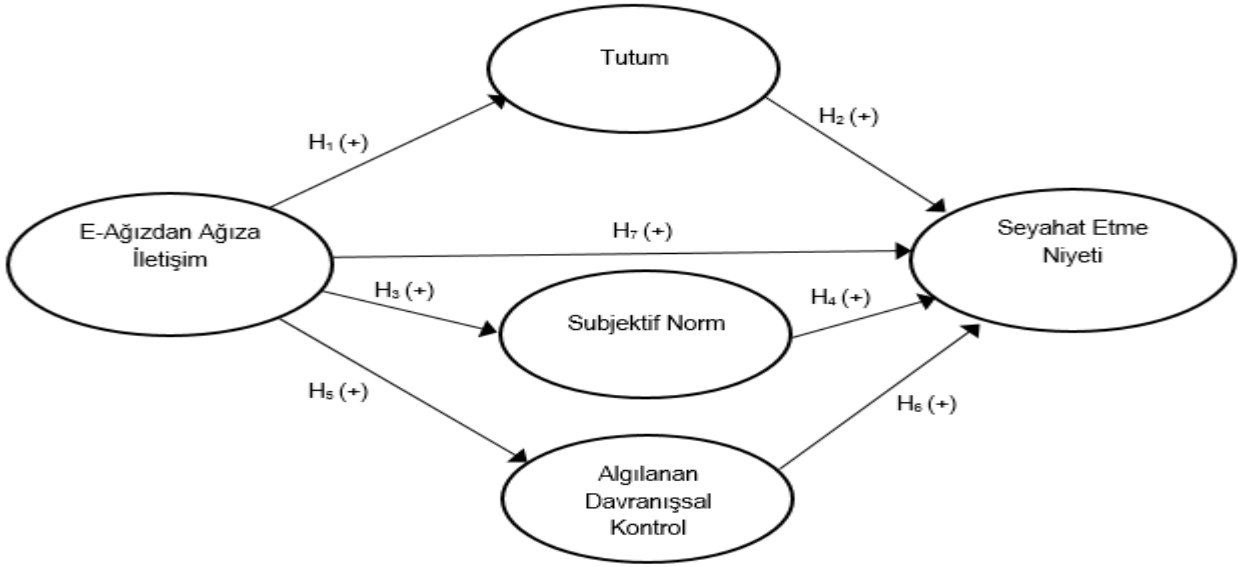
H₆: Algılanan davranışsal kontrolün, seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.6. E-ağızdan Ağıza İletişim/Seyahat Niyeti İlişkisi

Rizky vd. (2017), e-ağızdan ağıza iletişimin destinasyona yönelik tutumu ve seyahat niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Purbadharmaja vd. (2021), e-ağızdan ağıza iletişimin destinasyon imajı ve ziyaret niyeti üzerinde pozitif etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Doosti vd. (2016), e-ağızdan ağıza iletişimin, şehre yönelik tutumun ve şehrin genel imajının turistlerin ziyaret niyetlerinin önemli belirleyicileri olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ahmad vd. (2019), e-ağızdan ağıza iletişimin (kalite, nicelik ve güven boyutlarının) her üçünün de seyahat etme niyeti üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu; en yüksek etkinin nicelik, en düşük etkinin ise güven boyutu olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Bu değerlendirmeler ışığında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

H₇: E-ağızdan ağıza iletişimin, bir destinasyona yönelik ziyarete ilişkin seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırma Model Önerisi

3. Yöntem

Çalışma, PDT bağlamında, elektronik ağızdan ağıza iletişimin turistlerin seyahat niyetleri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda e-ağızdan ağıza iletişimin, PDT kapsamında tutum, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve niyet üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmancının evrenini, Instagram, Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinden ya da farklı çevrimiçi bilgi kaynakları vasıtasıyla konaklama yapma niyetine sahip oldukları belirlenen ve destinasyonlar hakkında deneyim sahibi olmuş 400 tüketiciden toplanan veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veri toplamak için anket tekniği kullanılmıştır. Bütün evrene ulaşamaması nedeniyle araştırmada “kolayda örneklem yöntemi” kullanılmıştır. Çalışma kapsamında veriler, çevrim içi ortamlar aracılığıyla toplanmıştır. Çevrimiçi anket, Facebook, WhatsApp grupları dâhil olmak üzere sosyal medya siteleri aracılığıyla dağıtılmış ve toplam 400 geçerli yanıt alınmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formunda ilk bölüm, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için kullanılan sorulardan oluşturulmuştur. Anket formunun diğer bölümü ise e-ağızdan ağıza iletişim, PDT kapsamında tutum, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve seyahat etme niyetini ölçmeye yönelik ifadelerle yer verilmiştir.

E-ağızdan ağıza iletişim değişkenine ait ifadelerin ölçümü için Jalilvand ve Samiei (2012) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Kullanılan ölçek “(1) Hangi destinasyonların başkaları üzerinde iyi izlenimler bıraktığını öğrenmek için sık sık diğer turistlerin çevrimiçi seyahat incelemelerini okurum. (2) Doğru destinasyonu seçtiğimden emin olmak için sık sık diğer turistlerin çevrimiçi seyahat incelemelerini okurum. (3) Çekici bir destinasyon seçmeye yardımcı olması için sık sık diğer turistlerin çevrimiçi seyahat incelemelerine başvuruyorum. (4) Belirli bir destinasyona seyahat etmeden önce sık sık diğer turistlerin çevrimiçi seyahat incelemelerinden bilgi topluyorum. (5) Bir destinasyona seyahat ederken turistlerin çevrimiçi seyahat incelemelerini okumazsam, kararım konusunda endişelenirim. (6) Bir destinasyona seyahat ettiğimde, turistlerin çevrimiçi seyahat incelemeleri, destinasyona seyahat etme konusunda kendime güvenmemi sağlıyor.” ifadelerinden oluşmaktadır.

Planlanmış Davranış Teorisini oluşturan “tutum” değişkenine ait soruların ölçümü için Soliman (2021) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçek soruları beş maddeden oluşmaktadır. Benim için internetten bulduğum bir destinasyonu ziyaret etmek; (1) Son derece keyifsiz/son derece keyifli (2) Son derece zevksiz/son derece zevkli (3) Son derece yetersiz/son derece tatmin edici. (4) Son derece uygun olmayan/son derece avantajlı. (5) Son derece sıkıcı/son derece eğlenceli. “Subjektif norm” değişkenine ait soruların ölçümü için Jalilvand ve Samiei (2012)’nin çalışmalarından üç maddelik ölçek kullanılmıştır. Yakın gelecekte; (1) Hayatımdaki önemli insanlar X destinasyonunu ziyaret etmem gerektiğini söylüyor. (2) Benim için önemli olan çoğu insan X destinasyonunu ziyaret etmemi isterdi. (3) Görüşlerine değer verdiğim insanlar X destinasyonunu ziyaret etmemi tercih ederler. “Algılanan davranışsal kontrol” değişkenini ölçmek için Kassem vd. (2010) tarafından uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Algılanan davranışsal kontrol değişkeni ölçümü beş maddeyi içermektedir. Yakın gelecekte; (1) X destinasyonunu tekrar ziyaret edip etmemek tamamen bana kalmış. (2) X destinasyonunu tekrar ziyaret edebileceğimden eminim. (3) X destinasyonunu tekrar ziyaret etmek için param var. (4) X destinasyonunu tekrar ziyaret etmek için zamanım var. (5) X destinasyonunu ziyaret etme fırsatım var.

Çalışmada son bağımlı değişken olan “seyahat niyeti” ölçeğine ait ifadelerin ölçümü için Kassem vd. (2010) tarafından uyarlanan maddeler kullanılmıştır. Ölçek soruları üç maddeden oluşmaktadır. (1) İleride X destinasyonunu ziyaret edeceğimi tahmin ediyorum. (2) Diğer turizm destinasyonlarından ziyade X destinasyonunu ziyaret ederdim. (3) Her şey düşündüğüm gibi giderse, gelecekte X destinasyonunu ziyaret etmeyi planlayacağım.

4. Bulgular

4.1. Demografik Bulgular

Çalışmanın ilk bölümünde tüketicilerin demografik özellikleri incelenmiş ve bu bağlamda tespit edilen sonuçlar Tablo 1’de detaylı olarak verilmektedir.

Tablo 1. Katılımcı Demografik Bulguları

Katılımcı Özellikleri		N	%
Yaş Aralığı	18-24 yaş aralığı	65	16,3
	25-34 yaş aralığı	60	15,0
	35-44 yaş aralığı	101	25,3
	45-54 yaş aralığı	45	11,3
	55-64 yaş aralığı	72	18,0
	65 yaş ve üzerinde olanlar	57	14,2
Cinsiyet	Erkek	237	59,3
	Kadın	163	40,8
Medeni Durum	Evli	209	52,3
	Bekâr	191	47,8
Eğitim	İlköğretim	29	7,2
	Lise	67	16,8
	Ön lisans	109	27,3
	Lisans	143	35,8
	Yüksek Lisans/doktora	52	13,0
Gelir Algısı	Çok düşük	-	-
	Düşük	71	17,8
	Orta	221	55,3
	Yüksek	89	22,3
	Çok yüksek	19	4,8

Katılımcıların yaş aralığı incelendiğinde %25,3’ü 35-44 yaş aralığındadır. Tüketicilerin cinsiyetlerine bakıldığında; %59,3’ü erkek, %40,8’i kadındır. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında %52,3’ü evli ve %47,8’i ise bekârdır. Katılımcıların %40,4’ü lisans mezunudur. Katılımcıların gelir algılarına bakıldığında, %55,3’ü kendisini orta düzeyde gelire sahip olduğunu belirtmiştir.

5. Veri Analizi

Araştırmanın analizi için Smart PLS kullanılmıştır. Smart PLS, veri analiz yöntemini ölçüm ve yapısal model olarak iki aşamada değerlendirilmektedir (Hair vd.,2014). Ölçüm modelinin gerçekleştirilmesinde güvenilirlik katsayısının hesaplanması için Cronbach Alpha (CA) ve rho-A değerleri incelenmektedir. İç tutarlılığının hesaplanması için bileşik güvenilirlik (Composite Reliability-CR), uyum geçerliliğini belirlemek için ise faktör yükleri ve ortalama açıklanan varyans (Average Variance Extracted-AVE) değerleri hesaplanmaktadır. Ayrım geçerliliğini tespit etmek için Fornell-Larcker kriteri ve HTMT (Heterotrait-Monotrait Ratio) testleri uygulanmaktadır. Yapısal modelin değerlendirme sürecinde, çoklu bağlantı analizi (VIF), determinasyon katsayısı (R^2), etki büyüklüğü analizi (f^2) ve yol katsayısı analizleri gerçekleştirilmektedir.

5.1. Ölçüm Modeli Sonuçları

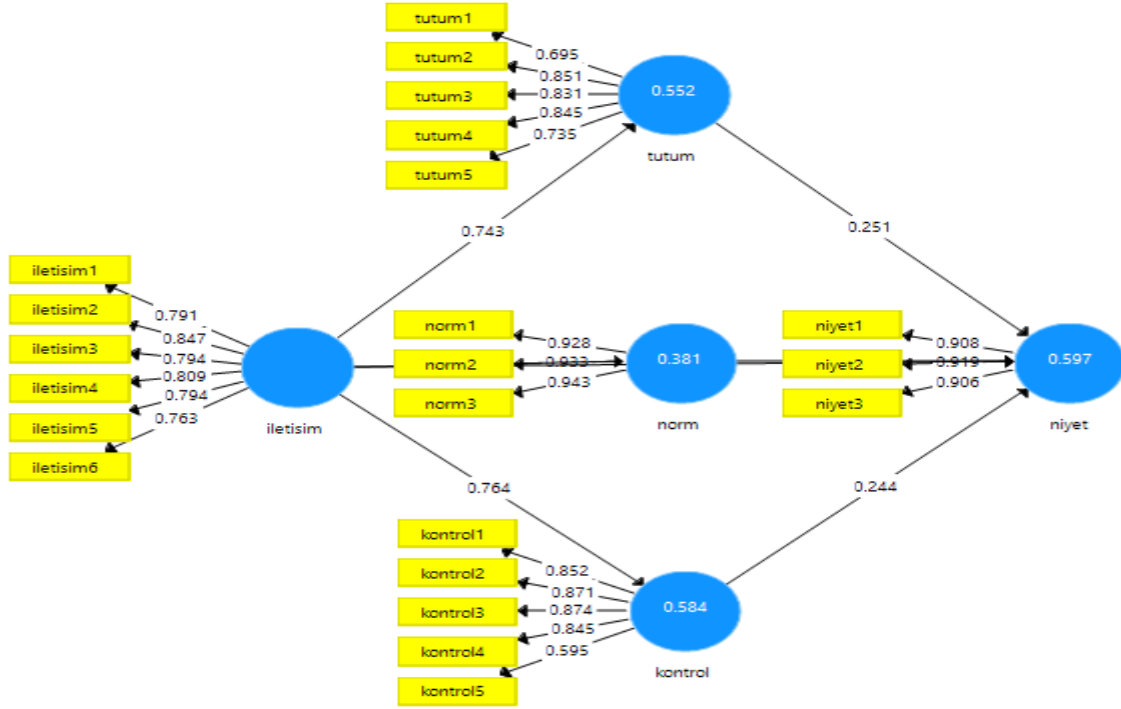
Ölçüm modeli için gerekli hesaplamalar Smart PLS kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Hair vd. (2019), CA, rho-A ve CR değerlerinin 0.70’den büyük olması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca, ölçeğin uyum geçerliliğini doğrulamak için faktör yükleri ve AVE değerlerinin 0,50’den fazla olması gerekmektedir (Hair vd., 2014).

Tablo 2. Güvenirlik ve Geçerlik

Değişkenler	CA	CR	rho-A	AVE
E-Ağızdan Ağıza İletişim	0,888	0,914	0,890	0,640
Tutum	0,851	0,895	0,853	0,631

Subjektif Norm	0,928	0,954	0,928	0,874
Algılanan Davranışsal Kontrol	0,867	0,906	0,875	0,663
Seyahat Etme Niyeti	0,898	0,936	0,898	0,830

Gerçekleştirilen analizler neticesinde CA, rho-A, CR, faktör yükleri ve AVE değerlerinin belirtilen sınır yüklerinden fazla olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 2. Açıklanan Ortalama Varyans

Ölçeklerin ayırt edici geçerliliğini doğrulamak için Fornell ve Larcker (1981)'in kullandığı ölçüm modeli kullanılmıştır. Ayırım geçerliliği, korelasyon değerlerinin AVE karekökü ile karşılaştırılarak test edilmesidir. Mevcut çalışmada elde edilen AVE karekök değerlerinin (koyu renkli değerler), diğer yapılarla olan karşılıklı korelasyon değerlerinden daha yüksek çıkmış ve böylece ayırım geçerliliğinin doğruluğu belirlenmiştir. Sonuçlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Ayırım Geçerliliği Sonuçları (Fornell Larcker Kriteri)

Değişkenler	1	2	3	4	5
E-Ağızdan Ağıza İletişim	0,800				
Tutum	0,743	0,794			
Subjektif Norm	0,617	0,616	0,935		
Algılanan Davranışsal Kontrol	0,764	0,717	0,688	0,814	
Seyahat Etme Niyeti	0,685	0,687	0,631	0,703	0,911

HTMT oranı, ayırım geçerliliğini değerlendirmek için yeni bir kriter olarak görülmektedir (Hair vd.,2016). HTMT değerleri 1'den küçük olmalıdır (Henseler vd., 2016). Çalışmada HTMT'nin tüm değerlerinin 1'in altında olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4. Ayırım Geçerliliği Sonuçları (HTMT)

Değişkenler	1	2	3	4	5
E-Ağızdan Ağıza İletişim					
Tutum	0,837				
Subjektif Norm	0,674	0,690			
Algılanan Davranışsal Kontrol	0,867	0,833	0,771		
Seyahat Etme Niyeti	0,760	0,783	0,691	0,799	

Araştırma modelinin uyum iyiliği değerleri için ki-kare, SRMR ve NFI değerleri incelenmiştir. Buna göre, ki-kare değeri 1165.096 bulunurken, SRMR 0.071 sonucu ile kritik değer olan 0.08'den (Hu ve Bentler, 1999) düşük çıkmıştır. Hair vd.

(2013), 1'e yakın bir NFI değerini iyi uyum anlamına geldiğini ifade etmişlerdir. Elde edilen sonuçlar neticesinde NFI değerinin 0.831 olduğu belirlenmiştir. Tüm bu değerler araştırma modelinin uyum iyiliğini karşıladığını göstermektedir.

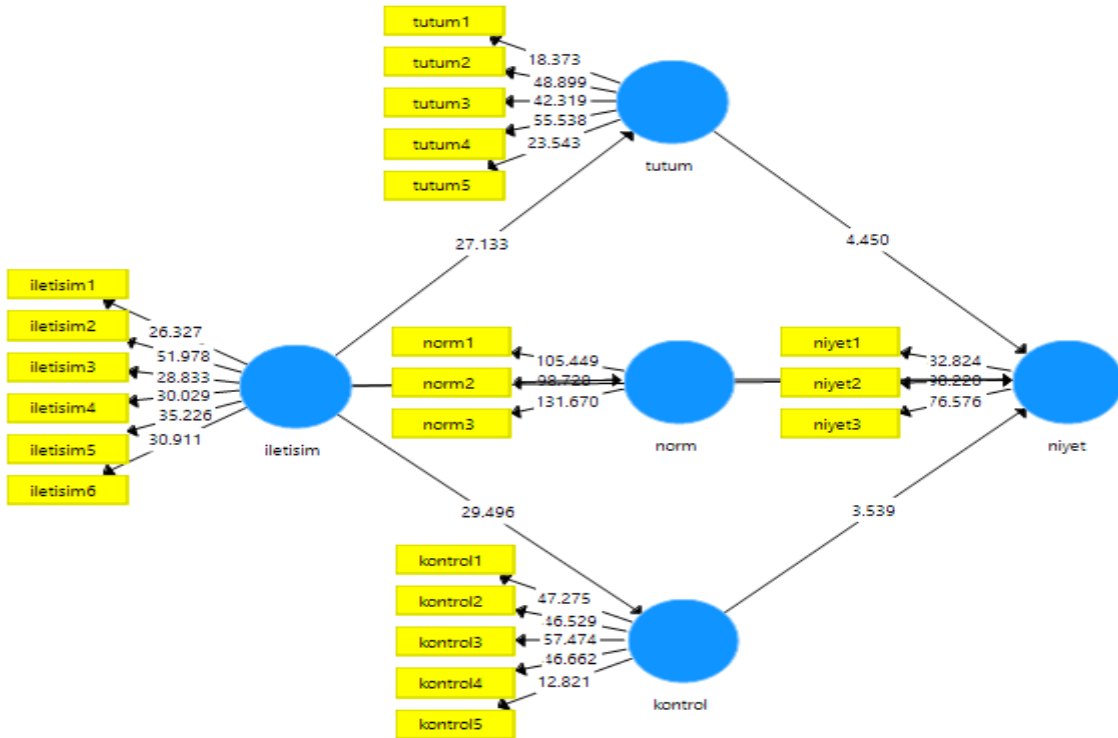
5.2. Yapısal Model Sonuçları

Yapısal modelin tespiti için VIF, R^2 , f^2 ve yol katsayısı analizleri gerçekleştirilmiştir. VIF analizi, modele ait olan değişkenler arasında doğrusallık probleminin olup olmadığını belirleyen bir kıstastır (O'brien, 2007). Her bir değişkene ait VIF değerlerinin 3'ün altında olması beklenmektedir (Diamantopoulos ve Sigua, 2006). Gerçekleştirilen analizler neticesinde VIF belirlenen kriterler eşliğinde olduğu tespit edilmiştir (Tablo 5). VIF değerlerinin belirlenmesi sonrasında bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri ne kadar açıkladığını görebilmek adına R^2 determinasyon katsayılarına bakılmıştır. Elde edilen determinasyon katsayılarına göre e-ağızdan ağıza iletişimin tutumu açıklama oranı %55, subjektif normu açıklama oranı %38, algılanan davranışsal kontrolü açıklama oranı %58 ve seyahat etme niyetini açıklama oranı %59 olarak tespit edilmiştir. Bir sonraki yapısal değerlendirme analizi etki büyüklüğünü temsil eden f^2 analizidir. Bu analizde bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri açıklama oranındaki payları belirlenmektedir. Ortaya çıkan değerler 0,02 ve altında ise düşük, 0,15-0,35 ise orta, 0,35 üzerinde ise güçlü bir etkiye göstermektedir (Cohen, 1988). Gerçekleşen analiz neticesinde f^2 değerlerinin genel olarak orta düzeyde bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir (Tablo 6). Yapısal modelde son aşama olarak yol analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5 ve Şekil 3'te detaylı olarak verilmektedir.

Tablo 5. Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Hipotezler		β	S.S.	t-değeri	p-değeri	VIF	f^2
Model							
H ₁	E-A.A. >>> Tutum	0,743	0,027	27,133	0,000***	1,000	1,230
H ₂	Tutum >>> S.E.N.	0,251	0,056	4,450	0,000***	2,617	0,060
H ₃	E-A.A. >>> S.N.	0,617	0,041	14,975	0,000***	1,000	0,616
H ₄	S.N >>> S.E.N.	0,187	0,069	2,712	0,007**	2,039	0,043
H ₅	E-A.A. >>> A.D.K.	0,764	0,026	29,496	0,000***	1,000	1,404
H ₆	A.D.K. >>> S.E.N.	0,244	0,069	3,539	0,000***	2,138	0,047
H ₇	E-A.A. >>> S.E.N.	0,197	0,071	2,780	0,006**	2,292	0,032

$p < 0.001^{***}$, $p < 0.01^{**}$, $p < 0.05^*$; E-A.A.İ: Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim, S.E.N: Seyahat Etme Niyeti, S.N: Subjektif Norm, A.D.K: Algılanan Davranışsal Kontrol



Şekil 3. Yapısal Eşitlik Modeli

Gerçekleştirilen yapısal eşitlik modeli sonuçlarına göre, e-ağızdan ağıza iletişimin bir destinasyona yönelik ziyarete ilişkin tutumlar, subjektif (özn

el) normlar, algılanan davranışsal kontrol ve seyahat niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla H₁, H₃, H₅ ve H₇ hipotezleri kabul edilmiştir. Diğer yandan bir destinasyonu ziyaret etmeye yönelik tutumların, subjektif normların ve algılanan davranışsal kontrolün seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisinin olduğu da belirlenmiştir. Bu bakımdan H₂, H₄ve H₆hipotezleri kabul edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Çalışma, PDT bağlamında, elektronik ağızdan ağıza iletişimin turistlerin seyahat niyetleri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Yapısal eşitlik model prosedürleri, e-ağızdan ağıza iletişimin, PDT bağlamında tutum, öznel normlar, algılanan davranışsal kontrol ve niyet üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışma modeli, Instagram, Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinden ya da farklı çevrimiçi bilgi kaynaklarından konaklama yapma niyetine sahip oldukları destinasyonlar hakkında deneyim sahibi olmuş 400 tüketiciden toplanan veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bir destinasyonu ziyaret etmeye yönelik tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontrolün tamamının, belirli bir destinasyona seyahat etme niyetinin önemli belirleyicileri olduğu bulunmuştur.

Çalışmada ilk olarak e-ağızdan ağıza iletişimin, bir destinasyona yönelik ziyarete ilişkin tutumlar üzerinde ve bir destinasyonu ziyaret etmeye yönelik tutumların, seyahat etme niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonular literatürle tutarlı sonuçlar içermektedir (Tabbane ve Hamouda, 2013; Albarq, 2014; Rizky vd., 2017; Prayogo ve Kusumawardhani, 2017). Bu sonuçlara göre, turistlerin destinasyon seçimlerinde başkaları üzerinde iyi izlenimler bırakan destinasyonları öğrenmek için diğer turistlerin çevrimiçi seyahat incelemeleriyle ilgilenmeleri ve destinasyon tercihleri sonrasında dahi çevrimiçi bilgi arayışında olmaları turistlerin destinasyona yönelik tutum ve davranış niyeti geliştirmelerine yardımcı olacaktır. Günümüzde tüketiciler sanal teknolojilerden oldukça yararlanmakta ve internette uzun süre vakit geçirmektedirler. İnternetin birçok kullanım amacı olduğu gibi bunlardan birisi de tüketicilerin satın alma kararlarını yönlendirmesidir. Birçok tüketici çevrimiçi ortamlarda deneyimlerini başkalarıyla paylaşmakta bu durum daha önce deneyim yaşamayan tüketicilerin kararlarına önemli oranda etki edebilmektedir. Bu nedenle turizm yöneticilerinin çevrimiçi platformları önemsemeleri, şikâyetlere anlık çözümler sunan mesajlaşma yöntemleri geliştirmeleri önerilmektedir. Tüketicilerin deneyimlerini paylaşmaya özendirilmesi de farklı bir strateji olabilir. Bu noktada önemli olan şikâyet deneyimlerine anlık çözüm üretilmesi ya da yanıt verilmesi ve olumlu mesajların daha fazla tüketiciye ulaştırılmasının sağlanmasıdır. Bu noktada turistlere deneyimlerini paylaşma konusunda özendirici birtakım argümanlar sunulabilir.

Çalışmada ayrıca e-ağızdan ağıza iletişimin öznel normlar, öznel normların da seyahat niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar literatürle tutarlılık içermektedir (Hsiao ve Yang, 2010; Jalilvand ve Samiei, 2012; İkhsan ve Ohliati, 2020). Öznel normlar, bireylerin veya grupların davranışı onayladığına (inanç gücü) ve bu referanslara uyma motivasyonuna göre belirlenmektedir (Ajzen, 2006). Ayrıca öznel normlar sosyal baskıları dikkate alır. Başkalarının fikirlerine ve önerilerine değer veren ve sanal platformları takip eden tüketicilerin tutumları çevrelerince desteklendiğinde daha güçlü niyet geliştirebilirler. Bu nedenle turizm yöneticilerinin destinasyonlara yönelik niyet geliştirmelerinde destinasyon niteliklerinin yanında turistlerin etkileyici konumundaki referans çevrelerini de dikkate almaları önerilmektedir. Mesela tüketicilere destinasyon kararlarına etki eden referans çevreye ilişkin sorular yöneltilen geri bildirimlerle yakın çevrenin ağızdan ağıza iletişime yönltilmesi ve niyetleri etkilemesi sağlanabilir.

Çalışmada e-ağızdan ağıza iletişimin, algılanan davranışsal kontrol ve algılanan davranışsal kontrolün seyahat niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar literatürle tutarlıdır (Hsiao ve Yang, 2010; Tiono, 2016; Kitcharoen, 2019). Ajzen (1991), algılanan davranışsal kontrolün, kontrolden yoksun durumlarla baş edebilmek amacıyla teoriye eklendiğini belirtmektedir zira bireylerin her durumu kontrol edebilmesi olanak dahilinde değildir (Ajzen, 1991). Bu noktada teoride varsayıldığı gibi algılanan davranışsal kontrolün seyahat niyetlerini güçlendirdiği görülmüş ve teori onaylanmıştır. Ayrıca e-ağızdan ağıza iletişimle elde edilen bilgiler tüketicilerin belirsizlik algısını yöneteceği de açıktır. Diğer ifadeyle e-ağızdan ağıza iletişimin tüketicilerin belirsizlik algılarını yönetmede etkili olacağı açıktır. Destinasyon tercihlerini yaparken diğerlerinin çevrimiçi seyahat deneyimlerini inceleyen turistlerin sahip olduğu algılar, tercih etmek istedikleri destinasyonlara olan niyeti daha da güçlendirecek ve algılanan davranışsal kontrolde değinildiği gibi turistlerin niyet oluşturmadığında öngöremediği veya kontrol edemediği alanları yönetecektir. Bu nedenle turizm yöneticilerinin e-ağızdan ağıza iletişime önem vermeleri bir kez daha güçlü şekilde önerilmektedir.

Çalışmada son olarak e-ağızdan ağıza iletişimin, seyahat niyeti üzerinde anlamlı etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma literatürle tutarlı sonuçlar içermektedir (Doosti vd., 2016; Rizky vd., 2017; Purbadharmaja vd., 2021). Sonuçlar, e-ağızdan ağıza iletişimin tüketicilerin destinasyon seyahat niyetini arttırdığı görülmüştür. Turizm yöneticileri sadece gelecekteki seyahat planları yapanları değil, mevcut müşterilerini de dikkate almalıdırlar. Bu kapsamda turistlere unutulmaz

deneyimler yaşatmak önemlidir zira bu deneyimler gelecekte paylaşım yoluyla deneyim yaşamayan turistlerin de kararlarına etki edecektir. Turizm yöneticilerinin turizm süreçlerine ilişkin deneyimlerin paylaşıldığı web içerikleri oluşturmaları, akıllı turizm teknolojileri kullanımı ile bilgi iletişim teknolojilerinin tüm olanaklarından yararlanmaları güçlü bir strateji sunabilir.

Bu çalışmanın ilk kısmı çalışmada kullanılan değişkenlere ve sektöre ilişkindir. Gelecek çalışmaların farklı kültür ve coğrafyalarda farklı değişkenlerin dahil edilerek incelenmesi literatüre ve uygulayıcılara katkılar sağlayacaktır. Ayrıca gelecek çalışmalarda demografik faktörlere göre e-ağızdan ağıza iletişimin incelenmesi yararlı olabilir. Zira teknoloji kullanım yeterliliği yaşa, cinsiyete ve eğitime göre farklılaşabilir. Böylelikle özellikle teknoloji kullanım yeterliliğine göre sonuçların daha ayrıntılı irdelenmesi olanaklı olacaktır.

Kaynakça

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *In Action control* (pp. 11-39). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior 1. *Journal of applied social psychology*, 32(4), 665-683.
- Ajzen, I. (2006). Behavioral interventions based on the theory of planned behavior. *In P. Gollwitzer and J.A. Bargh (eds) Psychology of Action*. New York: Guilford, 385-403.
- Ajzen, I. (2015). Consumer attitudes and behavior: the theory of planned behavior applied to food consumption decisions. *Rivista di Economia Agraria*, 70(2), 121-138.
- Ajzen, I., & Driver, B. L. (1992). Application of the theory of planned behavior to leisure choice. *Journal of leisure research*, 24(3), 207-224.
- Albarq, A. N. (2014). Measuring the impacts of online word-of-mouth on tourists' attitude and intentions to visit Jordan: An empirical study. *International Business Research*, 7(1), 14-22.
- Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of research in personality*, 25(3), 285-301.
- Chang, H. H., & Wu, L. H. (2014). An examination of negative e-WOM adoption: Brand commitment as a moderator. *Decision Support Systems*, 59, 206-218.
- Christodoulides, G., Michaelidou, N., & Argyriou, E. (2012). Cross-national differences in e-WOM influence. *European Journal of Marketing*, 46(11/12), 1689-1707.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd Ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Conner, M., & Armitage, C. J. (1998). Extending the theory of planned behavior: A review and avenues for further research. *Journal of applied social psychology*, 28(15), 1429-1464.
- Crawley III, F. E. (1990). Intentions of science teachers to use investigative teaching methods: A test of the theory of planned behavior. *Journal of Research in Science Teaching*, 27(7), 685-697.
- Dennis, C., Merrilees, B., Jayawardhena, C., & Wright, L. T. (2009). E-consumer behaviour. *European journal of Marketing*, 43(9/10), 1121-1139.
- DeVellis, B. M., Blalock, S. J., & Sandler, R. S. (1990). Predicting Participation in Cancer Screening: The Role of Perceived Behavioral Control 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 20(8), 639-660.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2006). Formative versus reflective indicators in organizational measure development: A comparison and empirical illustration. *British journal of management*, 17(4), 263-282.
- Doosti, S., Jalilvand, M. R., Asadi, A., Pool, J. K., & Adl, P. M. (2016). Analyzing the influence of electronic word of mouth on visit intention: the mediating role of tourists' attitude and city image. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 137-148.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.

- Godin, G., & Kok, G. (1996). The theory of planned behavior: a review of its applications to health-related behaviors. *American journal of health promotion*, 11(2), 87-98.
- Godin, G., Valois, P., & Lepage, L. (1993). The pattern of influence of perceived behavioral control upon exercising behavior: an application of Ajzen's theory of planned behavior. *Journal of Behavioral Medicine*, 16(1), 81-102.
- Gosal, J., Andajani, E., & Rahayu, S. (2020, January). The Effect of e-WOM on Travel Intention, Travel Decision, City Image, and Attitude to Visit a Tourism City. In *17th International Symposium on Management (INSYMA 2020)* (pp. 261-265). Atlantis Press.
- Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). e-WOM Scale: word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 27(1), 5-23.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European business review*, 26(2), 106-121.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Matthews, L. M., & Ringle, C. M. (2016). Identifying and treating unobserved heterogeneity with FIMIX-PLS: Part I—method. *European Business Review*, 28(1), 63-76.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). Partial least squares structural equation modeling: Rigorous applications, better results and higher acceptance. *Long range planning*, 46(1-2), 1-12.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the Internet?. *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2-20.
- Hsiao, C. H., & Yang, C. (2010). Predicting the travel intention to take High Speed Rail among college students. *Transportation research part F: traffic psychology and behaviour*, 13(4), 277-287.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1-55.
- Ikhsan, R. B., & Ohliati, J. (2020, August). E-WOM And Social Commerce Purchase Intentions: Applying The Theory of Planned Behavior. In *2020 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)* (pp. 34-39). IEEE.
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The impact of electronic word of mouth on a tourism destination choice: Testing the theory of planned behavior (TPB). *Internet Research*, 22(5), 591-612.
- Kassem, N. O., Lee, J. W., Modeste, N. N., & Johnston, P.K. (2010). Understanding soft drink consumption among female adolescents using the theory of planned behavior. *Health Education Research*, 18(3), 278-91.
- Kimmel, A. J., & Kitchen, P. J. (2014). WOM and social media: Presaging future directions for research and practice. *Journal of Marketing Communications*, 20(1-2), 5-20.
- Kitcharoen, K. (2019). The Effect of E-Word of Mouth (E-WOM) on Various Factors Influencing Customers' Hotel Booking Intention. *ABAC ODI Journal Vision. Action. Outcome*, 6(1), 62-74.
- La Barbera, F., & Ajzen, I. (2020). Control Interactions in the Theory of Planned Behavior: Rethinking the Role of Subjective Norm. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 401-417.
- Lam, T., & Hsu, C. H. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination. *Tourism management*, 27(4), 589-599.
- Madden, T. J., Ellen, P. S., & Ajzen, I. (1992). A comparison of the theory of planned behavior and the theory of reasoned action. *Personality and social psychology Bulletin*, 18(1), 3-9.
- Miao, Y. (2015). The influence of electronic-WOM on tourists' behavioral intention to choose a destination: A case of chinese tourists visiting thailand. *AU-GSB e-journal*, 8(1), 13-31.

- Notani, A. S. (1998). Moderators of Perceived Behavioral Control's Predictiveness in the Theory of Planned Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 3(7), 247-271.
- O'brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & quantity*, 41(5), 673-690.
- O'Reilly, K., & Marx, S. (2011). How young, technical consumers assess online WOM credibility, *Qualitative Market Research*, 14(4), 330-359.
- Özer, L. Kement, Ü., & Gültekin, B. (2015). Genişletilmiş planlanmış davranış teorisi kapsamında yeşil yıldızlı otelleri tekrar ziyaret etme niyeti. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33(4), 59-85.
- Park, S. H., Hsieh, C. M., & Lee, C. K. (2017). Examining Chinese college students' intention to travel to Japan using the extended theory of planned behavior: Testing destination image and the mediating role of travel constraints. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(1), 113-131.
- Parker, D., Manstead, A. S., Stradling, S. G., Reason, J. T., & Baxter, J. S. (1992). Intention to commit driving violations: An application of the theory of planned behavior. *Journal of applied psychology*, 77(1), 94.
- Prayogo, R. R., & Kusumawardhani, A. (2017). Examining relationships of destination image, service quality, e-WOM, and revisit intention to Sabang Island, Indonesia. *APMBA (Asia Pacific Management and Business Application)*, 5(2), 89-102.
- Purbadharmaja, I. B. P., Setiawan, P. Y., Hayashi, T., & Widanta, A. A. B. P. (2021). How electronic word of mouth (e-WOM) triggers intention to visit through destination image, trust and satisfaction: the perception of a potential tourist in Japan and Indonesia, *Online Information Review*, ahead-of-print(ahead-of-print).
- Quintal, V. A., Lee, J. A., & Soutar, G. N. (2010). Risk, uncertainty and the theory of planned behavior: A tourism example. *Tourism management*, 31(6), 797-805.
- Reyes-Menendez, A., Saura, J. R., & Martinez-Navalon, J. G. (2019). The impact of e-WOM on hotels management reputation: exploring tripadvisor review credibility with the ELM model. *IEEE Access*, 7, 68868-68877.
- Rhodes, R. E., Jones, L. W., & Courneya, K. S. (2002). Extending the theory of planned behavior in the exercise domain: A comparison of social support and subjective norm. *Research quarterly for exercise and sport*, 73(2), 193-199.
- Rizky, R. M., Kusdi, R., & Yusri, A. (2017). The impact of e-WOM on destination image, attitude toward destination and travel intention. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 61(1), 94-104.
- Setiawan, P. Y., Troena, E. A., & Armanu, N. (2014). The effect of e-WOM on destination image, satisfaction and loyalty. *International Journal of Business and Management Invention*, 3(1), 22-29.
- Shan, G., Yee, C. L., & Ji, G. (2020). Effects of attitude, subjective norm, perceived behavioral control, customer value and accessibility on intention to visit Haizhou Gulf in China. *Journal of Marketing Advances and Practices*, 2(1), 26-37.
- Soliman, M. (2019). Extending the theory of planned behavior to predict tourism destination revisit intention. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 22(5), 524-549.
- Sotiriadis, M. D., & Van Zyl, C. (2013). Electronic word-of-mouth and online reviews in tourism services: the use of twitter by tourists. *Electronic Commerce Research*, 13(1), 103-124.
- Sparks, P., & Shepherd, R. (1992). Self-identity and the theory of planned behavior: assessing the role of identification with 'green consumerism'. *Social Psychology Quarterly*, 55, 388-399.
- Tabbane, R. S., & Hamouda, M. (2013). Impact of e-WOM on the Tunisian Consumer's Attitude towards the Product. *In Advances in Business-Related Scientific Research Conference* (pp. 20-22).
- Teng, S., Wei Khong, K., Wei Goh, W., & Yee Loong Chong, A. (2014). Examining the antecedents of persuasive eWOM messages in social media, *Online Information Review*, 38(6), 746-768.
- Tiono, M. V. (2016). *Pengaruh e-WOM Terhadap Intention Wisata di Banyuwangi: Theory of Planned Behavior*. Undergraduate Thesis.
- Tran, G. A., & Strutton, D. (2020). Comparing email and SNS users: Investigating e-servicescape, customer reviews, trust, loyalty and E-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 1-17.

TÜİK (2020). *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması*. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2020-33679](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2020-33679) (Erişim Tarihi: 07.11.2021).

Ünlüöner, K., & Işın, A. (2018). Türkiye'ye Gelen Yabancı Turistlerin Yerel Yiyecekleri Tüketme Niyeti Üzerine Planlı Davranış Teorisi Kapsamında Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 662-689.

Yoo, C. W., Sanders, G. L., & Moon, J. (2013). Exploring the effect of e-WOM participation on e-Loyalty in e-commerce. *Decision Support Systems*, 55(3), 669-678.

Extended Abstract

Aim and Scope

Planned Behavior Theory was put forward by Ajzen (1985; 1991). The theory is based on the assumption that the intention to perform a behavior can be predicted with high accuracy from attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control (Ajzen, 1991). Studies on e-word of mouth communication stand out in the tourism literature (Sotiriadis et al., 2013; Setiawan et al., 2014; Reyes-Menendez et al., 2019). Some of these studies focus on the relationship between e-word of mouth communication and tourists' attitudes and intentions towards travel (Tabbane and Hamouda, 2013; Kitcharoen, 2019; Gosal et al., 2020). In this study, it is aimed to examine the effect of electronic word of mouth on tourists' travel intentions in the context Theory of Planned Behavior.

Methods

The universe of the research was carried out on the data collected from 400 consumers who were determined to have an intention to stay through social networking sites such as Instagram, Facebook or different online information sources and who had experience about destinations. Survey technique was used to collect data. Since the universe covers a large area, the "convenience sampling method" was used in the research. Data were collected through online environments. The online survey was distributed via social media sites including Facebook, WhatsApp groups, and a total of 400 valid responses were received. The survey form used in the research was composed of two parts. In the first part, the questions used to explain the demographic characteristics of the participants were asked. In the second part of the survey, expressions aimed at measuring e-word of mouth communication, attitude, subjective norms, perceived behavioral control and intention to travel are included within the scope Theory of Planned Behavior. The scale adapted by Jalilvand and Samiei (2012) was used to measure the expressions of the e-word of mouth variable. The scale developed by Soliman (2021) was used to measure the questions related to the "attitude" variable that constitutes the Theory of Planned Behavior. The scale in the studies of Jalilvand and Samiei (2012) was used to measure the questions belonging to the variable "subjective norm". To measure the "perceived behavioral control" and "intention to travel" variable, Kassem et al. (2010) adapted the scale was used.

Findings

Smart PLS was used for the analysis of the research. As a result of the analyzes performed, it was determined that the CA, rho-A, CR, factor loads and AVE values were higher than the specified limit loads. The measurement model used by Fornell and Larcker (1981) was used to verify the discriminant validity of the scales. The discriminant validity is tested by comparing the correlation values with the square root of the AVE. The AVE square root values obtained in the current study were higher than the correlation values with other structures, and thus the accuracy of discriminant validity was determined. In the study, it was determined that all values of HTMT were below 1. In line with the results obtained, it was determined that the VIF values had appropriate values. The R2 value was examined to calculate the coefficient of determination. The results show that the independent variables generally have a moderate effect on the dependent variables. The evaluation process of the structural model continued with the effect size analysis f2. In the current study, f2 generally shows that latent variables have a moderate effect. The Q2 values obtained as a result of the analyzes show that it has predictive power. According to the structural equation modeling, all research hypotheses were accepted.

Conclusion

In the study, firstly, it was determined that e-word of mouth communication has a significant effect on attitudes towards visiting a destination and attitudes towards visiting a destination on intention to travel. It is recommended that tourism managers care about online platforms and develop messaging methods that offer instant solutions to complaints. Encouraging consumers to share their experiences could also be a different strategy. At this point, the important thing is to produce instant solutions or respond to complaint experiences and to ensure that positive messages are delivered to more consumers. For this reason, some encouraging arguments can be presented to tourists to share their experiences. In the study, it was also seen that e-word of mouth communication had a significant effect on subjective norms and

subjective norms on travel intention. It is suggested that tourism managers should take into account the impressive reference environment of the tourists as well as the destination qualities while developing their intentions for the destinations. For example, consumers can be asked questions about the reference environment that affects their destination decisions, and it can be ensured that the immediate environment is directed to word-of-mouth communication and influencing intentions with feedback. In the study, it was seen that e-word of mouth communication, perceived behavioral control and perceived behavioral control had a significant effect on travel intention. It is strongly recommended once again that tourism managers give importance to e-word of mouth communication. Finally, it was concluded that e-word of mouth communication had a significant effect on travel intention. It can be a powerful strategy for tourism managers to create web content where experiences related to tourism processes are shared, to use smart tourism technologies and to take advantage of all the opportunities of information and communication technologies.

Havayolu Firmalarının Kurumsal İtibarlarının "Şikayetvar" Sitesi Üzerinden RQ Modeli ile İncelenmesi

Investigation of Airline Companies' Corporate Reputation with RQ Model Through "Şikayetvar" Website

Emrah Sıtkı Yılmaz¹, Feride Bal²

Öz

İçinde bulunduğumuz yüzyılda gelişen teknolojinin sunmuş olduğu yenilikler ve pazarlama imkânları, kurumlara rekabet noktasında yarar sağlasa da firmaların rakiplerine üstünlük sağlayabilecekleri alan taklit edilmesi zor ve soyut bir kaynak olan kurumsal itibarları olmakta ve böylece itibar önemli bir stratejik rekabet unsuru haline gelmektedir. Müşterilerin algılarına yönelik soyut bir kavram olan kurumsal itibar, tüketicinin bağlılığını ve kuruma olan güvenini sağlamakta önemli bir rol üstlenmektedir. Bu çalışmanın amacı, 2019 yılında "Şikayetvar" sitesinde altı havayolu firması ile ilgili oluşturulan şikayet kayıtlarının tümü dikkate alınarak itibar katsayısı olarak ifade edilen RQ modelinin alt bileşenlerine göre sınıflandırılması ve bu sınıflandırılma işlemi sonrası oluşan kriterlerin detaylı olarak incelenmesidir. Ayrıca oluşturulan şikayetlerin RQ modelinin bileşenlerine göre her bir havayolu firması için ayrı ayrı değerlendirilmesi, bu havayolu firmalarının zayıf yönlerini görebilmesi ve bu doğrultuda gerekli düzenlemeleri yapabilmesi adına yol gösterici bir çalışma olması amaçlanmaktadır. Çalışmanın sonuçları altı havayolu firması için oluşturulan şikayetlerin çoğunluğunun ürün ve hizmet ile finansal performans bileşenlerinde yoğunlaştığını göstermektedir. Ayrıca çalışanların tutum ve davranışları, uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler, evcil hayvanların taşınma durumu, sosyal medya hesaplarının kullanımı ve firmaların şikayetlere dönüş kriterleri çalışmanın sonuçları açısından ön plana çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal İtibar, RQ Modeli, Sosyal Paylaşım Siteleri, Şikayetvar

Abstract

While the innovations and marketing opportunities offered by the developing technology in the current century provide benefits to the institutions in terms of competition, the area in which companies can outperform their competitors is their corporate reputation, a difficult and abstract source to imitate, and thus reputation becomes an important strategic competitive element. Corporate reputation, which is an abstract concept for customer perceptions, plays an important role in ensuring consumer loyalty and trust in the organization. The purpose of this study is to classify the complaints records created on the "Şikayetvar" website in 2019 regarding six airlines according to the subcomponents of the RQ model, which is expressed as a reputation coefficient, taking into account all complaint records, and to examine the criteria formed after this classification process in detail. In addition, it is aimed to evaluate the complaints created separately about each airline according to the components of the RQ model, to be a guiding study in order to be able to see the weaknesses of these airlines and make the necessary arrangements accordingly. The results of the study show that the majority of complaints generated about six airlines are concentrated in the product and service and financial performance components. In addition, criteria such as the attitudes and behaviors of the employees, the delays in refunding the ticket fees in case of flight cancellation, the transportation of pets, the use of social media accounts and the response to complaints stand out in terms of the results of the study.

Keywords: Corporate Reputation, RQ Model, Social Networking Sites, Şikayetvar

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M1, M30, M31

Submitted: 03 / 12 / 2021

Accepted: 25 / 01 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, esyilmaz@gantep.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-2741-4222>

² Öğr. Gör., Gaziantep Üniversitesi, feridebal@gantep.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-4641-6151>

Giriş

Günümüzde teknoloji alanında yaşanan gelişmeler, internet kullanımının yaygınlaşması ve sosyal medya araçlarıyla birlikte dijital platformların da oldukça popülerlik kazanması tüketicileri çok daha güçlü bir konuma getirmiştir. Temeli iletişim unsuruna dayanan ve dijital pazarlama stratejileri içerisinde sıklıkla kullanılan sosyal medya araçları ile yeniden şekillenen karşılıklı ve dinamik ilişkiler farklı bir boyuta taşınmıştır. Kamu kuruluşlarının almış olduğu kararların, resmi açıklamaların, veri paylaşımlarının ve yardım kampanyaları gibi çeşitli organizasyonların bile sosyal medya araçlarından duyurulduğu günümüz şartlarında, tüm bu araçların kullanımı ile birlikte tüketicilerin firmalara ulaşması daha da kolaylaşmıştır. Bu sayede tüketiciler yaşadığı problemleri ve talepleri bu platformlar yolu ile direkt olarak firmalara aktarabilmekte ve sonuç alma noktasında oldukça çabuk geri dönüşler alabilmektedir. Ayrıca sosyal medya araçları, tüketicilerin çeşitli kampanyalar ve indirimlerden yararlanabilmesini sağlarken bunların yanında çeşitli tanıtımları takip ederek yine firmalarla dinamik ilişkiler kurmasına aracılık etmektedir.

Sosyal medya araçlarının yanı sıra “Şikayetvar” gibi bireylerin doğrudan firmalarla iletişim kurmasına olanak tanıyan dijital platformlar, bireyler tarafından yaşanan problem ve memnuniyetsizliklerini iletme ve hızlı bir şekilde çözüm bulabilmek için sıklıkla kullanılmaktadır. 2001 yılında kurulan ve kendilerini “dünyanın ilk ve en büyük şikayet platformu” olarak tanımlayan “Şikayetvar” sitesi, günümüzde tüketiciler ile markalar arasında köprü görevi üstlenen aylık olarak yaklaşık 20 milyon kişi tarafından ziyaret edilen, kayıtlı 7,5 milyondan fazla üyesi olan, yine kayıtlı 148 binden fazla markanın yer aldığı ve 1,7 milyondan fazla şikayetin çözüme ulaştığı dijital bir platformdur (Şikayetvar, 2021). Tüm bu bilgiler göz önüne alındığında hareketle çalışmanın amacı, 2019 yılında “Şikayetvar” sitesinde altı havayolu firması ile ilgili oluşturulan şikayet kayıtlarının tümü dikkate alınarak itibar katsayısı olarak ifade edilen RQ modelinin alt bileşenlerine göre sınıflandırılması ve bu sınıflandırılma işlemi sonrası oluşan kriterlerin detaylı olarak incelenmesidir. Ayrıca oluşturulan şikayetlerin RQ modelinin bileşenlerine göre her bir havayolu firması için ayrı ayrı değerlendirilmesi, bu havayolu firmalarının zayıf yönlerini görebilmesi ve bu doğrultuda gerekli düzenlemeleri yapabilmesi adına yol gösterici bir çalışma olması amaçlanmaktadır. Bunların yanı sıra, havayolu firmalarının dijital platformlarda kurumsal itibarlarını yönetebilmeleri için gerekli olan ipuçlarının sunulması da çalışmanın alt amacını oluşturmaktadır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Sosyal Paylaşım Siteleri

Günümüzde modern iletişimin önemli bir unsuru olarak sosyal dijitalleşme sürecinde yaşanan ilerlemeler, paylaşım sitelerini, geleneksel iletişim araçlarından çok farklı bir boyutta konumlandırmaktadır (Chu, vd., 2019; Yu ve Yuan, 2019; Casalo, vd., 2020). Teknolojinin gelişmesiyle birlikte önemi daha da artan sosyal paylaşım siteleri; en geniş ifadeyle literatürde, kişi ya da toplulukların online olarak birbirleriyle iletişim kurabildiği, karşılıklı ilişkiler sayesinde interaktif bir yapıya sahip kullanıcıların içerikler oluşturabildiği, bu içerikleri paylaşabildiği, başka kişilerin dikkatini çekebildiği, sosyal imaj yaratabildiği, her türlü değişim ve iş birliğine izin veren web tabanlı dijital platformlar olarak yer almaktadır (Boyd ve Ellison, 2007; Kaplan ve Haenlein, 2010; Kietzmann, vd., 2011). İçinde bulunduğumuz yüzyılın en popüler web uygulamaları arasında önemli bir yer tutan sosyal paylaşım siteleri; ilgi duyulan herhangi bir konuda başka kişilerle bilgi, deneyim ve görüşlerini paylaşarak iletişim kurmak isteyen kullanıcılar tarafından oluşturulan sanal ortamlar olarak da tanımlanmaktadır (Liao ve Mak, 2019; Meshi, vd., 2020).

Bireylerin iletişim şekilleri ve yaşam biçimlerinin değişmesinde önemli bir rol oynayan sosyal paylaşım siteleri; kullanıcıların, ilgi alanlarına göre gruplar oluşturmak ve çeşitli fotoğraf, video, durum, haber ve linkler gibi içerikler paylaşarak sosyalleşme gereksinimlerini karşılamak için kullandıkları siteler şeklinde de ifade edilmektedir (Tifferet, 2019; Jin ve Ryu, 2020; Rangaswamy, vd., 2020). Hem mobil, hem de web tabanlı teknoloji temelleri üzerine kurulan ve dünya genelinde yaklaşık üç buçuk milyardan fazla kişi tarafından kullanılan sosyal medya siteleri; sınırlı bir sistem içerisinde kişilere profil oluşturabilme ve oluşturulan profillerin izin verilen ölçüde görüntülenebilmesini sağlayabilmenin yanı sıra, diğer interaktif kanallara göre başta iletişim olmak üzere, bilgi arama, sosyal etkileşim, pazarlama, eğlenme ve zaman geçirme gibi birçok konuda avantajlar sağlamaktadır (Gayathridevi ve Pattabiraman, 2019; Davis, vd., 2020; Li ve Das, 2020; Rietveld, vd., 2020; Tran, vd., 2020).

Tüketicilerin deneyimlerini paylaşarak diğer kişi ve topluluklara yol gösterici içerikler oluşturmasına olanak sağlayan, kullanıcılara firmalar ve markalar ile karşılıklı olarak iletişim kurabilme imkânı tanıyan, böylece kişisel ve sosyal yaşam normlarının değişiminde önemli bir pay sahibi olan sosyal paylaşım siteleri; iş modelleme yöntemlerinin farklılaşmasında da oldukça büyük bir etkiye sahiptir (Liu ve Wang, 2018; Estrella-Ramón, vd., 2019; Juntunen, vd., 2020). Bu etki geleneksel pazarlama anlayışının, modern ve teknolojik pazarlama anlayışına evrilmesine, müşterilerle yakın ilişkiler kurulmasına ve müşterilerin pazarlama stratejilerinin bir parçası olarak kabul edilmesine öncülük etmektedir (Das, vd., 2019; Iglesias, vd., 2019; Bhattacharyya ve Bose, 2020).

Sosyal paylaşım sitelerinin yaşanılan bu gelişim süreci içerisinde, kullanıcılara sunduğu temel iletişim gereksinimlerini karşılama, pazarlama stratejilerinde doğrudan yer alma ve bilgi alışverişinde eş zamanlı motive edici bir unsur olma özellikleriyle birlikte, firmalar tarafından da marka pazarlaması alanında giderek daha etkin olarak kullanılmaya başlamıştır (Guo, vd., 2020; Jans, vd., 2020; Yu ve Hu, 2020). Firmaların kar arayışı içinde önemli bir zemin oluşturan sosyal paylaşım siteleri; paydaşlarına sağladığı avantajlarla birlikte, finansal performansı geliştirmek, müşteri hizmetleri ilişkilerini güçlendirmek, sektördeki bilgi liderliğini üstlenmek, örgütsel öğrenmeyi oluşturmak, itibar ve üretkenliği sağlamak gibi anlamlı faydalar sağlamaktadır (Demek, vd., 2018; Lenk, vd., 2019; Dhaoui ve Webster, 2020; Ding, vd., 2020). Bu açıdan bakıldığında gündelik yaşamın önemli bir parçası haline gelen ve firmalar için değerli bir kurumsal kaynak oluşturan sosyal paylaşım siteleri, internet tabanlı kolektif yapısıyla müşteri memnuniyeti oranlarının artması, hızlı bilgilendirme alt yapısının oluşturulması, iletişim bağlarının güçlendirilmesi ve kurulan modern organizasyon yapılarıyla daha verimli sonuçların alınması gibi süreçlere de hizmet etmektedir (Nunan, vd., 2018; Sheng, vd., 2019; Saxton ve Guo, 2020). Ayrıca firmalar için, marka tanınırlığı ve iletişim gücü oluşturabilmek, marka sadakati ve güven unsurunu sağlayabilmek, müşteri ilişkilerini güçlendirebilmek, bilgiye daha kolay ulaşabilmek ve bu bilgileri depolayabilmek, uygun maliyetlerle hedefe yönelik reklamcılık uygulamaları gerçekleştirebilmek, müşterilerin aktif katılımlarını sağlayarak değer yaratabilmek, fikir madenciliği ile tüketici istek ve ihtiyaçlarını tam olarak belirleyebilmek ve olumsuz geri dönüşlere hemen müdahale ederek gerekli iyileştirmeleri yapabilmek gibi birçok avantaj da oluşturmaktadır (Alalwan, 2018; Iankova, vd., 2019; Shareef, vd., 2019; Gon, 2020; Shen, vd., 2020).

1.2. Kurumsal İtibar

Kurumsal itibar; işletmelerin pazarlama, kurumsal değerler, markalaşma, stratejik yönetim gibi değerleri incelenerek kurumun yapısal algıları üzerine yoğunlaşan bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Martin ve Hetrick, 2006). Kurumsal itibar kavramı son dönemlerde başarılı bir işletmede olması beklenen en değerli stratejik kaynaklardan birisi haline gelmiştir (Flanagan ve O'Shaughnessy, 2005). Paydaş grupların işletme tercihleri rekabet gücünü etkilemektedir (Dentchev ve Heene, 2004). Kurumsal itibar, işletmelerin paydaşlarına ait yani iş görenlerin, yöneticilerin, müşterilerin, tedarikçilerin, toplumun ve medya organlarının işletmeye karşı bakış açılarının ve algılarının göstergesi olarak kabul edilmektedir (Chun, 2005). İşletmelerin kurumsal itibarı, paydaşları ile olan iletişiminin yanı sıra paydaşların kendi aralarındaki bilgi paylaşımı ile de oluşmaktadır (Deephouse, 2000).

Güvenilirlik ve inanılabilirlik kavramlarını kapsayan örgüt ile algının tamamı olarak ifade edilen kurumsal itibar, kurumsal imajın bir sonucunu oluşturmaktadır (Budd, 1994). Kurumsal imaj, işletmelerin paydaşlarında oluşturduğu bir algı iken, kurumsal itibar ise işletmelerin paydaşlarının beklentilerini karşılama ve imaj ile birlikte sürecin tamamlayıcısı olarak açıklanmaktadır (Nguyen ve LeBlanc, 2001). Kurumların olumlu bir itibarının olması işletmelerin paydaşlarına güven vermekte ve oluşan bu güven işletmelerin karşılaşılabilecek olası kriz veya beklenmedik durumlarda karşılıklı bir çözüm ortamı sağlamaktadır (Li, vd., 2010; Lange, vd., 2011). Günümüzde tüketicilerin, kendilerine sunulan markaların, ürünlerin ve hizmetlerin arkasında duran firmaları tercih ettikleri düşünüldüğünde, firma çalışanları bu tercih aşamasında ve kurumsal itibar yönetiminde oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda firma çalışanlarının sahip olduğu yetenekler, kuruluşlar tarafından olumlu bir kurumsal itibar oluşturmaya yönelik önemli varlıklar olarak kabul görmekte ve rakiplerinden farklılaşma aşamasında efektif bir şekilde kullanılmaktadır (Gotsi ve Alan, 2001).

Yatırımcıların gözünde işletmelerin değerinin büyük bir kısmını işletmelerin görünmeyen varlıkları oluşturmakta ve bu varlıklardan da en güçlü olan değer kurumsal itibar olduğu ileri sürülmektedir (Castro, vd., 2013). Bu nedenle kurumsal itibar, müşterilerin satın alma davranışlarını etkilemekte ve müşterilerin kurumların sunmuş oldukları ürün ve hizmetlere olan bağlılıklarını etkilemekte (Fombrun ve Van Riel, 1997) ve markalaşma sürecinde önemli bir rol oynamaktadır (Nguyen ve LeBlanc, 2001). İşletmelerin müşterileri ile diyalog kurması açısından oldukça önemli olan kurumsal itibar kavramı (Lewis, 2001; Wartick, 2002), müşteriler için yaratılan olumlu algıyı ve bağlılığı arttırmakta, müşteri işlemleri maliyetlerini ve riski azaltmaktadır (Gaillard, vd., 2009; Walsh, vd., 2009).

2. Yöntem

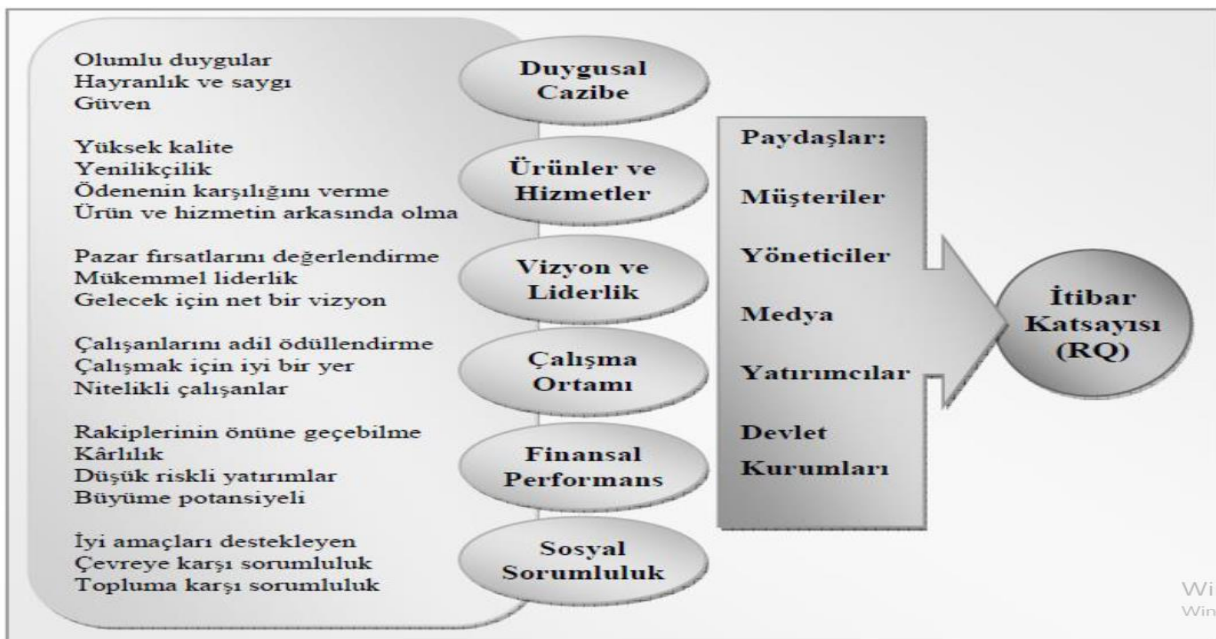
2.1. RQ Modeli

Günümüzde kurumsal itibarın ölçülmesi ve yönetilmesi işletmelerin en önemli fonksiyonlarından biri haline gelmiş olmasına rağmen (Smaiziene ve Jucevicius, 2009), bu kavramın ölçülmesi ve olumlu ya da olumsuz olarak değerlendirilmesi oldukça zordur (Chun, 2005). Kurumsal itibar kavramı farklı bileşenlere sahip olan çok boyutlu bir yapıdır (Fombrun ve Van Riel, 1997). Bu çalışmada da genel kabul görmüş ve literatürde sıklıkla tercih edilen Reputation Institute tarafından hazırlanmış olan "İtibar Katsayısı Ölçeği (Reputation Quotient-RQ)" kullanılmıştır. Bu ölçek 1998 yılında Harris Interactive firması ve Charles Fombrun ile ortaklaşa çalışarak başlatılmış bir süreci kapsamaktadır (Berkup, 2015). Geliştirilmiş olan

bu modelde kişilerin işletmelere dair algılarını açıklarken esas aldıkları altı bileşen doğrultusunda şekillendirilmiştir (Fombrun ve Foss, 2001). Bu bileşenler şu şekilde sıralanmaktadır (Berkup, 2015):

- **Duygusal Çekicilik (Cazibe):** Bu bileşen paydaşların, işletmeye dair kültür ve değer yargılarını algılamaları ile ilgilidir (Brady, 2005). Kurum ile ilgili iyi duygulardan, kuruma duyulan hayranlık, güven ve saygıyı ifade etmektedir. Bu durum da kurum ile paydaşları arasında duygusal bir bağlılık oluşturmaktadır (Fombrun ve Foss, 2001). İşletmelerin, paydaşların algılarına yönelik davranış sergilemeleri paydaşların olumlu düşünceler geliştirmesine ve kendini kurumun bir parçası olarak hissetmelerine neden olmaktadır. İşletmelerin bu süreçte paydaşları ile kuracağı iletişimde verilmek istenen mesajların en doğru şekilde belirlenmesi oldukça önem arz etmektedir (Davies, vd., 2002).
- **Ürün ve Hizmet:** İşletmelerin sunduğu ürün ve hizmet kalitesi ile ilgili bir bileşendir ve bu kapsamda yenilikçi ve yüksek kaliteli ürün ve hizmetler, güvenilirlik, dayanıklılık gibi özellikler ele alınmaktadır (Berkup, 2015). Olumlu kurumsal itibarı sağlamada ürün tasarımı ve kalite artışı sürecinde müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarının göz önünde bulundurulması çok önemlidir (Morgan ve Vorhies, 2001). Ancak bu ürün veya hizmetin müşteriler üzerinde olumsuz etki yaratması da söz konusu olabilmektedir. Ürün veya hizmetin mevcut kalitesinin devam etmemesi veya düşmesi durumunda işletmelerin kurumsal itibarları da olumsuz yönde etkilenmektedir (Herbig ve Milewicz, 1993).
- **Vizyon ve Liderlik:** Kurumun geleceğe dair hedeflerin varlığı ve kurumu bu hedeflere ulaştırabilecek liderliğe sahip olması ile ilgili bileşendir. Ayrıca çevredeki fırsatları görüp onu en doğru şekilde yönetebilmesi ve değerlendirebilmesi durumu olarak da açıklanabilmektedir. Vizyon, kurumun değerini ve felsefesini ifade ederken liderlik de vizyonun şekillenmesinde öncülük yapan bir kavram şeklinde ifade edilmektedir. (Fombrun ve Foss, 2001).
- **Çalışma Ortamı:** Bu bileşen işletmenin kurum kültürü ile birlikte işyeri çevresini ve bu çevrenin koşullarını kapsamaktadır. Kurum kültürü; yönetimin etkinliği, çalışanların niteliği, genel sürecin işleyişi ve düzeni gibi durumların izlenimlerin paydaşlarda bıraktığı etki olarak açıklanmaktadır (Fombrun ve Foss, 2001).
- **Finansal Performans:** Kurumsal itibar açısından bu bileşen, işletmenin paydaşlarının o işletme ile ilgili rakiplerine oranla karlılık düzeyi, yatırım yapılabilirliği gibi finansal konuların karşılaştırılması ve sonucun paydaşların beklentilerini ne yönde etkilediği ile ilgilidir (Fombrun ve Foss, 2001). Kaliteli yönetim yapısı, ürün ve hizmetlerin kalitesi, güçlü finansal yapı, nitelikli iş görenler, yatırım değeri, varlıkların yönetimi ve topluma saygı alt boyutlara sahip olan finansal performans bileşeni işletmenin ekonomik karlılık ve yatırım değeri ile risk alıp rekabet edebilme yeteneğidir (Dowling, 2001).
- **Sosyal Sorumluluk:** İşletmelerin varlığını sürdürebilmesi için genel gereklilikler ve sosyal fayda ile ilgili olan bu bileşen, işletmenin paydaşlarıyla ilişkilerini ve hassasiyetine önem vermektedir. Kurumun sosyal olayları destekleme, doğal çevreye karşı sorumlu olma, toplumun yaşam kalitesini yükseltme gibi konulardaki duruşunu ifade etmektedir (Berkup, 2015).

RQ modeline ait tüm bileşenler ve modelin kapsamı Şekil 1’de detaylı olarak gösterilmektedir (Van Riel ve Fombrun, 2007);



Şekil 1. RQ Modelinin Bileşenleri

RQ modeline ait bileşenleri doğru tespit edip yönetebilen işletmeler olumlu bir kurumsal itibar kazanmakta ve geliştirmektedir (Brown ve Dacin, 1997). İşletmeler tarafından oluşturulan olumlu yönde algı kurumsal itibarı artırırken olumsuz yöndeki algı da paydaşların işletme ile ilişkilerini sonlandırabilmektedir. Bu doğrultuda kurumsal itibar, paydaşların beklenti ve isteklerini işletmeleri karşılayabilmedeki yeterliliklerine bağlı gelişen bir algıdır (Abratt ve Kleyn, 2012). Olumlu kurumsal itibara sahip işletmeler büyüme, risk ve kriz ile başa çıkabilmede ve karlılık gibi konularda rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Porter ve Mark, 2011). İşletmelerin olumlu kurumsal itibar kazanabilmesi geleneksel ve sosyal medya araçlarının eleştirileri de önemli rol oynamaktadır (Pruzan, 2001).

2.2. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Kısıtları

Araştırmanın amaç ve kapsamını 2019 yılı boyunca “Şikayetvar” platformunda belirlenen havayolu firmalarına ait tüm yorumlar oluşturmaktadır. Bu yorumlar, RQ modelinin bileşenlerine göre sınıflandırılarak her bir havayolu firması için detaylı bir şekilde incelenmekte ve sektörde yer alan firmalara eksikliklerin tespit edilmesi ve kurumsal itibar anlayışının dijital platformlar özelinde sağlıklı bir şekilde yönetilebilmesi için öneriler oluşturmaktadır. Şikayetleri sınıflandırabilmek için içerik analizinden yararlanılmıştır. Analize dahil edilen şikayetlere yönelik kodlar oluşturularak alt tema ve temaya göre sınıflandırılma yapılmıştır. araştırma kapsamında havayolu firmalarının seçilme nedeni ise yaşanan rekabet, sektör çeşitliliği, teknolojik alt yapı ve mobil uygulamalarının daha işlevsel kullanılması gibi durumlardan kaynaklanmaktadır. Araştırmanın kısıtları ise “Şikayetvar” sitesi özelinde tek bir dijital platformdan yararlanılması ve yine sadece aynı sektörde faaliyet gösteren firmalara yönelik oluşturulan şikayetlerin araştırmaya dâhil edilmesi durumudur.

2.3. Araştırmanın Anakütlesi ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmanın anakütlesini “Şikayetvar” dijital platformlardaki kullanıcıların yapmış olduğu şikayetler oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 2019 yılının verileri baz alınmıştır. 2020 ve 2021 yılında yaşanan Covid-19 pandemisinden dolayı seyahat kısıtlamalarının yoğun bir şekilde uygulanması, bu yıllardaki verilerin kapsam dışı bırakılmasına neden olmuştur. Araştırmada 2019 yılında “Şikayetvar” sitesinde kullanıcıların havayolu firmaları ile yaptıkları şikayetlerin tamamı ele alındığı için, veriler tamsayım yöntemi ile ele değerlendirilmektedir. “Şikayetvar” sitesinden kullanıcıların altı havayolu firması ile ilgili yapmış olduğu toplam 19082 tane şikayet kaydı RQ modelinin bileşenlerine göre incelenmiştir. 2019 yılı için “Şikayetvar” sitesinde kullanıcıların havayolu firmaları ile ilgili yaptıkları yorum sayıları tablo 1’de detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 1. Havayolu Firmaları ve Yapılan Şikayet Sayıları

Havayolu Firması	Şikayet Sayısı
Pegasus Hava Yolları	6569
Türk Hava Yolları	6247
Anadolu Jet Hava Yolları	3281
Sun Express Hava Yolları	1208
Atlas Jet Hava Yolları	1054
Onur Air Hava Yolları	723
TOPLAM	19082

3. Bulgular

1 Ocak – 31 Aralık 2019 tarihleri arasında “Şikayetvar” sitesinde altı havayolu firması ile ilgili oluşturulan şikayetlerin tamamı incelenmiş ve bu doğrultuda RQ modelinin alt bileşenlerine uygun kriterler belirlenerek sınıflandırılmıştır. Gruplandırılan kriterler “Şikayetvar” sitesinde yer alan yorumlardan yola çıkılarak oluşturulmuştur. Bu bileşenlere uygun kriterlerin gruplandırılması tablo 2’de detaylı olarak verilmektedir.

Tablo 2. RQ Modelinin Alt Bileşenlerine Ait Belirlenen Kriterler

RQ Modelinin Bileşenleri	Gruplanan Kriterler
DUYGUSAL ÇEKİCİLİK (CAZİBE)	<ul style="list-style-type: none"> Reklam ve tanıtım faaliyetleri
ÜRÜN VE HİZMET	<ul style="list-style-type: none"> Rötar ve sefer saatlerindeki değişiklikler Direkt uçuş ve aktarma problemi Gidiş-dönüş olarak satın alınan biletlerde sadece tek bir yönün iptal edilmesi Sigortalama, araç kiralama ve konaklama gibi yolcuların yan hizmet sağlayıcı firmalar ile yaşadığı sorunları Bilet satış saati geçmesine rağmen satış işlemlerinin devam etmesi Bilet değişiklik işlemlerinde yaşanan zorluklar Yolcuların uçağa alımlarında kapıların erken kapatılması gibi yaşanan zaman problemleri Aynı rezervasyon koduna farklı koltuk atanması Mobil uygulamalarda yaşanan sorunlardan dolayı oluşan biletleme hataları Sefer iptali veya rötarlarının yolculara bildirilmemesi Kaybolma, kırılma, ağırlık sınırlandırılması ve kötü taşınma gibi nedenlerden dolayı oluşan bagaj problemleri Uygulamalar için aktivasyon problemleri Kare kod okuma hataları Online check-in problemleri Ücret farkı ödenerek alınan koltuğun check-in işlemlerinde biletlenememesi Çeşitli promosyon kodlarıyla uçak bileti almada yaşanan aksaklıklar
VİZYON VE LİDERLİK	<ul style="list-style-type: none"> Yurtiçi ve yurtdışı havalimanlarında bulunan satış ofislerinin konum ve büyüklüğü Şikayetlere geri dönüş oranları Sosyal medya hesaplarından iletişim kurulmaması
ÇALIŞMA ORTAMI	<ul style="list-style-type: none"> Koltuk mesafesi ve uçakların yenilik durumu Uçak personelinin tutum ve davranışları
FİNANSAL PERFORMANS	<ul style="list-style-type: none"> Uçak biletlerinin pahalı olması Yolculuk sırasında satılan ürünlerin pahalı olması Uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler Bilet iptalinde yaşanan kesinti tutarları Mobil uygulamalardaki hatalardan dolayı yaşanan ödeme problemleri Uçuş zamanı yaklaştıkça daha ucuz bilet fiyatlarıyla karşılaşma Ödeme işlemlerinde bilet ücretinin birkaç kere tahsil edilmesi
SOSYAL SORUMLULUK	<ul style="list-style-type: none"> Evcil hayvanların taşınma durumu Firmaların çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde yer almaması

Tablo 2’de yer alan ve “Şikayetvar” sitesinde yapılan yorumlardan yola çıkarak RQ modelinin alt bileşenlerine ait tespit edilen kriterler incelendiğinde; duygusal çekicilik (cazibe) bileşenin reklam ve tanıtım faaliyetleri kriterinden oluştuğu görülmektedir. Ürün ve hizmet bileşenin ise rötar ve sefer saatlerindeki değişiklikler, direkt uçuş ve aktarma problemi, gidiş-dönüş olarak satın alınan biletlerde sadece tek bir yönün iptal edilmesi, sigortalama, araç kiralama ve konaklama gibi yolcuların yan hizmet sağlayıcı firmalar ile yaşadığı sorunlar, bilet satış saati geçmesine rağmen satış işlemlerinin devam etmesi, bilet değişiklik işlemlerinde yaşanan zorluklar, yolcuların uçağa alımlarında kapıların erken kapatılması gibi yaşanan zaman problemleri, aynı rezervasyon koduna farklı koltuk atanması, mobil uygulamalarda yaşanan sorunlardan dolayı oluşan biletleme hataları, sefer iptali veya rötarlarının yolculara bildirilmemesi, kaybolma, kırılma, ağırlık sınırlandırılması ve kötü taşınma gibi nedenlerden dolayı oluşan bagaj problemleri, uygulamalar için aktivasyon problemleri, kare kod okuma hataları, online check-in problemleri, ücret farkı ödenerek alınan koltuğun check-in işlemlerinde biletlenememesi ve çeşitli promosyon kodlarıyla uçak bileti almada yaşanan aksaklıklar gibi birçok kriteri içerisinde barındırmaktadır. Vizyon ve liderlik bileşenin içerisinde ise, yurtiçi ve yurtdışı havalimanlarında bulunan satış ofislerinin konum ve büyüklüğü, şikayetlere geri dönüş oranları ve sosyal medya hesaplarından iletişim kurulmaması

kriterleri yer almaktadır. Çalışma ortamı bileşeni ise, koltuk mesafesi ve uçakların yenilik durumu ile çalışan niteliği çerçevesinde uçak personelinin tutum ve davranışları kriterlerini içermektedir. Finansal performans bileşeni incelendiğinde ise, uçak biletlerinin pahalı olması, yolculuk sırasında satılan ürünlerin pahalı olması, uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler, bilet iptalinde yaşanan kesinti tutarları, mobil uygulamalardaki hatalardan dolayı yaşanan ödeme problemleri, uçuş zamanı yaklaştıkça daha ucuz bilet fiyatlarıyla karşılaşma ve ödeme işlemlerinde bilet ücretinin birkaç kere tahsil edilmesi kriterleri ön plana çıkmaktadır. Sosyal sorumluluk bileşeni ise, evcil hayvanların taşınma durumu ve firmaların çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde yer almaması kriterlerini kapsamaktadır.

Tablo 3’de havayolu firmaları için “Şikayetvar” sitesinde oluşturulan şikayetler, RQ modeli bileşenleri açısından özetlenmekte ve bu bileşenlerin yüzdesel ve niceliksel dağılımları detaylı olarak belirtilmektedir.

Tablo 3. RQ Modelinin Bileşenlerine Göre Havayolu Firmalarının Karşılaştırılması

RQ Modeli Bileşenleri	HAVAYOLU FİRMALARI											
	Pegasus Hava Yolları		Türk Hava Yolları		Anadolu Jet Hava Yolları		Sun Express Hava Yolları		Atlas Jet Hava Yolları		Onur Air Hava Yolları	
	Şikayet Sayısı	Yüzde	Şikayet Sayısı	Yüzde	Şikayet Sayısı	Yüzde	Şikayet Sayısı	Yüzde	Şikayet Sayısı	Yüzde	Şikayet Sayısı	Yüzde
Duygusal Çekicilik (Cazibe)	151	2,30	57	0,91	214	6,52	41	3,39	58	5,50	8	1,10
Ürün ve Hizmet	2583	39,32	2072	33,17	1155	35,20	428	35,43	397	37,67	161	22,27
Vizyon ve Liderlik	472	7,19	114	1,82	189	5,76	32	2,65	23	2,18	44	6,09
Çalışma Ortamı	1396	21,24	89	1,43	558	17,01	58	4,80	41	3,89	19	2,63
Finansal Performans	1899	28,91	3745	59,95	886	27,00	635	52,57	501	47,53	479	66,25
Sosyal Sorumluluk	68	1,04	170	2,72	279	8,51	14	1,16	34	3,23	12	1,66
Toplam Şikayet Sayısı	6569	100	6247	100	3281	100	1208	100	1054	100	723	100

Tablo 3’deki veriler incelendiğinde Pegasus Hava Yolları için en çok şikayet kaydının ürün ve hizmet bileşeninde, en az şikayet kaydının ise sosyal sorumluluk bileşeninde yer aldığı görülmektedir. Ürün ve hizmet bileşenini ise sırasıyla finansal performans, çalışma ortamı, vizyon ve liderlik ile duygusal çekicilik (cazibe) bileşenleri takip etmektedir. Ürün ve hizmet bileşeni için en çok şikayet kaydı “rötar ve sefer saatlerindeki değişiklikler”, finansal performans bileşeni için “yolculuk sırasında satılan ürünlerin pahalı olması”, çalışma ortamı bileşeni için “koltuk mesafesi ve uçakların yenilik durumu”, vizyon ve liderlik bileşeni için “yurtiçi ve yurtdışı havalimanlarında bulunan satış ofislerinin konum ve büyüklüğü”, duygusal çekicilik (cazibe) bileşeni için “reklam ve tanıtım faaliyetleri” ve sosyal sorumluluk bileşeni için ise en çok şikayet kaydı “evcil hayvanların taşınma durumu” kriterleri için oluşturulmuştur.

Türk Hava Yolları için en çok şikayet kaydının finansal performans bileşeninde, en az şikayet kaydının ise duygusal çekicilik (cazibe) bileşeninde yer aldığı görülmektedir. Finansal performans bileşenini ise sırasıyla ürün ve hizmet, sosyal sorumluluk, vizyon ve liderlik ile çalışma ortamı bileşenleri takip etmektedir. Finansal performans bileşeni için en çok şikayet kaydı “uçak biletlerinin pahalı olması”, ürün ve hizmet bileşeni için “kaybolma, kırılma, ağırlık sınırlandırılması ve kötü taşınma gibi nedenlerden dolayı oluşan bagaj problemleri”, sosyal sorumluluk bileşeni için “firmaların çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde yer almaması”, vizyon ve liderlik bileşeni için “sosyal medya hesaplarından iletişim kurulmaması”, çalışma ortamı bileşeni için “uçak personelinin tutum ve davranışları” ve duygusal çekicilik (cazibe) bileşeni için ise en çok şikayet kaydı “reklam ve tanıtım faaliyetleri” kriterleri için oluşturulmuştur.

Anadolu Jet Hava Yolları için en çok şikayet kaydının ürün ve hizmet bileşeninde, en az şikayet kaydının ise vizyon ve liderlik bileşeninde yer aldığı görülmektedir. Ürün ve hizmet bileşenini ise sırasıyla finansal performans, çalışma ortamı, sosyal sorumluluk ve duygusal çekicilik (cazibe) bileşenleri takip etmektedir. Ürün ve hizmet bileşeni için en çok şikayet kaydı “direkt uçuş ve aktarma problemi”, finansal performans bileşeni için “bilet iptalinde yaşanan kesinti tutarları”, çalışma ortamı bileşeni için “koltuk mesafesi ve uçakların yenilik durumu”, sosyal sorumluluk bileşeni için “firmaların çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde yer almaması”, duygusal çekicilik (cazibe) bileşeni için “reklam ve tanıtım faaliyetleri” ve vizyon ve

liderlik bileşeni için ise en çok şikayet kaydı “yurtiçi ve yurtdışı havalimanlarında bulunan satış ofislerinin konum ve büyüklüğü” kriterleri için oluşturulmuştur.

Sun Express Hava Yolları için en çok şikayet kaydının finansal performans bileşeninde, en az şikayet kaydının ise sosyal sorumluluk bileşeninde yer aldığı görülmektedir. Finansal performans bileşenini ise sırasıyla ürün ve hizmet, çalışma ortamı, duygusal çekicilik (cazibe) ile vizyon ve liderlik bileşenleri takip etmektedir. Finansal performans bileşeni için en çok şikayet kaydı “uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler”, ürün ve hizmet bileşeni için “kaybolma, kırılma, ağırlık sınırlandırılması ve kötü taşınma gibi nedenlerden dolayı oluşan bagaj problemleri”, çalışma ortamı bileşeni için “uçak personelinin tutum ve davranışları”, duygusal çekicilik (cazibe) bileşeni için “reklam ve tanıtım faaliyetleri”, vizyon ve liderlik bileşeni için “sosyal medya hesaplarından iletişim kurulmaması”, sosyal sorumluluk bileşeni için ise en çok şikayet kaydı “evcil hayvanların taşınma durumu” kriterleri için oluşturulmuştur.

Atlas Jet Hava Yolları için en çok şikayet kaydının finansal performans bileşeninde, en az şikayet kaydının ise vizyon ve liderlik bileşeninde yer aldığı görülmektedir. Finansal performans bileşenini ise sırasıyla ürün ve hizmet, duygusal çekicilik (cazibe), çalışma ortamı ve sosyal sorumluluk bileşenleri takip etmektedir. Finansal performans bileşeni için en çok şikayet kaydı “uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler”, ürün ve hizmet bileşeni için “rötar ve sefer saatlerindeki değişiklikler”, duygusal çekicilik (cazibe) bileşeni için “reklam ve tanıtım faaliyetleri”, çalışma ortamı bileşeni için “koltuk mesafesi ve uçakların yenilik durumu”, sosyal sorumluluk bileşeni için “evcil hayvanların taşınma durumu” ve vizyon ve liderlik bileşeni için ise en çok şikayet kaydı “şikayetlere geri dönüş oranları” kriterleri için oluşturulmuştur.

Onur Air Hava Yolları için en çok şikayet kaydının finansal performans bileşeninde, en az şikayet kaydının ise duygusal çekicilik (cazibe) bileşeninde yer aldığı görülmektedir. Finansal performans bileşenini ise sırasıyla ürün ve hizmet, vizyon ve liderlik, sosyal sorumluluk ve çalışma ortamı bileşenleri takip etmektedir. Finansal performans bileşeni için en çok şikayet kaydı “uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler”, ürün ve hizmet bileşeni için “sigortalama, araç kiralama ve konaklama gibi yolcuların yan hizmet sağlayıcı firmalar ile yaşadığı sorunlar”, vizyon ve liderlik bileşeni için “şikayetlere geri dönüş oranları”, sosyal sorumluluk bileşeni için “evcil hayvanların taşınma durumu”, çalışma ortamı bileşeni için “uçak personelinin tutum ve davranışları” ve duygusal çekicilik (cazibe) bileşeni için ise en çok şikayet kaydı “reklam ve tanıtım faaliyetleri” kriterleri için oluşturulmuştur.

Sonuç ve Değerlendirme

Kurumsal itibarı gerçekleştirebilen firmalar, rekabet ortamında sürdürülebilirliği ve büyümeyi sağlayabilmektedir. Kurumsal itibarın kazanılması uzun bir zaman dilimine sahipken kaybedilmesi oldukça kısa sürede gerçekleşebilmektedir. Bu noktadan hareketle işletmeler için kurumsal itibarın doğru yönetilme hayati önem taşımaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinden birisi olan sosyal medya kurumsal itibarı doğrudan etkileyebilme gücüne sahiptir. Sosyal medya araçlarının özelliklerinden birisi, kullanıcıların beğeni, istek ve beklentilerini önemseyen bir işleyişe sahip olması ve ağdaki üyelerin birbirleri ve kullandıkları ürün ve hizmetler hakkında görüşlerini ifade edebilmesine, tecrübelerini paylaşmalarına olanak tanımaktadır. Dünyanın bir noktasında söylendiğinde diğer ucunda anında duyulabilen bir güce sahip olan bu platformlar bu etkileşim sayesinde yorum ve şikayetleri artırarak kitlesel bütününe dönüştürmektedir. Dijital platformlar üzerinden yapılan yorum ve şikayetler işletmelerin kurumsal itibarını artırmakta ya da yok etmektedir Hizmet sektöründe başarının koşulu olarak nitelendirilen strateji kişiden kişiye aktarılacak yayılan reklamın olumlu olmasını sağlamaktır. Firmaların bu platformları yönetebilmesi iyi bir takip sistemi geliştirebilmesine bağlıdır. Sorunları hızlı algılaması ve müdahale ederek çözüme kavuşturması müşteri memnuniyetini artırmakta ve bu durum da firmanın itibarını yükseltmektedir. Bu araştırmanın amacı dijital bir platform üzerinden paylaşılan şikayetlerin kurumsal itibar ölçeği olan RQ modeli bileşenlerine göre içeriklerinin belirlenmesi ve ele alınan firmaların müşterilerinin gözünde nasıl konumlandığının içerik analizinin yapılmasıdır. Bu çalışmada ulaşılan bulgular havayolu firmalarının müşterilerine ilişkin memnuniyetsizlik nedenlerini anlama yani takibini sağlamada ve bu doğrultuda stratejiler geliştirebilmesinde rehberlik etmektedir. Bu havayolu firmaları kurumsal itibarlarının hangi bileşenlerde daha zayıf olduğunu görerek müşterilerine sunacağı hizmet planını bu kapsamda geliştirmelidir.

Çalışmada kullanılan veriler 1 Ocak-31 Aralık 2019 sürecine ait “Şikayetvar” platformunda havayolu firmaları için oluşturulan tüm şikayetleri kapsamaktadır. Verilerin 2019 yılını kapsamının nedeni tüm dünyada şiddetli bir etkiye sahip olan pandemi sürecinin yaşanmasıdır. Pandemi koşullarının her sektörü etkilediği gibi havayolu sektörünü ve buna bağlı firmaları da seyahat kısıtlamalarıyla sektöre uğratması bu çalışmanın döneminde belirleyici bir unsur olmuştur. Bu çalışmada müşterilerin firmalara dair algıları, literatürde sıklıkla tercih edilen RQ modeli ve bu modelin esas aldığı altı bileşene göre sınıflandırılmış ve sınıflandırmaya göre belirlenen kriterlerle kurumsal itibarın olumlu ya da olumsuz olduğuna dair değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmada elde edilen verilerin “Şikayetvar” platformu üzerinden olması olumsuz yargılara ulaşmasını sağladığından, bu kapsamda kullanılan RQ modelinin alt bileşenlerinde kurumsal itibarın

olumsuz algısı üzerine odaklanılmıştır. Bu doğrultuda her bileşene dair müşterilerin memnuniyetsizlikleri ve dolayısıyla firmalarında zayıf ve eksik yönleri belirlenmeye çalışılmıştır.

“Şikayetvar” platformunda yapılan içerik analizlerinin sonucunda altı havayolu firması için en çok şikayet oluşturulan iki bileşenin ürün ve hizmet ile finansal performans bileşenleri olduğu görülmektedir. Ürün ve hizmet bileşeni kapsamında oluşturulan şikayetler incelendiğinde, Pegasus ve Atlas Jet Hava Yolları için “rötar ve sefer saatlerindeki değişiklikler” ilk sırada yer alırken, Türk Hava Yolları ve Sun Express Hava Yolları için “ağırlık sınırlandırması, kaybolma ve kötü taşınma gibi nedenlerden dolayı oluşan bagaj problemleri” ve Onur Air Hava Yolları içinse “sigortalama, araç kiralama ve konaklama gibi yolcuların yan hizmet sağlayıcı firmalar ile yaşadığı sorunlar” yer almaktadır. Finansal performans bileşeni incelendiğinde ise, Pegasus Hava Yolları için “yolculuk sırasında satılan ürünlerin pahalı olması”, Türk Hava Yolları için “uçak biletlerinin pahalı olması”, Anadolu Jet Hava Yolları için “bilet iptalinde yaşanan kesinti tutarları”, Sun Express, Atlas Jet ve Onur Air Hava Yolları için ise “uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler” kullanıcılar tarafından oluşturulan şikayetlerin ilk sırasında yer almaktadır. Ürün ve hizmet bileşeni için şikayetler değerlendirildiğinde, bu firmaların rötar ve sefer saatlerindeki değişiklikleri yolcularına olabildiğince erken bildirmesi, ağırlık haklarının artırılması veya oluşabilecek ağırlık farklarının daha düşük ücretlere tabi tutması, kaybolma ve kötü taşınma gibi nedenlerden dolayı oluşan bagaj problemleri için olabildiğince hassas davranmaları ve oluşan zararları üstlenme yoluna gitmeleri gerekmektedir. Fiyat ve performans bileşeni açısından bakıldığında ise, yolculuk sırasında satılan ürünlerin fiyatları ile uçak bileti fiyatlarının daha ekonomik bir hale getirilmesi, bilet iptallerinde olabildiğince az kesinti uygulanması firmaların kurumsal itibarlarını güçlendirmesinde önemli bir rol oynayacaktır. Ayrıca üç firma için ilk sırada yer alan uçuş iptali durumunda bilet ücretlerinin iadesinde yaşanan gecikmeler şikayeti için müşterilerin mağdur edilmemesi ve iadelerin daha hızlı gerçekleştirilmesi için gerekli alt yapı sistemlerinin kurulması gerekmektedir. Bir firma, kurumsal itibarını yükseltmek için müşterilerin ürün ve hizmetlere güven duymasını sağlamalı ve oluşan bu durum da firmanın fiyatlandırma politikasında daha esnek davranabilmesine de olanak sağlayacaktır. Bu havayolu firmalarına yapılan şikayetlerin büyük kısmının ürün ve hizmet bileşeninde olması, bu firmaları finansal performans açısından da zayıflatmaktadır. Müşteriler kurumsal itibarı yüksek olan firmaların ürün ve hizmetlerine sektördeki ikame ürün fiyatlarına oranla daha fazla ücret ödemeyi kabul etmektedir. Dolayısıyla firmalar ürün ve hizmet kapsamında kurumsal itibarlarını güçlendirebilirlerse finansal performansta yaşanan şikayetlerde de azalma yaşanacaktır.

Duygusal çekicilik (cazibe) bileşeni için şikayetler incelendiğinde, “reklam ve tanıtım faaliyetleri” kriteri dışında herhangi bir geri bildirim olmadığı görülmektedir. Bu şikayet altı havayolu firmasını da kapsamaktadır. Yani müşterilerin bu kriterle ilgili ifade etmek istedikleri, firmaların tanıtımlarını yaptıkları ürün ve hizmetlerin yolculuk öncesi ve yolculuk anında kendilerine sunulmadığı ya da farklı şekillerde sunulduğu bildirilmektedir. Bu noktada firmaların reklam ve tanıtım faaliyetlerinde yer verdikleri birçok unsuru yolculuk öncesi ve yolculuk anında müşterilerine tanıtımı yaptığı şekilde sunabilmesi için gerekli özeni göstermesi beklenmektedir. Vizyon ve liderlik bileşeninde, Pegasus ve Anadolu Jet Hava Yolları için “yurtiçi ve yurtdışı havalimanlarında bulunan satış ofislerinin konum ve büyüklüğü”, Türk Hava Yolları ile Sun Express Hava Yolları için “sosyal medya hesaplarından iletişim kurulmaması”, Atlas Jet ve Onur Air Hava Yolları için ise “şikayetlere geri dönüş oranları” ilk sırada yer almaktadır. Müşterilerin hem yurt içi, hem de yurt dışındaki havalimanlarında bulunan satış ofislerinin konum ve büyüklüğünü kurumsal itibarın bir parçası olarak gördüğünü göstermektedir. Bu noktada firmalara, müşteriler tarafından mümkün olduğunca konum ve büyüklüğü tatmin edici olarak kabul edilebilecek yerlere satış ofislerini taşımaları önerilmektedir. Ayrıca firmaların müşterileri ile sosyal medya hesapları üzerinden iletişim kurması ve kendileri ile ilgili şikayetlere geri dönüşte bulunmaları kurumsal itibarın önemli bir parçası olarak yorumlanmaktadır. Bunların yanı sıra, firmaların sosyal medya hesaplarını ve dijital platformları doğru ve hızlı bir şekilde yönetebilmeleri için uzman ekipler oluşturmaları kurumsal itibarlarını güçlendirmek için büyük avantajlar sağlayabilmektedir. Çalışma ortamı bileşeni incelendiğinde, Pegasus, Anadolu Jet ve Atlas Jet Hava Yolları için ilk sırada yer alan şikayet “koltuk mesafesi ve uçakların yenilik durumu” iken, Türk Hava Yolları, Sun Express ve Onur Air Hava Yolları için “uçak personelinin tutum ve davranışları” ilk sırada yer almaktadır. Bu noktada firmaların yeni uçak satın almaları oldukça yüksek maliyetli olduğundan, optimal seviyede koltuk mesafesinin genişletilmesi için gerekli çalışmaların yapılması daha uygun olabileceği düşünülmektedir. Kurumsal itibarın en önemli parçası olarak gösterilen çalışanların tutum ve davranışları müşterileri memnun edici şekilde geliştirilmeli ve sürekli bir biçimde iyileştirilmelidir. Sosyal sorumluluk bileşeni incelendiğinde ise, Pegasus, Sun Express, Atlas Jet ve Onur Air Hava Yolları için “evcil hayvanların taşınma durumu” şikayetinin, Türk Hava Yolları ve Anadolu Jet için ise, “firmaların çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde yer almaması” şikayetinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Firmaların çeşitli sosyal sorumluluk projelerinde yer almaları kurumsal itibarları oldukça önem taşımaktadır. Firmaların çevreye ve topluma karşı duyarlı olmaları müşteriler için bir saygınlık ölçütü olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle çevreye zararlı ya da geri dönüşümü oldukça uzun olan ürünlerin kullanımı müşteriler tarafından şikayet unsuru olarak görülmektedir. Ayrıca firmaların evcil hayvanları taşımak için gerekli olan tüm detayları gözden geçirmeleri ve bu doğrultuda iyileştirmeler yaparak sorunu çözücü adımlar atmaları kurumsal itibarları açısından oldukça kritik bir önem taşımaktadır.

Müşterilerin şikayet ve taleplerini sosyal medya araçları ile firmalara anında iletebilmeleri ve dijital platformlar aracılığıyla sorunlarına çözüm aramaları bu çalışmanın konusu olduğu gibi gelecekte de birçok çalışmanın konusunu oluşturacaktır. Bu bağlamda yapılacak diğer çalışmalara, "Şikayetvar" sitesinin yanı sıra başka dijital platformların ve bu platformlarda yer alan şikayetlerin ve yorumların da incelenmesi ve farklı sektörlerin araştırmalarına konu edilmesi tavsiye edilebilmektedir. Ayrıca kurumsal itibarın başka değişkenlerle incelenmesi ve farklı yönlerden ele alınması, sonuçların kıyaslanabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Abratt, R., ve Kleyn, N. (2012). Corporate identity, corporate branding and corporate reputations: Reconciliation and integration. *European Journal of Marketing*, 46(7), 1048-1063.
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(1), 65-77.
- Berkup, S. B. (2015). Fombrun İtibar Katsayı Ölçeği Çerçevesinde Bir İtibar Vaka Çalışması: Arçelik A.Ş. *Journal of International Social Research*, 8(38), 859-859.
- Bhattacharyya, S., ve Bose, I. (2020). S-commerce: Influence of Facebook likes on purchases and recommendations on a linked e-commerce site. *Decision Support Systems*, 138(1), 113383.
- Boyd, D. M., ve Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brady, A. (2005). Measurement The Seven Elements of Reputation Management. *Corporate Responsibility Management*, 1(5), 4-17.
- Brown, T. J., ve Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of Marketing*, 61(1), 68-84.
- Budd, J. F. (1994). How to Manage Corporate Reputations. *Public Relations Quarterly*, 39(4), 11-15.
- Casaló, L. V., Flavián, C., ve Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117(1), 510-519.
- Castro, G. M.-D., Delgado-Verde, M., Navas-López, J. E., ve Cruz-González, J. (2013). The moderating role of innovation culture in the relationship between knowledge assets and product innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(2), 351-363.
- Chu, S.-C., Kamal, S., ve Kim, Y. (2019). Re-examining of consumers' responses toward social media advertising and purchase intention toward luxury products from 2013 to 2018: A retrospective commentary. *Journal of Global Fashion Marketing*, 10(1), 81-92.
- Chun, R. (2005). Corporate Reputation: Meaning and Measurement. *International Journal of Management Reviews*, 7(2), 91-109.
- Das, G., Agarwal, J., Malhotra, N. K., ve Varshneya, G. (2019). Does brand experience translate into brand commitment?: A mediated-moderation model of brand passion and perceived brand ethicality. *Journal of Business Research*, 95(1), 479-490.
- Davies, G., Chun, R., Silva, R. V., ve Roper, S. (2002). *Corporate Reputation and Competitiveness*. London: Routledge.
- Davis, J., Wolff, H.-G., Forret, M. L., ve Sullivan, S. E. (2020). Networking via LinkedIn: An examination of usage and career benefits. *Journal of Vocational Behavior*, 118(1), 103396.
- Deephouse, D. L. (2000). Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories. *Journal of Management*, 26(6), 1091-1112.
- Demek, K. C., Raschke, R. L., Janvrin, D. J., ve Dilla, W. N. (2018). Do organizations use a formalized risk management process to address social media risk? *International Journal of Accounting Information Systems*, 28(1), 31-44.
- Dentchev, N. A., ve Heene, A. (2004). Managing the reputation of restructuring corporations: Send the right signal to the right stakeholder. *Journal of Public Affairs*, 4(1), 56-72.

- Dhaoui, C., ve Webster, C. M. (2020). Brand and consumer engagement behaviors on Facebook brand pages: Let's have a (positive) conversation. *International Journal of Research in Marketing*, <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.06.005>.
- Ding, R., Zhou, H., ve Li, Y. (2020). Social media, financial reporting opacity, and return comovement: Evidence from Seeking Alpha. *Journal of Financial Markets*, 50(1), 100511.
- Dowling, G. (2002). *Creating corporate reputations: Identity, image and performance: Identity, image and performance*. New York: Oxford University Press.
- Estrella-Ramón, A., García-de-Frutos, N., Ortega-Egea, J. M., ve Segovia-López, C. (2019). How does marketers' and users' content on corporate Facebook fan pages influence brand equity? *Electronic Commerce Research and Applications*, 36(1), 100867.
- Flanagan, D. J., ve O'Shaughnessy, K. C. (2005). The Effect of Layoffs on Firm Reputation. *Journal of Management*, 31(3), 445-463.
- Fombrun, C. J., ve Foss, C. B. (2001). The Reputation Quotient, Part 1: Developing a Reputation Quotient. *The Gauge*, 14(3), 1-4.
- Fombrun, C., ve Van Riel, C. B. (1997). The Reputational Landscape. *Corporate Reputation Review*, 1(1), 5-13.
- Gaillard Gaultier, S., Louisot, J.-P., ve Rayner, J. (2009). *Managing reputational risk - From theory to practice*. Berlin: Reputation Capital.
- GayathriDevi, B., ve Pattabiraman, V. (2019). Towards User Profiling From Multiple Online Social Networks. *Procedia Computer Science*, 165(1), 456-461.
- Gon, M. (2020). Local experiences on Instagram: Social media data as source of evidence for experience design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 29(1), 100435.
- Gotsi, M., ve Alan, W. (2001). Corporate reputation management: "living the brand". *Management Decision*, 39(2), 99-104.
- Guo, J., Li, N., Wu, Y., ve Cui, T. (2020). Examining help requests on social networking sites: Integrating privacy perception and privacy calculus perspectives. *Electronic Commerce Research and Applications*, 39(1), 100828.
- Herbig, P., ve Milewicz, J. (1993). The relationship of reputation and credibility to brand success. *Journal of Consumer Marketing*, 10(3), 18-24.
- Iankova, S., Davies, I., Archer-Brown, C., Marder, B., ve Yau, A. (2019). A comparison of social media marketing between B2B, B2C and mixed business models. *Industrial Marketing Management*, 81(1), 169-179.
- Iglesias, O., Markovic, S., ve Rialp, J. (2019). How does sensory brand experience influence brand equity? Considering the roles of customer satisfaction, customer affective commitment, and employee empathy. *Journal of Business Research*, 96(1), 343-354.
- Jans, S. D., Sompel, D. V., Veirman, M. D., ve Hudders, L. (2020). #Sponsored! How the recognition of sponsoring on Instagram posts affects adolescents' brand evaluations through source evaluations. *Computers in Human Behavior*, 109(1), 106342.
- Jin, S. V., ve Ryu, E. (2020). "I'll buy what she's #wearing": The roles of envy toward and parasocial interaction with influencers in Instagram celebrity-based brand endorsement and social commerce. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55(1), 102121.
- Juntunen, M., Ismagilova, E., ve Oikarinen, E.-L. (2020). B2B brands on Twitter: Engaging users with a varying combination of social media content objectives, strategies, and tactics. *Industrial Marketing Management*, 89(1), 630-641.
- Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., ve Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.
- Lange, D., Lee, P. M., ve Dai, Y. (2011). Organizational Reputation: A Review. *Journal of Management*, 37(1), 153-184.
- Lenk, M. M., Krahel, J. P., Janvrin, D. J., ve Considine, B. (2019). Technology: An Integrated Strategy and Risk Management Framework. *Journal of Information Systems*, 33(2), 129-153.

- Lewis, S. (2001). Measuring corporate reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 6(1), 31-35.
- Li, J. J., Poppo, L., ve Zhou, K. Z. (2010). Relational mechanisms, formal contracts, and local knowledge acquisition by international subsidiaries. *Strategic Management Journal*, 31(4), 349-370.
- Li, N., ve Das, S. K. (2020). Efficiently discovering users connectivity with local information in online social networks. *Online Social Networks and Media*, 16(2), 100062.
- Liao, M.-Q., ve Mak, A. K. (2019). "Comments are disabled for this video": A technological affordances approach to understanding source credibility assessment of CSR information on YouTube. *Public Relations Review*, 45(5), 101840.
- Liu, Z., ve Wang, X. (2018). How to regulate individuals' privacy boundaries on social network sites: A cross-cultural comparison. *Information & Management*, 55(8), 1005-1023.
- Martin, G., ve Hetrick, S. (2006). *Corporate Reputations, Branding and People Management: A Strategic Approach to HR*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Meshi, D., Turel, O., ve Henley, D. (2020). Snapchat vs. Facebook: Differences in problematic use, behavior change attempts, and trait social reward preferences. *Addictive Behaviors Reports*, 12(1), 100294.
- Morgan, N. A., ve Vorhies, D. W. (2001). Product quality alignment and business unit performance. *Journal of Product Innovation Management*, 18(6), 396-407.
- Nguyen, N., ve LeBlanc, G. (2001). Image and Reputation of Higher Education Institutions in Students' Retention Decisions. *International Journal of Educational Management*, 15(6), 303-311 .
- Nunan, D., Sibai, O., Schivinski, B., ve Christodoulides, G. (2018). Reflections on "social media: Influencing customer satisfaction in B2B sales" and a research agenda. *Industrial Marketing Management*, 75(1), 31-36.
- Porter, M. E., ve Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 1(1), 62-77.
- Pruzan, P. (2001). Corporate Reputation: Image and Identity. *Corporate Reputation Review*, 4(1), 50-64.
- Rangaswamy, A., Moch, N., Felten, C., Bruggen, G. V., Wieringa, J. E., ve Wirtz, J. (2020). The Role of Marketing in Digital Business Platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 51(1), 72-90.
- Rietveld, R., Dolen, W. V., Mazloom, M., ve Worrying, M. (2020). What You Feel, Is What You Like Influence of Message Appeals on Customer Engagement on Instagram. *Journal of Interactive Marketing*, 49(1), 20-53.
- Saxton, G. D., ve Guo, C. (2020). Social media capital: Conceptualizing the nature, acquisition, and expenditure of social media-based organizational resources. *International Journal of Accounting Information Systems*, 36(1), 100443.
- Shareef, M. A., Mukerji, B., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., ve Islam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46(1), 58-69.
- Shen, C.-W., Luong, T.-H., Ho, J.-T., ve Djailani, I. (2020). Social media marketing of IT service companies: Analysis using a concept-linking mining approach. *Industrial Marketing Management*, 90(1), 593-604.
- Sheng, J., Amankwah-Amoah, J., ve Wang, X. (2019). Technology in the 21st century: New challenges and opportunities. *Technological Forecasting and Social Change*, 143(1), 321-335.
- Smaiziene, I., ve Jucevicius, R. (2009). Corporate Reputation: Multidisciplinary Richness and Search for a Relevant Definition. *Engineering Economics*, 2(62), 91-101.
- Şikayetvar. (2021). <https://www.sikayetvar.com/hakkimizda>
- Tifferet, S. (2019). Gender differences in privacy tendencies on social network sites: A meta-analysis. *Computers in Human Behavior*, 93(1), 1-12.
- Tran, T. P., Lin, C.-W., Baalbaki, S., ve Guzmán, F. (2020). How personalized advertising affects equity of brands advertised on Facebook? A mediation mechanism. *Journal of Business Research*, 120(1), 1-15.
- Van Riel, C. B., ve Fombrun, C. J. (2007). *Essentials of Corporate Communication: Implementing Practices for Effective Reputation Management*. London: Routledge.
- Yu, S., ve Hu, Y. (2020). When luxury brands meet China: The effect of localized celebrity endorsements in social media marketing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 54(1), 102010.

- Yu, X., ve Yuan, C. (2019). How consumers' brand experience in social media can improve brand perception and customer equity. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(5), 1233-1251.
- Walsh, G., Mitchell, V.-W., Jackson, P. R., ve Beatty, S. E. (2009). Examining the Antecedents and Consequences of Corporate Reputation: A Customer Perspective. *British journal of Management*, 20(2), 187-203.
- Wartick, S. L. (2002). Measuring Corporate Reputation: Definition and Data. *Business & Society*, 41(4), 371-392.

Extended Abstract

Aim and Scope

The classification of complaints records created on the "Şikayetvar" website in 2019 regarding six airlines according to the subcomponents of the RQ model, which is expressed as a reputation coefficient, taking into account all complaint records, and to examine the criteria formed after this classification process in detail. In addition, it is aimed to evaluate the complaints created separately for each airline according to the components of the RQ model, to be a guiding study in order to be able to see the weaknesses of these airlines and make the necessary arrangements accordingly. In addition, the sub-purpose of the study is to present the necessary tips for airline companies to manage their corporate reputation on digital platforms.

Methods

The main focus of the study is the complaints made by the users on the "Şikayetvar" digital platforms. As a result of the Covid-19 pandemic and extensive travel restrictions applied in 2020, the data of 2019 was taken as a basis for the study. Since all of the complaints made by the users with airline companies on the "Şikayetvar" site between January 1 and December 31, 2019 are included in the study, the data is evaluated with the complete enumeration method. A total of 19082 complaints records made by users of the "Şikayetvar" website about six airlines were examined according to the components of the RQ model.

Findings

When the criteria determined for the sub-components of the RQ model are examined based on the comments made on the website "Şikayetvar"; it is seen that the emotional attractiveness (attraction) component consists of the criteria of advertising and promotion activities. The product and service component, on the other hand, includes many criteria such as delays and changes in flight times, direct flight and transfer problems, problems that passengers experience with ancillary service providers such as cancellation of only one direction in round-trip tickets, insurance, car rental and accommodation, the continuation of the sales transactions despite the passing of the ticket sales hour, the difficulties experienced in the ticket change process, time problems such as early closing of doors during boarding of passengers, assignment of different seats to the same reservation code, failure to notify passengers of ticketing errors, flight cancellations or delays caused by problems experienced in mobile applications, baggage problems due to loss, breakage, weight limitation and poor handling, activation problems for applications, QR code reading errors, online check-in problems, failure to ticket the seat purchased by paying the difference in the check-in process, and problems in purchasing flight tickets with various promotional codes. The vision and leadership component includes the location and size of the sales offices at domestic and international airports, the rate of response to complaints, and the criteria for not communicating through social media accounts. The working environment component, on the other hand, includes the criteria of seat distance and the age of the aircraft, and the attitudes and behaviors of the aircraft personnel within the framework of employee qualification. When the financial performance component is analyzed, expensive air tickets, expensive products sold during trips, delays in refunding ticket fees in case of flight cancellation, the amount of deductions experienced in ticket cancellation, payment problems due to errors in mobile applications, cheaper ticket prices becoming available closer to flight times, and the criteria of collecting the ticket fee several times in payment transactions stand out. The social responsibility component, on the other hand, covers the criteria of the status of moving pets and the fact that companies are not involved in various social responsibility projects.

Conclusion

As a result of the content analyses carried out on the "Şikayetvar" platform, it is seen that the two components with the highest number of complaints about six airline companies are product and service and financial performance components. When the complaints created within the scope of the product and service component are examined, while about Pegasus and Atlas Jet Airlines, "delays and changes in flight times" are in the first place, for Turkish Airlines and Sun Express Airlines, "Baggage problems due to loss, breakage, weight limitation and poor handling" and for Onur Air Airlines, "problems that passengers have with ancillary service providers such as insurance, car rental and accommodation" are included. When the financial performance component is analyzed, about Pegasus Airlines, "expensive air tickets,

expensive products sold during trips”, for Turkish Airlines, “Expensive flight tickets”, for Anadolu Jet Airlines, “the amount of deductions experienced in ticket cancellation”, about Sun Express, Atlas Jet and Onur Air Airlines, “delays in refunding ticket prices in case of flight cancellations” is at the top of the complaints made by users. When the complaints for the product and service component are evaluated, notification of passengers of delays and changes in flight times as early as possible, increasing weight rights or subjecting weight differences that may occur to lower fees, acting as sensitively as possible for baggage problems caused by reasons such as loss and poor handling and assuming the losses incurred are required. In terms of price and performance component, making the prices of the products sold during the journey and flight ticket prices more economical and applying as low deductions in ticket cancellations as possible will play an important role in strengthening the corporate reputation of companies. In addition, in case of flight cancellation, which is the first for the three companies, it is necessary to establish the necessary infrastructure systems so that customers are not penalized and refunds can be made faster for complaints about delays in refunding ticket fees. When complaints are examined for the emotional attractiveness (attraction) component, it is seen that there is no feedback other than the criterion of “advertising and promotional activities”. This complaint also covers six airlines. In other words, what customers want to express about this criterion is that the products and services that companies promote are not offered to them before and during the trip, or are offered in different ways. At this point, it is expected that companies will take the necessary care to present many elements that they include in advertising and promotional activities to their customers before and during the trip in the way that they advertise to their customers. In the vision and leadership component, “the location and size of sales offices at domestic and international airports” for Pegasus and Anadolu Jet Airlines, as a part of Turkish Airlines and Sun Express Airlines, “no communication from social media accounts”, while for Atlas Jet and Onur Air Airlines, “return to complaints” ranks first. It shows that customers see the location and size of sales offices located at both domestic and international airports as a part of corporate reputation. At this point, companies are advised to move their sales offices to locations that can be considered satisfactory in terms of location and size by customers as much as possible. In addition, it is interpreted as an important part of corporate reputation for companies to communicate with their customers via social media accounts and to respond to complaints about themselves. In addition, creating expert teams for companies to manage social media accounts and digital platforms correctly and quickly can provide great advantages for strengthening their corporate reputation. When the work environment component is examined, while the first complaint for Pegasus, Anadolu Jet and Atlas Jet Airlines is “seat distance and the age of the aircraft”, for Turkish Airlines, Sun Express and Onur Air Airlines, “attitudes and behaviours of aircraft personnel” take the first place. At this point, since it is quite costly for companies to purchase new aircraft, it is thought that it may be more appropriate to carry out the necessary studies to expand the seat distance to the optimal level. The attitudes and behaviours of employees, which are shown to be the most important part of corporate reputation, should be improved in a way that satisfies customers and improved continuously. When the social responsibility component is examined, about Pegasus, Sun Express, Atlas Jet and Onur Air Airlines, the complaint of “transportation of pets” is at the top of the list, while for Turkish Airlines and Anadolu Jet, “companies are not involved in various social responsibility projects”. It is very important in terms of corporate reputation for companies to take part in various social responsibility projects. The fact that companies are sensitive to the environment and society is considered as a measure of respectability for customers. For this reason, the use of products that are harmful to the environment or that take a long time to recycle are seen as a source of complaint by customers. In addition, it is of critical importance for the corporate reputation of companies to review all the details in relation to the transportation of pets and to take steps to solve the problem by making improvements in this direction.

Siyasal Pazarlamada Tutundurma Faaliyetlerinin, Sosyal Medyanın ve Referans Grupların Z Kuşağı Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri¹

The Effects of Promotion Activities, Social Media and Reference Groups on Generation Z Voter Behavior in Political Marketing

Ümran Arslan², Mehmet Sağlam³

Öz

Bu çalışmanın amacı, Z kuşağı seçmenleri için siyasal pazarlamada tutundurma faaliyetlerinin, sosyal medyanın ve referans grubun, rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Ek olarak referans grup değişkeninin tutundurma faaliyetleri ve rasyonel oy verme arasındaki ilişki ile sosyal medya ve rasyonel oy verme ilişkileri üzerindeki düzenleyici etkisi araştırılmıştır. Araştırmanın popülasyonu, Türkiye'nin çeşitli illerinde yaşayan ve 2000 yılı ve üzeri doğumlu katılımcılardan oluşmaktadır. Veri toplanması için kolayda örnekleme metodu kullanılmıştır ve 210 katılımcıya ulaşılmıştır. Veri toplama aracı olarak çevrimiçi anket formu, analizler için ise SPSS 25.0 istatistik paket programı kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, Z kuşağı seçmenleri için sosyal medyanın ve referans grubun rasyonel oy verme davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu, tutundurma faaliyetlerinin etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Düzenleyici roller incelendiğinde ise referans grup değişkeninin tutundurma faaliyetleri ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide düzenleyici bir role sahip olmadığı, sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide ise düzenleyici bir role sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Pazarlama, Tutundurma, Sosyal Medya, Referans Grup, Z Kuşağı.

Abstract

The aim of this study is to examine the effects of political marketing promotion activities, social media and reference group on rational voting behavior for Z generation voters. In addition, the moderator effect of the reference group variable were investigated on the effect of social media and promotion activities on rational voting behavior. The population of the study consists of participants living in various provinces of Turkey and born in 2000 and above. Convenience sampling method was used for data collection and 210 participants were reached. An online questionnaire was used as data collection tool and SPSS 25.0 statistical package program was used for analysis. As a result of the study, it was determined that social media and reference group had a significant effect on rational voting behavior for Z generation voters, while promotional activities had no effect. When the moderator roles were examined, it was concluded that the reference group variable did not have a mediator role in the relationship between promotional activities and rational voting, but had a moderator role in the relationship between social media and rational voting.

Keywords: Political Marketing, Promotion, Social Media, Reference Group, Generation Z.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M30, M31

Submitted: 23 / 12 / 2021

Accepted: 27 / 01 / 2022

¹ Bu çalışma, Ümran ARSLAN tarafından Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞLAM danışmanlığında yürütülen "Siyasal Pazarlamada Tutundurma Faaliyetlerinin, Sosyal Medyanın ve Referans Grupların Z Kuşağı Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri" isimli yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi, İstanbul, Türkiye, umana10@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-7231-6712>.

³ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, msaglam@ticaret.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-1909-4284>.

Giriş

"We Are Social" medya şirketi tarafından yayınlanan rapora göre, 2021 yılı başlangıcı itibarıyla dünya nüfusunun 7,83 milyar kişi olduğu kaydedilmiştir (Sönmez, 2021). OECD verilerine göre ise bu rakamın küresel çapta 2 milyarını Z kuşağının oluşturduğu ifade edilmektedir (Koop,2021). Bu istatistik doğrultusunda gelecekte, çalışma potansiyeline sahip kesimin önemli bir bölümünü Z kuşağının meydana getireceği öngörülmektedir. 2025 yılı itibarıyla dünya nüfusunun yüzde 30'unu, çalışma potansiyelinin ise yüzde 27'sini bu genç kuşağın meydana getireceği de ayrıca umut edilmektedir (Önder, 2021).

Şu anda en büyüğü 21 yaşında olan 2000 ve sonrası doğumlu Z kuşağı, TÜİK kaynaklarına göre Türkiye nüfusunun yüzde 39'una denk gelen yaklaşık 7 milyon potansiyel seçmen anlamına gelmektedir. 2023 yılında yapılacak olan Türkiye genel seçimlerinde ilk kez oy verme işlemi gerçekleştirerek siyasi hayata katılım sağlayacak olan bu nesil, teknolojik gelişmelerin tam ortasına doğmuş bir kuşak olma niteliğine sahip olması ile birlikte, aile, akran ve sosyal medya kavramlarına önem veren özelliklere de sahiptir. Ayrıca sosyal medya platformları olan Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn gibi mecraları uzun saatler kullanma niteliğine de sahiptirler.

Siyasal pazarlama iletişimi açısından düşünüldüğünde ise parti kuruluşlarının ve siyasi adayların, azımsanmayacak rakamlardaki bu kayda değer ve gücü henüz ortaya çıkmamış olan dinamik seçmen topluluğunu iyi analiz etmeleri, siyasi partiler ve politik adaylar için stratejik bir tutundurma davranışı olacaktır. Z kuşağı grubunun duygu durumları bakımından diğer yaş grubundaki seçmenler gibi çıkarıcı, umursamaz, kararlı ve değişime açık birer seçmen özelliğine sahip oldukları düşünüldüğünde, bu kuşağı iyi anlamak, siyasi parti ya da adaylara hem daha akılcı davranmaları konusunda olanak sağlayacak, hem de rekabet içerisinde oldukları rakip partilere göre üstünlük elde etmelerinin ise yolunu açacaktır (Şener, 2018).

Teknolojinin her türlü yeniliğinden, anlık çevrimiçi iletişimden ve sosyal ağlardan oldukça etkilenen Z kuşağı, internetsiz yaşam düşünemeyen bir kuşaktır. Arkadaşlık kavramına önem veren, karar verme gücü sağlam ve sorumluluk alabilen Z kuşağı, aynı zamanda aile yaşamına oldukça bağlılık göstermektedir (Williams ve Page, 2011). Bu nedenle Z kuşağı bireylerinin üzerinde hem referans grubun hem de sosyal medyanın etkisinin yüksek oranda olabileceği tahmin edilmektedir (Küçük ve Toklu, 2020).

Geleneksel pazarlama yöntemleri içerisinde yer alan markaların tutundurma çabaları nasıl ki tüketicide kararsızlık, satın almaktan vazgeçmek gibi davranış değişikliklerine yol açmakta ise siyasal pazarlama tutundurma yöntemleri içerisinde var olan tutundurma çabalarının her türlü de bu süreçte seçimde, özellikle genç nüfus olan Z kuşağı seçmeninde anlık tutum ve davranış değişikliği ile duygu karmaşasına yol açabilme sorunu gözetmektedir. Bu bakımdan siyasal partilerin, yöneticilerinin ve siyasi adayların; kurumsal politikaları ve stratejileri içerisinde günümüz tutundurma aracı olarak ifade edilen sosyal medya platformlarını da dâhil etmeleri, bu platformları kullanma üzerine politikalar geliştirmeleri, hayata geçirmeleri ve bu mecralarda özellikle aktif rol üstlenmeleri gelecekte seçimlerden galip olarak çıkmalarına olanak sağlayabilecektir.

Bu bağlamda çalışmada, siyasal pazarlama iletişimi açısından Z kuşağı seçmenin oy verme davranışı hakkında yeterli düzeyde bilimsel çalışma yapılmamış olması ve 2023 genel seçimlerinde ilk kez oy kullanacak olan Z kuşağı seçmenin tutundurma faaliyetlerine olan ilgileri, sosyal medyanın ve referans grubun rasyonel oy verme davranışları üzerindeki etkilerin araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarının Z kuşağını tanımada ve oy verme davranışlarına anlam kazandırmada siyasetçilere, partilere, seçmenlere ve bilim insanlarına destekleyici bir yardım niteliği sunabileceği düşünülmektedir.

Çalışmanın takip eden bölümünde, öncelikle siyasal pazarlama, siyasal pazarlama tutundurma faaliyetleri ve faaliyet çeşitleri, seçmen davranışında referans grup etkisi, sosyal medya pazarlaması, kuşaklar ve sınıflandırılmaları, Z kuşağı, Z kuşağı seçmenin özellikleri, seçmen davranışı, seçmen davranışı olarak Z kuşağı ifadeleri kavramsal çerçevede incelenmiştir.

Literatür taraması neticesinde elde edilen yerli ve yabancı çalışma sonuçları açıklanmış, hipotez geliştirmeye yönelik ilişkili çalışmalardan söz edilmiştir. Araştırma amaç ve yöntem bölümünde araştırma sürecine, bulgular kısmında ise çalışmadan elde edilmiş olan bilimsel sonuçlara değinilmiştir.

1. Siyasal Pazarlama

Pazarlama düşüncesinin ve tekniklerinin siyasetin yürütülmesine uygulanması, yaklaşık son otuz yıldır medyada ve Batı dünyasındaki birçok akademik toplulukta şiddetle tartışılan bir konu olmuştur.

Siyasal pazarlama, siyasal partilerin ürün bileşenleri olan siyasi aday, parti lideri ve ana ilkelerinin tamamını oy verenler tarafından istenebilir şartlara getirmek maksadıyla meydana getirdiği bütün gayretler olduğu ifade edilmektedir (Demirtaş

ve Özgüven, 2012). En çok ABD ve Avrupa'da ortaya çıkan ve başlangıçta İngiltere, Almanya, Fransa ve İtalya gibi ülkelerde belirgin olan bu "yeni" uygulamaların artık dünyanın diğer bölgelerine de istikrarlı bir şekilde yayıldığı söylenmektedir (Plasser vd., 1999).

Siyasal pazarlama, siyasal mübadele işleyişinin basitleştirilmesi olarak açıklanabilmektedir. Siyasal pazarlama yönetimi ise bu sürecin sonuç odaklı şekilde yönetildiği ilim ve beceri olarak ifade edilmektedir (Henneberg, 2004).

Siyasi pazarlama; siyasal pazarlama kavramlarını ve tekniklerini uygulayarak siyasi kuruluşların amaçlarına erişmelerine yardımcı olmaktır. Siyaset ilimi ve pazarlama arasındaki evlilik birleşmesidir. Siyasi pazarlama; ürün, pazarlama ve piyasa yönelimli olmak gibi asıl pazarlama fikirleri ile piyasa haberleri gibi yöntemlerden ödünç alarak, belli başlı siyasi otoritelere karşı prosedür, eylem ve politikaların hayata geçirilmesi ile bir araya getirilmiş kuramsal bir çerçeve oluşturmaya çalışmaktadır (Less-Marshment, 2001).

2. Siyasal Pazarlamada Tutundurma Faaliyetleri

Tutundurma, siyasi pazarlama karması içinde farklı türleri ile en belirgin niteliği olan pazarlama karması ögesidir. Tutundurma fikri; klasik pazarlama karması ögesi olarak bir siyasi pazarlama karması ögesine uyarlandığında, herhangi bir siyasi partinin veya parti adayının politika ve planlarına dair taahhütlerinin seçmen tarafından özümsemesini basitleştirmek amacıyla, siyasi partiler veya adaylar nezdinde sürdürülen seçmeni inandırma amacına ilişkin öngörülü bir biçimde tasarlanmış, farkındalık içerisinde ve planlanmış eylemlerden meydana gelen bir iletişim süreci olarak tanımlanmaktadır. Parti ya da siyasi aday, seçmenlerin gözünde her ne kadar çok fazla üstün niteliklere sahip olmuş olsa da, bünyelerindeki artılarını; yani söz ve vaatlerini seçmenlere yansıtamaması durumunda, o siyasi partinin seçim sonunda kazanma olasılığını düşük tutması beklenilmektedir. Tutundurma faaliyetlerinin siyasi parti ya da aday için önemi bu noktada kendini belli etmektedir. Çünkü tüm bu tutundurma çabaları, siyasi parti ile seçmen arasında bir bağ görevi görmektedir (Varol, 2009).

Siyasi pazarlama açısından tutundurma; ürün, faaliyet, görüş ve kavramların, seçmenin hem onayına hem de oy verme davranışına yönelmesindeki hareketinin özümsemesi yolunda, seçmeni inandırmak için gerçekleştirilen haberleşme eylemlerinin bütünü olarak tanımlanmaktadır (Tek ve Özel, 2005). Siyasi partilerin seçim dönemlerinde seçmen topluluklarının oylarını almaya yönelik olarak, seçmenlerin haberdar edilmeleri ve teşvik edilmeleri konusunda yapılmakta olan ve belirli bir mekanizma içerisinde sürdürülen haberleşme faaliyetleri ise, siyasal tutundurma faaliyetleri olarak açıklanmaktadır. Siyasal pazarlamada tutundurma faaliyetleri; siyasal reklam, siyasal propaganda, halkla ilişkiler, siyasal kampanyalar, siyasal pazarlamada tutundurma aracı olarak sosyal medya gibi alt faaliyetlerden meydana gelmektedir (Tan, 2002).

2.1. Siyasal Reklam

İletişim, siyasi yöneticilerin ve parti liderlerinin düşüncelerini seçmenleriyle paylaşma veya izleyicilere açıklama fırsatı sunma yeteneğidir. İletişimin önemi, siyasi liderlerin ve yöneticilerin amaçlarına ulaşmak için, etkin mesajlaşma ve iletişim aracılığıyla hedef kitlelerini en yararlı biçimde etkileyebilecekleri anlayışından kaynaklanmaktadır (Abugre, 2017). Bu nedenle kitle iletişim araçlarıyla, toplumda meydana gelen başkalaşmalar ve durumlar taze tutulabilmekte veya gündemden çıkarılabilmektedir (Güngörmez, 2002).

Reklam, belirli bir sorumlu tarafından belirli bir ücret karşılığında ürün, hizmet, kurum, kişi veya düşüncelerin kitle iletişim araçları yardımıyla takdim edilmesi ve özümsemesi süreci olarak açıklanmaktadır (Altunışık, vd., 2012).

Siyasal reklam, medyada yer ve zaman satın alınmak suretiyle aday veya partinin, seçmenin parti veya aday lehine tavır ve davranışlarını geliştirmek amacıyla meydana getirilen, amaçlanan duygu ve düşüncelerin hazırlanması ve duyurulmasına ilişkin çalışmalar olarak açıklanmaktadır (Uztuğ, 2003).

Siyasi parti ve parti aday ile alakalı verilerin, seçmenler tarafından özümsemesi için faydalı bir araç olan siyasal reklamın (Cwalina, 2011), halkla ilişkilerden ayrılan en ayırt edici özelliği ise belirli bir bedel karşılığında icra edilmesidir (Altunışık vd., 2012; Polat, 2015).

2.2. Siyasal Propaganda

Türk Dil Kurumu'na göre propaganda "Bir öğreti, düşünce veya inancı başkalarına tanıtmak, benimsetmek ve yaymak amacıyla söz, yazı vb. yollarla gerçekleştirilen çalışma, yaymaca" olarak tanımlanmaktadır.

İlaveten uzun senelerdir politikada; inandırma, teşvik etme aracı olarak uygulanan bir teknik fonksiyonu görmektedir (Kaleli, 2015). Siyasi önderler propaganda yoluyla seçmen topluluklarına doğru bilgiyi vermek yerine, düşüncelerini sıkça tekrarlamakta ve duygusal motiflerle zorla kabul ettirme yolunu benimsemektedirler.

Tanımlara dayanarak propagandanın en önemli niteliğinin, seçmen topluluklarını etkilemeye özgü olması ve ikna amacıyla yapılması olduğu söylenebilmektedir. Mevcutta diğer tanıtım faaliyetlerinin aksine propaganda, organizasyonu veya siyasi önderi takdim etmeyi, esas seçmen topluluğuyla ara yerde iki taraflı bağlantı kurmayı esas amaç olarak benimsememektedir.

Propagandanın esas amacı, siyasal ve toplumsal bir öğreti oluşturan düşüncelerin tümünü, sorgu sual yapılmadan seçmen topluluğunun benimsemesini sağlamaktır. Seçmen topluluğunun farklı hissi görüşlerinin vurgulandığı propaganda ortamlarında, çeşitli ritimlerle kısa ve çarpıcı propaganda sözleriyle çoşturulduğu gösterilerde, bu topluluk duyularından ve izlenimlerini kavrama kabiliyetlerinden uzaklaştırılmaktadırlar ve gıyaben yönlendirilmektedirler. Bu yöndeki işleyişle propaganda, baskı düzeni kurmayı amaçlayan öğretiler gibi yaratılış ve inançla bağdaşmayan bazı düşünce tarzlarının özümsemesinde de etkili olmuştur. Propagandanın tarihi emsalleri incelendiğinde, genel olarak negatif bir resim ortaya çıkmaktadır. Bu hususun ise seçimde, propaganda kelimesine karşı negatif bir fikir geliştirmiş olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Tüm bu negatif hükümlere karşın ise propagandanın siyasi zeminde hala sıkça kullanılan bir yöntem olduğu görülmektedir (Kaleli, 2014).

2.3. Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler, toplumun kurumlara karşı olan davranış ve fikirlerine pozitif olarak tesir etmeye ve ana topluluklara karşı ise yine pozitif bir görüntü meydana getirmeye yoğunlaşmaktadır (Altunışık vd., 2012).

Halkla ilişkiler bir organizasyon ve bu organizasyonun esas kütlesi arasındaki bağlardır. Bu nedenle halkla ilişkiler, hem parti kuruluşlarının hem de siyasi partilerin şahsi eylemlerini ve menfaatlerini basite indirgemek için uyguladıkları vasıtalar (Abugre, 2017).

Bir düşünceyi ya da savı desteklemek ya da menfaatleri gözetmek için meydana getirilen faaliyetlerin, baskı ve boyundurukların ilerlemesi ve büyümesi olarak açıklanan halkla ilişkiler (Bongrad, 1992), siyasi önderlerin haberleşme imkanları aracılığıyla amaçlarını kabul ettirmek ve siyasal amaçlarına erişmeleri için yararlı ilişkiler yoluyla devam ettirmeye çalıştıkları idare sürekliliğidir (Stromback ve Kioussis, 2013).

Halkla ilişkilerde amaç, faydalı bir haberleşme sonucunda parti adayı ve kurumun seçmenler arasında pozitif bağlar oluşturarak, eylemlerine ilişkin seçmenleri haberdar etmek ve olumlu bir görüntü meydana getirmeye çalışmaktır. (Divanoğlu, 2008). Dikkatlice örgütlenmiş, belli başlı özendirme ve teşvik etme gibi tutundurma çabaları ile kuvvetlendirilmiş halkla ilişkilerin yaygın seçmen toplulukları nezdindeki etkililiğinin siyasal reklam çabalarından çok daha fazla olabileceği dile getirilmektedir (İslamoğlu, 2002).

2.4. Siyasal Kampanyalar

Siyasi topluluklar ve siyasi adaylar, seçim ve politika alanındaki etkinliklerini, oy kitlelerini arttırmak ve tereddütte olan seçmenlerini partilerine kazandırmak için en tesirli yol olarak kampanyalardan yararlanmaktadır. Amaç ise, hedeflenen seçmen topluluğunu, ulaşılmayı düşünülen yere doğru eyleme geçirebilmektir (Chisksand ve Carrigan, 2006).

Siyasal etkinlikler yoluyla ortaya koyulan haberleşme, parti adaylarının hedefleri ile seçmen topluluklarının tutumları arasında bir ilişki meydana getirmekte, seçmenlerin ümitleri ve zihinlerinde tasarladıkları ile parti adaylarının eylemleri arasında bir bağ işlevi oluşturmaktadır. Siyasal kampanyalar, belli başlı seçmen topluluğuna, televizyon, radyo, internet gibi araçlarla veya yüz yüze gelerek yapılan inandırma çabalarıyla iletilerin yansıtılmalarıdır (Uztuğ, 1999).

Siyasal kampanyalar oy verenlere, siyasi parti ve adaylar hususunda çok çeşitli haber taktikleri, propaganda sözleri ve taahhütler yoluyla enformasyon sunmaları, seçmenleri eylemler bütünü içerisinde kafalarında oluşturdukları parti adaylarına oy vermelerine yönlendirmeleri maksadıyla gerçekleştirilmektedirler.

Siyasal kampanyalar, meclisi meydana getirecek vekillerin ya da mahalli idarecilerin seçmenlere takdim edilmelerinde oy verecek olan kişilerin düşüncelerine başvurularak, arzu edildiğinde sürdürülen teşvik edici iletişim yolları olarak ifade edilmektedir (Balci, 2006).

2.5. Siyasal Pazarlamada Tutundurma Aracı Olarak Sosyal Medya

Sosyal medya, kullanım hakkı bulunan kişilere, şahsi ya da topluluklar şeklinde, duygu, düşünce ve imgelerini meydana getirmelerine ve paylaşım oluşturmalarına imkan veren bir platform ve teknolojidir (Çetin, 2018). Bu kapsamlı betimlemeye ek olarak sosyal medyanın çeşitli biçimlerinin var olduğunu açıklamak olanaklıdır. Tam olarak birbirlerinden belirgin vurgularla ayrışmasalar da, farklı türlerdeki dijital platformların; online işbirlikçi projeler, sanal dünya, bloglar, vloglar, sosyal ağ siteleri gibi bölümlere ayrıldıkları ifade edilmektedir (Kaplan ve Haenlein, 2010).

Sosyal medyanın boyutu ve kullanım kapsamı hususunda çok sayıda bölümlendirmeler kullanılmaktadır. Bunlar; bloglar, sosyal ağ siteleri, içerik toplulukları, forumlar ve mesaj panoları ve içerik sağlayıcılarıdır (Constantinides ve Fountain, 2008).

Hızlı şekil değiştiren evrende, hızına yetişilemeyecek derecede gelişen ve evrilen teknolojik ilerlemeler ve yenilikler, toplumda sözlü veya yazılı haber alma imkânını sağlayan teknik haberleşme araçlarını da farklılaştırarak yaşamın her tür zemini içerisinde yararlanılmaya olanak tanımışlardır.

Oluşan ilerleme ve yenilikler; okuyan, dinleyen ve seyreden seçmen topluluklarına, belli başlı davranış kalıplarının aşılması ya da benimsetilmesinde siyasal katılımı yüksek oranda etkilemişlerdir. Bu bakımdan enformasyon çağı, artık alışlagelmiş siyasal araçlar ile seçmenin inandırılması süreci olmaktan çıkmış, aksine seçmenin etkin olarak siyasete iştirak ettiği, modern haberleşme araçlarının kapsamlı olduğu ve günümüz sosyal medya araçlarıyla bu enformasyon diliminin yükseltilmesinin gerekli olduğu bir haberleşme çağı haline gelmiştir. Günümüz dünyasında gelişen teknoloji ile enformasyona ulaşan kısıtlı azınlıklar gitmiş, yerine çeşitli sosyal platformlar olan Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn gibi etkililiği yüksek olan araçlara kolayca ulaşan çok sayıda seçmen topluluğu gelmiştir. Bu platformlar, seçmen topluluklarının seçim kararlarını da etkiler hale gelmişlerdir (Çetin, 2018).

Çevrimiçi teknolojinin ilerlemesi ve geniş kitlelere yayılması, sosyal medya kavramının siyasal iletişime çevrilmesini harekete geçirmektedir. Parti liderleri ya da siyasal kurumlar, sosyal medya platformlarından birer tanıtma, benimsetme ve yayma araçları olarak yararlanarak çok sayıdaki seçmen ile çaba sarf etmeden iletişime geçmektedirler (Çakır ve Tufan, 2016).

İletişimin en favori alanlarından olan siyasal iletişim; liderlerin ve bağlı oldukları siyasi partilerin seçim dönemlerinde uyguladığı, hedef kitlenin tutum ve oy verme davranışlarını yönlendiren iletişim faaliyetleri” şeklinde açıklanmaktadır (Dilber, 2018). Şu an da ortaya çıkan teknolojik ilerlemeler ise yepyeni politik oluşumları meydana getirmekte, bu oluşum ise kuşkusuz politik iletişim verisine ve var olan uygulama alanlarına da yansımaktadır (Dilber, 2018).

3. Seçmen Davranışında Referans Grup Etkisi

Referans grupları, kişilerin tutumları, görüşleri ve değer yargıları üzerinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkisi olabilen kişilerdir. Bir referans grubundan etkilenmek için o topluluğu oluşturan bireylerden biri olmak ya da gruba dâhil olmak gerekmemektedir. Kişiler bazı durumlarda herhangi bir grubun içerisinde yer almak ve o grubun hal ve hareketlerini örnek alarak, benzeyen nitelikte tutumlar göstererek o referans gruba katılma dileklerini sergileyebilmektedir (Korkmaz vd., 2009). Referans grupların, seçmenlerin oy vermeleri, tüketici bireylerin ise satın alma niyetlerini ciddi oranda etkileyen, seçmen adaylarının siyasi parti ya da parti adayları hakkında görüşlerini pozitif ya da negatif doğrultuda farklılaştırabilen bir otoritesi mevcuttur. Referans gruplar iki temel grupta sınıflandırılmaktadır. Bu kapsamda referans grupları; daima bağlantıda bulunulan ve karşı karşıya gelen bireyler (aile, arkadaş, komşular vb.) ve direkt bir temas halinde bulunmadığı lakin takip ettiği, hoşlandığı, kendine örnek aldığı (sanatçılar, sporcular, oyuncular, kulüpler vb.) bireylerden oluşmaktadır (Yıldırım, 2016). Bir gruba mensup ferdin ya da bireyin, kişilerin tutumlarını önemli bir oranda etkilemesi kabiliyetine sahip olması, referans grup etkisini ortaya çıkarmaktadır (Iyer vd., 2017).

Türkiye'deki seçmen topluluklarının %69,8'inin oy sürecinden önce oy vermek istediği siyasi partiye ilişkin olarak hane halkı ile müzakere ettiği ifade edilmektedir. Her şeyden önce seçmenlerin oy verme tutumlarında ailenin önemli bir etkileyici rol üstlendiği söylenilmektedir (Aydın ve Özbek, 2004). Bu kapsamda, ailenin, özellikle Z kuşağı seçmen adayları olan genç bireylerin siyasal bir partiye karşı, sadakat ve duygusal bir his geliştirmesinin sağlanmasının özünde kuvvetli bir faktör olduğu da söylenebilir.

Benzer şekilde oy vermeyi düşündüğü siyasi parti hakkında, derin arkadaşlık bağı içinde olduğu en az iki arkadaşına ya da çevresinde yakın gördüğü kişilere fikirlerini danışan ve görüşlerini önemseyen Z kuşağı üyelerinin, hem önceden seçim deneyimi yaşamış başka kuşak ve aile fertlerinden hem de siyasete ilgi gösteren yaşlılarıyla görüş alışverişinde bulunabilecekleri tahmin edilmektedir. Bu da Z kuşağına mensup kişilerin etkilenme seviyelerini ilgi meselesi haline getirmektedir (Küçük ve Toklu, 2020).

İlaveten bu kuşağın, arkadaşlarıyla her daim etkileşim halinde oldukları sosyal medya platformlarının da referans gruplar içinde etkili olabileceği düşünülmektedir. Z kuşağı kesimi, LinkedIn, Facebook, Twitter gibi çeşitli türdeki sosyal medya mecralarında, parti adaylarının ve siyasi liderlerin paylaştıklarını görebilmekte, takipçilerinin yazdıklarını okuyabilmekte, fikir sahibi olabilmekte ve görüşlerini açıkça aynı ortamda paylaşabilmektedirler. İstedikleri her an ve her ortamda internete ulaşma olanağı bulunan bu yüksek oy potansiyeline sahip seçmen adayları ve genç kuşak için sosyal medyanın, önemli bir siyasal iletişim kanalı olduğu düşünülerek faaliyetlere tema olabileceği ifade edilmektedir (Özbek, 2003).

4. Sosyal Medya Pazarlaması

Sosyal medya, tüketici aracılığıyla meydana getirilen içeriğin duyurulduğu ve yayınlandığı her çeşit bilgisayar sisteminde sunucuya bağlı ve çalışır durumda olan zeminin yaygın ismidir. Bilimsel ve teknolojik zemini Web 2.0' dayanan sosyal

medya, tüketici ve yeni nesil genç Z kuşağı potansiyel seçmen adayların meydana getirdiği içeriğin oluşumuna ve dağıtımına imkan sağlayan, genel ağ zeminli aplikasyon olarak tanımlanmaktadır. Sosyal medyanın farklı çeşitlerinin var olduğunu ifade etmek mümkündür. Bunlar; bloglar, video içerik üreticileri, vloglar, sanal sayfalar, sosyal paylaşım ağ siteleri, forumlar şeklinde sıralanmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Kurumların ve parti kuruluşlarının bu tür çevrimiçi kanalları kendi mal, hizmet ve çıktılarının tanıtılması için kullanmalarına ve diğer kullanıcılar- seçmenler ile aralarında tanıtım işbirlikleri yapmalarına ise sosyal medya pazarlaması denilmektedir (Yıldırım, 2018).

2021 TÜİK verilerine göre; hanelerin %92.0'nun evlerinden internete erişim imkânına sahip oldukları, 16-74 yaş grubundaki internet kullanan bireylerin oranının da %82,6 olduğu ifade edilmektedir. Yaklaşık 7 milyon Z nesli seçmeni ise bu ilerleyen ve hızla gelişen internet kullanım oranı içerisinde önemli bir kısmı oluşturmaktadır.

Bu doğrultuda sosyal medyanın ise, Z kuşağı seçmeni için önemli bir siyasi iletişim aracı olma özelliği göstermekte olduğu ifade edilmektedir (Şahin ve Ergen, 2016).

Ülkemizde; Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn, WordPress YouTube gibi sosyal mecralar özellikle Z kuşağı gençler arasında yoğun kullanım oranına sahiptirler. Hali hazırda bu sosyal platformlara; cep telefonları, taşınabilir diz üstü, tablet ve masaüstü bilgisayarlar ile kolayca ulaşmaktadırlar. Ayrıca siyasal pazarlama iletişimi açısından bu teknolojik aygıtlar, özellikle son yıllarda internete erişen teknoloji çocukları olan Z kuşağı dinamik gençler ile her yaş grubundaki tüm seçmenlere, hemen her ortamda ve her an buluşma olanağı ve anında karşılıklı etkileşim kurma imkanı sunmaktadırlar. Bu nedenle sosyal medya pazarlama aracı olarak kullanılan bu platformlar, seçimi kazanma yolunda politikacı, siyasi yönetici ve parti liderleri için büyük öneme sahip olmaktadır. Çünkü tüm seçmenler özellikle Z kuşağını içine alan potansiyel seçmen adayları; bireysel istek, talep, fikir ve şikâyetlerini siyasi partilere ve liderlere bu platformlar sayesinde anında ulaştırabilmektedirler.

Sosyal medya pazarlaması bir örnek ile ifade edilir ise Twitter ortamında siyasi bir partinin ya da adayının kendi sayfasında paylaştığı bir tweetinin altına herhangi yaş gurubundaki bir seçmenin; anında yorum yapabilme, yorumladığı o tweeti retweet yapıp kendi sayfasındaki takipçileri ya da daha farklı geniş kitleler ile paylaşabilme ve yayabilme, seslerini bir bakıma o siyasetçilere ya da başka topluluklara duyurabilme gibi bir olanağı vardır. Siyasi partiler, adayları ya da yöneticileri ise tüm bu seçmen taleplerini dikkate alarak yerine getirmeye çabalamaktadırlar. Seçmen şikâyetlerini ise çözüme ulaştırmak için zaman kaybetmeden değerlendirmeye almaktadırlar. Sosyal medya pazarlamasının önemi ise amaca giden bu yolda tam da bu noktada önem kazanmaktadır. Siyasi kuruluşlar ve politikacılar sosyal medya mecralarını, kendi vaatlerini, politikalarını, parti adaylarını ve parti günlüklerini seçmenleri ile anlık paylaşmak için de kullanmaktadırlar ve böyle bir siyasal pazarlama stratejik döngüsü etrafında sosyal medya pazarlamasını gerçekleştirmektedirler.

Klasik iletişim ortamının tersine iki taraflı iletişim oluşturmaya olanak veren sosyal medyada paylaşılmakta olan mesajlar hızlı bir şekilde dağılabilmekte ve bireylere bir müzakere ortamı sağlayabilmektedir. Sosyal medya teşkilatlanmayı basitleştirme, bireyler arası haberleşmeyi büyütme, güncel habere basitçe erişebilme gibi faydalar sunarken, seçmenlerin toplumsal veya siyasal durumlara reaksiyon sergileme gibi pek çok yarar da ortaya koymaktadır. Bu nedenle, son dönemde seçmen oy verme davranışını etkilemede de önemli bir göreve sahiptir (Çıldan vd., 2012).

Bugün küresel kapsamda yaygınlaşan teknolojiyle birlikte, özellikle son yıllarda siyasi parti yöneticilerinin ve parti liderlerinin tıpkı işletmeler gibi sosyal medya pazarlamasına daha istikrarlı yönelmelerindeki en önemli nedenler arasında, seçmenlerine, özellikle Z kuşağına mensup seçmenlerine düşünce ve fikirlerini anlık ve dürüst bir şekilde iletme olanaklarına sahip olabilmeleri, sosyal medya pazarlama tekniklerinden ve becerilerinden ise ucuz hatta maliyetsiz denilebilecek imkânlarla yararlanabilmeleri sayılabilmektedir.

Sosyal medya pazarlaması kapsamında belirli dijital platformları kullanan siyasi parti kuruluşları, politik liderler ve parti adayları potansiyel seçmenler ve kararsız seçmen adayları ile interaktif iletişim kurarak, bu seçmenleri politikaları ve vaatleri hakkında pozitif görüşlere yönlendirebilmektedirler. Ayrıca, bu seçmenlerin de parti adayı ya da parti politikalarını sosyal medya ortamında diğer seçmen adaylarına tavsiye etmesi ve tecrübelerini paylaşmasıyla, onların oy kullanma davranışları ve karar verme aşamalarında etkili olmaktadır (Aytan ve Telci, 2014).

Sosyal medya, güçlü iletişim ortamı ile seçmen sorunlarını maliyeti en aza indirgeyecek ölçüde dinleme ve partilerin seçmeni, vaatlerine ikna etme fırsatı sunması, daha fazla oy isteme imkânıyla yüksek oy oranı elde edilmesi, canlı yayında karşılıklı söyleşi imkânı yaratması gibi etkili sayılabilecek olanaklar bakımından siyasal parti yöneticileri tarafından son dönemde en çok tercih edilen iletişim kanalı halini almıştır. Sosyal medya pazarlaması aynı zamanda tutundurma faaliyetleri içerisinde yer almasına rağmen, tek başına siyasal pazarlama disiplini içerisinde ve Z kuşağı üzerindeki etkililik düzeyinin fazla olmasından dolayı da çalışma içerisinde kendi başına ayrı bir boyut olarak ele alınmıştır.

Seçmenler açısından ise; özellikle de teknolojiyle özdeşleşmiş olan, elektronik çevrimiçi ortamlardaki kullanım süreleri dikkate alındığında; Z kuşağı genç seçmenlerinin eğitim, yaşam şartları, refah düzeyleri, burs, okul, iş bulma, işe yerleştirilme gibi sorunlarını direkt ilk ağızdan alma ve bu genç seçmenlerin sorunlarını giderme girişimine sosyal platformların aracı olması, politikacıların günlük yapacakları etkinlikleri önceden öğrenmek, onların siyasi yol ve yöntemlerini bilmek, siyasi parti liderleri ve yetkililerine gençlerin bu ortamda erişme olanağı sunması bakımından çok önemli bir platform halini alması, sosyal medya pazarlamasına partilerin ve seçmenlerin yönelmeleri bakımından önemli nedenler olarak sayılabilmektedir (Tan ve Armutçu, 2020).

5. Kuşaklar

Nesil, kuşak ya da jenerasyon teorisi bir çok insan görüşüyle açıklanmış olsa da, en belirgin şekliyle bu teoriyi oluşturanlar ve bireylerin ilgisini çekmeyi ilke edinenler W.Strauss ve N.Howe olmuştur. 1991 yılında yayımladıkları "Kuşaklar" (Generations) adlı eserle kuşak teorisine ivme kazandırmışlardır (Turhan, 2016).

Kuşak teorisine göre belli bir dönem aralığı içine doğan emsal yaşlardaki toplulukların aynı davranış ve hareket şekli, tarz, fikir ve değer yargılarına sahip olduğu, tüm bu niteliklerin ise değişim gösteren jenerasyonlarda farklılaşma göstermekte olduğu ifade edilmektedir (Moss, 2010, Akt. Arslan ve Staub 2015). Diğer bir ifadeyle kuşak; doğdukları sene, içine doğulan çevre, o çevrenin kültürüne ilişkin şartlar, kuşakların doğdukları senelere özgü her türlü sosyolojik etkinlikler ve görüşler, iktisadi, politik ve hukuki davranışlar, erdemli karar verme ve davranış sergileme ve durumsal biçimler gibi bir oluşumu belirtmede yararlanılmaktadır. Buna göre her bir nesil için, bir diğerinin ötekinden değişik vasıfları, durumları ve olayları analiz etme kıstasları, dolayısıyla da her bir kuşağın kendine özgü olumlu ya da olumsuz yanları olduğu söylenilebilmektedir (Keleş, 2011).

5.1. Kuşakların Sınıflandırılması

Yaşanan bazı toplumsal olayların (harp, buhran, depresyon, bir başka yaklaşıma yönelme vb.), kuşakların ortak özelliklerinin oluşmasında etkili olduğu düşünülmekte ve bu toplumsal bozulmaların sonuçları incelenerek kuşak ayrımı yapılmaktadır. Genel olarak 20 ile 30 yıl içindeki başkalaşmalar üzerinde durulmuş ve buna göre kuşak farkı gözetilmiştir (Strauss ve Howe 2001).

Kuşaklar; hayat biçimi, üretim ve harcama davranışı, çalışma hayatı, aile düzeni, giyim-kuşam, siyaset, sanatsal üretim, yeme-içme, kitle iletişim araçlarını kullanım, iletişim gibi çeşitli sahalarda cezbetmekte ve bu sahalardan etkilenmektedirler. İlerleyen teknolojik büyümeler, çabuk değişim gösteren ve şekil alan çevresel faziletler gibi etkenler, insanların işlerinde yükselme istekleri ile ailelerin çocuk yapma oranlarında farklılıklara neden olmaktadır. Hızla değişime uğrayan bu çevresel evrilmeler ise kuşaklar arasındaki başkalıkların çok daha belirgin duruma gelmesine ve kuşaklar arası zamanların azalmasına neden olabilmektedir (Gardner ve Davis, 2013).

Kuşakların sınıflandırılmasının farklılık göstermesindeki tüm bu etkenler göz önüne alındığında ise daha çok doğdukları yıllar değil, yaşadıkları, yöneldikleri ve evrildikleri sosyolojik hayatın durumuna göre yani genel eğilimlere göre sınıflandırmalar yapıldığı görülmektedir. Kuşaklar; Kayıp Kuşak, En Mükemmel Kuşak, Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması Kuşağı, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Z Kuşağı olarak sınıflandırılmaktadırlar (Turhan, 2016).

1880 ile 1900 seneleri arasında doğmuş olan kuşağa "kayıp kuşak" adı verilmektedir. En Mükemmel kuşak için (GI Generation); 1900'lü yılların ilk zamanları ve 1925 yılı arasındaki zaman dilimi ifade edilmektedir. (Turhan, 2016). Sessiz kuşak (Harp nesli olarak da ifade edilmektedir); 1925-1945 yılları arasında doğan kişilerin meydana getirdiği nesildir (Toruntay, 2011). Bebek patlaması (Baby Boomer) kuşağı; diğer bir ismi ile Sandviç kuşağı bireylerinin, birer aile ve ebeveynler olarak çocuklarına ve birer evlat olarak ise devamında yaşları ilerleyen anne - babalarına özen göstermeyi amaçlamış olan kuşaktır (Kuyucu, 2014). X Kuşağı; doğdukları yıl ve bir sonraki kuşağa geçiş olan bitiş yılı tam olarak bilinmemekte olan 1960'lı yılların başı ve 1980'li yıllara kadar olan zaman içinde dünyaya gelmiş olan kuşağa denilmektedir (Klara, 2016, www.adweek.com). Y kuşağı; kesin olmamakla beraber 1980 yılları ile 2000 yılları arasında doğan kuşaktır (www.europe.newsweek.com).

5.2. Z Kuşağı

2000 yılı civarında doğmuş olan kişiler olarak ifade edilmektedir. Diğer adlandırılmaları ise "İnternet Kuşağı", "Kristal Kuşak" şeklinde olabilmektedir. Bu zaman diliminde doğmuş olan bu kişiler çocukluk çağı ve büyüme dönemlerine denk gelen yıllarında küresel ölçekte buhran, çöküntü, çevresel sıkıntı ve tehlikeli vakalara tanıklık etmişlerdir. Bu kuşağa aynı zamanda, "İşte Z Kuşağı" isimli eserin yazarına göre; İ-Teknolojisi Kuşağı, Asırlıklar, Özçekimler, Dijital Yerliler, 11 Eylül Kuşağı gibi isimler de söylenilmektedir (Stillman ve Stillman, 2018). Z kuşağının doğum yılı başlangıcı, çevrimiçi iletişimin ve internet yaygınlığının dünya çapında bir genişliğe doğru gittiği yıl olan 2000 senesine denk gelmektedir.

Bu nedenle Z kuşağı için; cep telefonu, tablet bilgisayar, notebook, masaüstü bilgisayar ve akıllı saat gibi birden çok teknolojik aygıtın yaygınlaşmasının hemen akabinde, gözlerini bu ilerlemelerin tam ortasına açmış olan kuşak da denilmektedir (Sönmez, 2016).

5.3. Z Kuşağı Seçmeninin Özellikleri

Z kuşağı henüz daha hayata gözlerini açmadan önce, özellikleri tasvir edilen ilk kuşak olmaktadır. Diğer nesillerden en önemli farkları ise yeniliklerin ve ilerlemelerin çok çabuk şekil değiştirdiği bir çağın içine doğmuş olmalarıdır (Altuntuğ, 2012). Z kuşağı bireyleri için bilgiye erişmek çok kolaydır çünkü internetin hâkim olduğu bir çağın içinde doğmuş ve büyümüşlerdir. İstedikleri zaman istedikleri bilgilerin çoğuna erişebilir ve faydalanabilirler. Sosyal platformlar ile her daim interaktif halde bulduklarından çabukluk ve ulaşılabilirlik Z kuşağı için özellikle önemlidir. İnternetin olmadığı bir zeminde var olmak bu genç bireyler için epeyce renksizdir. Erişim sağlayamadıkları sosyal platformlar olduğu durumlarda ise onların yoksunluk çektikleri ifade edilebilir. Z kuşağı üstündeki önemli etkilerden bir tanesi de, internet teknolojisinin yeterli olduğu ve mobil teknoloji ve araçların hüküm sürdüğü bir ortamda yetişmeleri ve yaşlarının ilerlemesidir (Elmore, 2019).

Siyasi parti yöneticilerinin ve parti adaylarının seçim kampanya çalışmaları ilerleyişi içinde değişim gösterecek ve oy verecek olan tüm kuşakların, özellikle de Z kuşağı seçmen davranış biçimlerini ve tüm bu kuşaklar arasında mukayese yapmak koşuluyla seçmenlerin tutumlarını, süreç içerisindeki tepkilerini ve seçim önceliklerini idrak etmek, oy potansiyellerini yükseltmek açısından partiler için hayati önem taşımaktadır. Partilerin oylarını arttırma süreçlerindeki diğer önemli etken ise bu genç Z bireylerinin oy verme ve oy vermeme tutumlarının altındaki nedenlerin siyasal iletişim açısından iyi analiz edilmesidir. Siyasi kuruluşların, teknolojinin içine doğan Z nesli ile diğer nesilleri yeterli derecede kıyaslama yapmaları, tüm grupları anlamalarını sağlayacaktır (Wolton, 1990). Bu anlayış ise siyasi parti ve parti liderlerine seçim sonunda iktidar yolunu açmayı sağlayacak ve onlara zafer kazandıracaktır.

Z bireyleri, hemen her şeyi hızlı ve pratik şekilde yapabilen, sonuca bir an önce varmaya odaklı olabilen kişilerdir. Aynı zamanda çevrimiçi ortamlarda ve sanal platformlarda uzunca saatler geçiren, keşfetmeye ve öğrenmeye meyilli bireylerdir. Diğer kuşaklara kıyasla, daha akıllı, teknolojiyle çok daha fazla donatılmış ve daha araştırmacı büyüdükleri takip edilmektedir. Yaşları ilerledikçe, elektronik ortamdaki işlerini akıllı bileklik ya da cep telefonları ile yapacaklardır (Kavalcı, 2015). Aynı zamanda Z kuşağı üyeleri; eğlendiren etkinliklerden daha çok haz almaktadırlar, ezberlemekten hoşlanmayan, anlamayı, öğrenmeyi ve akılda tutmayı daha çok seven potansiyel seçmen adaylarıdır (Büyükuslu, 2017).

Z kuşağına tabii olanların harcama adetleri diğer nesillere göre değişiklik göstermektedir. Bu kişiler, daha bireyselleştirilmiş ve dış görünüşlerini daha çok temel alan bir harcama davranışı göstermektedirler. İktisadi açıdan çok daha rahat olan Z nesli, ilerleyen veri ve haberleşme durumu sayesinde daha kaliteli eğitim almaktadır.

Bu kuşağın doyumsuz harcama, tüketme ve yeniden aynı ya da farklı yeni sürüm ürün alma eğilimine yönelme, hemen her konuda da aceleci tutum gösterme özelliği vardır (Altuntuğ, 2012).

6. Seçmen Davranışı

Kelime anlamı olarak seçmek; bireyin şahsına en elverişli, en yetişilebilir, en faydalı ve en lüzumlu bulunanı değerlendirme tutumudur. Demokrasi yönünden seçim ise, başa gelecek lideri ya da yöneticiyi, iş görenlerin, bireylerin ya da seçmenlerin belirlemesi hareketi ve yöntemidir (Öztekin, 2000). Başka bir ifadeyle seçim, bireyin birçok alternatif arasından bir tanesini tamamıyla şahsi düşüncesini gösterecek şekilde kendi bağımsız istemiyle seçmesidir (Akgün, 2007). Seçme işinin merkezindeki önemli oyuncu olayındaki seçmen, yasaların var olduğu bir cemiyette yönetmelikler doğrultusunda idareci takımı seçim yoluyla başa getirme ayrıcalığına ehil olan yurttaşı, ehil olunan künye ise seçmenliği açıklamaktadır (Avşar, 2002).

Seçmen davranışı, kişinin vatandaşlık duygusuyla bağlılığını sergilediği ana yurdunda meydana gelen seçimlerde, kendi iradesiyle tercih yapmak koşuluyla seçeceği parti, parti lideri ve yöneticilerinin hangi kişilerden oluşacağını saptamasında, seçimlere katılma davranışı göstermesidir (Eke, 2008). Başka bir tanıma göre seçmen davranışı, çeşitli faktörlerin etkisine göre şekillendirilen seçimlerden, önce ve sonra da dahil olmak üzere vatandaşların seçimler hakkında sergiledikleri siyasi davranış hali olarak da ifade edilebilmektedir. Oy veren vatandaşların seçimlere katılıp katılmamak, katılım durumunda seçim yapmak, seçimden sonra ise bu tercihi korumak veya değiştirmek gibi aksiyonlar ile gerçekleştirilen politik tavır biçimi olarak da tanımlanabilmektedir (Kiriş, 2005).

6.1. Seçmen Davranışı Olarak Z Kuşağı

Bugün, teknolojik yerliler olarak anılan Z kuşağı, tam anlamıyla dijital bir ortamın içine doğan kuşak olma özelliği göstermektedir. Bu kuşak henüz oy kullanmamış fakat gelecekte yüksek oy potansiyeli olmuş olan ve giderek bu potansiyel oyu artacak olan ve aynı zamanda tarih olarak ilk kez 2023 seçimlerinde oy kullanacak olan enerjik, etkin, sosyal platformlarda çokça zaman harcayan, meraklı, kafalarındaki soru işaretlerine internet ortamında anında yanıt

arayabilen ve bulabilen bireylerden oluşmaktadır. Yaşları itibarıyla 2000 yılı ve üzeri yıl doğumluları içine alan bir kuşak oldukları için; aile bireylerinin politik görüşlerinden, arkadaş grubu ortamındaki konuşulan fikirlerden, etraflarındaki bilir kişilerden ya da sosyal medyayı aktif kullanmalarından dolayı beyan edilen siyasal görüşlerden etkilenme düzeyleri oldukça yüksek olan kişilerdir.

Ek olarak Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn gibi sosyal ortamlar, Z kuşağının birer potansiyel seçmen olarak kendilerini gösterebildikleri, seçmen davranışı sergileyebildikleri zeminlerdir. Örnek ile ifade edilebilirse, bu nesil Instagram ortamında siyasal görüşünü, aklındaki bilgiyi, fikrini ve siyasetçilerden tam olarak ne istediğini aynı anda gönderi ve hikaye paylaşımı yaparak, reels videosu düzenleyerek ya da canlı yayın paylaşımı ile dile getirebilmekte, takip ettiği siyasi liderin paylaşımını yayabilmekte, yorum yazarak anlık ve karşılıklı fikir beyanında bulunabilmekte ve siyasi kişilikteki politikacılar ile etkileşim sağlayabilmektedir. Bu davranış ise Z kuşağına, daha özgüvenli seçmen hareketi sergileme imkânı sağlayabilmektedir.

Siyasal pazarlama iletişimi çerçevesinde parti yöneticilerinin seçim sürecinde sergiledikleri tutundurma faaliyetlerinin genç seçmen Z kuşağı üzerinde etkili olabilmesi için, seçim kampanya hareketleri dizisinin planlı ve programlı bir şekilde yürütülmesi gerekmektedir. Miting, propaganda ya da reklam faaliyetlerini icra ederken, tüm seçmenin özellikle de potansiyel seçmen olan Z kuşağının, kendilerinden ne beklediğini iyi saptamaları ve bu doğrultuda hareket etmeleri parti kuruluşları için oy potansiyellerini artırıcı stratejileri arasında olacaktır. Bu durum daha sonraki seçim çalışmaları sürecinde ise siyasi parti yöneticilerine hem deneyim kazandıracaktır hem de kuşaklar arası seçmen davranış farklılıklarını da anlamalarına yardımcı olacaktır (Divanoğlu, 2017).

7. Hipotez Geliştirme

Her bir insanın çeşitli tiplerde kişisel özellikleri var olup, bu kişisel özellikler olguların, vakaların ve aksiyonların farklı biçimlerde idrak edilmesine ve değerlendirilmesine yol açmaktadır. Bu noktada siyasal partiler ve parti adayları tarafından meydana getirilen tutundurma faaliyetlerine yönelik, pozitif kavrama ve yorumlamada bulunan kişiler var olabileceği gibi, negatif kavrama ve yorumlamada bulunabilen kişiler olabileceği de ortadadır. Bu nedenle seçmenlerin, özellikle Z kuşağını içine alan seçmenlerin rasyonel oy verme davranışlarını ve kişisel özelliklerine göre olan unsurların etkililiğini net olarak ölçmek ve açıklayabilmek çok olanaklı değildir (Öcal vd., 2011). Bu kapsamda ele alındığında, siyasal partilerin tutundurma faaliyetlerinin Z kuşağı seçmenlerin rasyonel oy verme davranışı üzerinde bir etkiye sahip olabileceği, onları yönlendirebileceği ve kararlarında etkili olabileceği söylenebilir.

H₁: *Siyasal Pazarlama Tutundurma Faaliyetlerinin (SPTF) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerinde etkisi vardır.*

Seçimlerde oy kullanma zamanı geldiğinde, seçmenler duygusal olarak, baskılanmış şekilde ya da kendilerine gerçekçi düşüncelerin hakim olması karşısında kararsız kalabilmektedirler. Seçmenler akılcı bir şekilde ya da anlamsız mantık dışı birçok unsurdan etkilenebilmektedirler. Kimi bireyler siyasete yoğun ilgi olabilmekte iken, kimi bireyler ise siyasetin her tür faaliyetine kayıtsız kalabilmektedirler (Dean ve Kroft, 2009). Bu karışık sürecin içinde "rasyonel yaklaşım" ismi verilen bir oy verme yaklaşımından söz edilmektedir. 1957 yılında Anthony Downs tarafından geliştirilen teoriye göre, seçmen tıpkı geleneksel pazarlama anlayışında satın alacağı bir ürün sürecinde olduğu gibi bireysel menfaatlerini göz önünde bulundurarak ve maliyet- yarar incelemesi yaparak sonuca varmaktadır. Nitekim kişi ya da seçmen bir malı ya da hizmeti satın almaya karar verirken ne şekilde hareket ediyorsa, oy verme anında da benzer eğilim ile neticeye varmaktadır (Dean ve Croft, 2009). Seçmen, seçim sürecinde ve gelecekte kendisine yarar sağlamayan parti ya da parti adayını cezalandırmak isterken, bireysel çıkarlarına ve umutlarına uygun hareket eden parti ya da parti adayını ödüllendirme yoluna gidebilmektedir. Yani rasyonel oy verme davranışı söz konusu olmaktadır (Çinko, 2006).

Sosyal medya, seçmen adaylarının özellikle Z kuşağı genç neslinin, bireysel açıklama, eleştiri ve değerlendirme gibi bilgilerini aniden ve serbest bir tarzda oluşturduğu zeminlerdir (Dursunoğlu, 2017). Şahin ve Ergen'in (2016) Türkiye örneğinde yürüttüğü faaliyetlerinde de sosyal medya platformlarının ve çevrimiçi internet kullanımının genel seçimlerin yürütülmesinde daha fazla kullanıldığı ifade edilmektedir. Bu nedenle, sosyal medyanın önemli bir siyasal kitle iletişim aracı olarak görülmesi, siyasi partiler ve parti yöneticileri açısından, ilk kez oy kullanacak olan Z kuşağı seçmenine odaklanmalarını da sağlamayı amaçlamaktadır.

Yazında gerçekleştirilen çalışmalar incelendiğinde, Bond, Fariss, Jones, Kramer, Marlow, Settle ve Fowler'in (2012) Amerika ara seçim döneminde Facebook mesajları üstünde yürüttükleri bir konuya göre, oy verme tutumu ile sosyal medya arasında bir bağlantı olduğunu ifade edilmiştir. Bildirilerin çok sayıda seçmenin oy kullanım tutumunun direkt olarak etkilendiği söylenmektedir. Ayrıca, Tehci ve Yıldız (2020) tarafından yapılan ve 540 sosyal medya kullanıcısı ile yürütülen bir çalışmaya göre, seçmen bağlılığı ve itimatının seçmen davranışı üstünde etkili olduğu belirtilmiştir. Başka bir yünden, Kushin ve Yamamoto (2010) yürüttükleri çalışmalarında, sosyal medyanın siyasal oy verme sürecinde sürekli ve yoğun bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

H₂: *Sosyal Medyanın (SM) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerinde etkisi vardır.*

Gençlerin siyasi bir partiye karşı duygusal olarak bağlanma duygusu gelişimi göstermesinin kökeninde yatmakta olan dolaylı bir etken de ailedir (Turan, 1991). Bu yüzden de Z kuşağı seçmen davranışı üzerindeki önemli faktörlerden birisi aile topluluğu olmaktadır. Siyasal pazarlama çabaları içinde olan siyasi partilerin önemli bir kısmı da, toplumun en küçük yapı taşı olarak bilinen aile kurumunun önemliliğine dikkat çekmektedirler (Aydın ve Özbek, 2004). Özellikle daha az sayıda insanların yaşadığı Türkiye'nin kırsal bölgelerinde, seçim dönemlerinde ailelerin ortaklaşa davranmakta oldukları ifade edilmektedir. Birinci derece yakın aile ilişkilerinin, akrabalıkların, aşiret niteliğindeki kalabalık toplulukların da aile kavramı içerisinde referans gruba dahil olarak Z kuşağı seçmen davranışı üzerinde etkili oldukları söylenebilmektedir (İslamoğlu, 2002). Bu açıdan ele alındığında aşağıdaki hipotez önerilmiştir.

H₃: *Referans Grubun (RG) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerinde etkisi vardır.*

Referans grupları; siyasi liderler, kanaat önderleri, çalışma arkadaşları, sporcular, sanatçılar, ebeveynler, yakın akrabalar ve okul arkadaşlarından etkilenen genç erişkinleri kapsamaktadır (Karaca, 2016). Özbek'in (2003) yaptığı çalışmasında, oy kullanmadan önce oy vermek istediği siyasal parti ile ilgili ebeveynleriyle konuşan Türkiye'deki seçmenlerin sayıca oranlarının yaklaşık yüzde 69,8 olduğunu ifade etmektedir. Henüz oy kullanmamış, 2023 yılı genel seçimlerinde ilk kez oy kullanacak olan Z kuşağı genç seçmenin, kendisine yakın gördüğü akrabaları ve ebeveynleri ile görüş alışverişinde bulunabileceği tahmin edilmekte, bu ise Z kuşağının etkilenme seviyelerini ilginç kılmaktadır. Bu genç kuşağın çalışmalara konu olmasının bir diğer nedeni ise, teknolojik ilerlemelerin her türlü adımı ile iç içe olmaları sayılabilmektedir. Referans grubun oy verme davranışları üzerindeki etkisi ile siyasal pazarlama iletişimi açısından tutundurma faaliyetlerinin ve sosyal medya paylaşımlarının oy verme davranışı üzerindeki etkisinde referans grupların ne yönde etkili olabileceği, mevcut etkileşimi ne yönde şekillendirebileceği merak konusudur. Bu amaçla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H₄: *Siyasal Pazarlama Tutundurma Faaliyetlerinin (SPTF) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerindeki etkisinde Referans Grubun (RG) düzenleyici rolü vardır.*

H₅: *Sosyal Medyanın (SM) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerindeki etkisinde Referans Grubun (RG) düzenleyici rolü vardır.*

8. Araştırma Metodolojisi

8.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmada, Z kuşağını kapsayan seçmenlerle bir anket uygulaması gerçekleştirilerek, bu seçmenlerin oy verme davranışlarında siyasal partilerin tutundurma faaliyetlerinden, sosyal medya iletişim araçlarından ve referans gruplardan nasıl etkilendikleri incelenmiştir. Ek olarak siyasal pazarlama tutundurma faaliyetlerinin rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisinde referans grubun düzenleyici rolünün saptanması ve sosyal medyanın rasyonel oy verme üzerindeki etkisinde referans grubun düzenleyici rolünün ortaya çıkarılması da amaçlanmıştır.

Bu çalışma, siyasal partilerin, siyasal pazarlama gayretleri kapsamında faydalanmakta oldukları tutundurma faaliyetlerinin, sosyal medyanın ve referans gruplarının, Z kuşağı seçmeni karşısındaki önemini ve etkililiğini ortaya koymaya çalışmakta olduğu için önemli görülmektedir.

8.2. Yöntem

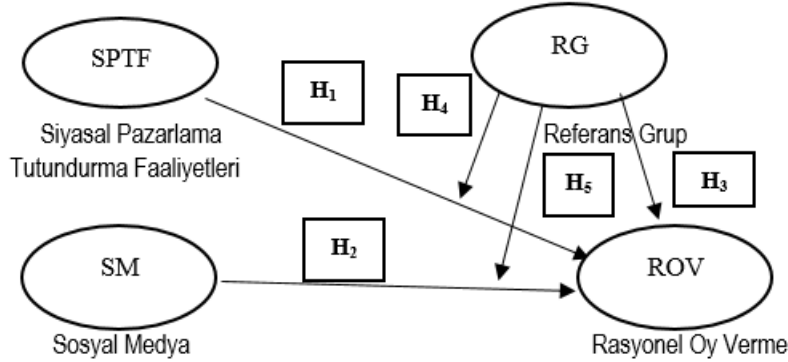
Bu çalışma için etik kurul onayı, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Etik Kurulu/Komitesinden 10/11/2021 tarihli E-65836846-044-229428 sayılı karar ile alınmıştır. Bu çerçevede oluşturulan araştırma sınırları içerisinde, online anket formuyla nicel veri toplama yöntemlerinden biri olan anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket formu beş bölümden meydana gelmektedir. Anket formunun ilk bölümü demografik özellikleri saptamayı amaçlayan soruları içerirken, ikinci bölüm siyasal pazarlama tutundurma faaliyetlerinin Z kuşağı seçmen algısını ölçmeye yönelik Yedikardeş (2018) tarafından hazırlanmış olan tez çalışmasında kullanılan beşli Likert ölçeğinden (1- kesinlikle katılmıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum) ifadeleri kapsamaktadır. Üçüncü, dördüncü ve beşinci bölüm ise sosyal medyanın, referans grupların ve rasyonel oy vermenin Z kuşağı seçmen davranışı üzerindeki algılarını ölçmek üzere Küçük ve Toklu (2020) tarafından hazırlanmış olan makale çalışmalarında kullanmış oldukları beşli Likert ölçeği ifadelerini içermektedir. Demografik özellikleri belirlemeye yönelik sorular dışında çalışmada 43 soruya yer verilmiştir. Ana kütlenin tamamındaki seçmenlere zaman ve maliyet açısından ulaşmak mümkün olmadığından veri toplanması için kolayda örnekleme metodu kullanılmıştır. Araştırmanın ana kütlesini Türkiye'nin çeşitli illerinde yaşayan ve 2000 yılı ve üzeri doğumlu herkes oluşturmuş ve 210 katılımcıya ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde SPSS 25.0 istatistik paket programı kullanılmıştır.

Veri analizinde tanımlayıcı istatistiklerin hesaplanmasında frekans analizleri, ölçeklerin faktör yapıları için ve yapı geçerliliğinin incelenmesi için açımlayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Ölçeklerin güvenilirliği için Cronbach Alpha güvenilirlik

testi kullanılmış, birleşim geçerlilik (CR) ve ayrışım geçerliliği (AVE) değerleri hesaplanmış, değişkenler arası ilişkilerin incelenmesi için korelasyon analizine, hipotezlerin test edilmesi için ise regresyon analizine yer verilmiştir.

8.3. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Çalışmanın amacından ve literatürden hareketle araştırma modeli Şekil 1'deki gibi belirlenmiştir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Modele göre oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

H₁: Siyasal Pazarlama Tutundurma Faaliyetlerinin (SPTF) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerinde etkisi vardır.

H₂: Sosyal Medyanın (SM) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerinde etkisi vardır.

H₃: Referans Grubun (RG) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerinde etkisi vardır.

H₄: Siyasal Pazarlama Tutundurma Faaliyetlerinin (SPTF) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerindeki etkisinde Referans Grubun (RG) düzenleyici rolü vardır.

H₅: Sosyal Medyanın (SM) Rasyonel Oy Verme (ROV) üzerindeki etkisinde Referans Grubun (RG) düzenleyici rolü vardır.

8.4. Veri Analizi

8.4.1. Katılımcılara Ait Bilgiler

Çalışma grubunda yer alan katılımcıların tanımlayıcı özelliklere göre dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özelliklere Göre Dağılımı

		f	%
Cinsiyet	Erkek	102	48,6
	Kadın	108	51,4
Medeni durum	Bekar	175	83,3
	Boşanmış/ Dul	3	1,4
	Evli	32	15,2
Eğitim düzeyi	Lise	19	9,0
	Ön lisans	43	20,5
	Üniversite	132	62,9
	Yüksek lisans	15	7,1
	Doktora	1	0,5
Yaş	18	58	27,6
	19	13	6,2
	20	17	8,1
	21	16	7,6
	22	24	11,4
	23 ve Üzeri	82	39,0

Kişisel gelir düzeyi	1300-2000	12	5,7
	2001-3500	43	20,5
	3501-5000	25	11,9
	5001-7500	11	5,2
	7501 TL ve üzeri	12	5,7
	Yok	107	51,0
Meslek	Çalışmıyor/İşsiz	70	33,3
	Diğer	46	21,9
	Ev Hanımı	10	4,8
	İşçi	14	6,7
	Kamu	1	0,5
	Özel Sektör	60	28,6
	Serbest Meslek	9	4,3
Herhangi bir siyasi partiye üye misiniz?	Evet	12	5,7
	Hayır	198	94,3
Seçimlerden hemen önce yapılan kamuoyu araştırmalarının sonuçları sizi nasıl etkiler?	Etkilemez	152	72,4
	Olumlu yönde etkiler	58	27,6
Hangi partiye oy vereceğinizi ne zaman belirlersiniz?	Sandık Başında	23	11,0
	Seçim kampanya çalışmalarından önce	151	71,9
	Seçim kampanya çalışmalarından sonra	36	17,1

Tablo incelendiğinde, katılımcıların %48,6'sının erkek, %51,4'ünün ise kadın olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların büyük bir oranı bekâr (%83,3) ve üniversite mezunu (%62,9) olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların büyük bir oranı (%51) kişisel gelirinin bulunmadığını belirtmiştir. Herhangi bir siyasi partiye üye olan katılımcıların oranı %5,7'dir. Kamuoyu araştırmalarından olumlu yönde etkilendiğini belirten katılımcıların oranı %27,6'dır. Katılımcıların büyük bir oranı (%71,9) seçim kampanya çalışmalarından önce hangi partiye oy vereceğini belirlediğini ifade etmiştir.

8.5. Faktör Analizi ve Geçerlik ve Güvenirlilik Analizi Sonuçları

Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör yapılarının incelenmesi ve geçerlilik ve güvenilirlik değerlerinin incelenmesi için faktör analizi uygulanmış ve geçerlilik ve güvenilirlik katsayıları hesaplanmıştır.

Faktör analizi için örneklem büyüklüğü açısından veri yapısının uygunluğunu test etmek için Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) testi uygulanmaktadır. Bu test, gözlenen korelasyon katsayılarının büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir testtir. KMO değerinin büyük olması, ölçekteki her bir değişkenin diğer değişkenler tarafından mükemmel bir şekilde tahmin edileceği anlamına gelmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2010). KMO $\leq 0,50$ için veri kümesinin faktörlenemeyeceği ifade edilmiştir (Field, 2013). Örneklem büyüklüğü açısından KMO değerinin;

- 0,50-0,60 arasında ise kötü
- 0,60-0,70 arasında ise zayıf
- 0,70-0,80 arasında ise orta
- 0,80-0,90 arasında ise orta
- 0,90 üzerinde ise mükemmel olduğu belirtilmiştir (Tavşancıl, 2005).

Verilerin faktör analizine uygunluğu Bartlett Sphericity testi uygulanarak belirlenmektedir. Bu test maddeler arasındaki ilişkilerin olduğu gerçek korelasyon matrisi ile birim matris arasında anlamlı bir fark olup olmadığını sınımlanmaktadır. Bu testin p değerinin 0,05'in altında olması maddeler arasında ilişkilerin olduğu matrisin, ilişkilerin olmadığı birim matristen farklı olduğunu göstermektedir (Can, 2018).

Faktör analizi Temel Bileşenler Analizi yöntemi uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Faktör yükleri için kesim noktası 0,40 olarak atanmıştır (Comrey ve Lee, 1992). Tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30'un üzerinde bulunması yeterli görülmektedir (Büyüköztürk, 2007).

Birleşik geçerlilik, değişkenlere ilişkin ifadelerin birbirleriyle ve oluşturdukları faktör ile ilişkili olmaları anlamına gelmektedir. Birleşik geçerliliğin sağlanması için hesaplanan CR (Composite Reliability) değerlerinin AVE (Average Variance Extracted) değerlerinden büyük olması ve AVE değerinin de 0,5'ten büyük olması beklenmektedir. Ayrıca birleşik geçerliliği sağlamak için CR>0,70 olması beklenmektedir (Yaşlıoğlu, 2017). Güvenilirliğin incelenmesinde ise 0,60-0,80 arasındaki değerler ölçme aracının oldukça güvenilir, 0,81-1,00 arasındaki değerler ise ölçme aracının yüksek derecede güvenilir olduğunu işaret etmektedir (Özdamar, 2004).

Araştırmada kullanılan Siyasal Pazarlamada Tutundurma Faaliyetleri Ölçeğinin faktör yapısını keşfetmek için uygulanan açılımlı faktör analizi sonuçları ile geçerlilik ve güvenilirlik değerleri Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Siyasal Pazarlamada Tutundurma Faaliyetleri Ölçeğinin Faktör, Geçerlilik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde no	Faktör yükleri	MOV*	Öz-değer	Açıklanan varyans (%)	CR	AVE	Cronbach Alfa
Faktör 1							
Tu6	0,83	0,68	4,92	37,82	0,86	0,53	0,86
Tu5	0,72	0,52					
Tu12	0,72	0,52					
Tu13	0,69	0,47					
Tu3	0,63	0,40					
Tu2	0,63	0,39					
Tu7	0,62	0,39					
Tu11	0,58	0,33					
Tu4	0,55	0,31					
Tu1	0,55	0,30					
Tu9	0,47	0,22					
Tu14	0,45	0,21					
Tu10	0,42	0,18					

*Madde ortak varyansı

Siyasal pazarlamada tutundurma faaliyetleri ölçeği için gerçekleştirilen faktör analizi sonuçlarında hesaplanan KMO değeri 0,83'tür ve bu değer örnekleme sayısının faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu göstermektedir. Faktör analizi için uygulanan test sonuçları değerlendirildiğinde (Bartlett Sphericity ($\chi^2(55)$) = 762,03; $p<0,001$) ki kare değerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç verilerin faktör analizine uygun olduğunu işaret etmiştir.

Ölçme aracı tek faktörlü tasarlandığından ölçek maddeleri tek faktöre zorlanarak faktör analizi uygulanmıştır. Faktör yükü 0,40'ın altında değer alan bir madde (Tu8) ölçekten çıkarılmıştır. Açılımlı faktör analizi sonucunda, ölçek maddelerinin tek faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Ölçekte bulunan maddelerin faktör yükleri 0,42 ile 0,83 arasında değerler almıştır. Tek faktörlü yapı toplam varyansın %38'ini açıklamıştır.

Geçerlilik testi için hesaplanan değerler incelendiğinde, CR>AVE, CR>0,70, AVE>0,50 koşulu karşılanmıştır.

Siyasal Pazarlamada Tutundurma Faaliyetleri Ölçeğinin güvenilirliğini belirlemek için Cronbach Alfa katsayısı hesaplanmıştır. Ölçek için hesaplanan alfa katsayısı 0,86'dır. Elde edilen değer, ölçme aracının iç tutarlılığa bağlı güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğunu göstermiştir.

Tablo 3. Siyasal Pazarlamada Sosyal Medya Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde no	Faktör yükleri	MOV*	Öz-değer	Açıklanan varyans (%)	CR	AVE	Cronbach Alfa
Faktör 1							
Sos8	0,88	0,78	6,24	62,38	0,93	0,59	0,93
Sos2	0,84	0,70					
Sos4	0,82	0,68					
Sos9	0,82	0,67					
Sos1	0,82	0,67					
Sos7	0,81	0,65					
Sos5	0,79	0,63					
Sos3	0,79	0,62					
Sos10	0,76	0,58					
Sos6	0,52	0,27					

*Madde ortak varyansı

Araştırmada kullanılan Siyasal Pazarlamada Sosyal Medya Ölçeğinin faktör yapısını keşfetmek için gerçekleştirilen açımlayıcı faktör analizi ve geçerlilik güvenirlilik test sonuçları Tablo 3'de gösterilmiştir.

Sosyal medya ölçeği için yapılan faktör analizi için hesaplanan KMO değeri 0,91'dir. Veri yapısının faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğu görülmektedir. Bartlett test sonuçları değerlendirildiğinde (Bartlett Sphericity ($\chi^2(45)$) = 1545,98; $p < 0,001$) ki kare değerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç verilerin faktör analizine uygun olduğunu işaret etmiştir. Ölçme aracı tek faktörlü tasarlandığından ölçek maddeleri tek faktöre zorlanarak faktör analizi uygulanmıştır. Faktör yükü 0,40'ın altında değer alan herhangi bir madde gözlenmemiştir. Açımlayıcı faktör analizi sonucunda, ölçek maddelerinin tek faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Ölçekte bulunan maddelerin faktör yükleri 0,52 ile 0,88 arasında değerler almıştır. Tek faktörlü yapı toplam varyansın %62'sini açıklamıştır.

Geçerlilik için hesaplanan değerler incelendiğinde, $CR > AVE$, $CR > 0,70$ ve $AVE > 0,50$ koşullarının karşılandığı anlaşılmaktadır. Ölçek güvenilirliği için hesaplanan alfa katsayısı 0,93'tür. Elde edilen değer, ölçme aracının iç tutarlılığa bağlı güvenirliliğinin yüksek düzeyde olduğunu göstermiştir.

Tablo 4. Siyasal Pazarlamada Referans Grup Ölçeğinin Faktör, Geçerlik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde no	Faktör yükleri	MOV*	Öz-değer	Açıklanan varyans (%)	CR	AVE	Cronbach Alfa
Faktör 1							
Ref3	0,84	0,70	4,51	56,34	0,89	0,51	0,89
Ref4	0,81	0,66					
Ref5	0,80	0,64					
Ref1	0,80	0,64					
Ref6	0,75	0,56					
Ref7	0,71	0,51					
Ref8	0,64	0,41					
Ref2	0,62	0,39					

*Madde ortak varyansı

Araştırmada kullanılan Siyasal Pazarlamada Referans Grup Ölçeğinin faktör analizi için hesaplanan KMO değeri 0,86'dır. Bu değer veri yapısının ve örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapılması için yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett test sonuçları değerlendirildiğinde (Bartlett Sphericity ($\chi^2(28)$) = 905,29; $p < 0,001$) ki kare değerinin anlamlı olduğu

görülmektedir. Bu sonuç verilerin faktör analizine uygun olduğunu işaret etmiştir. Faktör yükü 0,40'ın altında değer alan herhangi bir madde gözlenmemiştir.

Açımlayıcı faktör analizi sonucunda, ölçek maddelerinin tek faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Ölçekte bulunan maddelerin faktör yükleri 0,62 ile 0,84 arasında değerler almıştır. Tek faktörlü yapı toplam varyansın %56'sını açıklamıştır.

Geçerlilik için hesaplanan değerler incelendiğinde, $CR > AVE$, $CR > 0,70$ ve $AVE > 0,50$ koşullarının karşılandığı anlaşılmaktadır. Ölçek için hesaplanan alfa katsayısı 0,89'dur. Elde edilen değer, ölçme aracının iç tutarlılığa bağlı güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğunu göstermiştir.

Tablo 5. Siyasal Pazarlamada Rasyonel Oy Verme Ölçeğinin Faktör, Geçerlik ve Güvenirlik Analizi Sonuçları

Madde no	Faktör yükleri	MOV*	Öz-değer	Açıklanan varyans (%)	CR	AVE	Cronbach Alfa
Faktör 1							
Ras11	0,79	0,63	4,29	47,71	0,86	0,52	0,86
Ras9	0,78	0,61					
Ras5	0,77	0,60					
Ras6	0,74	0,55					
Ras8	0,72	0,52					
Ras10	0,70	0,49					
Ras3	0,60	0,35					
Ras2	0,56	0,31					
Ras7	0,49	0,24					

*Madde ortak varyansı

Araştırmada kullanılan Siyasal Pazarlamada Rasyonel Oy Verme Ölçeğinin faktör analizi için hesaplanan KMO değeri 0,82'dir. Bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi yapabilmek için yeterli olduğunu göstermektedir. Bartlett test sonuçları değerlendirildiğinde (Bartlett Sphericity ($\chi^2(55)$) = 943,08; $p < 0,001$) ki kare değerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuç verilerin faktör analizine uygun olduğunu işaret etmiştir.

Ölçme aracı tek faktörlü tasarlandığından ölçek maddeleri tek faktöre zorlanarak faktör analizi uygulanmıştır. Faktör yükü 0,40'ın altında değer alan iki madde (Ras1 ve Ras4) ölçekten çıkarılmıştır. Ölçek maddelerinin tek faktör altında toplandığı belirlenmiştir. Ölçekte bulunan maddelerin faktör yükleri 0,49 ile 0,79 arasında değerler almıştır. Tek faktörlü yapı toplam varyansın %47'sini açıklamıştır.

Geçerlilik için hesaplanan değerler incelendiğinde, $CR > AVE$ $CR > 0,70$, $AVE > 0,50$ koşulu sağlanmıştır. Ölçek için hesaplanan alfa katsayısı 0,86'dır. Elde edilen değer, ölçme aracının iç tutarlılığa bağlı güvenilirliğinin yüksek düzeyde olduğunu göstermiştir.

8.6. Verilerin İstatistiksel Analizi

Veri analizine başlamadan önce verilerin normal dağılımına uygunluğuna bakılmıştır. Tutundurma, sosyal medya, referans grup ve rasyonel oy verme puanlarının dağılımı çarpıklık ve basıklık katsayıları temel alınarak incelenmiştir. Normal dağılım varsayımının karşılanabilmesi için çarpıklık ve basıklık katsayısının ± 2 aralığında bulunması yeterlidir (George ve Mallery, 2010). Bu araştırmada hesaplanan çarpıklık ve basıklık katsayılarının belirtilen aralıkta yer aldığı gözlenmiştir (Tablo 6).

Tablo 6. Çarpıklık ve Basıklık Katsayıları

Değişkenler	Çarpıklık		Basıklık	
	z	SH	z	SH
Tutundurma	-0,08	0,17	-0,40	0,33
Sosyal medya	-0,40	0,17	-0,68	0,33

Referans grup	0,15	0,17	-0,67	0,33
Rasyonel oy verme	-1,06	0,17	0,84	0,33

Tutundurma, sosyal medya, referans grup ve rasyonel oy verme puanları arasındaki ilişkileri incelemek için Pearson korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Korelasyon katsayıları iki veri dizisi arasındaki ilişkinin miktarını ve yönünü gösteren katsayılardır. Korelasyon katsayısı ± 1 aralığında değerler almaktadır. 0 ile $\pm 0,30$ arasındaki katsayılar düşük, $\pm 0,30$ ile $\pm 0,70$ arasındaki katsayılar orta, $\pm 0,70$ ile ± 1 aralığında katsayılar ise yüksek düzey ilişkileri göstermektedir (Büyüköztürk, 2007).

Siyasal pazarlamada tutundurma faaliyetlerinin, sosyal medyanın ve referans grupların Z kuşağı seçmenlerinin rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisinin incelenmesi ve sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide ve tutundurma faaliyetleri ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide referans grubun düzenleyici etkisini incelemek için regresyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Bir değişkenin düzenleyici değişken olabilmesi için; bu değişkenin bağımsız değişkenle olan etkileşiminin, bağımlı değişken üzerinde anlamlı olması ve ilişkinin yönünü ya da şiddetini değiştirmesi gerekmektedir (Baron ve Kenny, 1986). Düzenleyici değişken analizinde sürekli değerlerin öncelikle standardize edilmesi ve ardından regresyona dahil edilmesi gerekmektedir (Aiken ve West, 1991). Son adımda ise standardize edilen değişkenlerin birlikte etkileşimleri (çarpımları) regresyona dahil edilmektedir.

Regresyon analizi için bazı varsayımlar kontrol edilmiştir. Hesaplanan VIF değerleri 1,06 ile 1,52 arasında değerler almıştır. Elde edilen bu değerler, değişkenler arasında çoklu bağlantı probleminin olmadığını ($VIF < 10$) göstermiştir (Çokluk vd., 2010). Durbin-Watson katsayısı 1,65 olarak hesaplanmıştır.

Elde edilen katsayı hataların bağımsızlığı varsayımının ($1,5 < DW < 2,5$) karşılandığını işaret etmiştir (Kalaycı, 2017). Eşdeğişkenlik varsayımının karşılanıp karşılanmadığını belirlemek için standartlaştırılmış artıklara ait grafikler incelenmiştir. Histogram grafiğinde artıkların normale oldukça yakın dağıldığı gözlenmiştir. Normal P-P grafiğinde ise artıkların büyük bir oranının normal dağılım çizgisine yakın ve paralel bir şekilde dağıldığı tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlar, eşdeğişkenlik varsayımının karşılandığını göstermiştir.

9. Bulgular

9.1. Korelasyon Analizi Sonuçları

Tablo 7. Tutundurma, Sosyal Medya, Referans Grup ve Rasyonel Oy Verme Puanları Arasındaki İlişkilere Ait Pearson Korelasyon Katsayıları

	Değişkenler	Ort	Ss	1.	2.	3.	4.
1.	Tutundurma	2,83	0,78	1			
2.	Sosyal medya	3,35	1,08	,442**	1		
3.	Referans grup	2,72	1,00	,246**	,523**	1	
4.	Rasyonel oy verme	3,50	0,93	,283**	,510**	,330**	1

** $p < 0,01$; N=210

Tablo 7 incelendiğinde, rasyonel oy vermenin tutundurma faaliyetleri ile ($r=0,283$; $p < 0,01$), sosyal medya ile ($r=0,510$; $p < 0,01$) ve referans grup ile ($r=0,330$; $p < 0,01$) korelasyon katsayı puanları arasında düşük ve orta düzeyde pozitif yönlü ilişkilerin bulunduğu anlaşılmaktadır. Tutundurma, sosyal medya ve referans grup puanları arttıkça rasyonel oy verme puanları da artış göstermektedir.

9.2. Regresyon ve Moderatör Etki Analizi Sonuçları

Tablo 8. Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	SH	β	t	p	R	R ²
Model 1							
Tutundurma (Tu)	0,07	0,06	0,07	1,09	0,28	0,514	0,265
Sosyal medya (Sos)	0,45	0,06	0,48	7,20	0,00		
Referans grup (Ref)	0,15	0,07	0,16	2,29	0,02		
Model 2							
Tu X Ref	0,05	0,06	0,05	0,79	0,43	0,519	0,270
Model 3							
Sos X Ref	-0,23	0,06	-0,26	-3,79	0,00	0,565	0,320

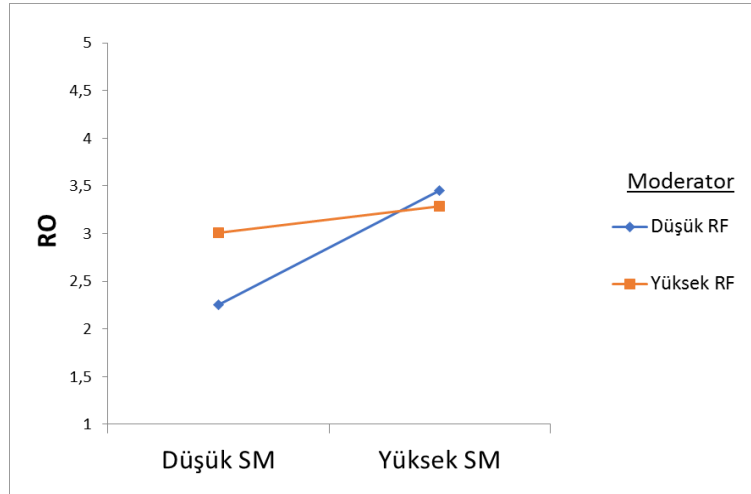
Bağımlı değişken= Rasyonel oy verme, TuX Ref=Tutundurma X Referans Grup, SosX Ref= Sosyal Medya X Referans Grup

Araştırmada modelinde yer alan hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi kullanılmıştır. Regresyon analizinin birinci adımında tutundurma faaliyetleri, sosyal medya ve referans grubun rasyonel oy verme üzerindeki yordayıcı etkisi araştırılmıştır (R=0,514; F(2;207)=37,23; p<0,01). Analiz sonucunda tutundurmanın rasyonel oy verme üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olmadığı ($\beta=0,07$; p>0,05), sosyal medyanın rasyonel oy verme üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisinin olduğu ($\beta=0,48$; p<0,05) ve referans grubun ise rasyonel oy verme davranışı üzerinde ($\beta=0,16$; p<0,05) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Analizin ikinci adımında (R=0,519; F(3;206)=25,38; p<0,01) Tutundurma faaliyetleri ve referans grubun birlikte etkileşimini gösteren TuXRef çarpım değişkeni oluşturulmuş ve bu değişkenin rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda TuXRef etkileşim değişkeninin rasyonel oy verme davranışı üzerinde istatistiksel olarak etkisinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir ($\beta=0,05$; p>0,05). Tu X Ref etkileşiminin rasyonel oy verme üzerindeki etkisinin anlamsız olması, referans grubun tutundurma ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide düzenleyici etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Bu sonuca göre H4 hipotezi kabul edilmemiştir.

Analizin üçüncü adımında (R=0,565; F(5;204)=19,16; p<0,01) sosyal medya ve referans grubun birlikte etkileşimini gösteren SosXRef çarpım değişkeni oluşturulmuş ve bu değişkenin rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Analiz sonucunda SosXRef etkileşim değişkeninin rasyonel oy verme davranışı üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel olarak etkisinin anlamlı olduğu belirlenmiştir ($\beta=-0,26$; p<0,05). Sos X Ref etkileşiminin rasyonel oy verme üzerindeki etkisinin anlamlı olması, referans grubun sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide düzenleyici etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Bu sonuca göre H5 hipotezi kabul edilmiştir.

Referans grubun düzenleyici etkisini daha iyi ifade edebilmek için Şekil 2'deki grafik oluşturulmuştur. Grafik incelendiğinde, referans grubun sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkiyi zayıflattığı anlaşılmaktadır. Referans grubun etkisi arttıkça, sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkinin gücü azalmaktadır.



Şekil 2. Sosyal Medya İle Rasyonel Oy Verme Arasındaki İlişkide Referans Grubun Düzenleyici Etkisi, Ro= Rasyonel Oy Verme, SM= Sosyal Medya, Rf= Referans Grubu

Sonuç ve Değerlendirme

Günümüzde, yaşamın her bir evresine müdahil olan, süreçlerdeki üretimi yükselten, bireyler arasındaki diyalog, bağlantı ve ilişkiyi yoğun ve daha çabuk hale getiren teknolojik bir yenilik olarak sosyal medya sıklıkla kullanılmaktadır. Bu devrim niteliği taşıyan yenilikler incelendiğinde ise, seçmenlerin ve tüketicilerin de tarihi bakımdan bir başkalaşma ve farklılaşmaya maruz bırakıldıkları ifade edilebilmektedir. Sosyal medya gibi teknolojik yenilikleri sunan platformların verimli bir tarzda kullanımı ise rekabet avantajının önünü açıp, kurumlara, siyasal partilere rakipler nezdinde üstünlük sağlayabilmektedir.

Siyasal pazarlama iletişimi çerçevesinde yürütülen bu çalışmada; tutundurma faaliyetlerinin, sosyal medyanın, referans grupların Z kuşağı rasyonel oy verme davranışı üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır. Literatürde siyasal pazarlamada sosyal medyanın ve referans grupların Z kuşağı rasyonel oy verme davranışına etkileri ile ilgili çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Küçük ve Toklu, 2020). Fakat siyasal pazarlama, tutundurma faaliyetleri, referans grup etkisi ile Z kuşağı ve bu kuşağın rasyonel oy verme davranışının bir arada değerlendirildiği çalışmalara rastlanılmamaktadır. Dolayısıyla bu kavramlarla ilgili hipotezler geliştirilmesi ve test edilmesi, referans grupların düzenleyici rolünün incelenmesi bilimsel ürünün değerini arttırmakta ve özgünlüğüne işaret etmektedir.

Araştırmada, referans grubun hem bağımsız değişken hem de düzenleyici olduğu, rasyonel oy verme ölçeğinin bağımlı değişken olduğu, tutundurmanın ve sosyal medyanın ise sadece bağımsız değişken olarak ele alındığı model test edilmiştir.

Araştırma sonuçlarında, tutundurmanın rasyonel oy verme üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır. Bu bilgiler ışığında çalışmada da yer verilen ölçek ifadelerinde belirtildiği gibi, Z kuşağı seçmeninin, siyasi partiler tarafından yürütülen mitingler ve toplantılar, sokaklara asılan afişler ve bayraklar ile seçmenleri telefonla arama gibi geleneksel yaklaşımdaki tutundurma faaliyetlerinin büyük bir kısmını anlamlı bulmadıkları şeklinde çıkarıma varılabilir. Bunun nedeni olarak bu kuşağın günümüzde artık sosyal medya platformlarına olan ilgisinin yoğun olması, eski usul tutundurma yöntemlerini muhtemel zaman kaybı olarak görmeleri, daha az etkinlik sağlayabilecek nitelikte gördükleri şeklinde yorum yapılabilir.

Sosyal medyanın rasyonel oy verme üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkisi bulunmuştur. Araştırmadan sağlanan bulgulara göre, rasyonel oy verme davranışı üzerinde sosyal medyanın etkili olduğu görülmektedir. Bu durum siyasi partilerin ya da liderlerin sosyal medya paylaşımlarının Z kuşağı seçmenlerinin rasyonel oy verme davranışını yönlendirdiği, olumlu ya da olumsuz anlamda etkide bulunduğu sonucunu göstermektedir. Biswas, Ingle ve Roy'un (2014) yürüttükleri bulgulara göre ise, yeni nesil Z kuşağı seçmen tutumu üzerinde sosyal medyanın etkililiği görülmektedir. İlaveten Munir (2018)'un yürüttüğü başka bir çalışmaya göre, sosyal medyanın etkisinin 2014 yılında İskoçya'da yapılan seçimde ergen kuşağın oy verme tutumunu farklılaştırmada baskın olduğu ifade edilmektedir.

Rasyonel oy verme davranışında referans grubun anlamlı etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bilgiler doğrultusunda Z kuşağı seçmen adaylarının, daha oy kullanmamış seçmen topluluklarından oluşmuş olmaları, deneyim ve bilgi hazneleri bakımından henüz kısıtlı olmaları, siyasal anlamda bilgi olarak eksik olmaları ve tam olarak bağlılıklarının oluşmamış olmalarından dolayı da rasyonel oy verme davranışları üzerinde referans grubun etkisinin olduğu sonucuna ulaşılabilir. Elde edilen bu sonuç ışığında, her şeyden önce Z kuşağı için oy verme davranışlarında ailenin ve arkadaş çevresinin etkili bir referans grup olduğu söylenebilir.

Bu sonuca benzer sonuçlar elde edilen çalışmalardan Aydın ve Özbek'in (2004) yürüttükleri çalışmalarında, seçmen tutumu üzerinde ailenin etkisinin bulunduğu ifade edilmektedir. Erdinç'in (2012) yürüttüğü bir çalışmada, üniversite öğrencilerinin oy verme tutumları üzerinde ailelerinin etkili olduğu ifade edilmektedir.

Tutundurma x referans grup (etkileşim değişkeni) etkileşiminin, rasyonel oy verme üzerindeki etkisi anlamlı çıkmamıştır. Tutundurma x referans grup etkileşiminin rasyonel oy verme üzerindeki etkisinin anlamsız olması, referans grubun tutundurma ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide düzenleyici etkisinin bulunmadığını göstermektedir. Siyasal pazarlama iletişim araçlarından sosyal medya dışında geleneksel tutundurma mecralarında yapılan çalışmalarda Z kuşağında referans grubun etkisi olmamıştır. Bu seçmenler oy verme davranışında tutundurma faaliyetlerinin etkisi olmadığını belirtirken, benzer şekilde bu süreçte referans grupların önerilerinin, tavsiyelerinin ve yönlendirmelerinin de herhangi etki yaratmadığı ortaya çıkmıştır.

Sosyal medya x referans grup (etkileşim değişkeni) etkileşiminin, rasyonel oy verme üzerindeki etkisi ise anlamlı bulunmuştur. Sosyal medya x referans grup etkileşiminin rasyonel oy verme üzerindeki etkisinin anlamlı olması, referans grubun sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkide düzenleyici etkisinin bulunduğunu göstermektedir. Bu sonuca göre, Z kuşağı seçmenlerinin partilerin sosyal medya paylaşımlarından etkilenip rasyonel oy verme davranışını buna göre yönlendikleri söylenebilirken, referans grupların etkisiyle bu etkinin zamanla negatif yönde değiştiği ortaya çıkmıştır. Bu durum Z kuşağı seçmenlerinin sosyal medya paylaşımlarından etkilenmesinde referans gruplardan bir süre sonra olumsuz yönde etkilendiği görülmüştür. Bu nedenle partilerin sosyal medya paylaşımları her ne kadar Z kuşağı

seçmen davranışına etki etse de, referans gruplar bu etkinin yönünü değiştirmektedir. Hem geleneksel tutundurma araçlarının modern güncel aracı olarak ifade edilen hem de tek başına ele alınan sosyal medyanın baskın gücünün bu etkisi, Z kuşağı seçmenlerinin referans aldığı grupların etkisi nedeniyle azalmaktadır. Referans grubun Z kuşağının oy verme davranışı üzerindeki dolaylı etkisinde de, tek başına olan etkisinde de sosyal medya, bugün vazgeçilmez teknolojik ürünler ile uzun süreler geçiren, mesleklerini dahi bile bilgisayar ortamında online yürütmeyi tercih edebilen, kendilerine bu teknolojik aygıtların zamandan tasarruf sağladığı umut edilen sosyal medya kavramının güçlü etkisinin saptandığı görülmektedir. Bu nedenle partiler pazarlama iletişimi kampanyaları açısından sosyal medya üzerinden yaptıkları paylaşımlarını, Z kuşağı seçmen adaylarının referans aldıkları gruplar dâhilinde olan aile, arkadaş ve yakın çevreleri arasında yeniden ve sık tekrar etmeleri, yönlendirmeleri ve o referans gruplarına iletilmesine yönelik çalışmalar ve kampanyalar yürütmeleri tutundurma strateji politikaları bakımından dikkate alınması gereken bir durumdur. Z kuşağı seçmenleri sosyal medya paylaşımlarını rasyonel oy verme sürecinde dikkate alıp, değerlendirip, oy verme davranışında bu unsurlardan, paylaşımlardan etkilenirken, referans grupların yönlendirmeleri bu etkiyi negatif yönde şekillendirmektedir.

Moderatör etkiye sahip referans gurubun, sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkiyi zayıflattığı saptanmıştır. Referans grubun etkisi arttıkça, sosyal medya ile rasyonel oy verme arasındaki ilişkinin gücünün azaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni Z kuşağı seçmeni üzerinde ebeveynlerinin, arkadaşlarının ya da siyasetle ilgilenen deneyimli ve uzman kişilerin görüşlerinin oldukça baskın düzeyde etkililikleri olabilir. Bir diğer nedeni olarak; sosyal medya platformlarında çok fazla bilgi kirliliğinin olması, siyasi içerikli blog, vlog gibi dijital platformlarda ya da siyasal liderler ile anlık mesajlaşma imkânı bulabildikleri Youtube, Twitter, Instagram gibi sosyal medya mecralarında geçirilen sürenin fazla olmasının Z kuşağı bireylerinin üstünde yaratabileceği psikolojik zararlar kendilerine aileleri ya da yakınları tarafından açıklanmış olabilir şeklinde yorumlanabilir. Elde edilen diğer veriler ışığında sosyal medya, Z kuşağının rasyonel oy verme davranışını etkilerken, referans gruptan gelen bilgiler ve etkileşimlere bağlı olarak bu etki zamanla azalma göstermiştir. Dolayısıyla Z kuşağı kendi başına partilerin sosyal medya paylaşımlarından etkilenirken, aynı zamanda referans grubun da etkisinde kalıp sosyal medya paylaşımlarının etkisini azaltmıştır. Fakat sosyal medyadaki partilerin paylaşımlarının referans grupların etkisiyle yani aile, arkadaş ve akraba gibi bireylerin paylaşım yapması ile de rasyonel oy verme davranışı değişkenlik gösterecektir.

Gelecekteki çalışmalarda, siyasal zeminde tutundurma faaliyetlerinin gerekli ölçüde yürütülmesi Z kuşağı bakımından önemli olabilir. Yaşları 18 ile 23 arasında olan ve oy potansiyelleri azımsanmayacak kadar büyük olan bu genç seçmen adaylarının, 2021 yılını geride bırakmak üzere iken dijital evrenin içindeki teknolojinin muazzam nimetlerini yerinde kullandıkları, artık daha çok internet tabanlı sanal veya artırılmış gerçeklik kurgusu içeren oyunlara, programlara veya mesleklere yönelmekte oldukları görülmektedir. Bu noktada ise teknolojik aletler ile uzun saatler geçiren Z kuşağı seçmenini, geleneksel türde olan; aday tanıtıcı broşür ve kitapçıklarla ya da geniş kitlelere hitap etmenin önemli bir yolu olarak görülen mitinglerle ikna etmeye çalışmak, inandırarak ve bağlılık gösteren birer seçmen haline getirmek kolay olmayacaktır. Zira partilerin siyasal tutundurma çabalarına, Z kuşağının ilgisinin yok denecek kadar az olduğu ve oy verme davranışlarında etkiye sahip olmadığı görülmektedir.

Dolayısıyla partilerin yeni nesil genç seçmenler içindeki oy oranlarını arttırmaları için, adaylarını ve partilerini tanıtıcı broşür, kitap gibi ya da kitle iletişim araçları içerisinde yer alan televizyon, radyo gibi organların yerine, modern tutundurma araçları olarak görülen Twitter, Instagram, Facebook, Youtube gibi sosyal medya hesaplarını aktif kullanmaları ve özellikle dijital seçmen olarak da görülen Z kuşağının isteklerine, taleplerine ve şikâyetlerine bu kanallar ile yoğunlaşmaları gerekmektedir. Bu nedenle siyasal partilerin çevrimiçi iletişim ortamlarını tercih etmeleri yerinde tutundurma faaliyet stratejileri arasında olabilir. Ek olarak Z kuşağı üzerindeki en büyük etkinin sosyal medya değişkeni üstünde olması ise bu ifadeler ile desteklenebilir sonucuna varılabilir. Bu süreçte referans gruplarında kullanılması, olumlu ağızdan ağıza iletişim çerçevesinde bu grupların etkileri ve yönlendirmeleriyle çalışmadan elde edilen negatif yönde ancak bu anlamda tersine çevrilebileceği söylenebilir.

Araştırma sonuçlarının siyasal partilere, yöneticilerine ve parti adaylarına yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Bu veriler ışığında siyasal partilerin özellikle 2023 yılı Türkiye genel seçimlerinde oy oranlarını arttırmaları ve hâlihazırda sadakat gösteren, gelecek seçimlerde ise bağlılıklarını gösterebilecek olan Z kuşağı seçmenini kaybetmemeleri için hem bugünkü seçim faaliyetleri hem de gelecekte yapılması öngörülen tutundurma çalışmaları için bu kuşağın davranış biçimindeki değişiklikleri aktif olarak gözlemlene imkânları doğabilir şeklinde sonuca varılabilir. Ayrıca bu kuşağın zamanlarını şu anda daha çok hangi sosyal medya araçlarıyla geçirdikleri, hangi platformlar aracılığı ile kendilerini takip ettikleri, gelecekte ise bu çevrimiçi mecraların oy oranlarında yaratabileceği etkilerin hangi seviyelerde olabileceğini anlamaları bakımından siyasal partilere yol gösterici olabileceği şeklinde bir çıkarıma ulaşılabilir.

Ek olarak elde edilen bu veriler, bugün Z kuşağının kişisel tabanda oy verecekleri düşünüldüğünde, referans gruba dâhil olan aile, arkadaş, bilirkişi, kanaat önderi gibi kişilerin, bu kuşağın rasyonel oy verme davranışı üzerinde ne ölçüde etkili olabileceği bakımından önem arz etmektedir. Gelecek seçimlerde bahse konu referans grubu kapsayan bu bireylerin, henüz oy kullanmamış olan potansiyel genç kuşağın görüş, tutum ve fikirleri üstünde hangi seviyede değişime yol açabileceği

hakkında siyasi partilerin değerlendirmeler yapmalarına katkı sağlayacaktır. Bu tür seçim süreçlerinde siyasal pazarlama yöneticilerinin, siyasal pazarlama stratejilerini ve oy toplamaya yönelik tüm faaliyetlerini bu anlamda yönetmeleri gerektiği ifade edilebilir. Bu çalışma parti liderleri ve siyasi kuruluşlara, Z kuşağı gençleriyle hangi siyasal pazarlama kampanya araçlarıyla ve nasıl iletişim kurmaları gerektiği çıkarımı yanında, bu araçları ne yönde kullanmalarının doğru olabileceği hususunda bir yönerge niteliği de taşımaktadır. Zira siyasal liderlerin ve parti yöneticilerinin son hedefleri, yaklaşık yedi milyonluk bir Türkiye nüfusunu meydan getiren bu yeni nesil genç seçmen adaylarının yardımlarını ve katkılarını alabilmektir.

Kaynakça

- Abugre, J. B. (2017). *Political communication and public relations in the Ghanaian media: building an emotional environment with propagand*. Palgrave Studies in Political Marketing and Management. Palgrave Macmillan.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: testing and interpreting interactions*. Newbury Park CA: SAGE.
- Akgün, B. (2007). *Türkiye’de seçmen davranışı, partiler sistemi ve siyasal güven*. Nobel Yayın Dağıtım.
- Altunışık, R., Özdemir, Ş. ve Torlak Ö. (2012). *Modern pazarlama*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(1).203-212.
- Arslan, A. ve Staub, S. (2015.) Kuşak teorisi ve içgirişimcilik üzerine bir araştırma. *KAÜ İİBF Dergisi*, 6(11), 1-24.
- Avşar, N. (2002). *Seçmen davranışının sosyo-ekonomik boyutları ve mesleğin seçmen davranışı üzerindeki etkileri*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Aydın, K. ve Özbek, V. (2004). Ailenin seçmen davranışları üzerindeki etkisi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8, 144-167.
- Aytan, C., ve Telci, E. E. (2014). Markaların sosyal medya kullanımının tüketici davranışı üzerindeki etkileri. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 4(4), 1-15.
- Balcı Ş. (2006). Seçmenleri etkileme sürecinde siyasal reklamcılık olgusu (1999 Genel seçimleri örneği). *Selçuk Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16,139-157.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Biswas, A., Ingle, N., & Roy, M. (2014). Influence of social media on voting behavior. *Journal of Power, Politics & Governance*, 2(2), 127-155.
- Bongrand, M. (1992). *Politikada pazarlama*, Çev: Fatoş Ersoy. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bond, R.M., Fariss, C.F., Jones, J.J., Kramer, A.D.I., Marlow, C., Settle, J.E., & Fowler, J.H. (2012). A 61- million-person experiment in social influence and political mobilization. *Nature*, 489, 295-298.
- Büyüköztürk, Ş. (2007). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Büyüksulu, F. (2017). *Z kuşağının iş yaşamından beklentileri konusunda bir araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İnsan Kaynakları Yönetimi.
- Can, A. (2018). *SPSS ile bilimsel araştırma sürecinde nicel veri analizi*. Pegem Akademi, Ankara.
- Çıldan C., Ertemiz, M., Küçük, E., Tumuçin, H.K. ve Albayrak, D. (2012). Sosyal medyanın politik katılım ve hareketlerdeki rolü. *Akademik Bilişim 2012 Konferansı*. <https://ab.org.tr/ab12/bildiri/205.pdf>
- Chicksand, L., & Carrigan, M. (2006). Segmenting voters online: the youth vote, *Journal of Public Affairs*, 6, 269-282.
- Comrey A. L., & Lee, H. B. (1992). *Interpretation and application of factor analytic results*. In: *a first course on factor analysis*. 2nd edn. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 250–254.
- Cömert, Y. ve Durmaz, Y. (2006). Tüketicinin tatmini ile satın alma davranışlarını etkileyen faktörlere bütünlük yaklaşım ve Adıyaman ilinde bir alan çalışması. *Journal of Yasar University*, 1(4), 351-375
- Çokluk, O., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

- Constantinides, E., & Stefan J. F., (2008). Web 2.0: conceptual foundations and marketing issues. *Journal of Direct, Data And Digital Marketing Practice*, 9(3),231-244.
- Cwalina, W., Falkowski A., & Newman, B. I. (2011). *Political marketing: theoretical and strategic foundations*. London: Routledge.
- Çakır, H. ve Tufan, S. (2016). Siyasal iletişim sürecinde sosyal medya; Türkiye’de siyasi liderlerin Instagram kullanım pratikleri üzerine bir inceleme. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 30(41), 7-28
- Çetin, A.F. (2018). Sosyal Medyada Politik Pazarlama; Kavramsal Bir İnceleme, IV. *Uluslararası Mesleki Ve Teknik Bilimler Kongresi*
- Çinko, L. (2006). Seçmen davranışları ile ekonomik performans arasındaki ilişkilerin teorik temelleri ve Türkiye üzerine genel bir değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61(1), 104-116.
- Dean, D., & Croft, R. (2009). Reason and choice: a conceptual study of consumer decision making and electoral behavior. *Journal of Political Marketing*, 8(2),130-146.
- Demirtaş, M. C. veÖzgüven, N. (2012). Siyasal pazarlama uygulamaları açısından belediye başkanlarının web sitelerinin değerlendirilmesi, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(2),238-252.
- Dilber, F. (2018) Siyasette sosyal medyanın rolü: AKP, CHP ve MHP'nin sosyal medyanın kullanım düzeylerinin karşılaştırılması. *Middle Black Sea Journal Of Communication Studies*, 3(2),54-66
- Divanoğlu, S. U. (2008). Seçim kampanyalarında siyasal pazarlama karması elemanlarının yeri ve önemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(2),105-118.
- Divanoğlu, S. U. (2017). Siyasal iletişim sürecinin belirleyicileri. *The Journal of Academic Social Science Studies*. Number: 62, Winter I, 399-415.
- Eke, E. (2008). *Siyasal propaganda araçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisi: Isparta Örnek Olayı*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı.
- Ercins, G. (2007). Türkiye’de sosyo-ekonomik faktörlere bağlı olarak değişen seçmen davranışı. C.Ü. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 8(2), 25-40.
- Erdinç, İ. E. (2012). Üniversite öğrencilerinin oy verme davranışlarında etkili olan faktörlere yönelik bir araştırma. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 55-70.
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS* (4th ed.). London: Sage Publications.
- Gardner, H., & Davis, K. (2013). *The app generation: How today’s youth navigate identity, intimacy, and imagination in digital world..* New Hawen: Yale University Press.
- George, D., & Mallery, M. (2010). *SPSS for windows step by step: a simple guide and reference. 17.0 update* (10a ed.) Boston: Pearson
- Güngörmez, B. (2002). Kitle iletişim araçları, siyaset ve propaganda. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3),1-12.
- Henneberg, S. C. (2004). The views of an advocatus dei: political marketing and its critics. *Journal Of Public Affairs*, Henry Stewart Publications, 4(3), 225-243.
- Iyer, P., Yazdanparast, A., & Strutton, D. (2017). Examining the effectiveness of wom/e-wom communications across age-based cohorts: implications for political marketers. *Journal of Consumer Marketing*, 34(7), 646-663.
- İslamoğlu, A. H. (2002). *Siyaset pazarlaması toplam kalite yaklaşımı*. İstanbul: Beta Yayınları.
- İslamoğlu, A. H. (2002). *Siyaset pazarlaması*. İstanbul: ikinci Basım.
- Kalaycı, Ş. (2017). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (8. Baskı). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaleli, S. (2014). *Siyasal pazarlama sürecinde siyasi liderin imajının parti imajına ve seçmen tercihlerine etkisi* - İstanbul ili örneği. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi,
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, Paris, 53, 59-68.
- Karaca, Y. (2016). Referans grupları ile iletişimin satın alma kararları üzerine etkisi: Genç yetişkinlere yönelik bir araştırma. *İletişim*, 25.

- Kavalcı, K. (2015). *Tüketici karar verme tarzları ve öğrenme stillerinin Y ve Z kuşakları açısından karşılaştırılması üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Keleş, H. N. (2011). Y kuşağı çalışanlarının motivasyon profillerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Kiriş, H. (2005). *Kent ve köy ayrımının seçmen davranışlarının şekillenmesine etkisi Isparta kenti ve köyleri örnekolay araştırması*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Korkmaz, S., Eser, Z., Öztürk, S. A. ve Işın, F. B. (2009). *Pazarlama: kavramlar-ilkeler-kararlar*. İstanbul: Siyasal Yayın-Dağıtım
- Kushin, M.J. & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? college students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608- 630.
- Kuyucu, M. (2014). Y kuşağı ve Facebook: Y kuşağının Facebook kullanım alışkanlıkları üzerine bir inceleme. *ESOSDER / Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 55-83.
- Küçük, Ö. H. ve Toklu, İ.T. (2020). Seçimlerde oy verme davranışını ne etkiler? Z kuşağı üzerine bir araştırma. *BMIJ*, 8(5), 4546-4574 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i5.167>.
- Lees-Marshment, J. (2001). The marriage of politics and marketing. *Political Studies*, 49, 693.
- Mailıyamu, A. (2019). Siyasal pazarlama uygulamalarının Y kuşağının üzerindeki etkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.
- Mucuk, İ. (2006). *Pazarlama ilkeleri*. 15.Basım, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Munir, S. (2018). Social media and shaping voting behavior of youth: the scottish referendum 2014 case. *The Journal of Social Media in Society*, 7(1), 253-279.
- Nimmo, D. (1999). *The permanent campaign: marketing as a governing tool. handbook of political marketing*. B. Newman. Thousand Oaks, Ca, Sage.
- Odabası, Y. ve Barıs, G. (2003). *Tüketici davranışı*. İstanbul: Mediacat Akademi
- O'shaughnessy, N. (1990). *The Phenomenon of political marketing*. London: Macmillan.
- Öcal, H., Özmen, A., Topçu, B. ve Yüksel, B. (2011). Siyasal pazarlama faktörlerinin seçmen eğilimleri üzerindeki etkileri: Afyonkarahisar il merkezinde bir uygulama. *Yeni Dünya Bilimleri Akademisi Elektronik Dergisi*, 6(4), 400-421.
- Özbek, V. (2003). *Ailenin seçmen davranışları üzerindeki etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Öztekin, A. (2000). *Siyaset bilimine giriş*. Siyasal Kitabevi, Ankara.
- Plasser F., Scheucher C., & Senft C. (1999). Is there a European style of political marketing a survey of political managers and consultants. In Bruce I. Newman (ed.) *Handbook of political marketing*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 89-112.
- Polat C. (2015). *Siyasal pazarlama ve iletişim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Scammell, M. (1995). *Designer politics*. London: St. Martin's Press.
- Stillman, D. ve Stillman, J. (2018). *İşte Z kuşağı: genç kuşak işyerini nasıl dönüştürüyor?* (D. P. Kayıhan, & F. Erduran, Çev.) İstanbul: İstanbul Kültür Üniversitesi Yayınevi.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: he history of America's future. 1584 to 2069*. William Morrow and Company, Inc., New York.
- Strömbäck, J., & Kiousis, S. (2014). *Strategic political communication in election campaigns*. Carsten Reinemann (Ed.), *Political communication*.
- Sönmez, F. (2016). *Sosyal medyanın, Z kuşağı tüketiciler üzerindeki etkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şahin, Ö.E. ve Ergen, A. (2016). Kitle iletişim araçları kullanım amaçlarının siyasi ilgilenim üzerine etkisi. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 13, 1-19.

- Şener, T. (2018). *Siyasal pazarlama açısından aday belirleme süreci ve seçmen tercihlerine etkileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tan, A. (2002). *İlke ve uygulamalarıyla politik pazarlama*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Tan, A. ve Armutçu, B. (2020). Türkiye’de dijital politik pazarlama. *Uluslararası İşletme ve Ekonomi Çalışmaları Dergisi*, 2(1), 01-14.
- Tavşancıl, E. (2005). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama İlkeleri*. Global Yönetimsel Yaklaşım. 8. Basım, İstanbul: Beta Yayınları.
- Tek, Ö.B. ve Özgül, E. (2005). *Modern pazarlama ilkeleri - uygulamalı yönetsel yaklaşım*. İzmir: Birleşik Matbaacılık.
- Toruntay, H. (2011). *Takım rolleri çalışması: X ve Y kuşağı üzerinde karşılaştırılmalı bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Turan, İ. (1991). *Siyasal sistem ve siyasi davranış*. İstanbul: Der Yayınları.
- Turhan, D. G. (2016). *Bilgi toplumu kavramı çerçevesinde dijital yerliler ve dijital aktivizm*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası İlişkiler Ana Bilim Dalı.
- Uztuğ, F. (1999). *Siyasal marka: seçim kampanyaları ve aday imajı*. Ankara: Mediacat Yayınları.
- Uztuğ F. (2003). Siyasal marka konumlandırma ve siyasi mesaj stratejileri ilişkisi: 1991-1995-1999 seçimleri Türkiye siyasi reklam mesaj türleri analizi. *Selçuk İletişim*, 3(1), 4-19.
- Varol, M. (2009). *Siyaset pazarlamasında tutundurma faaliyetlerinin önemi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme.
- Yaşlıoğlu, M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yıldırım, Y. (2016). Tüketicinin satın alma karar sürecinde bilgi kaynakları ve güvenilirlikleri: referans grubu olarak yakın çevrenin etkisinin incelenmesi. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*. 7(1), 214-231
- Yıldırım, M. (2018). Yeni medyada ürün yerleştirme: Youtube kanalları ve “Youtuber”lar. *Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı Eğlence ve Ürün Yerleştirme*, 149- 165.
- Williams, K.C., & Page, R.A. (2011), Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3(1), 1-17
- Wolton, D. (1990). Political communication: the construction of a model. *European Journal of Communication*. 5, 9-28.
- Elmore, T. (2019). How generation Z is changing the World of dating. <https://growingleaders.com/blog/how-generation-z-is-changing-the-world-of-dating/>. (Erişim Tarihi:08.01.2022)
- Klara, R. (4 April 2016). 5 reasons marketers have largely overlooked generation X. Adweek. <http://www.adweek.com/news/advertising-branding/5-reasons-marketers-have-largely-overlooked-generation-x-170539> (25.10.2021).
- Koop, A. (26 Mar 2021). Chart: How Gen Z employment levels compare in OECD countries, <https://www.weforum.org/agenda/2021/03/gen-z-unemployment-chart-global-comparisons/> (Erişim Tarihi:07.01.2022).
- Önder, N. (1 Ekim 2021). İş”te Z kuşağı!. 16.11.2021. <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/iste-z-kusagi/>
<http://europe.newsweek.com/911s-children-grow-79477?rm=eu> (Erişim Tarihi:25.10.2021).
<https://Sozluk.Gov.Tr/> Erişim Tarihi: 26.10.2021)
[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) (Erişim Tarihi:03.11.2021).
<https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/iste-z-kusagi/> (Erişim Tarihi: 15.11.2021)
[https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) (Erişim Tarihi: 15.11.2021)
<https://www.oecd-forum.org/search?query=Z+generation> (Erişim Tarihi: 15.11.2021)

Sönmez, B.İ. (Nisan 2021). Türkiye'de kaç kişinin, ne kadar ve hangi amaçla internet kullandığı açıklandı. <https://www.webtekno.com/turkiye-de-kac-kisinin-ne-kadar-ve-hangi-amacla-internet-kullandigi-aciklandi-h107112.html#>. (Erişim Tarihi: 16.11.2021).

Extended Abstract

Introduction

When political marketing communication is considered, it will be a strategic promotion behavior for party organizations and political candidates to analyze the dynamic electorate such as the Z generation. In this respect, determining what factors affect the voting attitude of the Z generation voters will bring them a holistic advantage over their opponents in terms of increasing their vote rate and being the winner of the election. On the other hand, it will be relatively difficult for political parties that cannot analyze the voter's attitude to gain an advantage over their rivals in political competition (Ercins, 2007).

All of the promotional efforts within the political marketing promotion methods can cause instantaneous attitude and behavior change and emotional confusion, especially in the young population of the Z generation voters. In this respect, political parties, their managers and political candidates; Incorporating social media platforms, which are expressed as today's promotion tools, into their corporate policies and strategies, developing and implementing policies on using these platforms, and taking an especially active role in these channels will enable them to emerge victorious from the elections in the future.

Purpose of the Study

The purpose of this study is to examine the effects of political marketing promotion activities, social media and reference group on rational voting behavior for Z generation voters. In addition, the moderator effect of the reference group variable were investigated on the effect of social media and promotion activities on rational voting behavior.

Methodology

The survey technique, which is one of the quantitative data collection methods, was used with the online survey form. The questionnaire form used in the study consists of five parts. While the first part of the questionnaire includes questions aiming to determine demographic characteristics, the second part includes statements from the five-point Likert scale (1-strongly disagree, 5-strongly agree) used in the thesis study prepared by Yedikardeş (2018) to measure the perception of Z generation voters of political marketing promotion activities. The third, fourth and fifth chapters contain the five-point Likert scale expressions used by Küçük and Toklu (2020) in their article studies to measure the perceptions of social media, reference groups and rational voting on the voter behavior of the Z generation. Apart from the questions to determine demographic characteristics, 43 questions were included in the study. Since it is impossible to reach the voters in the entire population in terms of time and cost, the convenience sampling method was used for data collection. The main population of the research consisted of everyone living in various provinces of Turkey and born in 2000 and above, and 210 participants were reached. SPSS 25.0 statistical package program was used in the analysis of the obtained data.

In data analysis, frequency analysis was used to calculate descriptive statistics, exploratory factor analysis was applied for factor structures of scales and for examining construct validity. The Cronbach Alpha reliability test was used for the reliability of the scales, the convergent validity (CR) and discriminant validity (AVE) values were calculated, correlation analysis was used to examine the relationships between the variables, and regression analysis was used to test the hypotheses.

Research Hypotheses

The research hypotheses created according to the model were formed as follows.

H1: Political Marketing Promotion Activities have an effect on Rational Voting.

H2: Social Media has an effect on Rational Voting.

H3: Reference Group has an effect on Rational Voting.

H4: The Reference Group has a moderator role in the impact of Political Marketing Promotion Activities on Rational Voting.

H5: The Reference Group has a moderator role in the effect of Social Media on Rational Voting.

Results and Conclusions

When the research results are evaluated, it can be stated that the reference group is both the independent variable and the moderator, the rational voting scale is the dependent variable, and the promotion and social media are only considered independent variables.

In the result of the study, It has been found that social media has a positive and significant effect on rational voting. Also the effect of the reference group on rational voting behavior was statistically found significant.

The effect of promotion activities and promotion x reference group interaction on rational voting is not significant. The result indicates that the reference group has no moderator effect on the relationship between promotion and rational voting.

The effects of reference group, social media and social media x reference group interaction on rational voting were found to be significant. The results indicates that the reference group has a moderator effect on the relationship between social media and rational voting.

It has been determined that the reference group, which has a moderator effect, weakens the relationship between social media and rational voting. It was concluded that as the influence of the reference group increased, the strength of the relationship between social media and rational voting decreased.