



SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

# Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

The Journal of Institute of Social Sciences



E-ISSN 2667-4750

Yıl: 2022 Sayı:

**48**



# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

SELÇUK UNIVERSITY  
THE JOURNAL OF INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES

Yıl: 2022 - Ağustos / Sayı: 48  
E-ISSN 2667 - 4750

# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 48 • E-ISSN 2667-4750

### Sahibi / Owner

Selçuk Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Adına  
Prof. Dr. Fehmi KARASIOĞLU

### Yazı İşleri Müdürü - Editörler / Editor-in- Chiefs

Prof. Dr. Şükrü BALCI

### Editör Yardımcısı / Editorial Asistants

Doç. Dr. Abdulkadir GÖLCÜ - Dr. Öğr. Üyesi Havva Nur TARAKCI  
Arş. Gör. Elif KAYA

### Yayın Kurulu / Editorial Board

Prof. Dr. Şükrü BALCI - Prof. Dr. Alexandra MUTIU - Prof. Dr. Joots PLATJE  
Prof. Dr. Karmen MEDICA - Prof. Dr. Miruna NACHESCU  
Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY - Prof. Dr. Özdemir KOÇAK - Prof. Dr. Enderhan KARAKOÇ  
Prof. Dr. Fatih MANGIR - Prof. Dr. Ahmet TARHAN - Prof. Dr. Abdullah KARAMAN  
Doç. Dr. Rabia KÖSE DOĞAN - Doç. Dr. Selcen ERDAL

### Alan Editörleri / Field Editors

Prof. Dr. Fatih MANGIR - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Adnan ÇELİK Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Nezir AKYEŞİLMEN - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Mustafa TOKER - Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Ahmet TARHAN - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Mehmet GÖKÜŞ - Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Osman KUNDURACI - Selçuk Üniversitesi - Prof. Dr. Gürcan Şevket AVCIOĞLU Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Onur BEKİROĞLU - Ondokuz Mayıs Üniversitesi - Prof. Dr. Abdullah KARAMAN - Selçuk Üniversitesi  
Doç. Dr. Enes BAL - Necmettin Erbakan Üniversitesi - Doç. Dr. Rabia Köse DOĞAN - Selçuk Üniversitesi  
Doç. Dr. Hasan Ali POLAT - Necmettin Erbakan Üniversitesi

### Danışman Kurulu / Advisory Board

Prof. Dr. Metin AKSOY (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. Alexandra MUTIU (University of Babeş Bolyai)  
Prof. Dr. Murat TÜRK (Osmaniye Korkut Ata Ü.) - Prof. Dr. Joots PLATJE (University of Wrocław)  
Prof. Dr. Birol MERCAN (Necmettin E.Ü.) - Prof. Dr. Karmen MEDICA (University of Primorska)  
Prof. Dr. Mustafa MIYNAT (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Zülfiyar DAMLAPINAR (Hacı B. V. Ü.)  
Prof. Dr. Mahmut KARGIN (Celal Bayar Ü.) - Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ (Selçuk Ü.)  
Prof. Dr. Haluk DUMAN (Aksaray Ü.) - Prof. Dr. Hüseyin AKTAŞ (Celal Bayar Ü.)  
Prof. Dr. Hüseyin ÇINAR (Yıldırım Beyazıt Ü.) - Prof. Dr. Mehmet MUCUK (Selçuk Ü.)  
Prof. Dr. Hakan AYDIN (Erciyes Ü.) - Prof. Dr. Adnan ÇELİK (Selçuk Ü.)  
Prof. Dr. İzzet ÖZGENÇ (Ankara Hacı B. V. Ü.) - Prof. Dr. Mustafa AKDAĞ (Erciyes Ü.)  
Prof. Dr. Hamza ÇAKIR (Kırgızistan Manas Ü.) - Prof. Dr. Mehmet ÖZ (Hacettepe Ü.)  
Prof. Dr. İlhan KÜÇÜKKAPLAN (Pamukkale Ü.) - Prof. Dr. Yusuf ADIGÜZEL (Sakarya Ü.)  
Prof. Dr. Aykut BEDÜK (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (KTO Karatay Ü.)  
Prof. Dr. Mehmet Fatih KİRİŞÇIOĞLU (Hacı B. V. Ü.) - Prof. Dr. Caner ARABACI (Necmettin E.Ü.)  
Prof. Dr. Nezir AKYEŞİLMEN (Selçuk Ü.) - Prof. Dr. Mustafa ŞEKER (Akdeniz Ü.)  
Prof. Dr. Miruna NACHESCU (University of Timişoara) - Prof. Dr. Bansi L. SAWHNEY (University of Baltimore)  
Assist. Prof. Luca FERRI (University of Naples Federico II)

### Yazışma Adresi / Contacts

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Editörlüğü  
42060 Selçuklu – KONYA  
Tel: 0.332.241 05 21 & Fax: 0.332.241 05 24

**Kapak:** Abdullah Gümüüş

**Dizgi:** Ahmet Önder Erdoğan

Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda üç defa yayınlanan (Nisan, Ağustos ve Aralık) Uluslararası hakemli bir dergidir. Dergimizde yayınlanan makalelerdeki her türlü sorumluluk yazarlara aittir.

### Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin dizinlendiği veri tabanları:

TÜBİTAK - ULAKBİM TR Dizin, MLA, İSAM (Türkiye Diyanet Vakfı - İslam Araştırmaları Merkezi),  
Tei (Türk Eğitim İndeksi), EBSCO, DRJI (Directory of Research Journals Indexing),  
Academic Resource Index (Research Bib), ERIHPLUS (European Reference Index for the Humanities and Social Sciences)

# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 48 • E-ISSN 2667-4750

### Bu Sayının Hakemleri

- Prof.Dr.Adem Esen İstanbul Üniversitesi  
Prof.Dr.Ali Duymaz Balıkesir Üniversitesi  
Prof.Dr.Aydın Ziya Özgür Anadolu Üniversitesi  
Prof.Dr.Aygül Uçar Mersin Üniversitesi  
Prof.Dr.Ayhan Erdem Hasan Kalyoncu Üniversitesi  
Prof.Dr.Belkas Ulusoy Nalcıoğlu İstanbul Üniversitesi  
Prof.Dr.Bilge Leyli Demirel Yalova Üniversitesi  
Prof.Dr.Cengiz Gündoğdu Atatürk Üniversitesi  
Prof.Dr.Derya Öcal Atatürk Üniversitesi  
Prof.Dr.Dilaver Gürer Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Prof.Dr.Erdem Taşdemir Karadeniz Teknik Üniversitesi  
Prof.Dr.Erkan Sağlık Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Prof.Dr.H. İbrahim Gürcan Anadolu Üniversitesi  
Prof.Dr.Haluk Duman Aksaray Üniversitesi  
Prof.Dr.Haydar Akyazı Karadeniz Teknik Üniversitesi  
Prof.Dr.Mehmet Kurt Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi  
Prof.Dr.Murat Çetinkaya Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Prof.Dr.Mustafa Sinan Kaçalın Marmara Üniversitesi  
Prof.Dr.Mustafa Zihni Tunca Süleyman Demirel Üniversitesi  
Prof.Dr.Nesrin Aysun Yüksel Anadolu Üniversitesi  
Prof.Dr.Onur Bekiroğlu Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Prof.Dr.Serkan İlden Kastamonu Üniversitesi  
Prof.Dr.Sibel Karğın Celal Bayar Üniversitesi  
Prof.Dr.Sibel Onursoy Anadolu Üniversitesi  
Prof.Dr.Süleyman Hakan Yılmaz Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr.Süleyman İrvan Üsküdar Üniversitesi  
Prof.Dr.Vedat Çakır Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr.Volkan Alptekin İzmir Katip Çelebi Üniversitesi  
Prof.Dr.Yunus Ceran Selçuk Üniversitesi  
Prof.Dr.Zeynep Çetin Erus Marmara Üniversitesi  
Prof.Dr.Zülfi Kar Damlaşın Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi  
Doç.Dr.Arif Selim Eren Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi  
Doç.Dr.Ayhan Uludağ Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doç.Dr.Bahar Urhan Akdeniz Üniversitesi  
Doç.Dr.Ebru Davulcu Erciyes Üniversitesi  
Doç.Dr.Emel Gelmez Selçuk Üniversitesi  
Doç.Dr.Emel Tanyeri Mazıcı Erciyes Üniversitesi  
Doç.Dr.Emre Atılğan Trakya Üniversitesi  
Doç.Dr.Erhan Örselli Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doç.Dr.Fahri Erenel İstinye Üniversitesi  
Doç.Dr.Faruk Temel Erciyes Üniversitesi  
Doç.Dr.Fatih Ayhan Bandırma Onyedinci Eylül Üniversitesi  
Doç.Dr.Fatih Mehmet Berk Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doç.Dr.Filiz Çetintaş Yıldırım Mersin Üniversitesi  
Doç.Dr.Gökhan Gültekin Aksaray Üniversitesi  
Doç.Dr.Haluk Arda Oskay Kocaeli Üniversitesi  
Doç.Dr.Hasan Alpay Karasoy Selçuk Üniversitesi  
Doç.Dr.Hasan Hüseyin Taylan Sakarya Üniversitesi  
Doç.Dr.İskender Peker Gümüşhane Üniversitesi  
Doç.Dr.Kezban Sönmez Akdeniz Üniversitesi  
Doç.Dr.Mehmet Ali Aydemir Muş Alparslan Üniversitesi  
Doç.Dr.Mehmet Karhoğlu Karabük Üniversitesi  
Doç.Dr.Mehmet Nuri Salur Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doç.Dr.Mehmet Salih Güran Gümüşhane Üniversitesi  
Doç.Dr.Mustafa Kemal Yöntem Samsun Üniversitesi  
Doç.Dr.Nasf Özkan Kütahya Dumlupınar Üniversitesi  
Doç.Dr.Nihan Cambakal Ataoğlu Karadeniz Teknik Üniversitesi  
Doç.Dr.Nilay Özsvağ Uluçay Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Doç.Dr.Nuri Paşa Özer Necmettin Erbakan Üniversitesi  
Doç.Dr.Ömer Çakır Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Doç.Dr.Ömür Aydın İstanbul Üniversitesi  
Doç.Dr.Yasin Demir Kahramanmaraş İstiklal Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Banu Ögünç Aksaray Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Belgin Varol Sağlık Bilimleri Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Cemil Günay Çağ Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Emre Osman Olkun Selçuk Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Gülten Arslantürk Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Mehmet Kaplan Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Mustafa Gerçek Selçuk Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Necdet Sezal Mersin Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Nihat Doğanalp Selçuk Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Nurhan Özkan Kuş Akdeniz Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Rauf Kahraman Ürkmez Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Rıfat İlhan Çelik Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Seçil Varal Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Serkan Boz Ege Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Şükrü Apaydın Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Utku Aybudak Karabük Üniversitesi  
Dr.Öğr.Üyesi Yasemin Eda Tekin Beykent Üniversitesi  
Dr.Öğr.Gör. Ömer Burak Paksoy Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi



# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 48 • E-ISSN 2667-4750

## İÇİNDEKİLER

The Boosting Effect of Covid-19 Breakthrough in Digital Broadcasting | Covid-19 Yayılımının Dijital Yayıncılıktaki Arttırıcı Etkisi

(Araştırma)

**Özgür Aslan – Faruk Sadıç – Yavuz Kanbur**  
1 – 14

COVID-19 Anxiety and Rumination in University Students in The COVID-19 Process | COVID-19 Sürecinde Üniversite Öğrencilerinde COVID-19 Anksiyetesi ve Ruminasyon

(Araştırma)

**Mustafa Güler – Binaz Bozkur**  
15 – 21

Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne ve Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı'na Göre Hazırlanan Finansal Tabloların Oran Analizi Yöntemiyle Karşılaştırılması | Comparison of Financial Statements Prepared According to General Communiqué on Accounting System Application and Financial Reporting Standard for Large and Medium Sized Enterprises by Ratio Analysis Method

(Araştırma)

**Ahmet Kaya**  
22 – 37

Hasta ve Hekim İletişimi: Özel Hastane Örneği | Patient and Doctor Communication: Private Hospital Example

(Araştırma)

**Şerife Güzel – Hilal Akman Dömbekci – Ayşe Arı**  
38 – 55

Küresel Kamusal Bir Kötü: Terörizm | A Global Public Bad: Terrorism

(Araştırma)

**Yasin Çam – Selim Coşkun**  
56 – 66

The Effects of Online Stress Coping Course on Student Nurses' Perceived Stress and Automatic Thoughts

(Araştırma)

Çevirim içi Stresle Baş Etme Dersinin Öğrenci Hemşirelerin Algıladıkları Stres ve Otomatik Düşüncelerine Etkisi

**Hilal Seki Öz – Didem Ayhan**  
67 – 75

The Effect of Brand Origin on Trust in Advertisement and Attitudes towards Advertisement: The Roles of Consumer Ethnocentrism, Cosmopolitanism and Xenocentrism

(Araştırma)

Marka Kökeninin Reklama Yönelik Güven ve Tutum Üzerindeki Etkisi: Tüketici Etnosentrizminin, Kozmopolitanizminin ve Ksenosentrizminin Rolü

**V. Özlem Akgün – Tuğçe Sancı – S. Onur Karlık**  
76 – 91

Antik Akdeniz Bölgesinde Salgın Hastalıkların İnanç Değişiklikleri Üzerindeki Etkileri

(Araştırma)

The Effects of Epidemics on the Belief Changes in the Ancient Mediterranean Region

**Murat Turgut**  
92 – 107

Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses on the Relationship Between Communication and Tourism

(Araştırma)

İletişim ve Turizm İlişkisinde Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

**Mahmut Barakazı – Gökhan Kuzucanlı**  
108 – 117

Investigating the Effect of Intercultural Communication Apprehension on Intercultural Willingness to Communicate with Structural Equation Modeling

(Araştırma)

Kültürlerarası İletişim Kaygısının Kültürlerarası İletişim İsteği Üzerine Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi

**Ömer Faruk Koçak**  
118 – 128

Ahîlik Teşkilatı'ndaki Denge İlkesinin Kur'ânî  
Temelleri

(Araştırma)

The Qur'anic Foundations of The Balance  
Principle in The Akhism Organization

**Ayşe Betül Oruç**

129 – 141

Türkiye'de Merkez Bankası Dijital Parasının  
Potansiyel Etkileri: SWOT Analiziyle Bir  
Değerlendirme

(Araştırma)

Potential Effects of Central Bank Digital Currency  
in Turkey: An Assessment with SWOT Analysis

**Zeynep Küçükıralı – Kerim Eser Afşar**

142 – 158

Geleneksel İktisattan Davranışsal İktisada: Tüketici  
Karar ve Tercihleri

(Araştırma)

From Traditional Economics to Behavioral  
Economics: Consumer Decisions and Preferences

**Şerife Gamze Albayrak**

159 – 170

Türkiye'de Çevresel Kuznets Hipotezi Geçerli Mi?  
Fourier Bootstrap ARDL Testinden Kanıtlar

(Araştırma)

Is the Environmental Kuznets Hypothesis Valid  
for Turkey? Evidence from Fourier Bootstrap  
ARDL Procedure

**Tunahan Hacımamoğlu**

171 – 183

News Production and Consumption Practices in  
Online Journalism: A Cross-Platform Review

(Araştırma)

Çevrimiçi Gazetecilikte Haber Üretim Ve ve  
Tüketim Pratikleri: Platformlar Arası Bir İnceleme

**Gülhanım Karaoğlu**

184 – 194

Ameliyat Klinik Hizmet Sunumunda Maliyet  
Hacim Kâr Analizi: Özel Bir Göz Hastanesinde  
Vaka Çalışması

Cost-Volume Profit Analysis in Surgical Clinical  
Service Delivery: A Case Study in a Private Eye  
Hospital

(Araştırma)

**Enver Bozdemir – Yusuf Karaşin**  
195 – 213

Yiyecek Fotoğrafçılığının Grafik Tasarım  
Bağlamında Değerlendirilmesi

Evaluation of Food Photography in the Context of  
Graphic Design

(Araştırma)

**Bayram Bozhüyük**  
214 – 225

Self-mentions and Attitude Markers in Turkish  
Research Article Abstracts

Türkçe Araştırma Makalesi Özlerinde Kendini  
Anma ve Tutum Belirleyiciler

(Araştırma)

**Buse Şen Erdoğan**  
226 – 234

Bursa Gazetesinde (1891-1892) Kadına Dair  
Haberlerin Analizi

Analysis of the News on Women Reflected in the  
Press: Bursa Newspaper Example (1891-1892)

(Araştırma)

**Mürvet Özçelik**  
235 – 253

Rus Araştırmalarında ve Çalışmalarında Oğuzların  
Kahramansı Efsanesi Dedem Korkut Destanı

The Heroic Legend of the Oghuzs The Book of  
Dede Korkut in Russian Researchs and Studies

(Araştırma)

**Gülhanım Bihter Yetkin**  
254 – 263

Salgını Hatırlamak: Veba Üzerine Tarihsel ve  
Sosyolojik Bir Analiz

(Araştırma)

Remembering the Pandemic: A Historical and  
Sociological Analysis of the Plague

**Erol Yıldız**

**264 – 277**

Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyet ile  
Psikopatolojik Semptomlar Arasındaki İlişkinin  
İncelenmesi

(Araştırma)

Investigation of the Relationship Between  
Cyberbullying, Cyber Victimization and  
Psychopathological Symptoms

**Kaerbinu Abudusufuer – Oğuzhan Yıldırım – Hatice Kumcağız**

**278 – 288**

Luchino Visconti'nin (Yeni) Gerçekçi Tutku'su

(Araştırma)

Luchino Visconti's (Neo) Realistic Obsession

**Aslı Ekici**

**289 – 299**

Film ve Dizi Afişlerinde Pazarlama İletişimi  
Stratejisi Olarak Cinsel Çekicilik Kullanımı: Netflix  
Türkiye Örneği

(Araştırma)

Use of Sexual Attraction as a Marketing  
Communication Strategy in Posters of Movies and  
Series: The Example of Netflix Turkey

**Ümit Arklan – Yılmaz Türker Sandıkçı – Samed Soy**

**300 – 316**

Mesnevî-i Şerîfte Yer Alan "Bir Adamın Ayının  
Vefâkârlığına Güvenmesi" Başlıklı Hikâyenin Farklı  
Tercüme ve Şerhlere Göre Değerlendirilmesi

(Araştırma)

An Evaluation of the Story Titled "A Man's  
Confidence in the Loyalty of A Bear" in the  
Mathnawi-i Sharif According to Different  
Translations and Commentaries

**Nurgül Sucu Köroğlu – Hilal Karadağ**

**317 – 337**

BIST Enerji Şirketlerinin CRITIC ve CODAS  
Bütünleşik Yaklaşımı ile Finansal Açıdan  
Değerlendirilmesi

Financial Evaluation of BIST Energy Companies  
with CRITIC and CODAS Integrated Approach

(Araştırma)

**Ali Akgün**  
338 – 356

Pers Minyatürlerinde Mimari Mekânın Olay ve  
Eylem Bağlamında Bir Analizi

An Analysis of Architectural Space in Persian  
Miniatures in the Context of Event and Action

(Araştırma)

**Zeynel Dünder – Emre Demirel**  
357 – 372

1990'lı Yılların Kültürel İkliminde Sinemaya Gitme  
ve Seyir Deneyimleri: Konya Örneği

Experiences of Movie-Going and Viewing in the  
Cultural Climate of the 1990s: The Case of Konya

(Araştırma)

**Özlem Özgür**  
373 – 385

Basit Nakış Tekniklerinin Giysi Tasarımında  
Kullanım Alanları ve Giysi Örnekleri

Application Fields of Simple Embroidery  
Techniques in Clothing Design and Embroidery  
Patterns

(Araştırma)

**Ahu Fatma Mangır – Müşerref Çakır**  
386 – 402

Türkiye'de İletişim Kuramının Öncülerinden:  
Ünsal Oskay ve Eserleri

Pioneer of Communication Theory in Turkey:  
Ünsal Oskay and Its Works

(Araştırma)

**F. Betül Aydın Varol**  
403 – 416

2019-2021 Yıllarında MÖDAV ve EAA'nın  
Yapmış Olduğu Uluslararası Muhasebe  
Kongrelerinde Yayımlanan Muhasebe Bildirileri  
Üzerine Bir İçerik Analizi

A Content Analysis on Accounting Papers  
Published in International Accounting Congresses  
of MÖDAV and EAA in 2019-2021

(Araştırma)

**Fehmi Karasioğlu – Beyzanur Yenişenol**  
417 – 428

Haber Oyunları: Deneyimlenebilir Gerçeklik,  
Ludenic Haber Okuma, Amaç ve Normların  
Çatışması

Newsgames: Experiential Reality, Ludenic News  
Reading, Conflict of Purposes and Norms

(Derleme)

**Vera Cengiz – Sinan Kaya**  
429 – 445

Framing Theory in the Age of Social Media

Sosyal Medya Çağında Çerçeveleme Teorisi




(Derleme)

**M. Salih Güran – Hüseyin Özarıslan**  
446 – 457

**Dergi Yazım Kuralları**  
458 – 460



# The Boosting Effect of Covid-19 Breakthrough in Digital Broadcasting

Özgür ASLAN\*   
Faruk SADIÇ\*\*   
Yavuz KANBUR\*\*\* 

## ABSTRACT

Since the first trials of a series of inventions leading to the invention of television, the medium of communication has undergone continuous development and transformation and has taken its current form. Television continues to change today, with user needs and new effects in different communication technologies. In the light of these developments, digital broadcasting by experiencing convergence between the internet and television gave birth to concepts such as Web TV, IPTV, Mobile TV. Especially widespread internet-connected devices over The Top Television (OTT TV) have contributed to the emergence of broadcasting. The aim of this study is to discuss the historical development of television from past to digital broadcasting age and the growth of Netflix, as an example of worldwide popular OTT TV, especially during Covid-19. To this end, Semi-structured interviews were conducted with 12 people with four different sociocultural structures. Visualization opportunities were used to better understand the data and some of the remarks of the participants were included. Looking at the data obtained after the interview, it was observed that the Netflix subscription increased during the Covid-19 period and the time spent on the screen increased. In addition, it is understood that the media in question is preferred over conventional television for reasons such as freedom, quality and content diversity.

**Keywords:** Television, Covid-19, Digital Broadcasting, OTT TV, Netflix.

## Covid-19 Yayılımının Dijital Yayıncılıktaki Arttırıcı Etkisi

### ÖZ

Televizyonun icadına giden bir dizi buluşun ilk denemelerin yapıldığı günden beri mecra sürekli bir gelişim ve dönüşüm geçirerek günümüzdeki halini almıştır. Televizyon, kullanıcı ihtiyaçları ve farklı iletişim teknolojilerindeki yeni etkilerle, günümüzde de değişimini sürdürmektedir. Bu gelişmeler ışığında internet ile televizyon arasında yakınsama yaşanarak dijital yayıncılık; Web TV, IPTV ve Mobil TV gibi konseptler doğmasına imkân tanımıştır. Özellikle yaygınlaşan internet bağlantılı cihazlar Over The Top Television (OTT TV) yayıncılığının ortaya çıkmasına katkı sunmuştur. Bu çalışmada televizyonun tarihsel gelişiminden dijital yayıncılığa olan serüven ele alınarak dünyaca popüler olan OTT TV örneği Netflix'in, özellikle de Covid-19 sürecinde yaşamış olduğu büyümeye değinilmiştir. Konuyla alakalı olarak dört farklı sosyokültürel yapıya sahip 12 kişiyle yarı yapılandırılmış mülakat yapılmıştır. Verilerin daha iyi kavranabilmesi için görselleştirme imkanlarından yararlanılmış ve katılımcıların dikkat çeken bazı söylemlerine yer verilmiştir. Mülakat sonrasında elde edilen verilere bakıldığında, Netflix aboneliğinin Covid-19 döneminde arttığı ve ekran başında geçirilen sürenin uzadığı gözlemlenmiştir. Ayrıca söz konusu mecranın geleneksel televizyona nazaran özgürlük, kalite, içerik çeşitliliği gibi nedenlerden dolayı tercih edildiği anlaşılmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon, Covid-19, Dijital Yayıncılık, OTT TV, Netflix.

### 1. Introduction

Television, which is considered one of the favorite inventions of our age, has been one of the greatest discoveries of the twentieth century, bringing images and sound to our homes through electromagnetic waves. It has gained popularity as it appeals to both our visual and auditory senses from the moment it is included in people's lives, and it has become the center of our lives with ongoing developments. In this study, the developments in the field of television broadcasting from the past to the present will be discussed and digital broadcasting, which is the convergence of the medium with the Internet, will be discussed. The first trials of television broadcasts in Europe coincide with the years 1925-1928. Korkut states that although the official broadcasts of television took place between 1932 and 1938, these trials were interrupted during the Second World War. At the end of the war, television broadcasts in Europe resumed at a faster pace (2013, p. 4). The invention and development of television has also been realized with the contribution of many people. However, some notable people, such as Nipkow, Baird, Fansworth,

\* PhD. Candidate, Erciyes University, Institute of Social Sciences, ozguraskan9015@gmail.com

\*\* Lect., Erciyes University, faruksadic@erciyes.edu.tr

\*\*\* Res. Assist., Erciyes University, yavuzkanbur@erciyes.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 04.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 01.06.2022

and Zworykin, who have pioneering personalities with engineer-inventor qualities, have managed to put their stamps on television history.

The initial stages of worldwide television broadcasts are television broadcasts in the Latin and Central American countries Mexico and Brazil in 1950. Japan from Asia began television broadcasting in 1952 after the Second World War. China began television broadcasting in 1958. In 1954, the first color television was invented and mass production began in 1960. As stated by Tumenjargal (2019) Commercial television broadcasting via satellites started in 1973 over Anik-1, the first commercial satellite launched (Tumenjargal, 2019, p. 53).

As of 21st century, new developments have been experienced every day and these developments include all areas of society. Technologies used in the field of communication have also benefited from these developments. With these developments, analog broadcasts have now been replaced by digital broadcasting technologies. Developments and changes in many fields, especially in communication, take place in line with the needs of society. Re-watch services have become a part of our lives with the cheapening and widespread use of the Internet, the acceleration of connections, the development of video broadcasting technologies and OTT TV technologies such as Youtube. The main worldwide example of OTT TV is Netflix. There are many studies related to the study of Netflix in the context of digital broadcasting. These researches are mostly shaped by the innovations brought about by this medium and the changes in viewer behavior. The increase in such research has accelerated with Netflix's original productions in Turkey.

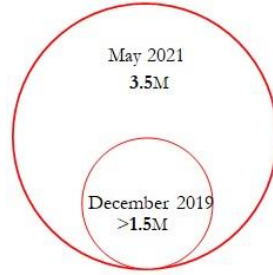
Covid-19 has emerged in Wuhan, China, affecting the whole world. The first case of Coronavirus worldwide occurred on 1 December 2019 in Wuhan, the capital of China's Hubei region. Although Turkey is one of the countries where Covid-19 has been visited the latest, the first case of Covid-19 in Turkey was announced to the public by Fahrettin Koca, Minister of Health of the Republic of Turkey, on March 15, 2020.

With the Covid-19 pandemic, Turkey, like many countries around the world, has imposed some restrictions in order to reduce the rate of the epidemic. New media applications that gained a place in every aspect of our lives before Covid-19 have further strengthened their position thanks to these restrictions. On the other hand, in March 2020, when the coronavirus began to spread well around the world, Netflix decided to reduce its streaming quality from high resolution to low resolution in order to reduce the increasing internet usage due to over-watching of Netflix during the lockdown. Netflix announced that they predicted that this application would reduce Netflix traffic on European internet networks by approximately 25 percent (TRT Haber, 2020). According to the latest figures announced, Netflix exceeding 209 million subscribers in 190 countries in 2021 (Netflix, 2021) explains the dramatic effect. The "data saving" application initiated by Netflix is important in that it reveals the negative effects of this situation on all internet users and that people have tended to prefer Netflix more than in the past.

As can be seen in Figure 1, there is an increase in the number of Netflix users/subscribers in May 2021 compared to December 2019. Considering that the company's operations in Turkey entered their fifth year in 2021, the number of users has more than doubled in the last year and a half (Munyar, 2021).

Since our lives were adversely affected by the Coronavirus outbreak, we started to engage in different activities, such as reading books, using social media, dealing with crafts, improving our food skills, watching television, etc. As can be seen in figure 1, the rapidly increasing trend over the past year and a half, including the epidemic process, indicates that we are more interested in Netflix than ever before, spending more time. In order to investigate the Covid-19 period of Netflix, which has become widespread, the relevant subjects detailed in the method section were interviewed in-depth and the research was shaped within the scope of the answers received.

In this framework, a total of 12 questions were asked to the participants, consisting of two separate categories, 'Before Covid-19' and 'After Covid-19'. On the other hand, as a result of the interviews conducted in the study, it was tried to read the trends in the media preferences of Netflix users through different participant profiles. In this way, it is aimed to reveal the context where the Netflix platform intersects with the effect of the Covid-19 epidemic on people's media preferences.



**Figure 1.** Number of Netflix Turkey Members

Source: (Munyar, 2021)(Sputnik, 2019)

## 2. The Birth and Development Adventure of Television

At the beginning of the twentieth century, the word television is derived from the Greek words 'tele' meaning 'far' and the Latin word 'visio' meaning 'see' and means to see from afar (Serim, 2007, p. 24).

Russian scientist Vladimir Zworykin has got together with Westinghouse in the United States to invent a camera tube that performs electronic scanning. This invention is of great importance in terms of television technology. In 1924, he successfully broadcast images through this image tube, which he called an iconoscope. As a matter of fact, in the following years, the iconoscope formed the basis of television broadcasting and led to the work to be done in this field (Kandemir, 2018, p. 14).

Nipkow's rotating disc was developed with tubes and hertz waves by the Jenkins from the USA and John Baird from Scotland in the 1920s, and thus the first trial broadcasts were made (Uyguç & Genç, 1998, p. 44). Baird was able to operate the assembly, which he initially positioned on a tea box and described as a 'televisor', consisting of a sewing needle, cut cardboard and a biscuit box. In this sense, Abramson (2000) notes that the success of Baird, who received the first television patent in history on June 25, 1925, became the focus of attention in a short time and he introduced his invention, which he defined as a televisor, to the British Royal Institute on January 26, 1928 (p. 3). In addition to this, Oskay (1971) remarks that Bell transmitted the first television broadcast by telephone between New York and Washington in 1927 and points out that this laboratory started the first closed-circuit trial broadcasts (p. 17).

The desired results could not be obtained from all these studies. In order to achieve the desired results, it was necessary to find a method that would scan the image electronically rather than mechanically. Experiments in the field of electronic scanning were made separately in 1907 by the Englishman Alan Swinton and the Russian Boris Rosing (Küçük, 2015, pp. 4–5).

The first regular television broadcast was made in 1936 by the television studio BBC (British Broadcasting Corporation) established in London's Alexander Place. The second country to start television broadcasts is the USA. In this context, Akyol (2006) notes that the first television broadcast in America the first television broadcast in America was made by conveying the impressions of the world fair held in New York in 1939 (pp. 27–28). The Soviet Union was the third country to initiate television broadcasts. Its first regular broadcast was slow-moving in 1939, but it was given to nearly 100 receivers for about 30 minutes (Şeker, 2009, p. 19). In the mid-1940s, the proletariat in particular began to mainstream television, which the proletariat watched. By 1953, more than half of the United States did not have television broadcasts, but within four years, two-thirds of the country had watched television broadcasts (Orhan, 2018, p. 7). In addition to what is suggested by Orhan (2018), Jeanneney (2009) also states that other countries that started other countries that started regular television broadcasts: the Netherlands in 1951, Belgium and Denmark in 1953, Italy in 1954, Austria and Luxembourg in 1955, Sweden and Spain in 1956, Portugal in 1957, Switzerland, Finland and Yugoslavia in 1958, and Norway in 1960 (pp. 265–266). It started broadcasting on color television on a limited basis in the United States of America in 1951, and then the Soviet Union and England participated in color television studies (Turam, 1994, pp. 90–91).

The first television broadcast in Turkey was made by Istanbul Technical University in 1952 as a closed-circuit broadcast. At that time, there were 10 receiver in Istanbul, four of which were in ITU (Uyguç & Genç, 1998, p. 47). In April 1952, members of the press and guests invited to the television studio in the Taşkışla building witnessed the first television broadcast in the Republic of Turkey. Journalist Burhan

Felek made the first speech that day and became the first speaker and first journalist in the history of Turkish television (Korkut, 2018, p. 14). While the first broadcasts in question had a very limited audience, the number of receivers and program types increased after the regular broadcasting every 15 days between 17:00 and 18:00 (Kuyucu, 2012, p. 107).

In 1964, TRT was established as an institution with an autonomous public legal entity to broadcast radio and television programmes on behalf of the state. As part of the partnership with Germany, TRT requested technical support from Germany and brought in experts to train staff for television broadcasts. Closed-circuit television broadcasts of TRT that started as trial broadcasts in 1966, were made from the studio established with technical support from Germany (Orhan, 2018, p. 10). Turkey's first trial television broadcast started on January 31, 1968 with the opening speech of Mahmut Tali Tahminen at Mithat Pasha Studio in Ankara. Trial broadcasts, which started as three days a week and three hours at first, increased to four days a week after one year. Izmir television was founded in 1970 and Istanbul television in 1971 (TRT, n.d.). Turkish television, which increases its technical facilities and broadcast time every year, increased broadcasts to five days in 1972 and developed in terms of programming depending on external productions (Akyol, 2006, p. 29).

### 3. Digital Broadcasting

As a result of the technological and quality advantages of digital broadcasting compared to analog broadcasting systems, it has become even more popular and its usage areas have expanded and become widespread. Television has also come under the influence of digital broadcasting. Because of digital broadcasting, viewers can have better quality sound and images. This is one of the main factors in choosing such broadcast systems.

By applying interactive services in broadcasts along with digital broadcasting, the audience has become more active and free in front of television. With these services, viewers have the opportunity to access the content they want whenever they want, to make instant comments about the programs, to access all kinds of information on television, and to interact with other viewers by paying certain fees.

Examples of digital broadcasting include cable television broadcasting, television broadcasting via satellite, and television broadcasting via the Internet. Broadcasts made via the Internet are Web TV, IPTV, Mobile TV and the last one is OTT TV. However, only OTT TV was included in this study due to the research subject.

#### 3.1.1. OTT TV

Television services have diversified from free-to-air television to a subscription-based paid television structure. This system has emerged thanks to new information and communication technologies. OTT TV transmits video content, television and music broadcasts to users' online devices via the internet, regardless of the broadcast stream. With this system, all transactions that can be done over the internet have become possible to be done via television or smart mobile phones.

On the other hand, OTT TV's service has also transformed the hospitable television environment. Because it offers an interactive and content-oriented service compared to traditional broadcasting (LI Zhenhui & SUN Yifan, 2019, p. 165). With the concept of OTT TV, visual and audio content received over receivers such as cables, satellite dishes and set-top boxes, have become available with an internet connection (Urgelles, 2017, p. 21). The services of this platform can be accessed from anywhere, anytime and from any device with an internet connection. Although there is no single accepted definition of OTT TV broadcasting systems, there are different definitions with the same general framework.

OTT TV is not content with just providing television service to the television user. It is a type of broadly interactive television broadcasting, such as watching broadcasts, liking and commenting on videos, communicating via television and accessing social media applications via smart mobile devices.

OTT is a service or application provided over the Internet. This covers a wide range of services provided from the internet, including communication and messaging services (Skype, WhatsApp, Viber and Facebook Messenger) and audio, and visual streaming services (Spotify, Youtube, Netflix and Amazon Video). In fact, the entire service provided via the Internet can be widely seen as OTT services

(Explainers, 2017). OTT's services in general; search (Viber, Whatsapp, Tango, Facebook Messenger, etc.), instant messaging (SMS, MMS, Line, iMessage, etc.), cloud (Dropbox, iCloud, Google Drive, etc.) and television broadcasting (Youtube, Netflix, Hulu TV, Puhu TV, Blu TV, etc.).

For OTT TVs, it can be called applications consisting of interactive content and where control is largely in the user. Even if OTT TVs are often confused with IPTV, their formations and the way they use the internet work separately. IpTV can be watched after accessing the internet with a set-top box or a receiver located in a television, while OTT TVs can be viewed on any screen such as television, computer, tablet, smartphone. Netflix, Puhu TV, Blu TV, Amazon Prime Video and Exxen are some of the best-known examples of OTT TV in Turkey.

OTT TV can be positioned somewhere between Internet TV and IPTV. OTT can be expressed as a combination of broadband and conventional television services, or as a controlled Internet TV service that increases in quality thanks to broadband. While a private network is required for IPTV services, an internet connection is sufficient for OTT TV. Broadcasts in OTT TV, unlike Internet TV, can be accessed using conventional television as in IPTV. OTT TV is a service offered to everyone who connects to the internet with broadband access, unlike IPTV, which needs a closed network. OTT TV is more cost-effective than IPTV (Sarı, 2012, p. 32). IPTV is provided through a dedicated network that the broadcast provider specially designs and develops for television broadcasting. OTT TV uses open internet where video quality is not guaranteed. While OTT TV can be watched on users' existing devices, IPTV broadcasting can be watched together via set-top boxes specifically designed by the service provider to provide IPTV service (Boynudelik, 2014). In IPTV, viewers can access the content determined by the content distributors to which they are subscribed. When the IPTV user wants to access the past broadcasts after a certain time, he has to upgrade his membership. Therefore, accessing the desired content is costly for the user. On OTT TV, however, no extra payment is required from users to access past broadcast content (Çaycı, 2013, p. 1654).

OTT TV service providers, which broadcast the contents of other sources until recently, have started to produce their own content in order to differentiate themselves from competition and traditional broadcasting. In this context, pastures such as Netflix, Amazon Prime Video, BluTV, Puhu TV and Exxen, which started broadcasting soon, are trying to create their own original content. On the other hand, based on the data obtained from OTT TV users, OTT TV content providers show a tendency towards special content that will appeal to users' tastes, which allows a personalized viewing practice to become widespread.

Binge-watching, which means watching all episodes of a show in the next, is a new way of watching Netflix. Users can watch all episodes of the series at once without having to wait for episodes of the series they decide to watch on air (Bağ, 2015, p. 52). The most effective competitive method of OTT TV operators, together with their high-quality and original content prepared for consumers, is related to the ability of viewers to watch the content on their own terms. The only thing necessary to access this type of content is an internet connection. OTT TV online creators use them to provide a better quality service, as it is possible for viewers to get their feedback quickly.

### 3.1.2. Netflix

Netflix was founded in California in 1997 by Reed Hastings and software executive Marc Randolph to offer online movie rentals. The company later launched netflix.com, its first DVD rental and sales site. Netflix's first original feature film was 'Beasts of No Nation' in 2015 and the first non-English original series was 'Club de Cuervos'. In 2016, Netflix launched in 130 more countries, serving its members in more than 190 countries in 21 different languages. Netflix won its first Oscar award in 2017 with the documentary 'The White Helmets'. Netflix won four Oscars in 2019 for the movie 'Roma' and the documentary 'Period End of Sentence'. He also released his first original animated feature film 'Klaus - The Magic Plan' and won his first major Emmy for interactive content. Netflix launched its 'Top 10' list in 2020, allowing members to see popular content for the first time. It was also the studio most nominated for Oscar and Emmy awards. The number of Netflix members exceeded 200 million in 2021 (Netflix, 2021).

In 2016, Netflix first signed an agreement with mobile service provider Vodafone as a domestic telecommunications partner in Turkey and announced a partnership with Turkish television manufacturer Vestel (Netflix, 2016).

Netflix has launched a new feature through which you can learn about the most preferred series and movies in Turkey. It is enough to click on the 'Movies' or 'Series' tab to see Netflix's 'Top 10' lists, and these lists are updated every day. On the other hand, Netflix announced last year that it will close inactive accounts so that they do not make payments for nothing (Ulukan, 2020).



Figure 2. Most Visited Websites (Turkey)

Source: (Datareportal, 2020)

As shown in Figure 2, We Are Social was the only and most preferred example of OTT TV in 16th place among the most visited websites in Turkey according to the January 2020 Turkey report.

Netflix reached over three million members in Turkey in 2021, and when we take family account included in it into consideration, this number is estimated to approach almost ten million. On the other hand, the 20 countries that watch the most original and licensed Turkish productions offered by Netflix are: USA, Argentina, Australia, United Kingdom, Brazil, France, India, Spain, Italy, Canada, Colombia, Mexico, Poland, Saudi Arabia and Chile. (Bamboo 2020). After Hakan Guardian (2018) in Turkey, Netflix introduced Atiye (2019) and then Another (2020), Love 101 (2020) and 50m2 (2021) to its broadcasters and subscribers. Netflix has released its first original Turkish film with One Ticket to Tomorrow (2020).

#### 4. Material and Methods

Data collection was carried out by semi-structured interview method. In terms of the similar characteristics of the research object (Netflix medium and its users), the number of participants is limited to a limited number of individually detailed inferences.

In terms of possible differences, the selection of participants is stratified by considering socio-cultural conditions: academicians, public personnel, private sector employees and unemployed; three from each group, a total of 12 people were determined as participants.

Data were collected from the participants via semi-structured interview forms over the internet. The collected data were analyzed in detail and digitized. In this way, the common discourse and tendencies in the answers of the participants could be expressed effectively through visualization.

Ethical approval for this study was obtained from Erciyes University, Social and Human Sciences Ethics Committee, on 26.10.2021 with number 402.

#### 5. Results

As demonstrated in Table 1, five males and seven females aged between 28 to 32 are selected randomly as the participants of this study. Demographic distribution of participants: Five men, seven females; age

ranges from 28 to 32. The educational status of the participants is evenly distributed, six of them are still in education and the other six are graduates. Each interview participant is given a different code. If deemed necessary in this section, only the codes of the relevant participants will be mentioned and referred to (Table 1).

**Table 1.** General Information About the Interview Participants

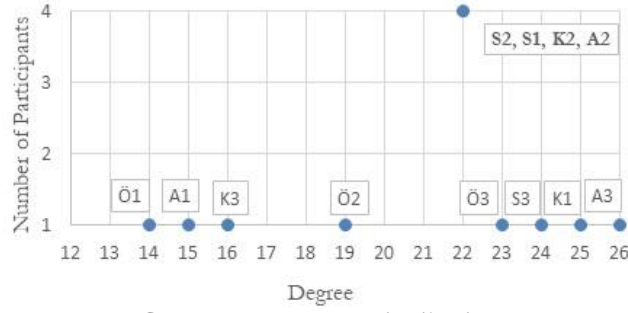
| #  | Gender | Age | Education Status | Job Status     | Code |
|----|--------|-----|------------------|----------------|------|
| 1  | Male   | 31  | Student          | Academic Staff | A1   |
| 2  | Female | 32  | Graduate         | Academic Staff | A2   |
| 3  | Male   | 32  | Student          | Academic Staff | A3   |
| 4  | Male   | 32  | Graduate         | State agency   | K1   |
| 5  | Female | 31  | Graduate         | State agency   | K2   |
| 6  | Male   | 28  | Graduate         | State agency   | K3   |
| 7  | Male   | 28  | Student          | Private sector | S1   |
| 8  | Female | 31  | Graduate         | Private sector | S2   |
| 9  | Female | 28  | Graduate         | Private sector | S3   |
| 10 | Female | 30  | Student          | Unemployed     | O1   |
| 11 | Female | 32  | Student          | Unemployed     | O2   |
| 12 | Female | 29  | Student          | Unemployed     | O3   |

**Table 2.** Summary of findings.

| #  | Q1                  | Q2 | Q3                           | Q4             | Q5 | Q6                     | Q7               | Q9       |
|----|---------------------|----|------------------------------|----------------|----|------------------------|------------------|----------|
| A1 | During the Pandemic | -  | Content quality              | Associate Plan | +  | Several days in a week | Movies           | Smart TV |
| A2 | After the Pandemic  | +  | Content diversity            | Standard Plan  | +  | Every day              | TV Shows Movies  | Smart TV |
| A3 | Before the Pandemic | +  | Spare Time                   | Basic Plan     | +  | Every day              | TV Shows Movies  | Laptop   |
| K1 | During the Pandemic | +  | Ad-free                      | Basic Plan     | +  | Several days in a week | TV Shows Movies  | Laptop   |
| K2 | During the Pandemic | +  | Content diversity            | Basic Plan     | +  | Several days in a week | TV Shows Movies  | Laptop   |
| K3 | During the Pandemic | +  | Spare time                   | Standard Plan  | +  | Several days in a week | Movies           | Phone    |
| S1 | During the Pandemic | +  | Not to be bored              | Basic Plan     | +  | Several days in a week | Documentary Film | Phone    |
| S2 | During the Pandemic | +  | Quality time                 | Basic Plan     | +  | Every day              | TV Shows Movies  | Smart TV |
| S3 | During the Pandemic | +  | Content quality              | Basic Plan     | -  | Several days in a week | TV Shows Movies  | Laptop   |
| Ö1 | Before the Pandemic | -  | Content diversity            | Family Plan    | -  | Several days in a week | TV Shows         | Phone    |
| Ö2 | Before the Pandemic | +  | Content diversity            | Standard Plan  | -  | Several days in a week | TV Shows Movies  | Smart TV |
| Ö3 | During the Pandemic | +  | Content diversity Spare time | Standard Plan  | +  | Several days in a week | TV Shows Movies  | Laptop   |

The answers of the participants are summarized in Table 2. In the table, “+” and “-” are used to summarize whether the participants agree with the “effect” statement in the question as an answer. Rather than presenting the raw data in tabular form, visualizing the pattern contained in the answers was preferred (Figure 3). In the continuation of the study, as can be observed in the responses in Figure 3, the basic tendencies and expectations of the users are similar.





**Graphic 1.** Degree Distribution

It is confirmed that the common expressions (59) in the answers created 247 links. When the degree distribution is examined, the distribution of the answers given by the users to the 12 questions varies. In the graph of the degree distribution (Graph 1), it is seen that the detail in the answers increased after three participants. In connection with Chart 1, the partnership detail in the answers can be followed on Figure 2. The point where the distribution is highest is formed by four participants. When the participant codes are examined, it is likely to say that the members of three different groups share the said diversity. When the distribution of the participants and the group codes are considered together in the rest of the table, the limited economic and demographic parameters of the study did not reveal a significant effect on the distribution.

In Figure 3, the interview answers are visualized to reflect the relationship with the users. Since the answers may belong to more than one pattern, they are mainly positioned under the answer they are included in. Each arm separated around the participants represents a question. The least represented feature in the answers given is shaped in the innermost part and the most preferred in the outermost side and in increasing size. The "selective audience" feature, which is used in many places, is at the center of the visualization in terms of forming the large common cluster.

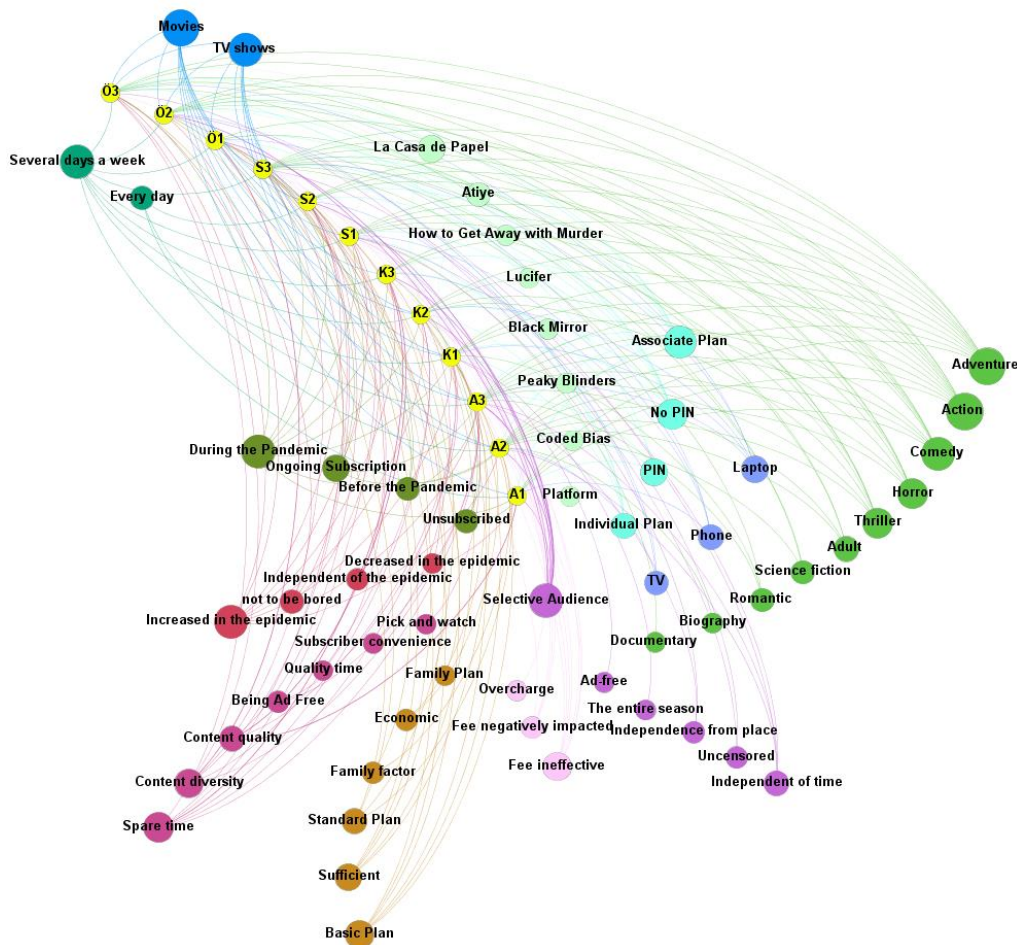


Figure 1. Visualization of the patterns in the answers of the interview participants.

**Did you subscribe to Netflix before or during the Covid-19 period and is your subscription still active?**

As can be seen in Figure 3, while 10 participants subscribed to the digital broadcasting platform Netflix during the Covid-19 period, only two of the participants stated that they subscribed to the channel in question before Covid-19. Furthermore, as can be understood from Figure 3, people have been spending most of their time at home with Covid-19. Especially since the time we spend at home has increased with the restrictions that have become a part of our lives with the pandemic, and the number of subscribers of Netflix, which is more innovative than traditional television, has increased.

Concordantly, one of the participants (K2) said, "During covid-19, I became a member because I noticed that my time at home increased after doing my daily work and hobbies when flexible working hours started in the public and also during periods of curfews." Another participant, S2 stated "We subscribed during covid-19 and got used to Netflix because we don't want to watch women's murders and fake news on traditional television channels," referring to the different aspects of the reason for subscribing to Netflix. One of the interview participants who subscribed to Netflix before Covid-19 said, "I subscribed before Covid-19 because there was no platform in the country that broadcasts qualifiedly and gives the viewer the right to choose," stressing that Netflix content is even more qualified and interactive.

**Do you think the Covid-19 process has an impact on your Netflix usage rate, or do you think your Netflix usage rate is independent of the pandemic?**

While 10 participants thought that Covid-19 was effective in consuming Netflix content, only two of them stated that the epidemic was not effective.

In this regard, K2 said "I think it is completely proportional to the pandemic. Because while starting a series before the pandemic process was an activity that should be devoted especially time for me, it took me a few days to finish all the seasons of the series that I started during the Covid-19 period." During the pandemic and home confinement, people watched Netflix content to avoid getting bored. Due to Covid-19, television series had suspended filming of new episodes, but the audience was more advantageous as Netflix released the knees seasonally."

**What is your main reason for subscribing to Netflix?**

Their answer to this question is usually that Netflix is a means to get rid of the boredom of the quarantine days of the pandemic, as well as the fact that it is possible to a wide content, suitable for all styles, ad-free, creative, popular and quality content. This being the case, one of the participants (A3) expressed his opinions on the question as follows "I can find a lot of content that appeals to my taste. I can watch any content I want whenever I want. There's no limit to time, space or vehicles. With the pandemic, I can easily determine my increased leisure time according to my own viewing habits."

**Netflix; Which of the basic, standard and special subscriptions do you use and why do you prefer this subscription?**

As can be seen in Figure 3, while six of the participants prefer Netflix's basic membership package, five participants prefer a standart package and only one participant prefer special package. In addition to the fact that the basic package, which is the cheapest of the membership packages, is lower than the other packages, the second factor that is the most preferred is the access to unlimited content.

In this sense, S1 said, "The basic package meets my expectations. I can watch as many TV shows and movies as I want." T1 said, "We use the standard package as a family. Because we all have different styles." In fact, the user expressed the conditions of the segment where the numbers often correspond to more than one person.

**To what extent does Netflix's subscription fee affect your subscription behavior?**

While 70% of the participants report that Netflix subscription fees highly affect their subscription behavior, 30% argue that these fees do not seriously affect their subscription behavior.

Regarding the subject, S1 said, "Of course, it is highly influential. Because everyone's budget is different and their savings are also different. We signed up with two people to be eligible, but when the raise came, we unsubscribed." K3 said, "The wages are very high in Turkish conditions." says it is. In addition, A2 said "The fees are a bit higher compared to its competitors in Turkey." He draws attention to the lower subscription fees of Netflix's competitors such as BluTV, GAIN and Exxen in Turkey.

**How often do you use Netflix?**

Of the 12 participants interviewed, 9 used Netflix every day, while 3 said they used it several days a week. Based on this data, it can be said that digital streaming platforms (Netflix) are among the important routines in the media consumption habits of the participants.

**What type of content do you prefer to watch on Netflix?**

As illustrated in Figure 3, participants prefer Netflix equally to watch TV shows and movies. It is assumed that the platform's infrastructure, which makes it easier to keep track of content, plays a positive role.

**Which category of TV series and movies do you prefer to watch on Netflix?**

In this question, where participants were able to answer multiple times, it was observed that content types with similar weights were consumed a lot among the participants.

As shown in Figure 3, participants placed these genre first by declaring that they preferred to watch content mostly about action (11) and adventure (11). The participants (9) ranked the comedy as in the second place; adult (4) content and romantic (3) content were the least preferred content.

#### **Which screen do you prefer to watch Netflix from? Smart Television, Smartphone, Tablet, Laptop.**

While the participants mostly prefer laptops (5), smartphones/tablets (4) come second; Considering the variety of media contents and user expectations in the medium, it has been revealed that time-independent content consumption is important for users (Ö2, S2, A2) who stated that they access content from television (3).

#### **Do you share your Netflix account with others? If your answer is yes, do you use PIN code from special profile and security settings?**

While seven of the participants took individual security measures such as private profile and PIN code, five stated that they did not take such measures.

In this regard, S2 said, "We use Netflix together with my wife. But we don't use PIN code in our profile, I don't think it's necessary." He stated why he did not need individual security measures. On the other hand, A3 said, "We sometimes use my Netflix account jointly with my friends. That's why I use a private profile and PIN code." he explained the reasons for using security settings.

#### **Which of the original productions of Netflix is your favorite movie or series?**

Since the participants in this question have the opportunity to refer to more than one TV series and film, the productions mentioned are as follows, in alphabetical order: Atiye, Azizler, Beastars, Bir Başkadır, Black Mirror, Coded Bias, Elite, How to Get Away With Murder, La Casa de Papel, Lucifer , Lupine, Peaky Blinders, Platform, Have You Ever Seen a Firefly, The Last Czars.

In accordance with this, S2 said, "La Casa de Papel because it is unpredictable and exciting." while A1 said "Coded Bias. It is important because it is a documentary that reveals how data-based systems, including Netflix, will affect our lives." it means you are. On the other hand, another user gave more detailed explanations and said that S3 "Lucifer: He handled belief in a different way. La Case de Papel: It's a very good action thriller series and every second is full of it. How to Get Away with Murder: It's full of constant obscurity and I watched it because I like to predict the next scene. Another is that it handles daily psychological problems very well and the treatment is done on its own or by the expert and does not work, it is full of events that are different from the outside but have very different meanings in them." To make a general and summary commentary on the contents, it can be said that it is of better quality than traditional television and appeals to everyone's tastes.

#### **What do you think are the main differences between Netflix and traditional television?**

In this question, the participants had the opportunity to address more than one point. The main distinctions that users mentioned in favour of Netflix are as follows:

- Having a more free and innovative aspect.
- Series episodes are short in duration.
- Availability of content suitable for each mode.
- Content-rich and global.
- Control belongs to the viewer.
- Ad-free streaming.
- Uncensored content.
- Technical quality level.
- Thematic contents.
- Creativity factor.
- Time and place independent access.

In connection with the abovementioned differences expressed by the participants, some remarkable citations from them can be summarized as below:

K1 "Not waiting a week for each episode to watch a certain series."

K2 "When using Netflix only for the series and movies I follow, traditional television creates a noise at home and prevents selectivity even if it is not watched."

S2 "Netflix is a freer platform. You choose what I want to watch. I can choose according to my time and mood. In this way, I get rid of the exhausting news and poor quality programs on television channels."

A2 "I watch the content I want on Netflix. So I'm the boss."

O3 "Freedom is the only difference and it contains everything. Since the content freedom is uncensored, the events are conveyed to the audience better and more clearly. The main thing that makes traditional television incomplete or boring compared to the digital platform is that it is not free."

## 6. Conclusion and Discussion

Thanks to the developments that led to the spread of the Internet and the introduction of digital broadcasting into our lives, viewers can position themselves more actively against the media content and the medium. Among the global content available in digital media, the viewer can choose the one that suits him/her, change it if he/she doesn't like it, pause it and continue from wherever he/she wants. Unlike terrestrial broadcasting, diversification of content rather than wholesale impact on digital broadcasting platforms required broadcasting platforms to center the individual in order to retain users. In this way, platforms that better understand and analyze user qualities have produced micro-contents, enabling the medium to move forward as a strong alternative to other mediums.

In 2020, the worldwide Covid-19 pandemic also affected Turkey. As a matter of fact, some measures have been taken to stop or slow down the course of the epidemic. For this reason, people have started to spend more time at home than before and their free time has increased. Conventional use of television was also affected by this outbreak and had to take a break from shooting many programs and series. Television replays of already consumed content have become less and less interesting for the audience during the pandemic, and the share of television in the screen time of individuals in media consumption has gradually decreased, leaving its place to other alternatives, especially Netflix. The fact that the participants met Netflix mainly during the Covid-19 period indicates that the search for alternatives is getting stronger.

The boredom caused by increased leisure time with Covid-19 is one of the main reasons for subscribing to Netflix. Due to Netflix's pricing policy, participants prefer the "Basic" package, which is most suitable for the price of the media. On the other hand, as stated in answer 7, the vast majority of users use the relevant media every day. This suggests that digital broadcasting is a serious alternative to television.

Digital streaming platforms are a system that produces content by focusing on individuals, so it also includes some security settings. These are the custom profile and PIN code. Within the scope of the research, it was found that more than one user tends to use these measures in the subscription model where they can create profiles. In this respect, the medium provides an option of privacy beyond the possibilities of conventional media.

The findings of our research are also in line with the results of a study conducted in India on OTT platforms and the enhancing effect of Covid-19 using a survey method. In this study, Nijhawan & Dahiya (2020) found that while more than 87% of 80 participants think that their screen time has increased after COVID, the rate of those who prefer Netflix as an OTT platform is 62.7%. This study also displays a similarity with our research in terms of the emphasis on Netflix's being ad-free and the effect of costs on participants' behavior. Nijhawan & Dahiya (2020) also revealed that the ability to select content (54.1%) and watch independently of time (41%) were the two main reasons for choosing OTT TV (Nijhawan & Dahiya, 2020). Another study bearing similarity with our research was conducted in North America during the COVID-19 quarantine period on stress and screen addiction and it was found that 60% of the participants preferred platforms like Netflix (Pahayahay & Khalili-Mahani, 2020, p. 15).

On the other hand, there are other productions that have become world-renowned, as well as the productions specific to Turkey. The main reasons for choosing Netflix are; It is possible to mention the main reasons as being more free, interactive and the user's ability to interfere with the media flow, as well as the fact that the content is higher quality and ad-free than traditional television.

Digital broadcasting, which has entered our lives with technological developments and the spread of the internet, reinforces its prevalence with an effect independent of technology due to Covid-19. Future paradigm breaks and rapid developments in social life (just like in the epidemic period) will create new effects independent of technology. In the future, it can be assumed that we have entered a period in which the technology-intensive period in the invention and development of television (as a tool) will slow down and technology-independent effects will determine the future of the medium.

## 7. References

- Abramson, A. (2000). *The History of Television, 1880 to 1941*. Mcfarland & Company.
- Akyol, O. (2006). *İnternet Üzerinden Televizyon Yayınçılığı ve Türkiye Uygulamaları Üzerine Bir İnceleme*. İstanbul Üniversitesi.
- Bağ, B. (2015). *Dijital Platformlarda İçerik Yönetimi: Küre TV Örneği*. Marmara Üniversitesi.
- Boynudelik, U. (2014). İletişim Fakültesi Doktora Çalışması için mini-röportaj. Retrieved December 1, 2020, from uygarboynudelik.com website: <http://www.uygarboynudelik.com/2014/11/16/iletisim-fakultesi-doktora-calismasi-icin-mini-roportaj/>
- Çaycı, B. (2013). Günümüzde Enformasyon ve İletişim Teknolojilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi: OTT TV. 2. *International Symposium on Language and Communication: Exploring Novelities*, 1649–1660.
- Datereportal. (2020). Digital 2021: Turkey. Retrieved March 27, 2021, from datereportal.com website: <https://datereportal.com/reports/digital-2020-turkey?rq=turkey>
- Explainers, I. (2017). Over The Top (OTT) Services. Retrieved September 27, 2021, from gp-digital.org website: <https://www.gp-digital.org/wp-content/uploads/2017/12/itu-ott-2.pdf>
- Jeanneney, J.-N. (2009). *Başlangıcından Günümüze Medya Tarihi*. Yapı Kredi Yayınları.
- Kandemir, Ö. (2018). *Geleneksel Televizyondan Sayısal Yayınçılığa Dönüşüm Sürecinde Değişen Çocuk İzleyici*. İstanbul Üniversitesi.
- Korkut, C. (2013). *Yeni İletişim Teknolojilerinin Televizyon Yayınçılık Sistemlerinde Kullanımı: Atatürk Üniversitesi Televizyonu Örneği*. Atatürk Üniversitesi.
- Korkut, C. (2018). *Yeni Medyaya Entegrasyon Sürecinde Değişen Televizyon Yayınçılığı Teknolojileri*. Atatürk Üniversitesi.
- Küçük, B. (2015). *Televizyon İzleme Pratiklerindeki Dönüşüm: Türkiye’de IPTV ve Tivibu Örneği*. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Kuyucu, M. (2012). *Türkiye’de Medya Ekonomisi*. Esen Kitap.
- LI Zhenhui, & SUN Yifan. (2019). OTT Industry Development in China. *Journalism and Mass Communication*, 9(4), 164–175. <https://doi.org/10.17265/2160-6579/2019.04.002>
- Munyar, V. (2021). Türkiye’de 3.5 milyon üyeye ulaştı, stüdyo yatırımı için karar aldı. Retrieved from dunya.com website: <https://www.dunya.com/kose-yazisi/turkiyede-35-milyon-uyeye-ulasti-studyo-yatirimi-icin-karar-aldi/622692>
- Netflix. (2016). Netflix Artık Tam Anlamıyla Türkçe. Retrieved October 21, 2020, from about.netflix.com website: <https://about.netflix.com/tr/news/netflix-is-now-truly-turkish>
- Netflix. (2021). Company Profile. Retrieved from ir.netflix.net website: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>
- Nijhawan, G. S., & Dahiya, S. (2020). Role Of Covid As A Catalyst in Increasing Adoption of Otts in India: A Study of Evolving Consumer Consumption Patterns and Future Business Scope. *Journal of Content, Community and Communication*, 12, 298–311. <https://doi.org/10.31620/JCCC.12.20/28>
- Orhan, A. (2018). *Sayısal Televizyon Yayınçılığında Fikri Haklar Bağlamında “IPTV.”* İstanbul Üniversitesi.
- Oskay, Ü. (1971). *Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon Geri Kalmışlık Açısından Olanaklar ve Sınırlar*. Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Pahayahay, A., & Khalili-Mahani, N. (2020). What media helps, what media hurts: A mixed methods survey study of coping with COVID-19 using the media repertoire framework and the appraisal theory of stress. *Journal of Medical Internet Research*, 22(8). <https://doi.org/10.2196/20186>

Sarı, A. (2012). *Türkiye’de ve Dünyada IPTV Uygulamaları*. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu.

Şeker, N. T. (2009). *Teknoloji ve Televizyon Türkiye’de Uydu, Kablo TV ve Dijital Platform Yayınları Üzerine Bir İnceleme*. Literatürk Yayıncılık.

Serim, Ö. (2007). *Türk Televizyon Tarihi 1952-2006* (N. Ünver & M. Erkmén, Eds.). Epsilon.

Sputnik. (2019). Netflix Türkiye: RTÜK, bizden hiçbir dizi ya da filmle ilgili sansür talebinde bulunmadı. Retrieved from tr.sputniknews.com website: <https://tr.sputniknews.com/20191218/netflix-turkiye-rtuk-bizden-hicbir-dizi-ya-da-filmle-iligili-sansur-talebinde-bulunmadi-1040861639.html>

TRT. (n.d.). <http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>. Retrieved from trt.net.tr website: <http://www.trt.net.tr/Kurumsal/Tarihce.aspx>

TRT Haber. (2020). TRT Haber. Netflix ve YouTube Koronavirüs Nedeniyle Yayın Kalitesini Düşürdü.

Tumenjargal, S. (2019). *Yeni Medya ve Televizyon Yayıncılığı Etkileşimi*. Akdeniz Üniversitesi.

Turam, E. (1994). *Medyanın Siyasi Hayata Etkileri*. İrfan Yayıncılık.

Ulukan, G. (2020). Netflix, aktif olmayan hesapları boş yere ödeme yapmasınlar diye kapatacak. Retrieved September 21, 2021, from webrazzi.com website: <https://webrazzi.com/2020/05/22/netflix-aktif-olmayan-hesap-kapatma/>

Urgelles, A. (2017). The Threat of OTT for the Pay-TV Market. In *Current and Emerging Issues in the Audiovisual Industry* (pp. 19–38). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons, Inc. <https://doi.org/10.1002/9781119384632.ch2>

Uyguç, Ü., & Genç, A. (1998). *Radyo Tv Haberciliği*. AVCIOL.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %33/%33/%34 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %33/%33/%34 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.



#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# COVID-19 Anxiety and Rumination in University Students in The COVID-19 Process

Mustafa GÜLER\*   
Binaz BOZKUR\*\* 

## ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between COVID-19 anxiety and rumination in university students and to examine the contributions of rumination in predicting COVID-19 anxiety. The research group of this study, which was conducted using the descriptive method and the relational scanning model, consisted of 417 students (86.1% female, 13.9% male) studying in different programs at Selçuk University. "COVID-19 Rumination Scale (C-19RS)", "Coronavirus Anxiety Scale Short Form" and personal information form are data collection tools used in the study. Data collected for the research was analyzed via SPSS 25.00 package program. Correlation analysis was used to determine the relationships between COVID-19 anxiety and rumination scores of university students, while regression analysis was performed to determine the contribution of rumination scores in predicting COVID-19 anxiety scores. As a result of the research, there was a moderately significant positive correlation between the COVID-19 anxiety scores of university students and their rumination scores. Rumination scores of university students were found to be a significant predictor of COVID-19 anxiety scores, explaining 31% of the variance in their COVID-19 anxiety scores. The research findings were discussed in light of the literature.

**Anahtar Kelimeler:** COVID-19, University Students, COVID-19 Anxiety, Rumination.

## COVID-19 Sürecinde Üniversite Öğrencilerinde COVID-19 Anksiyetesi ve Ruminasyon

### ÖZ

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin COVID-19 kaygısı ve ruminasyon arasındaki ilişkiyi belirleyerek ruminasyonun COVID-19 kaygısını yordamadaki katkılarını incelemektir. Betimsel yöntemle yapılan ve ilişkisel tarama modelinin kullanıldığı bu çalışmanın araştırma grubu Selçuk Üniversitesi'nin farklı programlarında öğrenim gören 417 öğrenciden (%86,1 kız, %13,9 erkek) oluşmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak "COVID-19 Ruminasyon Ölçeği (C-19RS)", "Koronavirüs Anksiyete Ölçeği Kısa Formu" ve Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Araştırma için toplanan verilerin analizinde SPSS 25.00 paket programı kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin COVID-19 kaygısı ve ruminasyon puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere korelasyon analizi kullanılırken, ruminasyonun COVID-19 kaygısını yordamadaki katkısını belirlemek için regresyon analizi yapılmıştır. Araştırma sonucunda üniversite öğrencilerinin COVID-19 kaygısı puanları ile ruminasyon puanları arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı ilişkisinin olduğu görülmüştür. Üniversite öğrencilerinin ruminasyon puanlarının COVID-19 kaygısı puanlarına ilişkin varyansın %31'ini açıklayarak, COVID-19 kaygısının anlamlı bir yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Araştırma bulguları literatür ışığında tartışılmıştır.

**Keywords:** COVID-19, Üniversite Öğrencileri, COVID-19 Anksiyetesi, Ruminasyon

### 1. Introduction

Epidemics have occurred throughout human history. They spread rapidly, and cause the death of millions of people. The COVID-19 epidemic, which continues today, was declared a pandemic by the World Health Organization (WHO) on March 11, 2020. It has also caused changes in the emotions, thoughts, and behaviors of individuals such as intense fear, and anxiety like in other epidemics in the past (Huremović, 2019; Ahorsu et al. 2020). Since the first day of the pandemic, it has been observed that emotional/reactive problems such as fear, panic, anxiety, and insecurity have intensified in people due to situations such as loss of life, the excess number of patients in intensive care, and intubated patients, and comments in the media (Lai et al., 2020). Emotional problems such as fear of death, uncertainty, and helplessness caused by the COVID-19 epidemic causing deaths can be considered an important source of stress because it causes economic problems.

To control epidemics, practices such as quarantine, isolation, and social distance can negatively affect people. The prevention of the spread of the COVID-19 epidemic and the uncertainty of when the

\* Ph.D., Selcuk University, mustafaguler@selcuk.edu.tr

\*\* Res. Assist. Dr., Mersin University, b.bozkur@hotmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 06.05.2022

transition to the old lifestyle will bring along uncertainty (Rettie & Daniels, 2021). Anxiety caused by uncertainty can reveal situations that negatively affect mental health such as sudden changes in life, separation from loved ones, restriction of freedom, uncertainty about the disease, stress, helplessness, and boredom (Brooks et al., 2020). Depending on these factors, ruminative symptoms that may adversely affect mental health may occur during the COVID-19 process.

Rumination indicates that the individual thinks over and over again about the emotional state, possible causes, and consequences, without taking action to solve the problem by dwelling on the past (Nolen-Hoeksema, 1987; Nolen-Hoeksema et al., 2008). In the context of traumatic experiences, rumination can be defined as a way of thinking which is repetitive and includes problem-solving, remembering and expectation, that emerges concerning the lived event (Calhoun et al., 2000). It has been determined that those who ruminate more experience more intense negative emotions (Arslan et al., 2020) and a sense of hopelessness (Gardiner et al., 2020). In addition, it has been determined that it weakens the person's positive problem-solving ability and sense of dominance (Demir & Kutlu, 2016; Erdur-Baker & Bugay, 2012) and causes depressive feelings to be experienced for a longer time (Nolen-Hoeksema et al. 1999). Studies show that rumination is positively correlated with anxiety and depression (Garnefski & Kraaij, 2018) and negatively correlated with problem-solving, motivation, and concentration (Smith & Alloy, 2009). Besides, it is negatively correlated with positive mood and positively correlated with negative mood (McLaughlin et al., 2007; Önder & Utkan, 2018). Uncertainty, stress, and sudden changes in daily life in the COVID-19 process can also increase the tendency towards ruminative thinking (Ye et al., 2020).

Although great attention has been paid to identifying infected people with coronavirus, identifying the mental health needs of people affected by the pandemic has been relatively neglected (Xiang et al., 2020). Situations such as the restriction of a large part of the society, the uncertainty regarding the development of the COVID-19 pandemic, and the disruption of educational activities have adversely affected the psychological state of university students who are isolated at home (Ellis, Dumas, & Forbes, 2020; Ye et al., 2020; Vindegaard & Benros, 2020). COVID-19 process affected the social life, daily life, and mental state of university students, especially the younger generation (Bueno et al., 2021; Zengin & Şengel, 2020). With this study, it is thought that it is important to determine the relationship between rumination and COVID-19 anxiety, which is thought to increase among university students with the pandemic, and it will contribute to the studies to be done in this direction. Especially the level of anxiety and rumination may play a role in experiencing the effects of the pandemic more severely or mildly (Kang & Kim, 2021). In addition, the COVID-19 epidemic, which is a newly emerging source of stress, can combine worrying patterns and ruminative thought patterns (Swainston, Chapman, Grunfeld, & Derakshan, 2020). Therefore, there is a need to determine the relationship between COVID-19 anxiety and rumination to cope better with the psychological consequences of the COVID-19 pandemic. It is of particular importance to determine the relationships between these variables, especially among university students whose education and private lives have been negatively affected by the pandemic. In line with the explanations made so far, this study aimed to determine the relationships between the COVID-19 anxiety and rumination scores of university students and to examine the contributions of rumination scores in predicting the COVID-19 anxiety scores.

## 2. Material and Methods

### 2.1. Method

In this study, the relational survey model, which is made with the descriptive method, was adopted. In this research model, it is tried to determine if there is a relationship between the variables and whether a change in a variable makes any change in other variables (Karasar, 2005). The dependent variable of the study is COVID-19 anxiety, and the independent variable is rumination scores.

### 2.2. Study Group:

The research group of this study consists of 417 students studying in different programs of Selçuk University and voluntarily agreeing to participate in the research. Descriptive information about the study group is presented in Table 1.

**Table 1.** Descriptive Information of the Study Group

| Variables                                   | F   | %    |
|---|-----|------|
| Gender                                      |     |      |
| Female                                      | 359 | 86.1 |
| Male  | 58  | 13.9 |
| Grade                                       |     |      |
| 1st grade                                   | 182 | 43.6 |
| 2nd grade                                   | 160 | 38.4 |
| 3rd grade                                   | 39  | 9.4  |
| 4th grade                                   | 36  | 8.6  |
| Place of residence                          |     |      |
| City center                                 | 232 | 55.6 |
| District center                             | 110 | 26.4 |
| Towns/villages                              | 75  | 18.0 |
| Place of stay (During University Education) |     |      |
| With Family                                 | 180 | 43.2 |
| Dormitory                                   | 189 | 45.3 |
| Home (Alone/With Friend)                    | 48  | 11.5 |

### 2.3. Data Collection Tools

In this study, the “COVID-19 Rumination Scale”, “Coronavirus Anxiety Scale Short Form” and Information Form are the data collection tools.

#### 2.3.1. COVID-19 Rumination Scale (C-19RS)

The scale was developed by Nikolova, Căniels, and Curseu (2021) to identify the ruminative symptoms that may occur in the individuals affected by the COVID-19 pandemic process when considering the COVID-19 disease and related concerns. The scale, adapted to Turkish by Kiran and Bozkur (2021), is one-dimensional and consists of 6 items. The scale is a 5-point Likert type and ranges from strongly disagree to strongly agree. The Cronbach Alpha internal consistency coefficient of the scale was calculated as .85 (Nikolova et al., 2021). The Cronbach alpha internal consistency coefficient was found to be .86 within the scope of the data obtained from this research.

#### 2.3.2. Coronavirus Anxiety Scale Short Form

The Coronavirus Anxiety Scale (COAS), developed by Lee (2020) to identify possible causes of dysfunctional anxiety associated with the COVID-19 crisis was used in the study. Biçer et al. (2020) adapted the scale into Turkish context. The scale is one-dimensional and consists of 5 items. The scale's Cronbach Alpha reliability coefficient was calculated as .83. The Cronbach Alpha internal consistency coefficient of the scale was found to be .90 in the current study.

#### 2.3.3. Personal Information Form

The personal information form consists of questions determining the gender, age, class, place of residence, and residence status during the university period of the participants. The personal information form was prepared by the researchers.

### 2.4. Data Collection and Analysis

Approval was obtained for the research with the decision of Selçuk University Faculty of Education Ethics Committee dated 28.02.2022 and numbered 24. The data of the research were collected through face-to-face interviews and google form. The SPSS 25.00 package program was used in the analysis process of the research. Correlation analysis was used to determine the relationships between COVID-19 anxiety and rumination scores of university students, and to determine the contribution of rumination scores to predict COVID-19 anxiety scores, regression analysis was used. 0.01 value was considered as the margin of error in the analysis.

### 3. Results

The results of the statistical analysis of the data, which is collected in line with the purpose of the research, are presented in this section.

Table 2 indicates the results regarding the relationship between the COVID-19 anxiety scores and rumination scores of university students.

**Table 2.** Descriptive Statistic and Correlation Analysis for the Relationship Between COVID-19 Anxiety Scores and Rumination Scores of University Students

|                  | COVID-19 Anxiety | Rumination | $\bar{X}$ | S    |
|------------------|------------------|------------|-----------|------|
| COVID-19 Anxiety | 1                |            | 2.10      | 3.53 |
| Rumination       | .558**           | 1          | 14.03     | 5.29 |

\*\*p<.01

Table 2 depicts that there was a positive significant relationship between the COVID-19 anxiety scores ( $r=.55$ ;  $p<.01$ ) of university students and their rumination scores ( $r=.55$ ;  $p<.01$ ). Based on these results, rumination scores were included in the regression analysis to examine the contribution of university students in predicting their COVID-19 anxiety scores, and the results are given in Table 3.

**Table 3.** Results of Regression Analysis on Whether the COVID-19 Anxiety Scores of University Students Predicted Rumination Scores

| Variable   | COVID-19 Anxiety |           |     |                      |      |
|------------|------------------|-----------|-----|----------------------|------|
|            | B                | SH        | B   | t                    | p    |
| Fixed      | -3.12            | .40       | -   | -7.65                | 0.00 |
| Rumination | .37              | .02       | .55 | 13.70                | 0.00 |
|            |                  | R= .55    |     | R <sup>2</sup> = .31 |      |
|            |                  | F= 187.93 |     | p=0.00**             |      |

\*\*p<.01

University students' rumination scores were a significant predictor of COVID-19 anxiety scores, explaining 31% of the variance in their COVID-19 anxiety scores ( $R= .55$ ,  $R^2= .31$ ,  $p<.01$ ). The standardized ( $\beta$ ) coefficient and t values revealed that rumination is a significant predictor of COVID-19 anxiety.

### 4. Discussion and Conclusion

This research was carried out to determine the relationships between the COVID-19 anxiety and rumination scores of university students and to examine the contributions of the rumination scores to predict the COVID-19 anxiety scores. As a result of the research, there was a moderately significant positive correlation between the COVID-19 anxiety scores of university students and their rumination scores. Rumination scores of university students were found to be a significant predictor of COVID-19 anxiety scores, explaining 31% of the variance in their COVID-19 anxiety scores.

In the majority of studies on the psychological effects of global epidemics, it is seen that there are relations between pandemic-related anxiety, increased stress, contamination concerns, health anxiety, symptoms of post-traumatic stress disorder, and suicidal tendency (Chong et al., 2004; Wheaton, Abramowitz, Berman, Fabricant & Olatunji, 2012). As a result of a study conducted by Önel (2021), it was determined that individuals with chronic diseases or living in the same house with them, individuals who lost their relatives, or whose relatives were treated in a hospital during the Covid 19 process had higher levels of depression, anxiety and stress compared to other individuals. Depression, anxiety, and post-traumatic stress disorder, which are among mental problems, are often associated with rumination. (Wilkinson, Croudace & Goodyer, 2013). As a result of the research conducted by Arslan, Yıldırım, and Aytaç (2020) on university students, it was determined that coronavirus anxiety had a significant predictive effect on loneliness and rumination, and high coronavirus anxiety caused more rumination. As a result of a study involving 228 university students, it was determined that COVID-19 anxiety is a moderator in the relationship between generalized anxiety and rumination (Bueno, Sandoval & Lilienthal, 2021). It can be

said that the results obtained from the study are similar to the results of the research explaining the relationship between COVID-19 anxiety and rumination.

Positive and significant relationships were found in the majority of the research results examining the relationships between anxiety and rumination in the literature. As a result of the research conducted by Wilkinson, Croudace, and Goodyer (2013) on adolescents, it was determined that there was a relationship between rumination and anxiety scores. Ruminative thoughts about COVID-19 can put people in a stressful situation, and it increases psychological symptoms (Nolen-Hoeksema, Wisco & Lyubomirsky, 2008). During the epidemic, information about COVID-19 can serve as a stressor and it can activate mental processes and increase ruminative thoughts (Michl, McLaughlin, Shepherd & Nolen-Hoeksema, 2013), University students, who focus on the pandemic, have more negative cognitions than their peers. These negative cognitions may lead them to have anxiety and depression symptoms (Watkins & Roberts, 2020). It can be said that the uncertainties experienced by university students during the COVID-19 process, the possibility of infecting their family members, causing emotional problems such as fear of death and despair, and being a source of traumatic stress, increase the COVID-19 anxiety and rumination of the students.

It is seen that different opinions about the ways of transmission and treatment of the virus, which causes loss of life in the world and Turkey, increases the uncertainty and anxiety about the disease (Doğan & Düzel, 2020). Anxiety caused by the uncertainty about COVID-19, sudden changes in lifestyle, restriction of freedom and being alone, uncertainty about the disease caused negative psychological states in university students who are isolated at home (Brooks et al., 2020; Ye et al., 2020). In addition, the epidemic process negatively affects the social relations and daily life of students. Students who stay away from the university environment during the COVID-19 process may distance themselves from their social circles and experience loneliness. It is thought that the uncertainties and the negative statements and comments made in the information and communication tools regarding COVID-19, which can cause death, increase the anxiety about the disease in university students.

In conclusion, it has been determined that there are significant relationships between COVID-19 anxiety and rumination in university students, and rumination makes a significant contribution to the prediction of COVID-19 anxiety. There are studies in the literature on subjects such as COVID-anxiety and subjective vitality, loneliness rumination (Arslan, Yıldırım, & Aytaç, 2022) depression, subjective well-being, student burnout (Gündoğan, 2022) among university students. In future studies, it will be useful to conduct studies showing the relationship between COVID-19 Anxiety and COVID-19 Rumination variables with variables such as automatic thinking, optimism, life satisfaction, depression, and resilience. In addition, this research was carried out only on university students, and the psychopathological characteristics of the students, whether they had COVID-19 or the loss of a family member, were not taken into account. In the new studies to be done, the groups to be formed by considering these features can be handled separately and whether there is a differentiation can be evaluated. It is thought that it would be beneficial to conduct new studies in different sample groups such as children, adolescents, adults, and the elderly, apart from university students.

## References

Ahorsu, D., Lin, C., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M., & Pakpour, A. (2020). The Fear of COVID-19 Scale: Development and Initial Validation. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1–9. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00270-8>.

Arslan, G., Yıldırım, M., & Aytaç, M. (2020). Subjective vitality and loneliness explain how coronavirus anxiety increases rumination among college students. *Death Studies*, 1-10. doi:10.1080/07481187.2020.1824204

Biçer, İ., Çakmak, C., Demir, H., & Kurt, M. E. (2020). Koronavirüs anksiyete ölçeği kısa formu: Türkçe geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, 25(Special Issue on COVID 19), 216-225.

Brooks, S. K., Webster, R. K., Smith, L. E., Woodland, L., Wessely, S., Greenberg, N., & Rubin, G. J. (2020). The psychological impact of quarantine and how to reduce it: rapid review of the evidence. *The lancet*, 395(10227), 912-920.

- Bueno, R., Sandoval, C., & Lilienthal, K. K. (2021). The Mediating Effects of Personality on COVID-19 Anxiety and Rumination. *Journal of Research in Psychology, 3*(2), 1-15.
- Calhoun, L. G., Cann, A., Tedeschi, R. G., & McMillan, J. (2000). A correlational test of the relationship between posttraumatic growth, religion, and cognitive processing. *Journal of Traumatic Stress: Official Publication of The International Society for Traumatic Stress Studies, 13*(3), 521-527.
- Chong, M.-Y., Wang, W.-C., Hsieh, W.-C., Lee, C.-Y., Chiu, N.-M., Yeh, W.-C., . . . Chen, C.-L. (2004). Psychological impact of severe acute respiratory syndrome on health workers in a tertiary hospital. *The British journal of psychiatry, 185*(2), 127-133.
- Demir, Y., & Kutlu, M. (2016). Üniversite öğrencilerinde sosyal etkileşim kaygısı ile mutluluk arasındaki ilişki: yalnızlığın aracı rolü. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 36*(1), 195-210.
- Doğan, M. M., & Düzel, B. (2020). Covid-19 özelinde korku-kaygı düzeyleri. *Electronic Turkish Studies, 15*(4).
- Ellis, W. E., Dumas, T. M., & Forbes, L. M. (2020). Physically isolated but socially connected: Psychological adjustment and stress among adolescents during the initial COVID-19 crisis. *Canadian Journal of Behavioural Science/Revue canadienne des sciences du comportement, 52*(3), 177.
- Erdur-Baker, O., & Bugay, A. (2012). The Turkish Version of the Ruminative Response Scale: An Examination of Its Reliability and Validity. *The International Journal of Educational and Psychological Assessment, 10*, 1-16.
- Gardiner, C., Laud, P., Heaton, T., & Gott, M. (2020). What is the prevalence of loneliness amongst older people living in residential and nursing care homes? A systematic review and meta-analysis. *Age and Ageing, 49*(5), 748-757.
- Garnefski, N., & Kraaij, V. (2018). Specificity of relations between adolescents' cognitive emotion regulation strategies and symptoms of depression and anxiety. *Cognition and Emotion, 32*(7), 1401-1408.
- Gundogan, S. (2022). The relationship of covid-19 student stress with school burnout, depression and subjective well-being: Adaptation of the covid-19 student stress scale into turkish. *The Asia-Pacific Education Researcher, 1*-12.
- Huremović, D. (2019). Mental health of quarantine and isolation. In *Psychiatry of pandemics* (pp. 95-118): Springer.
- Karasar, N. (2005). Bilimsel araştırma yöntemleri, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kıran, B., & Bozkur, B. (2021). *Covid-19 Rumination Scale (C-19rs): Turkish Adaptation Study*. 2. Pearson Journal International Conference on Social Sciences & Humanities. Izmir.
- Kang, H. S., & Kim, B. N. (2021). The Role of Event-Related Rumination and Perceived Social Support on Psychological Distress during the COVID-19 Pandemic: Results from Greater Daegu Region in South Korea. *Psychiatry Investigation, 18*(5), 392.
- Lai, J., Ma, S., Wang, Y., Cai, Z., Hu, J., Wei, N., . . . Li, R. (2020). Factors associated with mental health outcomes among health care workers exposed to coronavirus disease 2019. *JAMA network open, 3*(3),
- Lee, S. A. (2020). Coronavirus Anxiety Scale: A brief mental health screener for COVID-19 related anxiety. *Death Studies, 44*(7), 393-401.
- McLaughlin, K. A., Borkovec, T. D., & Sibrava, N. J. (2007). The effects of worry and rumination on affect states and cognitive activity. *Behavior Therapy, 38*(1), 23-38.
- Michl, L. C., McLaughlin, K. A., Shepherd, K., & Nolen-Hoeksema, S. (2013). Rumination as a mechanism linking stressful life events to symptoms of depression and anxiety: longitudinal evidence in early adolescents and adults. *Journal of abnormal psychology, 122*(2), 339.
- Nikolova, I., Caniels, M. C., & Curseu, P. L. (2021). COVID-19 Rumination Scale (C-19RS): Initial psychometric evidence in a sample of Dutch employees. *The International Journal of Health Planning and Management, 36*(4), 1166-1177.
- Nolen-Hoeksema, S. (1987). Sex differences in unipolar depression: evidence and theory. *Psychological Bulletin, 101*(2), 259.
- Nolen-Hoeksema, S., Wisco, B. E., & Lyubomirsky, S. (2008). Rethinking rumination. *Perspectives on psychological science, 3*(5), 400-424.

Önder, F. C., & Utkan, Ç. (2018). Bilinçli farkındalık ve algılanan stres ilişkisinde ruminasyon ve olumsuz duygu düzenleniminin aracı rolü. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(3), 1004-1019.

Önel, S. N. (2021). *Covid-19 sürecinde öz duyarlık ve psikolojik sağlamlık ile depresyon, anksiyete, stres arasındaki ilişkinin incelenmesi*. (Yüksek lisans tezi). Işık Üniversitesi,

Rettie, H., & Daniels, J. (2021). Coping and tolerance of uncertainty: Predictors and mediators of mental health during the COVID-19 pandemic. *American Psychologist*, 76(3), 427.

Smith, J. M., & Alloy, L. B. (2009). A roadmap to rumination: A review of the definition, assessment, and conceptualization of this multifaceted construct. *Clinical psychology review*, 29(2), 116-128.

Swainston, J., Chapman, B., Grunfeld, E. A., & Derakshan, N. (2020). COVID-19 lockdown and its adverse impact on psychological health in breast cancer. *Frontiers in psychology*, 2033.

Vindegaard, N., & Benros, M. E. (2020). COVID-19 pandemic and mental health consequences: Systematic review of the current evidence. *Brain, behavior, and immunity*, 89, 531-542.

Watkins, E. R., & Roberts, H. (2020). Reflecting on rumination: Consequences, causes, mechanisms, and treatment of rumination. *Behaviour Research and Therapy*, 127, 103573.

Wheaton, M. G., Abramowitz, J. S., Berman, N. C., Fabricant, L. E., & Olatunji, B. O. (2012). Psychological predictors of anxiety in response to the H1N1 (swine flu) pandemic. *Cognitive Therapy and Research*, 36(3), 210-218.

Wilkinson, P. O., Croudace, T. J., & Goodyer, I. M. (2013). Rumination, anxiety, depressive symptoms and subsequent depression in adolescents at risk for psychopathology: a longitudinal cohort study. *BMC psychiatry*, 13(1), 1-9.

Xiang, T., Liu, J., Xu, F., Cheng, N., Liu, Y., & Qian, K. (2020). Analysis of clinical characteristics of 49 patients with novel coronavirus pneumonia in Jiangxi province. *Chin J Respir Crit Care Med*, 19(2), 1-7.

Ye, B., Zhou, X., Im, H., Liu, M., Wang, X. Q., & Yang, Q. (2020). Epidemic rumination and resilience on college students' depressive symptoms during the COVID-19 pandemic: the mediating role of fatigue. *Frontiers in Public Health*, 858.

Yıldız, M. (2017). Üniversite öğrencilerinde fonksiyonel olmayan tutumların ve olumsuz otomatik düşüncelerin depresyona etkisi. *Ulusal Eğitim Akademisi Dergisi*, 1(1), 1-7. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/uead/issue/26906/299978>

Zengin, B., & Şengel, Ü. (2020). Üniversite öğrencilerinin gelecekle ilgili kaygı ve beklentilerinin belirlenmesi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 435-454.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne ve Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı'na Göre Hazırlanan Finansal Tabloların Oran Analizi Yöntemiyle Karşılaştırılması

Ahmet KAYA\* 

## ÖZ

Dünya genelinde iş yapma usulleri değiştiği işletmelerin faaliyetlerine ve mevcut durumlarına ilişkin bilgilerin sunumu ve açıklanmasını sağlayan muhasebe standartları da değişim göstermektedir. Söz konusu standartlar, işletmelerin finansal raporlama faaliyetlerinin kalitesini ortaya koymakta ve dünya çapında farklılıklar göstermekle birlikte yaygın olarak kullanılmaktadır. Türkiye'de 2017 yılında Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı'nı (BOBİ FRS) uygulama zorunluluğu getirilmiştir. Bu durum, işletmelerin yeni standarda göre finansal tablolar hazırlamasını ve finansal bilgiye ihtiyaç duyan paydaşlara net ve doğru bilgiler aktarmasını beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda bu çalışmada, Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne (MSUGT) ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış olan finansal tablolar arasındaki farklılıkları tespit etmek ve her iki uygulamaya göre hazırlanmış finansal tabloların finansal analizlere olan etkisini belirlemek amaçlanmıştır. İşletmenin finansal durum tabloları rasyo yöntemi ile analiz edilmiş ve BOBİ FRS'nin finansal oranların sonuçlarına etkileri incelenmiştir. Sonuç olarak, likidite oranlarına ilişkin MSUGT ve BOBİ FRS arasında bir farklılık olmadığı, finansal yapı oranlarından sadece borçlanma katsayısı oranı bakımından MSUGT ve BOBİ FRS arasında bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Çalışmada incelenen tüm oranlar dikkate alındığında, MSUGT ve BOBİ FRS arasında en büyük farklılık net çalışma sermayesi devir hızı oranında ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** MSUGT, BOBİ FRS, Oran Analizi, Muhasebe Standartları.

## Comparison of Financial Statements Prepared According to General Communique on Accounting System Application and Financial Reporting Standard for Large and Medium Sized Enterprises by Ratio Analysis Method

### ABSTRACT

As business methods change around the world, accounting standards that enable the presentation and disclosure of information about the activities and current status of businesses also change. These standards reveal the quality of financial reporting activities of enterprises and are widely used, although they vary around the world. In Turkey, the obligation to implement the Financial Reporting Standard for Large and Medium-Sized Enterprises was introduced in 2017. This situation has brought along the fact that businesses prepare financial statements according to the new standard and convey clear and accurate information to stakeholders who need financial information. Accordingly, this study, it is aimed to determine the differences between the financial statements prepared by the General Communique on Accounting System Application and LME FRS and to determine the effect of the financial statements prepared according to both applications on financial analysis. The financial statements of the company were analyzed with the ratio analysis and the effects of LME FRS on the results of the financial ratios were examined. As a result, it has been determined that there is no difference between GCASA and LME FRS regarding liquidity ratios, only a difference between GCASA and LME FRS in terms of loan coefficient ratio among financial structure ratios. Considering all the ratios examined in the study, the biggest difference between GCASA and LME FRS emerged in the ratio of networking capital turnover.

**Keywords:** GCASA, LME FRS, Ratio Analysis, Accounting Standards.

### 1. Giriş

Muhasebe, karar vericilere faydalı bilgiler sağladığından iş yapma usulleri değiştiği bilgilerin sunumunu ve açıklanmasını yöneten muhasebe standartları da değişmektedir (Sawani, 2009, s. 1). Muhasebe standartları, finansal raporlama kalitesinin önemli belirleyicilerinden biri olmakla birlikte, ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Yaygın görüş, bu tür farklılıkların muhasebe bilgilerinin kalitesini ve uygunluğunu azalttığı yönündedir. Uyumlaştırılmış uluslararası standartların savunucuları, tüm firmalar aynı muhasebe standartlarını takip ettiğinde firmaların dış finansal raporlarının yatırımcılara daha tekdüze açıklamalar ve

\* Dr. Öğr. Üyesi, Akdeniz Üniversitesi, ahmetkaya@akdeniz.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 03.08.2022

daha faydalı muhasebe bilgileri sunacağını ileri sürmektedirler (Ding ve diğerleri, 2007, s. 2). Akademisyenler ve uygulayıcılar, muhasebe standartlarının uygulanmasının, yüksek kaliteli finansal raporlamayı ve olumlu sermaye piyasası sonuçlarını teşvik etmede önemli bir rolü olduğu konusunda hemfikirdir (Preiato ve diğerleri, 2015, s. 1). Ayrıca muhasebe toplulukları, finansal bilgilerin güvenilirliğini ve uygunluğunu sağlamak için resmi standartların önemi konusunda her zaman hemfikir olmuşlardır. Ancak uluslararası standartların finans dünyasında zirveye ulaşması yaklaşık 20 yıl sürmüştür (Sawani, 2009, s. 2).

Türkiye'de muhasebe düzenlemeleri "Maliye Bakanlığı ve Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK)" tarafından yapılmaktadır (Yelgen & Uyar, 2018, s. 99). KGK tarafından yayımlanan "Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS)" seti, "Kamu Yararını İlgilendiren Kuruluş (KAYİK)" tanımı kapsamında yer alan şirketlerce uygulanmaktadır (Yelgen & Uyar, 2018, s. 99; Öztürk, 2017, s. 595). KAYİK ile TMS/TFRS'yi isteğe bağlı olarak uygulamakta olan diğer işletmelerin dışında bağımsız denetime tabi bütün işletmelerin 2018 ve sonrası hesap dönemlerinde "Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı'nı (BOBİ FRS)" uygulaması zorunludur (Doğan, 2017, s. 771; Yelgen & Uyar, 2018, s. 99). "Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı Hakkında Tebliğ" ve eki "Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı" 29 Temmuz 2017'de yayımlanmıştır (KGK, 2017). BOBİ FRS, 1 Ocak 2018'den itibaren uygulanmaya başlanmıştır. BOBİ FRS'nin uygulama çerçevesi "Türkiye Finansal Raporlama Standartlarını (TFRS)" uygulamayan işletmelerin uygulayacakları finansal raporlama olarak belirlenmiştir (KGK, 2017). BOBİ FRS, dünya üzerinde uygulanmakta olan uluslararası raporlama standartlarıyla uyumlu ve 27 bölümden oluşmaktadır. BOBİ FRS'nin orta büyüklükteki işletmelere etkisi genel olarak maliyet esaslı finansal raporlama kapsamında olurken büyük işletmelere yönelik etkisi ise ek yükümlülükler getirilmesi kapsamında olmuştur (Gücenme Gençoğlu, 2017, s. 2).

BOBİ FRS, özellikle işletmelere ticari karın tespiti noktasında kolaylık ve sadelik sunmaktadır. Aynı zamanda BOBİ FRS, uygulanmakta olan mevcut tam setlerin daha açık bir şekilde ve doğru anlaşılmasına katkıda bulunacak ve muhasebenin vergi için değil bilgi için var olması gerektiği anlayışının benimsenmesini hızlandıracaktır (Gücenme Gençoğlu, 2017, s. 22). BOBİ FRS'nin uygulanmasıyla birlikte TDHP'ye göre hazırlanan finansal tablolardaki oranlar önemini yitirecek ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanan finansal tablolardaki oranlar kullanılacaktır. Dolayısıyla oran analizinde dikkate alınan tüm oranların değişmesi söz konusu olacak ve oranlardaki güncelleme işlemlerinin BOBİ FRS odağında yapılması gerekecektir. Bu işlemlerin yapılmaması, büyük ve orta ölçekli işletmelere ait finansal oranların hatalı değerlendirilmesine ve muhasebe bilgisini kullanan paydaşların yanlış yönlendirilmesine neden olacaktır (Ataman ve diğerleri, 2018, s. 476). Çalışmanın temel amacı, Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış olan finansal tablolar arasındaki farklılıkları tespit etmek ve her iki uygulamaya göre hazırlanmış raporların finansal analizlere olan etkisini belirlemektir. Bu doğrultuda, gerçek bir işletmenin MSUGT'ye göre düzenlenmiş olan 2019 ve 2020 yılları bilançoları ve gelir tabloları ile aynı işletmenin 2019 ve 2020 yılları BOBİ FRS'ye göre uygun hazırlanmış ve bağımsız denetimden geçmiş finansal durum tablosu ve gelir tablosu rasyo yöntemi ile analiz edilmiş ve BOBİ FRS'nin finansal analiz sonuçlarına etkileri incelenmiştir. Araştırmanın sonuçlarıyla, muhasebe standartlarının oranlar üzerindeki etkilerini tespit etme ve hangi hesap kalemlerinin oranlardaki değişime neden olduğunu görebilme bakımından literatüre katkılar sunulması umulmaktadır.

## 2. Literatür

BOBİ FRS'nin uygulama çerçevesi TFRS'yi uygulamayan işletmelerin hazırlayacakları finansal raporlama olarak belirlenmiştir. BOBİ FRS'nin amacı (KGK, 2017):

- Gerçekleri yansıtan,
- Paydaşların finansal bilgi ihtiyaçlarını karşılamaya uygun ve
- Kıyaslanabilir finansal tablolar hazırlanmasını sağlamaktır.

Türk Ticaret Kanunu'nda hangi işletmelerin bağımsız denetime tabi olacaklarına ilişkin olarak 2013 – 2016 yılları arasında düzenlemeler yapılmış ve nihai olarak Avrupa Birliği'ne uygun olarak kriterler belirlenmiştir (Gökçen ve diğerleri, 2018, s. 440). Burada dikkat edilmesi gereken nokta, BOBİ FRS'nin

2018 yılında uygulanmaya başlaması ile büyük orta boy işletme kriterleri yeniden gözden geçirilmiş ve kriterler arttırılmıştır, diğer bir ifadeyle şirket kapsamı daraltılmıştır. BOBİ FRS, TFRS'yi uygulamayan ve bağımsız denetime tabi olan işletmeler tarafından uygulanmaktadır. Ayrıca, kamu yararını ilgilendiren kuruluşlar haricindeki bağımsız denetime tabi bütün işletmeler BOBİ FRS'yi uygulamak zorundadır (KGK, 2017). BOBİ FRS'yi uygulayacak işletmelerin gönüllü olarak TMS/TFRS'yi uygulamaları için 2 yıl geçmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, gönüllü olarak en az 2 yıl boyunca TMS/TFRS'yi uygulayan işletmeler, bu süre zarfından sonra BOBİ FRS'yi uygulayabileceklerdir (Kıymetli Şen & Özbirecikli, 2018, s. 463).

BOBİ FRS uygulaması 2017 yılı Temmuz ayında yayınlanan tebliğ ile duyurulmuştur. Bu tarihten itibaren BOBİ FRS ile ilgili birçok çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar genel olarak BOBİ FRS'ye genel bakış ve değerlendirme ve getirilen yeni uygulamalar (Kıymetli Şen & Özbirecikli, 2018), BOBİ FRS ile TFRS ve/veya MSGUT uygulamalarının karşılaştırılması (Ataman & Cavlak, 2017; Gökçen ve diğerleri, 2018; Kıymetli Şen & Özbirecikli, 2018; Doğan, 2017; Tunçez, 2018; Doğan, 2018; Gücenme Gençoğlu, 2017) üzerinedir. Yapılan karşılaştırmalarda genel olarak BOBİ FRS'nin TFRS ile uyumlu olduğu, ancak bazı konularda değişikliklerin olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıdaki araştırmaların yanı sıra BOBİ FRS ile TFRS ve/veya MSGUT'un karşılaştırıldığı çalışmalar da bulunmaktadır. Maddi duran varlıklarla ilgili (Yelgen & Uyar, 2018; Canakcioğlu, 2018), finansal varlıkların ölçme ve muhasebeleştirme esaslarıyla ilgili (Öztürk, 2017), raporlama döneminden sonraki olaylarla ilgili (Tüm, 2018), satışların maliyetiyle ilgili (Gönen, 2019), inşaat taahhüt işlemleriyle ilgili (Gücenme Gençoğlu & İşseveroğlu, 2018), yatırım amaçlı gayrimenkullerin ölçüm ve muhasebeleştirme esasları ile ilgili (Sabuncu, 2019), ortak kontrole tabi iş birleşmelerinin raporlanmasında kullanılacak hakların birleşmesi yöntemi ile ilgili (Kıymetli Şen & Karagül, 2018), ticari mal maliyeti ile ilgili (Dabbağoğlu & Dursun, 2018), yıllara yaygın inşaat muhasebesi ile ilgili (Çatıkkaş ve diğerleri, 2018), stoklar ile ilgili (Selvi & Ercan, 2018; Yalçın, 2019), riskten korunma muhasebesi ve korunma yedeği ile ilgili (Dinç & Atasel, 2018), tam maliyet ve normal maliyet yöntemiyle ilgili (Gökçen & Öztürk, 2017) araştırmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalarda genellikle örnek uygulamalar ile BOBİ FRS açıklanmaya çalışılmış, TFRS ve/veya MSGUT'a göre karşılaştırma yapılmış, standartlara göre yapılan finansal raporların işletmelere daha uygun olduğu sonucuna varılmıştır.

BOBİ FRS ile ilgili yapılmış diğer çalışmalarda ise meslek mensuplarının BOBİ FRS hakkındaki bilgileri, algıları ve farkındalıkları ölçülmüştür (Sakarya ve diğerleri, 2018; Öztürk & Çankıcı, 2018; Aktaş Mozeşikçi & Tüter Şahinoğlu, 2018; Kırkık ve diğerleri, 2019). Çalışmaların bir sonucu olarak, BOBİ FRS'nin uluslararası standartlarda kaliteli bir finansal raporlama çerçevesi oluşturulması yönünde önemli bir adım olduğu (Sakarya ve diğerleri, 2018), BOBİ FRS'nin işletmelerin kurumsallaşmasına ve şeffaflaşmasına olumlu anlamda katkı sağlayacağı ve BOBİ FRS ile birlikte paydaşlar için daha güvenilir bilgilerin ortaya koyulacağı tespit edilmiştir (Kırkık ve diğerleri, 2019). Ayrıca değinilen bu çalışmaların dışında üniversitelerde okutulan muhasebe derslerinin içeriklerinin TFRS/BOBİ FRS kapsamında ele alınması gerektiği ile ilgili araştırma (Gökçen, 2017) ve yerel finansal raporlama ile BOBİ FRS ile ilgili literatür incelemesi de (Öztürk, 2018) bulunmaktadır. Literatürde BOBİ FRS'ye ilişkin bir rasyo analizi çalışması tespit edilmiş olup, Ataman ve diğerleri (2018) MSUGT'ye göre hazırlanan finansal tabloların, BOBİ FRS'ye uyarlanmasını ele almışlar ve oran analizi yöntemi ile farklılıkları incelemişlerdir.

Ataman ve Altuk Özden (2009) TDHP'ye göre hazırlanan finansal tabloları birtakım varsayımlar odağında TFRS'ye uyarlamışlar ve rasyo analizi yapmışlardır. Stok devir hızı oranı, borçlanma katsayısı oranı ve alacak devir hızı oranında artış, satış karlılığı oranında ise düşüş olduğunu bulmuşlardır. Nakit oran ve özkaynaklar/aktif toplamı oranında ise bir farklılık olmadığını tespit etmişlerdir. Ayanoğlu ve Yılmaz (2016) TFRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolar ile MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tabloları oran analizi odağında incelemişlerdir. Balcı (2012) TFRS öncesi ve sonrası dönemde hazırlanan finansal tabloları oran analizi kapsamında incelemiştir. Sonuç olarak, TFRS'nin finansal raporlama sürecinde etkin bir rol oynadığını ve muhasebe standartlarında meydana gelen değişiklik ve düzenlemelerin rasyo analizi sonuçlarını etkilediğini bulmuşlardır.

Yenigün ve Aydemir (2015) TMS/TFRS'ye ilişkin uygulamaların finansal tablolar ve rasyo analizleri üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. TMS uygulayan işletmelerin, TFRS'yi uygulamaya başladıktan sonra finansal oranlarında meydana gelen değişimlerin işletmelerin dönem faaliyetlerine ve işletmenin

büyüklüğüne göre farklılaştığını bulgulamışlardır. Alkan (2019) TDHP'ye göre hazırlanan finansal tablolara ilişkin gerekli sınıflandırma ve düzeltme kayıtlarını yapmış ve söz konusu bu finansal tabloları TMS/TFRS'ye uygun hale getirerek rasyo analizi yapmıştır. Alkan ve Doğan (2012), 2000-2009 yılları arasında İMKB'de işlem gören firmaların UFRS'ye göre düzenlemiş oldukları finansal tablolar ile UFRS öncesi düzenlemiş oldukları finansal tabloları oran analizi odağında incelemişlerdir. Sonuç olarak, cari oran, likidite oranı, stok devir hızı oranı, alacak devir hızı oranı, uzun vadeli borç, aktif toplamı/öz sermaye gibi oranlarda artış; toplam borç/toplam aktif oranında ise düşüş olduğunu tespit etmişlerdir. Aktif devir hızı oranının ise değişmediğini belirlemişlerdir. Yabancı literatürde de ülkelerin yerel muhasebe uygulamalarının, Uluslararası finansal raporlama standartları ile karşılaştırıldığı araştırmalar bulunmaktadır (Stergios ve diğerleri, 2005; Harris ve diğerleri, 2013; Buchman ve diğerleri, 2016; Kubickova & Jindrichovska, 2012; Lantto & Sahlström, 2009; Outa, 2011; Malikova & Brabec, 2012).

### 3. Oran Analizi

Finansal oran, kuruluşun bilançosu, faaliyet tablosu ve ilgili kayıtlarından alınan iki sayı arasındaki ilişkidir. Finansal oranları analiz etmedeki temel motivasyon, zaman içinde organizasyonlar arasında ortaya çıkan büyüklük farklılıklarının etkilerini kontrol etmektir. Bir kurumun oranını benzer kurumlarınkiyle veya ulusal ortalamalarla karşılaştırmak, görece olarak firmanın mali durumu hakkında bilgiler ortaya koymaktadır. Birkaç hesap döneminde görüntülenen aynı oran, yöneticinin iyileştirme veya bozulma alanlarını belirlemesine olanak tanımaktadır (Chabotar, 1989, s. 188). Oran analizi, finansal analiz için yaygın olarak kullanılan bir araçtır. Farklı büyüklükteki firmaların risk ve getiri ilişkilerini karşılaştırmak için kullanılabilir. Bir firmanın güçlü ve zayıf yönlerinin yanı sıra tarihsel performansının ve mevcut finansal durumunun belirlenebilmesi için finansal tabloların sistematik olarak yorumlanması olarak tanımlanabilir (Haralayya, 2021, s. 173). Oran analizi yapılırken kullanılan oranlar, 4 başlıkta incelenmektedir. Bunlar: Likidite oranları, finansal yapı oranları, faaliyet oranları ve karlılık oranlarıdır (Okka, 2009, s. 104). Tablo 1'de sadece araştırmada kullanılan oranlara ve oranların tanımlarına değinilmiştir.

**Tablo 1.** Araştırmada Kullanılan Oranlar ve Tanımları

| Oranlar                | Hesaplama Yöntemi                    |   |
|------------------------|--------------------------------------|---|
| Likidite Oranları      | Cari Oran                            | İşletmelerin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme kabiliyetini ifade etmektedir (Okka, 2009, s. 105).  |
|                        | Likidite Oran                        | İşletmelerin stoklarını elinden çıkarmasa bile borçlarını hangi ölçüde ödeyebileceğini ortaya koymaktadır (Okka, 2009, s. 105).   |
|                        | Nakit Oran                           | İşletmelerin kısa vadeli borçlarını, hazır değerler ile karşılayabilme yeteneğini ölçmektedir (Okka, 2009, s. 105).   |
| Finansal Yapı Oranları | Borçlanma (Kaldıraç) Oranı           | İşletme varlıklarının hangi oranlarda yabancı kaynaklar ile finanse edildiğini göstermektedir (Okka, 2009, s. 110).   |
|                        | Öz sağlamlık Oranı                   | İşletme varlıklarının hangi oranlarda öz kaynaklar ile finanse edildiğini göstermektedir (Yenisu, 2019, s. 26).   |
|                        | İmmobilizasyon Oranı                 | İşletmenin duran varlıklarının hangi oranlarda öz kaynaklar ile finanse edildiğini göstermektedir (Ataman ve diğerleri, 2018, s. 473).  |
|                        | Borçlanma Katsayısı Oranı            | İşletmenin borçlanarak elde ettiği yabancı kaynaklar (uzun ve kısa vadeli) ile işletme öz kaynakları arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır (Ataman ve diğerleri, 2018, s. 473). İşletme öz kaynaklarının kaç katı yabancı kaynaklardan borç alındığını ifade etmektedir (Tayyar & Gökakın, 2018, s. 67). |
| Faaliyet Oranları      | Stok Devir Hızı                      | İşletme stoklarının yıl içerisinde kaç kez yenilendiğini ifade etmektedir (Okka, 2009, s. 107).   |
|                        | Alacak Devir Hızı                    | İşletmelerin alacaklarını nakite dönüştürme hızını ve kabiliyetini ifade etmektedir (Okka, 2009, s. 106).   |
|                        | Net Çalışma Sermayesi Devir Hızı     | İşletmelerin toplam sermayesinin hangi oranlarda etkin ve verimli kullanıldığını ifade etmektedir (Yenisu, 2019, s. 29).  |
|                        | Aktif Devir Hızı                     | İşletme varlıklarının etkin kullanımını ve işletme sermayesinin yoğunluğunu ortaya koyan bir orandır (Okka, 2009, s. 108).  |
|                        | Duran Varlık Devir Hızı              | İşletmenin tesis, teçhizat gibi duran varlıklarını hangi ölçüde verimli kullandığını göstermektedir (Okka, 2009, s. 108).   |
|                        | Öz Kaynak Devir Hızı                 | İşletme öz kaynaklarının hangi ölçüde verimli kullanıldığını gösteren bir orandır (Alper & Biçer, 2017, s. 341).  |
| Karlılık Oranları      | Vergi Sonrası Karlılık Oranı         | İşletme öz sermayesinin hangi ölçüde net kar getirdiğini ifade etmektedir (Okka, 2009, s. 112).   |
|                        | Brüt Kar Oranı                       | İşletme net satışlarının hangi oranda brüt kara dönüştüğünü göstermektedir. Bu oranın yüksek olması istenen bir durumdur (Okka, 2009, s. 112).  |
|                        | Faaliyet Karının Net Satışlara Oranı | İşletmenin yürütmüş olduğu temel faaliyetlerin hangi oranda kar getirdiğini ifade etmektedir (Yenisu, 2019, s. 32).   |
|                        | Satış Karlılığı Oranı                | İşletme net satışlarının hangi oranda net kara dönüştüğünü göstermektedir. (Okka, 2009, s. 112).  |

#### 4. Yöntem

Bu başlık altında araştırmanın evren ve örnekleme, veri toplama araçlarına ve verilerin analizine yer verilmiştir.

##### 4.1. Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Araştırmanın evrenini hızlı tüketim ürünleri sektöründe faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır. Örneklem olarak ise kek, kraker, makarna, bebek bisküvisi vb. ürünlerin üretimini yapan gerçek bir işletme seçilmiştir. İşletme yaklaşık olarak 50 yıldır faaliyetlerini sürdürmektedir. Araştırmanın tasarlandığı tarihte işletmenin en güncel verileri 2019 ve 2020 yıllarına ait bilançoları ve gelir tabloları olduğundan bu yıllara ait veriler analizde kullanılmıştır. Araştırmanın en önemli kısıtı veri setinin dönemine ilişkindir. İki yılı kapsayan veriler, iki yöntemin kıyaslanması adına daha fazla çıkarımda bulunmayı ve genelleme yapmayı mümkün kılmamaktadır. Diğer bir kısıt ise rasyo analizinde kullanılan oranlara ilişkindir. Bu kapsamda toplam 17 oran kullanılmıştır.

#### 4.2. Veri Toplama Araçları ve Veri Seti

Araştırmada ikincil tip veriler kullanılmıştır. Veriler, işletmenin finansal tablolarından derlenmiştir. İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarını kapsayan ve MSUGT'ye göre hazırlanmış bilançosunda yer alan bazı kalemler Tablo 2'de verilmiştir.

**Tablo 2.** X İşletmesinin 31.12.2019 ve 31.12.2020 Tarihli MSUGT'ye Göre Hazırlanmış Bilançolarından Bazı Kalemler

| Açıklama               | 2019       | 2020        |
|------------------------|------------|-------------|
| Dönen Varlıklar        | 90.232.144 | 146.504.960 |
| Hazır Değerler         | 5.649.049  | 2.447.003   |
| Ticari Alacaklar       | 7.826.107  | 30.530.930  |
| Stoklar                | 70.298.208 | 104.744.946 |
| Duran Varlıklar        | 9.001.587  | 17.981.717  |
| Kısa Vadeli Yabancı K. | 81.108.402 | 143.222.315 |
| Uzun Vadeli Yabancı K. | 0,00       | 1.532.500   |
| Öz Kaynaklar           | 18.125.330 | 19.731.863  |
| Sermaye                | 12.000.000 | 18.200.000  |
| Pasif Toplamı          | 99.233.732 | 164.486.678 |

**Not:** Kesirli sayılar göz ardı edilmiştir.

İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarına ait MSUGT'ye göre hazırlanmış gelir tablosunda yer alan bazı kalemler Tablo 3'te gösterilmiştir.

**Tablo 3.** X İşletmesinin 01.01.2019-31.12.2019 ve 01.01.2020-31.12.2020 Tarihli MSUGT'ye Göre Hazırlanmış Gelir Tablolarından Bazı Kalemler

| Açıklama                 | 2019        | 2020        |
|--------------------------|-------------|-------------|
| Brüt Satışlar            | 282.462.370 | 385.370.610 |
| Net Satışlar             | 279.408.645 | 382.223.213 |
| Satışların Maliyeti (-)  | 276.007.836 | 378.360.500 |
| Brüt Satış Karı / Zararı | 3.400.808   | 3.862.712   |
| Faaliyet Karı / Zararı   | 1.822.512   | 2.121.147   |
| Olağan Kar / Zarar       | 1.403.178   | 1.994.008   |
| Dönem Karı / Zararı      | 1.301.304   | 1.970.904   |
| Vergi (-)                | 308.704     | 439.943     |
| Dönem Net Karı / Zararı  | 992.599     | 1.530.961   |

İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarını kapsayan ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış bilançosunda yer alan bazı kalemler Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4.** X İşletmesinin 31.12.2019 ve 31.12.2020 Tarihli BOBİ FRS'ye Göre Hazırlanmış, Bağımsız Denetimden Geçmiş Bilançolarından Bazı Kalemler

| Açıklama                  | Bağımsız Denetimden Geçmiş 31.12.2019 | Bağımsız Denetimden Geçmiş 31.12.2020 |
|---------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| Toplam Varlıklar          | 98.490.751                            | 163.328.937                           |
| Nakit ve Nakit Benzerleri | 5.649.049                             | 2.447.003                             |
| Ticari Alacaklar          | 7.476.107                             | 29.865.267                            |
| Stoklar                   | 70.298.208                            | 104.744.946                           |
| Toplam Dönen Varlıklar    | 90.082.145                            | 146.226.497                           |
| Toplam Duran Varlıklar    | 8.408.606                             | 17.102.440                            |
| Toplam Kısa Vadeli Yüküm. | 81.108.402                            | 141.164.037                           |
| Toplam Uzun Vadeli Yüküm. | 198.927                               | 2.818.599                             |
| Ödenmiş Sermaye           | 12.000.000                            | 18.200.000                            |
| Toplam Öz Kaynaklar       | 17.183.423                            | 19.346.301                            |

İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarına ait BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış gelir tablosunda yer alan bazı kalemler Tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo 5.** X İşletmesinin 01.01.2019-31.12.2019 ve 01.01.2020-31.12.2020 Tarihli BOBİ FRS'ye Göre Hazırlanmış, Bağımsız Denetimden Geçmiş Gelir Tablolarından Bazı Kalemler

|                             | Bağımsız Denetimden<br>Geçmiş 31.12.2019 | Bağımsız Denetimden<br>Geçmiş 31.12.2020 |
|-----------------------------|--|--|
| Satış Hasılatı              | 279.408.645                              | 382.223.213                              |
| Satışların Maliyeti (-)     | 276.007.837                              | 378.360.501                              |
| Brüt Kar / Zarar            | 3.400.809                                | 3.862.712                                |
| Esas Faaliyet Karı / Zararı | 1.438.412                                | 2.690.539                                |
| Dönem Karı veya Zararı      | 1.197.327                                | 2.540.893                                |
| Vergi Giderleri (-)         | (308.705)                                | 439.944                                  |
| Dönem Net Karı veya Zararı  | 888.622                                  | 2.100.950                                |

### 4.3. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde rasyo yöntemi kullanılmıştır. Söz konusu yöntem, bilanço ve gelir tablosu kalemlerinin matematiksel olarak incelenmesi ile işletmenin mevcut durumuna ilişkin çıkarımlarda bulunmayı sağlamaktadır. Bu doğrultuda, çalışmada likidite oranlarının ve karlılık oranlarının tamamı, finansal yapı oranlarından 4'ü ve faaliyet oranlarından 6'sı kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan oranlar ve bu oranların hesaplanma biçimleri Tablo 6'da verilmiştir.

**Tablo 6.** Araştırmada Kullanılan Oranlar ve Hesaplama Yöntemleri

| Oranlar                | Hesaplama Yöntemi                    |   |
|------------------------|--------------------------------------|---|
| Likidite Oranları      | Cari Oran                            | Dönen Varlıklar / K.V.Y.K                               |
|                        | Likidite Oran                        | (Dönen Varlıklar – Stoklar) / K.V.Y.K                   |
|                        | Nakit Oran                           | (Hazır Değerler + Serbest Menkul Değerler) / K.V.Y.K    |
| Finansal Yapı Oranları | Borçlanma (Kaldıraç) Oranı           | (K.V.Y.K + U.V.Y.K) / Toplam Aktif                      |
|                        | Öz sağlamlık Oranı                   | Öz Kaynaklar / Toplam Aktif                             |
|                        | İmmobilizasyon Oranı                 | Duran Varlıklar / Öz Kaynaklar                          |
|                        | Borçlanma Katsayısı Oranı            | (K.V.Y.K + U.V.Y.K) / Öz Kaynaklar                      |
| Faaliyet Oranları      | Stok Devir Hızı                      | Satılan Ticari Mallar Maliyeti / Ortalama Ticari Mallar |
|                        | Alacak Devir Hızı                    | Net Satışlar / Ortalama Ticari Alacaklar                |
|                        | Net Çalışma Sermayesi Devir Hızı     | Net Satışlar / (Dönen Varlıklar – K.V.Y.K)              |
|                        | Aktif Devir Hızı                     | Net Satışlar / Toplam Aktif                             |
|                        | Duran Varlık Devir Hızı              | Net Satışlar / Maddi Duran Varlıklar                    |
|                        | Öz Kaynak Devir Hızı                 | Net Satışlar / Öz Kaynaklar                             |
| Karlılık Oranları      | Vergi Sonrası Karlılık Oranı         | Dönem Net Karı / Öz Kaynaklar                           |
|                        | Brüt Kar Oranı                       | Brüt Satış Karı / Net satışlar                          |
|                        | Faaliyet Karının Net Satışlara Oranı | Faaliyet Karı / Net satışlar                            |
|                        | Satış Karlılığı Oranı                | Dönem Net Karı / Net Satışlar                           |
|                        |                                      |   |

Tablo 6'da yer alan oranlar bakımından işletmenin MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tabloları arasında bir farklılık olup olmadığı analiz edilmiştir. Analize ilişkin sonuçlar sonraki bölümde gösterilmiş ve gerekli çıkarımlar yapılmıştır.

### 5. Bulgular

X işletmesinin 2019 yılı ve 2020 yılı finansal tablolarından hareketle elde edilen rasyo analizi sonuçları, oran grupları (likidite, finansal yapı, faaliyet, karlılık) bazında sırasıyla sunulmuştur. Tablo 7'de likidite oranları açısından MSUGT ve BOBİ FRS karşılaştırılmış ve her iki yıla ilişkin sonuçlar gösterilmiştir.

**Tablo 7.** MSUGT-BOBİ FRS Karşılaştırması-Likidite Oranları

| Oranlar       |          | 2019 yılı | 2020 yılı |
|---------------|----------|-----------|-----------|
| Cari Oran     | MSUGT    | 1,11      | 1,02      |
|               | BOBİ FRS | 1,11      | 1,03      |
| Likidite Oran | MSUGT    | 0,24      | 0,29      |
|               | BOBİ FRS | 0,24      | 0,29      |
| Nakit Oran    | MSUGT    | 0,069     | 0,017     |
|               | BOBİ FRS | 0,069     | 0,017     |

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre cari oranı 1,11'dir. İşletmenin 2019 yılı finansal tabloları incelendiğinde, MSUGT'ye göre hazırlanmış bilançonun toplam dönen varlıkları ile BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış bilançonun toplam dönen varlıkları arasında ciddi farklılık olmaması nedeniyle cari oran aynı hesaplanmıştır. Ayrıca, MSUGT'ye göre hazırlanmış bilançonun toplam kısa vadeli yabancı kaynakları ile BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış bilançonun toplam kısa vadeli yabancı kaynaklarının aynı olduğu görülmektedir. İşletmenin 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre cari oranı 1,02 iken, BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre cari oranı 1,03'tür. Dolayısıyla işletmenin her iki yıl için de MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tabloları arasında cari oran bakımından anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. İşletmenin Cari oranı hem 2019 hem de 2020 yılı için makul görülen 1,5 değerinin altındadır. Bu durum işletmenin ilgili yıllar itibarıyla kısa vadeli yükümlülüklerini yerine getirmede güçlükler yaşadığını göstermektedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre likidite oranı 0,24'tür. Likidite oranını hesaplamada kullanılan işletme hesap kalemlerinin tutarlarının hem MSUGT'ye hem de BOBİ FRS'ye göre aynı olduğu anlaşılmaktadır. İşletmenin 2020 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre likidite oranı 0,29'dur. Dolayısıyla işletmenin hem 2019 hem de 2020 yılı için MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tabloları arasında likidite oranı açısından anlamlı bir farklılık olmadığı belirlenmiştir. İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarında kısa vadeli yabancı kaynaklarına karşılık gelen dönen varlık miktarları oldukça düşüktür. Likidite oranı ilgili yıllarda, makul kabul edilen oranın yaklaşık olarak dörtte biri oranındadır.

Likidite oranlarının sonucusu olan nakit orana göre gerekli hesaplamalar ve analizler yapıldığında, işletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre nakit oranının 0,069 olduğu tespit edilmiştir. Her iki finansal tablo hazırlama yöntemine göre bu oran, makul olarak kabul edilen seviyenin altındadır. 2019 yılına ait MSUGT'ye göre hazırlanmış bilançonun nakit ve nakit benzerleri ile yine aynı yıla ait BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış bilançonun nakit ve nakit benzerleri aynı tutarlardan oluşmaktadır. İşletmenin 2020 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre nakit oranı 0,017'dir. Dolayısıyla 2020 yılındaki benzer bu sonuç ile birlikte bu durum, işletmenin likidite oranlarına ilişkin olarak yapılan üç oran analizinde de MSUGT'ye ve BOBİ FRS arasında anlamlı farklılıklar olmadığını ortaya koymaktadır. Son olarak, işletmenin nakit oranı da tıpkı cari ve likidite oranının da olduğu gibi yeterli kabul edilen seviyenin altındadır. İşletmenin ilgili iki yıldaki nakit oranı oldukça düşük olmakla birlikte 2020 yılındaki nakit oranının daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu durum, işletmenin kısa vadeli borçlarını hazır değerleri ile karşılama zor olduğunu ortaya koymaktadır. Genel olarak likidite oranlarına (cari oran, likidite oranı, nakit oran) ilişkin sonuçlara bakıldığında, işletmede önemli görülebilecek düzeyde bir likidite sorununun olduğu görülmektedir. Ayrıca, işletme dönen varlıklarının kısa vadeli yükümlülükleri yerine getirme noktasında yetersiz olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 8.** MSUGT-BOBİ FRS Karşılaştırması-Finansal Yapı Oranları

| Oranlar                    |          | 2019 yılı | 2020 yılı |
|----------------------------|----------|-----------|-----------|
| Borçlanma (Kaldıraç) Oranı | MSUGT    | 0,81      | 0,88      |
|                            | BOBİ FRS | 0,82      | 0,88      |
| Öz Sağlamlık Oranı         | MSUGT    | 0,18      | 0,12      |
|                            | BOBİ FRS | 0,17      | 0,12      |
| İmmobilizasyon Oranı       | MSUGT    | 0,49      | 0,91      |
|                            | BOBİ FRS | 0,49      | 0,88      |
| Borçlanma Katsayısı Oranı  | MSUGT    | 4,47      | 7,33      |
|                            | BOBİ FRS | 4,73      | 7,44      |

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre borçlanma (kaldıraç) oranı 0,81 iken BOBİ FRS'ye göre bu oran 0,82'dir. İlgili yılda her iki finansal tabloya göre hazırlanmış borçlanma oranının değişmediği tespit edilmiştir. İşletmenin 2020 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre borçlanma oranı ise 0,88'dir. Bu durum, hem yıllar hem de farklı yöntemlere göre hazırlanmış finansal tablolarda yer alan kısa ve uzun vadeli yükümlülükler ve toplam aktifler bakımından aynı tutarların mali tablolarda yer aldığını ortaya koymaktadır. İşletmenin kaldıraç



oranları, hem 2019 yılı hem de 2020 yılı için 0,50'nin üzerindedir. Bu durum, işletme mevcut varlıklarının yüksek oranda yabancı kaynaklar ile finanse edildiğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu durum, ortakların karlılığını artırırken yeni borçlanmalarda sorunlar yaşanabileceğini göstermektedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre öz sağlamlık oranı 0,18 iken BOBİ FRS'ye göre bu oran 0,17'dir. 2020 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre öz sağlamlık oranı ise 0,12'dir. Hem 2019 hem de 2020 yılında MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hesaplanan öz sağlamlık oranı bakımından bir farklılık olmadığı görülmektedir. İşletmenin 2019 yılı ve 2020 yılı için öz sağlamlık oranları oldukça düşüktür. Bu durum, kaldıraç oranı sonucunu desteklemekle birlikte işletmenin varlıklarını öz kaynaklar ile finanse etme oranının oldukça düşük olduğunu ifade etmektedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre immobilizasyon oranı 0,49'dur. 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre immobilizasyon oranı 0,91 olup, bu oran BOBİ FRS'ye göre ise 0,88'dir. İki finansal tablo arasında immobilizasyon oranı açısından küçük bir farklılık olduğu anlaşılmaktadır. Her iki finansal tabloda duran varlıklar kalemine ilişkin önemli farklılığın meydana geldiği görülmektedir. İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarına ait immobilizasyon oranları incelendiğinde, işletmenin duran varlıklarının neredeyse tamamının her iki yılda da öz kaynakları ile finanse edildiği anlaşılmaktadır. İşletmeler için arzu edilen bu durum, şu ana dek incelenen oranlar içerisinde işletme adına en pozitif durumu ifade etmektedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre borçlanma katsayısı oranı 4,47 iken BOBİ FRS'ye göre bu oran 4,73'tür. İşletmenin 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre borçlanma katsayısı oranı 7,33 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 7,44'tür. 2019 yılı için hesaplanan borçlanma katsayısı oranı makul seviyede iken 2020 yılı için hesaplanan oran makul seviyenin üzerindedir. 2019 yılı için işletme varlıklarının önemli bir kısmının öz kaynaklar ile 2020 yılında ise işletme varlıklarının büyük bir bölümünün borçla finanse edildiği anlaşılmaktadır. Her iki yıl için de BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolardaki oranın daha yüksek olduğu görülmektedir. İşletmenin hem 2019 yılı hem de 2020 yılı için hesaplanan borçlanma katsayısı oranı oldukça yüksektir. Makul kabul edilen seviyeden oldukça yüksek olan bu oran, işletme öz kaynaklarının 2019 yılında 4,5 katı, 2020 yılında ise 7,5 katı oranında yabancı kaynak kullanıldığını göstermektedir.

İşletmenin 2019 yılı ve 2020 yılı finansal tabloları, finansal yapı oranları bakımından incelendiğinde MSUGT'ye göre hazırlanmış bilançonun duran varlıkları, toplam kısa vadeli yabancı kaynakları, toplam uzun vadeli yabancı kaynakları, öz kaynakları ve toplam aktifleri arasında büyük farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, finansal yapı oranlarına ilişkin olarak yapılan dört oran analizinin üçünde MSUGT ve BOBİ FRS arasında anlamlı farklılıklar olmadığı, sadece borçlanma katsayısı oranı bakımından farklılık olduğu görülmüştür.

**Tablo 9.** MSUGT-BOBİ FRS Karşılaştırması-Faaliyet Oranları

| Oranlar                          |          | 2019 yılı | 2020 yılı |
|----------------------------------|----------|-----------|-----------|
| Stok Devir Hızı                  | MSUGT    | 3,92      | 3,61      |
|                                  | BOBİ FRS | 3,92      | 3,61      |
| Alacak Devir Hızı                | MSUGT    | 35,70     | 12,62     |
|                                  | BOBİ FRS | 37,37     | 12,80     |
| Net Çalışma Sermayesi Devir Hızı | MSUGT    | 30,62     | 117,39    |
|                                  | BOBİ FRS | 31,13     | 75,50     |
| Aktif Devir Hızı                 | MSUGT    | 2,81      | 2,34      |
|                                  | BOBİ FRS | 2,83      | 2,34      |
| Duran Varlık Devir Hızı          | MSUGT    | 31,04     | 21,43     |
|                                  | BOBİ FRS | 33,23     | 22,35     |
| Öz Kaynak Devir Hızı             | MSUGT    | 15,41     | 19,53     |
|                                  | BOBİ FRS | 16,26     | 19,75     |

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre stok devir hızı oranı 3,92'dir. Yine işletmenin 2020 yılı stok devir hızı oranları 3,61 olup değişmemiştir. MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarda satılan ticari malların maliyeti ve ortalama ticari

mallar bakımından hesaplanan tutarların aynı olduğu görülmektedir. İşletmenin hem 2019 hem de 2020 yılında stoklarını yıl içerisinde yaklaşık olarak 4 kez yenilediği görülmektedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre alacak devir hızı oranı 35,70 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 37,37'dir. 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre alacak devir hızı oranı 12,62 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 12,80'dir. BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarda alacak devir hızı oranının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. İşletmenin 2019 yılında alacaklarını tahsil etme kabiliyeti 2020 yılına kıyasla daha yüksektir. 2020 yılı için hesaplanan oranın yeterli olduğu düşünülmektedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre net çalışma sermayesi devir hızı oranı 30,62 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 31,13'dür. 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre net çalışma sermayesi devir hızı oranı 117,39 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 75,50'dir. 2020 yılı için her iki finansal tabloya göre hesaplanan oranlarda önemli ölçüde farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu farklılığın temel nedeni net satışlar ve kısa vadeli yabancı kaynaklara ilişkin yapılan hesaplamaların farklı olmasıdır. İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarında sermayesini etkin ve verimli kullandığı anlaşılmaktadır.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre aktif devir hızı oranı 2,81 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 2,83'dür. 2020 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre aktif devir hızı oranı 2,34 olup değişmemektedir. Dolayısıyla net satışlar ve toplam aktifler hesap kalemlerinin tutarlarının ilgili yıllarda benzer oranlarda arttığı veya azaldığı sonucuna varılabilmektedir. İşletmenin 2019 ve 2020 yıllarında hesaplanan aktif devir hızı oranları işletme varlıklarının etkin kullanılmadığını ve işletme sermayesinin yoğunluğunun düşük olduğunu göstermektedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre duran varlık devir hızı oranı 31,04 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 33,23'dür. 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre duran varlık devir hızı oranı 21,43 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 22,35'dir. BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarda bu oran bakımından elde edilen sonuçların daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. İşletmenin ilgili yıllarda duran varlıklarını verimli kullandığı görülmektedir. immobilizasyon oranı sonucunu destekler nitelikteki bu sonuç, işletmenin duran varlıklarını iyi yönettiğini ve etkin bir biçimde finanse ettiğini ortaya koymaktadır.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre öz kaynak devir hızı oranı 15,41 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 16,26'dır. 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre öz kaynak devir hızı oranı 19,53 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 19,75'dir. Her iki yıl için de MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanan mali tablolar bakımından küçük farkların olduğu anlaşılmaktadır. İşletmenin ilgili yıllar için hesaplanan öz kaynak devir hızı oranları, işletmenin öz kaynaklarını etkin ve verimli kullandığını ortaya koymaktadır.

İşletmenin faaliyet oranları incelendiğinde, BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarda faaliyet oranlarının 2019 yılı için hesaplanan stok devir hızı hariç diğer tüm oranlar bakımından daha yüksek olduğu görülmektedir. 2020 yılına ilişkin genel değerlendirmede ise net çalışma sermayesi devir hızının BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarda oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca 2020 yılı için BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolardaki alacak devir hızı, duran varlık devir hızı ve öz kaynak devir hızı oranlarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

**Tablo 10.** MSUGT-BOBİ FRS Karşılaştırması-Karlılık Oranları

| Oranlar                              |          | 2019 yılı | 2020 yılı |
|--------------------------------------|----------|-----------|-----------|
| Vergi Sonrası Karlılık Oranı         | MSUGT    | 0,054     | 0,077     |
|                                      | BOBİ FRS | 0,051     | 0,108     |
| Brüt Kar Oranı                       | MSUGT    | 0,012     | 0,010     |
|                                      | BOBİ FRS | 0,012     | 0,010     |
| Faaliyet Karının Net Satışlara Oranı | MSUGT    | 0,006     | 0,005     |
|                                      | BOBİ FRS | 0,005     | 0,007     |
| Satış Karlılığı Oranı                | MSUGT    | 0,003     | 0,004     |
|                                      | BOBİ FRS | 0,003     | 0,005     |

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre vergi sonrası karlılık oranı 0,054'tür. BOBİ FRS'ye göre bu oran 0,051'dir. 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre vergi sonrası karlılık oran 0,077 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 0,108'dir. Özellikle 2020 yılı için MSUGT ile BOBİ FRS arasında elde edilen sonuçlar bakımından önemli farklar olduğu görülmektedir. İşletmenin 2019 yılında 1 liralık öz sermayesinin %5 oranında getirisinin olduğu anlaşılmaktadır. 2020 yılında ise getiri yüzdesi MSUGT için %7 iken BOBİ FRS için %10'dur.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre brüt kar oranı aynıdır (0,012). Benzer şekilde işletmenin 2020 yılı brüt kar oranı da hem MSUGT hem de BOBİ FRS'ye göre aynıdır (0,010). Likidite oranı, nakit oran, stok devir hızı ve brüt kar oranı MSUGT ve BOBİ FRS'ye göre hem 2019 hem de 2020 yıllarında kendi içerisinde aynı hesaplanan oranlardır. İşletme net satışlarının hem 2019 yılı hem de 2020 yılı için brüt kara dönüşme oranları oldukça düşüktür (%1 seviyesinde).

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre faaliyet karının net satışlara oranı 0,006 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 0,005'dir. 2020 yılı MSUGT'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre faaliyet karının net satışlara oranı 0,005 olup BOBİ FRS'ye göre ise bu oran 0,007'dir. Her iki finansal tabloda özellikle faaliyet karına ilişkin verilerin farklılık arz ettiği görülmekte iken net satış tutarlarının hem MSUGT hem de BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış olunan finansal tablolarda birbirine yakın olduğu anlaşılmaktadır. İşletmenin ilgili yıllardaki temel faaliyetlerinin kara dönüşme oranları %1'in altında olup oldukça düşüktür.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolarına göre satış karlılığı oranı aynıdır (0,003). 2020 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolara göre satış karlılığı oranı farklılık göstermektedir. Bu oranlar sırasıyla 0,004 ve 0,005'tir. İşletmenin ilgili yıllar için hesaplanan satış karlılığı oranları dikkate alındığında, her iki yıl için de net satışların net kara dönüşme oranlarının oldukça düşük olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle, işletmenin 1 liralık bir satışından elde ettiği net karı %1'in altındadır. Genel olarak bakıldığında, işletmenin net satışlarının net kara ve brüt kara etkisi ve işletme temel faaliyetlerinin kara etkisi oldukça düşük seviyededir. Karlılık oranları içerisinde işletmenin sadece vergi sonrası karlılık oranı makul düzeydedir.

İşletmenin 2019 yılı MSUGT'ye ve BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tabloları incelendiğinde, faaliyet karı ve dönem net karının MSUGT'ye göre hazırlanmış gelir tablosunda daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, bu oranların sonuçları, BOBİ FRS'ye göre düzenlenen finansal tablolarda genel olarak daha düşüktür. BOBİ FRS'ye göre yapılan düzeltmelerin, işletmenin net karını düşürdüğünü ifade etmek yanlış olmayacaktır.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada gerçek bir işletmenin MSUGT'ye göre düzenlenmiş olan 2019 ve 2020 yılları bilançoları ve gelir tabloları ile aynı işletmenin 2019 ve 2020 yılları BOBİ FRS'ye göre uygun hazırlanmış ve bağımsız denetimden geçmiş finansal durum tabloları rasyo yöntemi ile analiz edilmiş ve BOBİ FRS'nin finansal analiz sonuçlarına etkileri incelenmiştir. İşletmenin finansal tabloları incelendiğinde, 2019 yılından 2020 yılına geçildiğinde büyüme ve faaliyet hacminin artmasıyla birlikte neredeyse tüm hesap kalemlerinde (hazır değerler hariç) artışlar meydana geldiği görülmektedir. Ayrıca, işletmenin sermaye artırımına gittiği görülmektedir. Hesap kalemlerinde yaşanan bu değişimlerin, oran analizi sonuçlarını etkilemesi olasıdır.

Likidite oranlarına ilişkin yapılan analiz sonucunda, cari oran, likidite oranı ve nakit oran bakımından hem 2019 hem de 2020 yılı için MSUGT ve BOBİ FRS arasında bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. İşletmenin ilgili yıllar itibarıyla kısa vadeli yükümlülüklerini yerine getirmede güçlükler yaşadığı, kısa vadeli yabancı kaynaklarına karşılık gelen dönen varlık miktarlarının oldukça düşük olduğu ve işletmenin kısa vadeli borçlarını hazır değerleri ile karşılamaının mümkün olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla, işletmede önemli görülebilecek düzeyde bir likidite sorununun olduğu anlaşılmaktadır. Finansal yapı oranlarına ilişkin yapılan analiz sonucunda, kaldıraç oranı, öz sağlamlık oranı ve immobilizasyon oranı bakımından 2019 yılı ve 2020 yılı için MSUGT ve BOBİ FRS arasında bir farklılık olmadığı anlaşılmaktadır. Finansal yapı oranlarından sadece borçlanma katsayısı oranı bakımından MSUGT ve BOBİ FRS arasında bir farklılığın olduğu görülmektedir. Ayrıca, işletme mevcut varlıklarının yüksek oranda yabancı kaynaklar ile finanse edildiği, varlıkları öz kaynaklar ile finanse etme oranının oldukça düşük olduğu, duran varlıklarının

neredeysse tamamının öz kaynaklar ile finanse edildiği ve öz kaynakların 2019 yılında 4,5 katı, 2020 yılında ise 7,5 katı oranında yabancı kaynak kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda, ilgili işletmeye yabancı kaynak kullanımını azaltması bunun yerine öz kaynak finansmanına ağırlık vermesi ve likiditesi yüksek varlıklara daha fazla yönelmesi önerilmektedir.

Faaliyet oranlarına ilişkin yapılan analiz sonucunda, stok devir hızı oranı hariç diğer tüm oranlarda küçük de olsa farklılıklar olduğu görülmektedir. Özellikle 2020 yılına ilişkin hesaplanan net çalışma sermayesi devir hızı için MSUGT ve BOBİ FRS arasında oldukça büyük fark olduğu ve BOBİ FRS'de bu oranın daha düşük hesaplandığı anlaşılmaktadır. Çalışmada incelenen tüm oranlar dikkate alındığında, MSUGT ve BOBİ FRS arasında en büyük farklılığın olduğu oran, net çalışma sermayesi devir hızı oranıdır. Bununla birlikte işletmenin ilgili yıllarda stoklarını yıl içerisinde yaklaşık olarak 4 defa yenilediği, alacaklarını tahsil etme kabiliyetinin 2019 yılında daha iyi olduğu ve ilgili yıllarda sermayesini etkin ve verimli kullandığı anlaşılmaktadır. Ayrıca işletme varlıklarının etkin kullanılmadığı ve işletme sermayesinin yoğunluğunun düşük olduğu, işletmenin duran varlıklarını ve öz kaynaklarını iyi yönettiği ve etkin bir biçimde finanse ettiği görülmektedir. Karlılık oranlarına ilişkin yapılan analiz sonucunda, 2020 yılına ilişkin hesaplanan vergi sonrası karlılık oranı dışında diğer oranlarda MSUGT ve BOBİ FRS arasında farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Vergi sonrası karlılık oranında ise her iki finansal tablo hazırlama ilkesi arasında %3 oranında bir farklılık olduğu ve BOBİ FRS'de bu oranın daha yüksek olduğu görülmüştür. Bununla birlikte işletmenin net satışlarının brüt kara ve net kara, işletme ana faaliyetlerinin kara etkisinin çok düşük düzeylerde olduğu belirlenmiştir. İşletme öz kaynaklarının kara etkisinin nispeten daha yüksek olduğu ve 2019 yılında 1 liralık öz sermayenin hem MSUGT hem de BOBİ FRS için %5, 2020 yılında ise 1 liralık öz sermayenin MSUGT için %7, BOBİ FRS için %10 oranında kar getirdiği anlaşılmıştır. Bu sonuçlar doğrultusunda, ilgili işletmeye net satışlarının ve işletme ana faaliyetlerinin kara etkisinin neden düşük olduğunu araştırması ve dönen varlıkları etkin kullanabilmenin yollarını araması önerilmektedir.

Araştırmanın sonuçları literatürdeki benzer çalışmaların sonuçları ile kısmen örtüşmektedir. Örneğin; Ataman vd. (2018) Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne göre hazırlanan temel finansal tabloları düzeltme kayıtları yaparak, BOBİ FRS'ye uygun hale getirmişler ve oran analizi yapmışlardır. Ancak bu çalışmada işletmenin bağımsız denetimden geçmiş BOBİ FRS'ye göre hazırlanmış finansal tablolar kullanılmıştır. Söz konusu çalışmada likidite oranları yönünden küçük farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Ancak bu çalışmada likidite oranları açısından farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bunun nedeni işletmenin MSUGT'ye göre hazırlanan finansal tablolar ile BOBİ FRS'ye göre hazırlanan finansal tablolardaki dönen varlıklar ve kısa vadeli yabancı kaynaklar gibi hesap kalemlerinin değişmemesidir. Borçlanma katsayısı oranı Ataman vd. (2018)'i desteklemektedir. Söz konusu çalışmada ve bu çalışmada borçlanma katsayısı oranı BOBİ FRS'ye göre hazırlanan finansal tablolara göre yapılan analizde MSUGT'ye göre daha yüksek çıkmıştır. Bu çalışmada faaliyet oranları bakımından bulan sonuçlar da Ataman vd. (2018) ile tespit edilen sonuçları desteklemektedir. Hem bu çalışmada hem de Ataman vd. (2018)'de BOBİ FRS'ye göre hazırlanan finansal tablolara göre yapılan analizde faaliyet oranları MSUGT'ye göre daha yüksek çıkmıştır. Ayrıca karlılık oranları sonuçları da Ataman vd. (2018) çalışmaları ile örtüşmektedir.

İşletme finansal tablolarına ilişkin yapılan analizler, 2019 ve 2020 yıllarına ait veriler ile sınırlıdır. Daha fazla dönem dikkate alınarak daha tutarlı sonuçların elde edilmesi mümkün olabilecektir. Araştırma, sadece hızlı tüketim ürünleri sektöründe faaliyet gösteren gerçek bir işletme odağında yapılmıştır. Dolayısıyla farklı sektörlerde faaliyet gösteren veya aynı sektörde faaliyet gösteren birden fazla firmaya yönelik analizler daha güvenilir ve genellenebilir sonuçlar elde edilmesini mümkün kılacaktır. Çalışmada yapılan oran analizinde, finansal yapı oranlarından 4'ü ve faaliyet oranlarından 6'sı kullanılmıştır. Sonraki çalışmalarda, araştırmacılar finansal yapı ve faaliyet oranlarının tümünü analize dâhil edebilirler.

## 7. Extended Abstract

As business methods change around the world, accounting standards that enable the presentation and disclosure of information about the activities and current status of businesses also change. These standards reveal the quality of financial reporting activities of enterprises and are widely used, although they vary around the world. Although accounting standards are one of the important determinants of financial reporting quality, they differ between countries. The prevailing view is that such differences

reduce the quality and relevance of accounting information. Advocates of harmonized international standards argue that when all firms follow the same accounting standards, firms' external financial reports will provide investors with more uniform disclosures and more useful accounting information. In Turkey, the obligation to implement the Financial Reporting Standard for Large and Medium-Sized Enterprises was introduced in 2017. LME FRS has started to be implemented by businesses that are subject to independent auditing and do not apply TFRS since 2018. LME FRS aims to prepare financial statements that reflect the facts, are suitable for meeting the financial information needs of the stakeholders, and are comparable. The implementation framework of LME FRS has been determined as the financial reporting to be applied by businesses that do not apply "Turkish Financial Reporting Standards (TFRS)". LME FRS is compatible with international reporting standards applied around the world and consists of 27 sections. While the effect of LME FRS on medium-sized enterprises was generally within the scope of cost-based financial reporting, its effect on large enterprises was within the scope of introducing additional obligations. This situation has brought along the fact that businesses prepare financial statements according to the new standard and convey clear and accurate information to stakeholders who need financial information. Accordingly, this study, it is aimed to determine the differences between the financial statements prepared by the General Communiqué on Accounting System Application and LME FRS and to determine the effect of the financial statements prepared according to both applications on financial analysis. The balance sheets and income statements of a real business for the years 2019 and 2020, which were prepared by General Communiqué on Accounting System Application, and the financial statements of the same business for the years 2019 and 2020, prepared by LME FRS and independently audited, were analyzed using the ratio method, and the effects of LME FRS on the financial analysis results were examined. The financial ratio is the relationship between two numbers taken from the organization's balance sheet, operating statement and related records. The main motivation for analyzing financial ratios is to control for the effects of size differences that arise between organizations over time. Comparing an institution's ratio with that of similar institutions or with national averages reveals information about the firm's financial position in relative terms. The same ratio displayed over several accounting periods allows the manager to identify areas of improvement or deterioration. As a result, it has been determined that there is no difference between GCASA and LME FRS regarding liquidity ratios, only a difference between GCASA and LME FRS in terms of loan coefficient ratio among financial structure ratios. Considering all the ratios examined in the study, the biggest difference between GCASA and LME FRS emerged in the ratio of networking capital turnover. In addition, it has been determined that there is a 3% difference between GCASA and LME FRS in the after-tax profitability rate, and this rate is higher in LME FRS. In line with these results, it is recommended to investigate why the net sales to the relevant business and the profit impact of the main business activities are low and to look for ways to use current assets effectively. The analyzes of the financial statements of the enterprises are limited to the data for the years 2019 and 2020. In the ratio analysis made in the study, 4 of the financial structure ratios and 6 of the activity ratios were used. In further studies, researchers can use multi-year data of the enterprise (2018, 2019, 2020, 2021, etc.) and include all financial structure and activity ratios in the analysis.

**Keywords:** GCASA, LME FRS, Ratio Analysis, Accounting Standards.

#### Kaynakça

- Aktaş Mozeikçi, A., & Tüter Şahinoğlu, K. (2018). BOBİ FRS'nin Getirdiği Değişikliklerin Uygulayıcılar Tarafından Algılanma Düzeyi: Kırklareli İlinde Bir Araştırma. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 38-49.
- Alkan, B. Ş. (2019). Türkiye Muhasebe ve Raporlama Standartlarının Finansal Analize Etkisi. *The Journal of Social Science*, 3(5), 61-79.
- Alkan, G. İ., & Doğan, O. (2012). Uluslararası Finansal Raporlama Standartları'nın Finansal Rasyolara Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri: İMKB'de Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (54), 87-100.

- Alper, A., & Biçer, E. B. (2017). Kamu Hastanelerinde Finansal Performansın Oran Analizi İle Ölçülmesi: Bir Kamu Hastanesi Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(2), 337-357.
- Ataman, B., & Altuk Özden, E. (2009). Tek Düzen Hesap Planına Göre Hazırlanan Finansal Tabloların UFRS'ye Uyarlanması ve Rasyo Yöntemi ile Analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (44), 59-73.
- Ataman, B., & Cavlak, H. (2017). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) ile Tam Set Türkiye Muhasebe ve Türkiye Finansal Raporlama Standartlarının (TMS/TFRS) Karşılaştırılması. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(3), 153-168.
- Ataman, B., Gökçen, G., & Cavlak, H. (2018). Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği'ne (MSUGT'ye) Göre Hazırlanan Finansal Tabloların Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı'na (Bobi Frs'ye) Uyarlanması ve Rasyo Yöntemi İle Analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 458-477.
- Ayanoğlu, Y., & Yılmaz, A. (2016). TFRS'ye Uyumlu Finansal Tablolara Geçiş ve Oran Analizine Etkisi, Maden Sektörü Örneği. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(2), 41-66.
- Balcı, B. R. (2012). TFRS'lerin Oran Analizine Etkileri. *Journal of Yaşar University*, 7(28), 4687-4707.
- Buchman, T., Harris, P., & Liu, M. (2016). GAAP vs. IFRS Treatment of Leases and the Impact on Financial Ratios. *Review of Business & Finance Studies*, 7(1), 93-104.
- Canakcioglu, M. (2018). Vergi Usul Kanunu Ve Türkiye Muhasebe Standartları Kapsamında Maddi Duran Varlıklarda Amortisman Uygulamaları. *PressAcademia Procedia*, 7(1), 72-80.
- Chabotar, K. J. (1989). Financial ratio analysis comes to nonprofits. *The Journal of Higher Education*, 60(2), 188-208.
- Çatıkkaş, Ö., Esen, M. Ö., & Şuekinci, C. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı BOBİ FRS ve Yıllara Yaygın İnşaat Muhasebesi Uygulama Örneği. *Sayıştay Dergisi*, (108), 191-209.
- Dabbağoğlu, K., & Dursun, G. D. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) ve Vergi Usul Kanunu (VUK) Kapsamında Ticari Mal Maliyeti. *Izmir Democracy University Social Sciences Journal*, 1(2), 31-43.
- Dinç, E., & Atasel, O. Y. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) Kapsamında Riskten Korunma Muhasebesi Ve Korunma Yedeği. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences*, 23(4), 1185-1204.
- Ding, Y., Hope, O. K., Jeanjean, T., & Stolowy, H. (2007). Differences between domestic accounting standards and IAS: Measurement, determinants and implications. *Journal of Accounting and Public Policy*, 26(1), 1-38.
- Doğan, A. (2017). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı ile TMS/TFRS Karşılaştırması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(4), 770-786.
- Doğan, A. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı ile VUK/MSUGT Karşılaştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (80), 115-132.
- Gökçen, G. (2017). Üniversitemizde Okutulan Muhasebe Derslerinin İçeriklerinin, TFRS ve BOBİ FRS'lerdeki Gelişmeler Doğrultusunda Yeniden Ele Alınması. *Muhasebe Finans Ve Denetimde Güncel Konular Kongresi*. Edirne.
- Gökçen, G., & Öztürk, E. (2017). Tam Maliyet ve Normal Maliyet Yöntemlerinin UFRS (TFRS) ve BOBİ FRS'deki Düzenlemeler Çerçevesinde İncelenmesi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 105-114.
- Gökçen, G., Öztürk, E., & Güleç, Ö. F. (2018). BOBİ FRS ve TFRS'nin Finansal Raporlara Etkileri Açısından Karşılaştırılması. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 437-457.
- Gönen, S. (2019). Satışların Maliyetinin BOBİ FRS Açısından Değerlendirilmesine İlişkin Örnek Olay Çalışması. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 12-22.
- Gücenme Gençoğlu, Ü. (2017). Temel Konularda BOBİ FRS ve TMS/TFRS Karşılaştırması. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(76), 1-24.

Gücenme Gençoğlu, Ü., & İşseveroğlu, G. (2018). Türkiye'de Vergi Düzenlemeleri ve Muhasebe Standartları Açısından İnşaat Taahhüt İşletmelerinde Finansal Raporlama. *International Journal of Social Inquiry*, 11(2), 135-151.

Haralayya, B. (2021). Ratio Analysis at NSSK, Bidar. *Iconic Research And Engineering Journals*, 4(12), 170-182.

Harris, P., Stahlin, W., Arnold, L. W., & Kinkela, K. (2013). GAAP vs IFRS Treatment of Leases and the Impact on Financial Ratios. *Review of Business & Finance Studies*, 4(2), 97-106.

KGK. (2017, Eylül 9). *Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS)*. [http://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/5151/Bu%CC%88yu%CC%88k-ve-Orta-Boy-I%CC%87s%CC%A7letmeler-I%CC%87c%CC%A7in-Finansal-Raporlama-Standard%C4%B1-\(BOBİ%CC%87-FRS\)](http://www.kgk.gov.tr/DynamicContentDetail/5151/Bu%CC%88yu%CC%88k-ve-Orta-Boy-I%CC%87s%CC%A7letmeler-I%CC%87c%CC%A7in-Finansal-Raporlama-Standard%C4%B1-(BOBİ%CC%87-FRS) adresinden alındı) adresinden alındı

Kırkık, Ş., Coşkun, S., & Coşkun, S. (2019). BOBİ FRS'nin Muhasebe Mesleğine Etkisinin SMMM'lerin Bakış Açuları Doğrultusunda Değerlendirilmesi: Manisa İlinde Bir Uygulama. *Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 58-79.

Kıymetli Şen, İ., & Karagül, A. A. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardına Göre Ortak Kontrole Tabi İş Birleşmelerinin Raporlanmasında Kullanılacak Hakların Birleşmesi Yöntemi ve Bir Uygulama. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 169-187.

Kıymetli Şen, İ., & Özbirecikli, M. (2018). BOBİ FRS'nin Muhasebe Uygulamalarına Getirdiği Değişiklikler: BOBİ FRS, TMS/TFRS ve Mevcut Muhasebe Sistemi Çerçevesinde Bir İnceleme. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 462-484.

Kubickova, D., & Jindrichovska, I. (2012). Impact of IFRS adoption on key financial ratios: Comparison of selected European Countries. *International Conference on Business Excellence*. Brasov.

Lantto, A. M., & Sahlström, P. (2009). Impact of International Financial Reporting Standard adoption on key financial ratios. *Accounting & Finance*, 49(2), 341-361.

Malíková, O., & Brabec, Z. (2012). The influence of a different accounting system on informative value of selected financial ratios. *Technological and Economic Development of Economy*, 18(1), 149-163.

Okka, O. (2009). *Analitik Finansal Yönetim*. Nobel Yayın Dağıtım.

Outa, E. R. (2011). The Impact of International Financial Reporting Standards (IFRS) Adoption on The Accounting Quality of Listed Companies In Kenya. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 1(1), 212-255.

Öztürk, C. (2018). Yerel Finansal Raporlama Çerçevesi ve Büyük ve Orta Boy İşletmeler için Finansal Raporlama Standardı: Bir Literatür İncelemesi (2016-2017). *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 763-781.

Öztürk, E. (2017). Finansal Varlıkların Ölçme ve Muhasebeleştirme Esaslarının Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı ve Türkiye Finansal Raporlama Standartları Açısından Karşılaştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(3), 594-617.

Öztürk, M. S., & Çarıkcı, O. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardının Muhasebe Meslek Mensupları Üzerinde Algı Düzeyinin Araştırılması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(3), 568-582.

Preiato, J., Brown, P., & Tarca, A. (2015). A comparison of between-country measures of legal setting and enforcement of accounting standards. *Journal of Business Finance & Accounting*, 42(1-2), 1-50.

Rahman, A. A. (2017). The relationship between solvency ratios and profitability ratios: Analytical study in food industrial companies listed in Amman Bursa. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(2), 86-93.

Rutkowska-Ziarko, A. (2015). The Influence of Profitability Ratios and Company Size on Profitability and Investment Risk in the Capital Market. *Folia Oeconomica Stetinensia*, 15(1), 151-161.

Sabancı, B. (2019). Yatırım Amaçlı Gayrimenkullerin Ölçüm ve Muhasebe Esaslarının Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı ve Tekdüzen Muhasebe Sistemi Açısından Karşılaştırılması. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 12(1), 1-26.

Sakarya, Ş., Yazgan, K. F., & Yıldırım, H. H. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS)'nin Muhasebe Meslek Mensupları Tarafından Bilinirliğinin ve Farkındalığının Tespiti: Balıkesir İli Örneği. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, 699-724.

Sawani, A. (2009). The changing accounting environment: international accounting standards and US implementation. *Journal of Finance and Accountancy*, 1, 1-9.

Selvi, Y., & Ercan, M. (2018). BOBİ FRS Kapsamında “Stoklar”. *Muhasebe Enstitüsü Dergisi*, 16(59), 47-57.

Stergios, A., Athanasios, V., & Nikolaos, D. (2005). Financial statement effects of adopting international accounting standards: the case of Greece. *Journal of Accounting Research*, 5.

Tayyar, N., & Gökakın, E. (2018). BİST Gelişen İşletmeler Piyasasına Dâhil Şirketlerin Finansal Performanslarının ÇKKV Yöntemleri İle Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(65), 62-78.

Tunçez, H. A. (2018). Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) ile Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) Arasındaki Temel Farklılıklar. *Journal of International Social Research*, 11(61), 1018-1024.

Tüm, K. (2018). Raporlama Döneminden Sonraki Olayların Bağımsız Denetim Standartları (BDS 560) ve Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı (BOBİ FRS) Kapsamında İncelenmesi. *Journal of Politics Economy and Management*, 1(1), 49-61.

Yalçın, S. (2019). Türkiye Finansal Raporlama Standartları, Büyük ve Orta Boy İşletmeler İçin Finansal Raporlama Standardı ve Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliğlerinde Stoklar: Muhasebeleştirme, Değerleme, Sunum ve Açıklamalar. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (60), 202-222.

Yelgen, E., & Uyar, S. (2018). BOBİ FRS Açısından Maddi Duran Varlıkların Muhasebeleştirilmesi. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, (Special Issue), 98-109.

Yenigün, T., & Aydemir, O. (2015). TMS/TFRS Uygulamalarının Oran Analizine Muhtemel Etkileri. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (65), 63-80.

Yenisu, E. (2019). Finansal Tabloların Oran Analizi İle İncelenmesi: Adese Örneği. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3(1), 19-45.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**


Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



## Hasta ve Hekim İletişimi: Özel Hastane Örneği

Şerife GÜZEL\*   
Hilal AKMAN DÖMBEKÇİ\*\*   
Ayşe ARI\*\*\* 

### ÖZ

İnsan hayatının her yerinde önemli olan iletişim kavramı, sağlık kurumları için de oldukça önemlidir. Özellikle çeşitli sağlık problemlerinin getirdiği stres ve sıkıntı durumu sebebiyle hasta ve hekim arasındaki iletişim sorunlarına sıklıkla rastlanmaktadır. Bu çalışmada hasta ve hekim arasındaki iletişimin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda hem hasta hem de hekim bakış açısı ile karşılaştırmalı değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu çalışma nitel araştırma özelliği taşımaktadır. Araştırma verileri yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Katılımcılar Konya'da bir özel hastanede çalışan 10 hekim ile bu hekimlerden hizmet alan 10 hastadan oluşmaktadır. Katılımcılara öncelikle demografik bilgiler edinmeye yönelik sorular, daha sonra hasta hekim iletişimi sorunları ve bu sorunları tespit etmeye yönelik açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler öncelikle sistematik şekilde düzenlenmiş, benzer noktalar bir araya getirilerek kodlar ve temalar oluşturulmuştur. Metnin analizi için MAXQDA 2020 nitel veri analizi programından yararlanılmıştır. Veriler tematik ve betimsel analiz ile analiz edilmiştir.

Çalışmada hekimlerin hastalara nazaran empati kurma konusunda daha başarılı olduğu, iletişim sorunlarının hem hasta hem de hekim kaynaklı olabildiği, iletişim sorunlarının hastaların eğitim ve kültürel düzeyleriyle ve hekimlerin tıbbi terminolojiyi kullanmaları ile ilgili olduğu, iletişim sorunlarının çözümleri için hem hastaların hem de hekimlerin saygılı davranmaları gerektiği gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Hasta ve Hekim İletişimi, İletişim, Özel Hastane

## Patient and Doctor Communication: Private Hospital Example

### ABSTRACT

The concept of communication, which is important in every part of human life, is also very important for health institutions. Especially due to the stress and distress caused by various health problems, communication problems between the patient and the physician are frequently encountered. In this study, it is aimed to examine the communication between the patient and the physician. In this context, comparative evaluations were made from both patient and physician perspectives.

This study has a qualitative research feature. Research data were collected by face-to-face interview method. Participants consist of 10 physicians working in a private hospital in Konya and 10 patients receiving service from these physicians. Participants were asked primarily questions about obtaining demographic information, then patient-physician communication problems and open-ended questions to identify these problems. The data obtained in the research were first organized systematically, codes and themes were formed by bringing together similar points. For the analysis of the text, the MAXQDA 2020 qualitative data analysis program was used. The data were analyzed with thematic and descriptive analysis.

In the study, it is stated that physicians are more successful in empathizing than patients, communication problems can be caused by both the patient and the physician, communication problems are related to the education and cultural levels of the patients and the physicians' use of medical terminology, and that both patients and physicians should behave respectfully for the solutions of communication problems. results have been achieved.

**Keywords:** Patient and Physician Communication, Communication, Private Hospital

### 1. Giriş

İnsanoğlu var olduğu günden bugüne dek sosyal bir varlık olarak diğer insanlarla, gruplarla, çevreyle ve toplumla sürekli ilişki kurmak zorunda olmuştur. Bir ilişki neticesinde bir taraftan çeşitli gereksinimlerini karşılarken diğer taraftan yaşamında uyum ve denge sağlayabilmiştir (Doğan, 2008, s.3). Bireysel ya da kitlesel iletişimde vazgeçilmez öge olan insan duygusal, bilişsel ve davranışsal yapısıyla pek çok açıdan değerlendirilebilmektedir (Bıçakçı, 2002, s.63). İnsan faktörü her alanda olduğu gibi sağlık sektörü için de iletişim açısından oldukça önemli bir faktör olarak dikkat çekmektedir (Yılmaz & Şireci, 2020, s. 358). Çünkü sağlık, tıpkı iletişimde olduğu gibi insanın olduğu her yer ve zamanda kendisini hissettiren ve hissettirecek olan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Büyükaslan, 2018, s. 3).

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, serife\_eren.89@hotmail.com

\*\* Arş. Gör. Dr., Selçuk Üniversitesi, akmnhl@gmail.com

\*\*\* Selçuk Üniversitesi, ariayse196@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 22.05.2022

Hipokrat'a ait olan "Önce söz, sonra ilaç, en sonunda bıçak." sözüyle sağlıkta iletişimin vazgeçilmez bir unsur olduğu ve etkili iletişim olmadan gerçekleşecek tedavinin eksik kalacağını belirtmektedir. Ayrıca hekimlerin iyi niyetli ve anlayışlı davranmasının hastaların tedavisinde olumlu sonuçlar doğurduğu belirtilmektedir (Büyükaslan, 2018, s. 4). Sağlık sektörünün en önemli aktörleri olan hasta ve hekimler aralarındaki iletişimin iyi olması sağlık hizmeti sunumunda önemli bir rol oynamaktadır (Khanal vd., 2021, s. 317). Ancak hasta ve hekim arasındaki ilişki insanlar arasındaki en karmaşık ilişkilerden biri olarak değerlendirilmektedir. Çünkü bu iletişim türü kültür, eğitim seviyesi gibi birçok konuda eşit düzeyde olmayan insanların hayati sebeplerden dolayı bir araya gelip yakın ilişki kurmasını gerektirmektedir (Yağar, 2019, s. 130).

Bu çalışmada, çeşitli sağlık problemlerinin getirdiği stres ve sıkıntı durumu sebebiyle iletişim problemlerinin çokça yaşandığı hasta ve hekim arasındaki iletişim ele alınmaktadır. Bu bağlamda önce iletişimin temellerine yer verilmekte sonra ise hasta hekim iletişimi üzerinde durulmaktadır. Ayrıca hasta ve hekim iletişimi ile ilgili olumlu ya da olumsuz durumlar yapılan görüşme sonuçları ile değerlendirilmektedir.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. İletişim Kavramı

İletişim tanımı ile ilgili farklı görüşler olmakla beraber en yaygın olarak kullanılan görüş, iletişimin çeşitli araçlar ya da davranışlar aracılığıyla bir haberleşme olduğudur (Doğan, 2008, s.3). Pek çok kaynakta da iletişim kaynaktan alınan eltinin aktarılma süreci olarak ifade edilmektedir (Bıçakçı, 2002, s.16). Bu bağlamda iki ya da daha çok kişi arasında karşılıklı iletilerle kurulan iletişime kişiler arası iletişim denilmektedir. Bu iletişim türünün gönderici (kaynak), ileti (mesaj), kanal, alıcı, geri bildirim ve ortam olmak üzere altı temel ögesi bulunmaktadır (Doğan, 2008, s.8-9). Gönderici (kaynak); iletinin içeriğine birtakım anlamlar yükleyerek aktaran kişi olarak ifade etmektedir (Güz, 1998, s.125). İleti (mesaj); göndericinin tutum, istek, fikir ve düşünce gibi verilerini belirten semboller olarak ele alınmaktadır (Koçel, 2014, s.616). İletiyi taşıyan sinyallerin belirli bir kaynaktan kişi ya da kitleye ulaşması kanal aracılığı ile yapılmaktadır (Güz, 1998, s.128) Alıcı, kaynağın iletisini ulaştırmak istediği kişi ya da kitle olarak değerlendirilmektedir (Bıçakçı, 2002, s.18). Geri bildirim, kaynaktan gelen mesajların alıcıya ulaşmış ulaşmadığı ve ulaştıysa da anlaşılabilirliği hakkında kaynağa giden tepki olarak değerlendirilmektedir (Koçel, 2014, s.620). Ortam ise iletişimin gerçekleştiği koşullara göre değişen etkenlerden meydana gelmektedir (Güz, 1998, s. 132).

İletişim tek yönlü, iki yönlü ve çok yönlü olarak da değerlendirilmektedir. Tek yönlü iletişimde, bilgi verici içeriklerin dağıtılması (Pir, 2019, s.309) ve göndericinin alıcı üzerinde bir etki yaratması amaçlanmaktadır (Doğan, 2008, s.10-11). Bu tür iletişimde kaynak alıcıda istediği yönde değişim sağlayabilmektedir (Bıçakçı, 2002, s.18). İki yönlü iletişimde, hem gönderici hem de alıcının iletişimde etkin olarak rol aldığı bir iletişim türünü ifade etmektedir (Doğan, 2008, s.10-11). Burada alıcı, mesajı almanın yanında mesajın ulaşmış ulaşmadığını ya da anlaşılıp anlaşılmadığını bildirerek kaynak hanine dönüşebilmektedir (Baduroğlu vd., 2020, s.32). Son olarak çok yönlü iletişim de ise gönderici ve alıcının etkin bir rol aldığı iletişim yapısı görülmektedir (Doğan, 2008, s.10-11).

İletişim türleri için pek çok sınıflandırma görmek mümkündür. Bunlardan en çok üzerinde durulan sınıflandırma türü sözel iletişim ve sözsüz iletişimidir (Onay, Süslü ve Kılıcı, 2011, s. 142). Sözel iletişim, yüzyüze ya da teknolojik araçlarla iletişimde bulunanların karşılıklı buluşması olarak ifade edilmektedir (Bıçakçı, 2002, s.29). Sözsüz iletişimde ise sözcükler yerine çeşitli araçlar kullanılmaktadır (Doğan, 2008, s.12-13). Beden dili ve simgesel kavramlar bu kapsamda değerlendirilmektedir (Poon Teng Fatt,1998, s.1). Ayrıca dikkat çekici bir husus ise bir mesajı iletirken %55 beden dilinin, %38 sesin ve %7 ise sözlerin etkili olduğu etkili olduğu sonucudur (İzgören, 2010, s.20; ).

"Niçin iletişim kurarız?" sorusunun pek çok cevabı bulunmaktadır. Toplumsal bir varlık olan insan *varolmak* için, çevresinde ve hatta dünya da olup bitenleri öğrenmek yani *haberleşmek* için, paylaştıkça çoğalan bir varlık olan insan *paylaşmak* için, *etkilemek ve yönlendirmek* için, *eğlenmek ve mutlu olmak* için iletişim kurmaktadır (Bıçakçı, 2002, s.16).

Hayatın her yerinde önemli olan iletişim kurmak, sağlık kurumları için de önemlidir. Çeşitli sağlık problemlerinin getirdiği sıkıntılar sebebiyle hasta ve hasta yakınları ile iletişim kurmak sağlıklı bireyler ile

iletişim kurmaktan oldukça zordur (Çalapkulu & Çelenk, 2018, s.89). Bu durum bazı iletişim sorunlarına sebep olmaktadır. Bu bağlamda hasta ve hekim iletişimine değinmek gerekmektedir.

## 2.2. Hasta ve Hekim İletişimi

21. yy.'ın önemli sağlık sorunları ile (kalp damar hastalıkları, uyuşturucu, zihinsel hastalıklar vs.) tıp biliminin tek başına mücadele etmesinin zorlaştığı görülmektedir. Bu kapsamda sağlık iletişimi kavramından bahsedilmektedir. İletişim ve sağlık alanını birbirine bağlayan sağlık iletişimi, birey ve kamu sağlığını geliştirmek için gittikçe önem kazanan bir kavram haline gelmektedir (Çınarlı, 2008, s.38-43).

Sağlık hizmetlerinin temel amacı insandır. Dolayısıyla sağlık çalışanlarının diğer insanlarla iletişim kurması gerekmektedir. Sağlık çalışanları bazı amaçlar için diğer insanlar ile iletişim kurmaktadır (Doğan, 2008, s. 5-6):

- Bireylerin sağlık öykülerini dinlemek,
- Bireyleri tanıyarak sorunları tespit etmeye çalışmak,
- Sağlık konusunda bilgilendirme yapmak,
- Sağlık konusunda beceriler kazandırarak davranış değişikliği yaratmak,
- Bireylerle sağlık konusunda işbirliği yapmak ve bunu devam ettirmek.

Bir hastalığın tedavisi için hastanın hekimi anlaması, hekimin de hastayı anlaması son derece önemli görülmektedir. Ayrıca hekim ve hasta ilişkisi yalnızca konunun taraflarını değil, tüm toplumu ilgilendiren bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Atilla vd., 2012, s. 24). Dolayısıyla hasta ve hekim iletişimi üzerinde durulmaktadır.

Tıp uygulamalarında hasta ve hekim ilişkisinin her zaman merkezde bulunduğu görülmektedir. Hipokrat döneminde oluşturulan ant metinlerinde de bu durum dikkati çekmektedir (Oğuz,1995, s. 46). Günümüzde hastaların bilinçlenmesiyle hekimin baskın, hastanın pasif olduğu paternalist yaklaşımdan hasta ve hekimin ortak hareket ettiği hasta merkezli yaklaşıma geçilmiştir. Yapılan çalışmalara göre hekim ve hasta arasında işbirliği olması, teşhis ve tedavi sürecini iyileştirdiği gibi hasta memnuniyetini de arttırdığı gözlemlenmiştir (Gültekin, 2016, s. 111). Hekim-hasta ilişkisi sadece hekim ve hastayı ilgilendirmesi dışında, söz konusu sağlık kuruluşunun verimliliğini, maddi açıdan kârlılığını ve genel anlamda tüm toplum sağlığını ilgilendirmektedir. Ancak hasta ve hekim arasında gerek hastadan gerekse hekimden kaynaklı anlaşmazlıklar olması nedeniyle iletişim sorunları yaşanabilmektedir (Weiss, 2007, s. 6). Hasta ve hekim iletişiminin iyi olması her iki taraf açısından da olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Bir taraftan hasta memnuniyetinin artması ve şikayetlerin azalmasına diğer yandan ise hekimler için daha stressiz çalışma ortamı, daha az tükenmişlik duygusu ve artan iş tatminine olanak sağlamaktadır (Fong vd., 2010, s. 39). Farklı bir açıdan bakıldığında hasta hekim iletişiminde plasebo etkisinin de yeri yadsınamaz. Hasta-hekim arasındaki iletişimin iyi düzeyde olması hastanın da kendisini daha iyi hissetmesini sağlayarak iyileşme sürecine yardımcı olmaktadır (Tutar, 2003, s.183). Hasta ve hekimin ortak amacı hastanın içinde bulunduğu sağlık sorununu çözüme kavuşturmadır. Bu amaç doğrultusunda bilgi alışverişi en önemli unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Hekim ve hasta iletişiminde hastanın açık, net ve samimi cevaplar vermesi hastalığın tanısının ortaya konulmasında kolaylık sağlamaktadır (Öcel, 2016, s. 342). Çünkü doğru tanılarının konulmasında %56-85 oranında hastaların geçmişte yaşadığı hastalıkların bilinmesi etkili olmaktadır (Putnam vd., 1985, s. 74). Bu bilgi alışverişinin sağlıklı olabilmesi için hekimin hastaya karşı daha duyarlı yaklaşması ve onu daha rahat hissettirecek bir ortam yaratması gerekmektedir. (Öcel, 2016, s. 342). Hekimler hastanın rahat edeceği ortamı sadece sözlü değil sözsüz iletişimle de sağlayabilirler. Sözsüz iletişimde, hekimin hastasını dinlerken başka şeyle ilgilenmemesi, acele davranmaması, göz teması kurması gibi davranışları hastayı rahatlatmakta ve başlayacak olan tedavisinin ilk aşamasını oluşturması açısından oldukça önemli görülmektedir (Özkan, 2008, s. 91).

## 3. Yöntem

Bu çalışma nitel araştırma özelliği taşımaktadır. Nitel araştırma yöntemi kapsamında yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. Hasta hekim iletişimi konusu sosyal olguları içermesi sebebiyle nitel araştırma yönteminden ve görüşme tekniğinden yararlanılması uygun görülmüştür. Nitel araştırma, sosyal olguları bağlı buldukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana çıkaran bir yaklaşımdır (Yıldırım &

Şimşek, 2013, s.45). Nitel teknikler araştırmacıların başkalarını anlama ve kavramalarını, paylaşımlarını ve insanların belli olay ve olguları nasıl yapılandırıp anlam verdiğini anlamalarını sağlar (Berg & Lune, 2015, s.25).

### 3.1. Araştırmanın Katılımcıları

Bu çalışmanın katılımcıları Konya'da bir özel hastanede çalışan 10 hekim ile bu hekimlerden hizmet alan 10 hastadan oluşmaktadır. Veri toplamaya araştırma verileri doygunluğa ulaşıncaya kadar devam edilmiştir. Elde edilen bilgiler tekrar etmeye başladığında yeterli görülerek veri toplama işlemi sonlandırılmıştır. Katılımcılara öncelikle demografik bilgiler edinmeye yönelik sorular, daha sonra hasta hekim iletişimi sorunları ve bu sorunları tespit etmeye yönelik açık uçlu sorular yöneltilmiştir. Çalışmada katılımcılar, K1, K2,... K20 şeklinde belirtilmiştir. K1 den K10'a kadar belirtilenler hekim katılımcıları, K11'den K20'ye kadar ise hasta katılımcıları temsil etmektedir. Katılımcılar araştırmanın amacına uygun olarak amaçlı örneklem yoluyla belirlenmiştir. Hekimler poliklinik hizmeti veren hekimler arasından araştırmaya katılmayı kabul edenler, hastalar ise bu hekimlerden hizmet alan ve araştırmaya katılımcı olmayı kabul eden hastalardan oluşmaktadır.

### 3.2. Verilerin Toplanması

Araştırma verileri yüz yüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Görüşmeler yoluyla deneyimler, tutumlar, düşünceler, yorumlar, niyetler ya da zihinsel algı ve tepkiler gibi gözlenemeyen durumlar öğrenilmeye çalışılır (Yıldırım & Şimşek, 2013, s.148). Araştırmanın amacına uygun veri toplanabilmesi ve veriler üzerinde bir standart oluşturulabilmesi için yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde görüşmeci kaba hatlarıyla bir yol haritasına sahiptir ancak katılımcının ilgi ve bilgisine göre bu genel çerçeve içerisinde farklı sorular sorarak konunun değişik boyutlarını ortaya çıkarmaya çalışabilir (Coşkun vd., 2017, s.101). Her bir görüşme ortalama 43 dakika sürmüştür. Görüşmelerin katılımcıların müsait olduğu zamanlarda ve kendilerini rahatça ifade edebilecekleri uygun bir ortamda gerçekleştirilmesine dikkat edilmiştir. Katılımcılardan onay alınarak görüşme esnasında ses kaydı yapılmıştır. Daha sonra bu kayıtlar yazıya geçirilmiş ve 87 sayfalık bir metin elde edilmiştir.

### 3.3. Verilerin Analizi

Analiz süreci verilerin organizasyonunu, veri tabanının ön okuma işleminden geçirilmesini, temaları kodlama ve organize etmeyi, veri sunumunu ve bunları yorumlamayı içermektedir (Creswell, 2018, s. 179). Bu çalışmada elde edilen veriler öncelikle sistematik şekilde düzenlenmiş, benzer noktalar bir araya getirilerek kodlar ve temalar oluşturulmuştur. Metnin analizi için MAXQDA 2020 nitel veri analizi programından yararlanılmıştır. Veriler tematik ve betimsel analiz ile analiz edilmiştir. Bu yaklaşımın özünü, araştırma biriminde seçilmiş bir içerik boyutunun belirlenmesi kavramsallaştırılması ve bu kavramsallaştırmalar çerçevesinde tüm araştırma malzemesinin sistematik olarak betimlenmesi oluşturmaktadır (Gökçe, 2019, s. 138). Veriler üzerinden gerçekleştirilen yorumlar neden sonuç ilişkileriyle açıklanmış ve birtakım sonuçlara ulaşılmıştır. Bu analizde amaç verilerin düzenlenmiş, yorumlanmış ve anlaşılır şekilde okuyucuya sunulmasıdır. Nitel veri analizi için kullanılan programlar nitel araştırmalarda araştırmacıya kolaylık sağlar, okuyucuya verilerin sunumunda anlaşılabilirliği artırır (Yıldırım & Şimşek, 2013, s. 283).

### 3.4. Araştırmanın Etiği

Bu araştırmanın etik izni Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından 27.01.2022 tarih ve 57 sayılı olarak verilmiştir.

## 4. Bulgular

Bu kısımda hekimlere ilişkin bulgular ve hastalara ilişkin bulgular şeklinde başlık ayrımı yapılarak araştırmada elde edilen bulgular tablo ve şekiller yardımıyla sunulmuş ve açıklanmıştır.

#### 4.1. Hekimlere İlişkin Bulgular

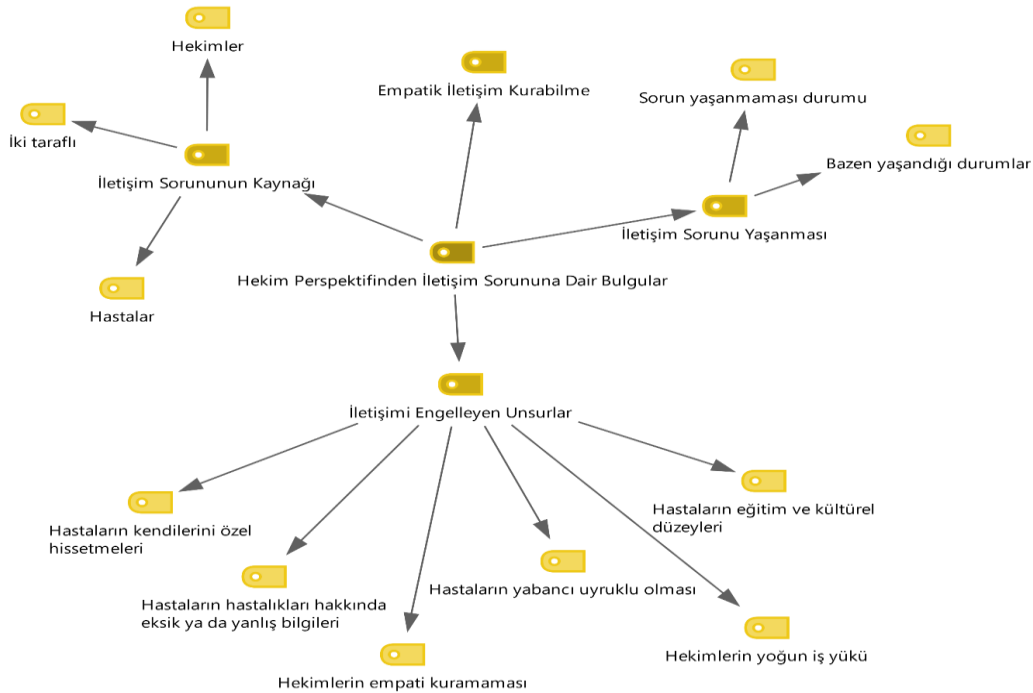
Bu kısımda öncelikle hekim katılımcılara ait demografik göstergeler sunulmuş daha sonra hekimlerle yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen temalar ve frekans dağılımları gösterilmiştir. Hekimlerle yapılan görüşmeler sonucunda toplam 141 kodlama yapılmış ve bu kodlardan 3 ana tema ve 10 alt tema oluşturulmuştur. Ana temalar “iletişim sorunu”, “iletişim süreci” ve “iletişimde memnuniyet durumları” şeklinde ifade edilebilir. Bu ana temalar kendi içlerinde alt temalara ayrıştırılmıştır. Temaların görsel ifadeleri şekiller, frekans dağılımları tablolar yardımıyla sunulmuştur.

**Tablo 1.** Hekimlere Ait Demografik Göstergeler

| Hekimler     | Değişkenler | N |
|--------------|-------------|---|
| Cinsiyet     | Erkek       | 7 |
|              | Kadın       | 3 |
| Medeni Durum | Evli        | 8 |
|              | Bekar       | 2 |
| Yaş          | 30-40       | 3 |
|              | 41-51       | 3 |
|              | 52 ve üzeri | 4 |
| Unvan        | Uzman       | 7 |
|              | Doçent      | 1 |
|              | Profesör    | 2 |

Tablo 1’de hekimlere ait demografik özellikler gösterilmiştir. Buna göre 7’si erkek 3’ü kadın hekim katılımcıların 8’i evli, 2’si bekar, 3’ü 30-40 yaş aralığında, 3’ü 41-51, 4’ü ise 52 yaş ve üzerinde bulunmaktadır. Ayrıca hekimlerin 7’si uzman, 1’i doçent, 2’si profesör unvanı taşıdığı saptanmıştır.

#### 4.1.1. Hekim Perspektifinden İletişim Sorununa İlişkin Bulgular



**Şekil 1.** Hekimler ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sorununa İlişkin MAXMaps Grafiği

İletişim sorunu ana teması kapsamında ‘empatik iletişim kurabilme durumu’, ‘hastalarla iletişim sorunu yaşanması durumu’, ‘iletişim sorununun kaynağı’, ‘iletişimi engelleyen unsurlar’, şeklinde 4 alt tema

bulunmaktadır. Tema ve alt temaların görsel ifadesi Şekil 1’de frekans dağılımları ve katılımcı bilgileri ise Tablo 2 de yer almaktadır.

**Tablo 2.** Hekimler ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sorununa İlişkin Temalar ve Frekans Dağılımları

| Temalar  | Alt Temalar  | Katılımcılar                            | f <sup>1</sup> |
|--|--|---|----------------|
| Hastalarla empatik iletişim kurabilme durumu                       | Kurulduğu durumlar   | K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 | 10             |
| Hastalarla iletişim sorunu yaşanması durumu                        | Bazen yaşandığı durumlar   | K1, K2, K3, K8, K9, K10                 | 6              |
|  | Sorun yaşanmaması durumu   | K4, K5, K6, K7                          | 4              |
| Hastalarla iletişimde iletişim sorununun kaynağına dair düşünceler | Hekimler   | K5                                      | 1              |
|  | Hastalar   | K1, K6, K9, K10                         | 4              |
|  | İki taraflı  | K2, K3, K4, K7, K8                      | 5              |
| Hastalarla iletişimi engelleyen unsurlara dair düşünceler          | Hekimlerin yoğun iş yükü   | K2, K7                                  | 2              |
|  | Hekimlerin empati kuramaması   | K2, K4, K7                              | 3              |
|  | Hastaların eğitim ve kültürel düzeyleri                                      | K2, K3, K6, K8, K10,                    | 5              |
|  | Hastaların hastalıkları hakkında eksik ya da yanlış bilgilere sahip olmaları | K1, K3, K10                             | 3              |
|  | Hastaların kendilerini özel hissetmeleri                                     | K7, K9                                  | 2              |
|  | Hastaların yabancı uyruklu olması  | K5                                      | 1              |

Yapılan görüşmelerde hastalarla empatik iletişim kurabilme durumu temasında hekimlerin hepsi empatik iletişim kurabildiği konusunda görüş bildirmişlerdir (f=10). Bu alt temaya ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: “...elimden geldiğince empati kurmaya çalışıyorum. Ama bu oturup hastayla ağlama-üzülme olarak değil, hastanın içinde olduğu durumu anlayarak işlerin daha kolay, olması gerektiği gibi ilerlemesini sağlamak esasına dayalı bir empati durumu...” (K3). “...32 yıllık hekimim... benim de ailem var annem, babam, çocuğum... her kesimi bildiğim için kurabildiğimi düşünüyorum...” (K9).

Hastalarla iletişim sorunu yaşanması durumu temasında ise 6 hekim bazen sorun yaşadığını (f=6), 4 hekim ise iletişim sorunu yaşamadığına dair görüş bildirmiştir (f=4). Bu konudaki alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: “iletişim sorunu pek yaşamıyorum...” (K5). “zaman zaman iletişim yaşıyorum. Son 15 yıldır eğitimsiz kitle arttığından dolayı daha sık yaşamaya başladım...” (K8). “Genel olarak yaşamıyorum, ancak bazı hastalar kendi duymak istediklerini duyuyorlar...” (K9).

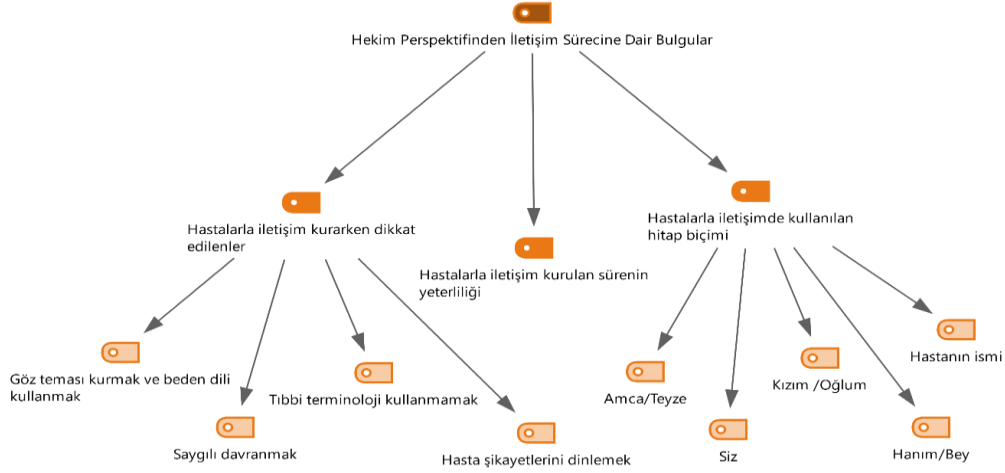
Hastalarla iletişimde iletişim sorununun kaynağına dair düşünceler temasında 1 hekim sorunun kaynağının hekimler olduğunu (f=1), 4 hekim hastalardan kaynaklı olduğunu (f=4), 5 hekim ise her iki taraftan kaynaklandığına dair görüş bildirmiştir (f=5). Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümünden örnekler şu şekildedir: “iletişim problemlerinin hekim kaynaklı olduğunu düşünüyorum...” (K5). “Kesinlikle hastadan kaynaklı olduğunu düşünüyorum...” (K1). “Bence her ikisinden kaynaklı olabilir. Hekimden kaynaklı problem, olaylara hasta gözüyle bakmaması, hastadan kaynaklı problemler ise hastalıkları hakkında önyargı ile gelmeleri ve kültür seviyeleri ile ilgili olabilir” (K2).

Hastalarla etkili iletişimi engelleyen unsurlar temasında 2 hekim yoğun iş yükü (f=2), 3 hekim, hekimlerin empati kuramaması (f=3), 5 hekim hastaların eğitim ve kültürel düzeyleri (f=5), 3 hekim hastaların hastalıkları hakkında eksik ya da yanlış bilgilere sahip olmaları (f=3), 2 hekim hastaların kendilerini özel hissetmelerini (f=2), 1 hekim ise hastaların yabancı uyruklu olmasının etkili iletişimi engellediği şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümünden örnekler şu şekildedir: “...En önemli sorun eğitim eksikliği ve konu ile ilgisi olmayan kişilerden yanlış bilgi alarak bilgi sahibi olduğunu düşünüp karşımıza gelmeleri iletişimi zorlaştırıyor...” (K3). “Hekim tarafından bakacak olursam hastayla empati kuramaması, önemsememe veya ona kendini değerli hissettirememesi olabilir. Hasta açısından ise en önemli hastalığın kendisinde olduğunu zannetmesi, sabırsız davranması ve hekimlerden mucize beklemesi diyebilirim...” (K4). “Cabillik... Hastalar genelde

<sup>1</sup> Görüşlerin toplam hekim sayısını aşması, hekimlerin birden fazla görüş bildirdiği durumlarda ortaya çıkmaktadır.

hastalıklarını internette araştırıp geliyorlar ve edindikleri yanlış bilgilerin doğru olduğu konusunda çok ısrarcı davranıyorlar. Biz böyle biliyorduk vs. kulaktan duyuma bilgileri bizim değiştirmemiz bazen zor olabiliyor. Ayrıca branş fark etmeksizizin tüm hastalıklara baktığımızı zannetmeleri ve başka hastalıklarına tedavi vermem konusunda direktmeleri, hemen iyileşeceklerini zannetmeleri veya beklentiyi yüksek tutmaları vs sorunlarla karşılaşabiliyoruz ve bu durumda iletişim kurmamız da zor oluyor” (K1).

#### 4.1.2. Hekim Perspektifinden İletişim Sürecine İlişkin Bulgular



Şekil 2. Hekimler ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sürecine İlişkin MAXMaps Grafiği

İletişim süreci ana teması kapsamında ‘hitap biçimi’, ‘iletişimde dikkat edilmesi gereken hususlar’, ‘iletişim süresinin yeterliliği’, şeklinde 3 alt tema bulunmaktadır. Tema ve alt temaların görsel ifadesi Şekil 2’de frekans dağılımları ve katılımcı bilgileri ise Tablo 3’te yer almaktadır.

Tablo 3. Hekimler ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sürecine İlişkin Temalar ve Frekans Dağılımları

| Temalar   | Alt Temalar  | Katılımcılar                            | f  |
|---|--|---|----|
| Hastalarla iletişimde kullanılan hitap biçimi         | Hastanın ismi  | K1, K2, K10                             | 3  |
|   | Hanım/Bey  | K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8              | 7  |
|   | Amca/Teyze   | K2, K3, K4, K5, K6                      | 5  |
|   | Kızım /Oğlum   | K6                                      | 1  |
|   | Siz  | K7, K9, K10                             | 3  |
| Hastalarla iletişim kurarken dikkat edilen hususlar   | Saygılı davranmak  | K3, K6, K7, K8, K10                     | 5  |
|   | Göz teması kurmak ve beden dili kullanmak                    | K1, K5, K8, K9                          | 4  |
|   | Hasta şikayetlerini dinlemek                                 | K2, K5, K6, K9                          | 4  |
|   | Tıbbi terminoloji kullanmamak ve hastanın durumunu açıklamak | K1, K3, K4, K10                         | 4  |
| Hastalarla iletişim kurulan sürenin yeterlilik durumu | Yeterli (fazlasıyla, özelin avantajı)                        | K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 | 10 |

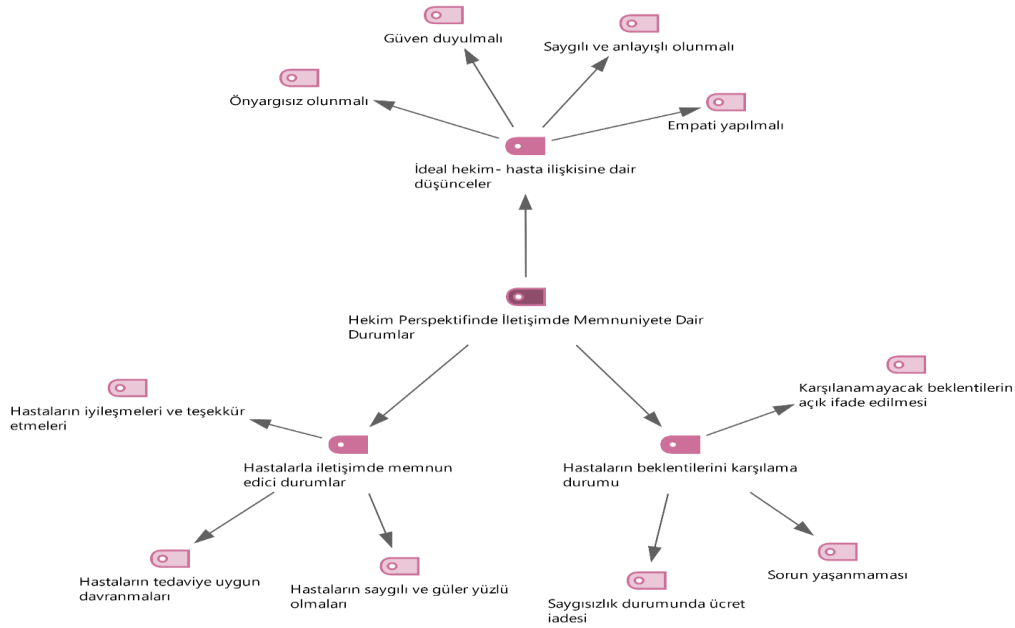
Hastalarla iletişimde kullanılan hitap biçimi temasında 3 hekim hastaya ismiyle hitap ettiğini (f=3), 7 hekim ‘Bey/ Hanım’ şeklinde hitap ettiğini (f=7), 5 hekim ‘amca/teyze’ (f=5), 1 hekim ‘kızım/oğlum’ (f=1) ve 3 hekim ise ‘siz’ şeklinde (f=3) hitap biçimini kullandığına dair görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme bölümünden örnekler şu şekildedir: “...Hastanın kişilik yapısına göre değişiyor hitap şekli. Polikliniğe giren hastaya önce bey hanım diye hitap ediyorum. Sonra sohbet sırasında hastanın konuşma şekli hangi hitap

tarzını daha çok seveceği az çok belli oluyor ona göre amca teyze, abla, abi gibi hitap edebiliyorum...” (K3). “Hastanın entelektüel anlayışına uygun olarak değişiyor; köylü ile köylü gibi, şehirliyle şehirli gibi...” (K7). “Genelde siz diye konuşurum. Çünkü köyden de gelse karşıdan beklenti bu olmalı. Ayrıca hastanın seviyesine inmek değil hastayı kendi seviyenize çıkarmak önemli bence...” (K9).

Hastayla iletişim kurarken dikkat edilmesi gereken hususlar temasında 6 hekim saygılı davranmak (f=6), 4 hekim göz teması kurmak ve beden dilini kullanmak (f=4), 4 hekim hastanın şikayetlerini dinlemek (f=4), 4 hekim ise tıbbi terminoloji kullanmamaya dikkat edilmesi (f=4) gerektiği konusunda görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: “...Kendini rahat hissettirmeye çalışırım, göz teması kurarım, hastayı iyi dinlerim ve baş hareketleriyle onu anladığımı gösteririm. Tıbbi terminolojiyi daha az kullanmaya çalışırım örneğin lomber bölgede spinal stenozun var yerine bel omurganda kanal daralması var şeklinde...” (K1). “Hastalarımı tepeden bakmam, insan olma vasfına değer veririm ve bunu onlara hissettiririm...” (K7). “...Onu anlamaya çalışırım ilk önce. Onu hastaneye getiren sebep belki de hastalığının ağırlığı değil psikolojik olarak kendini öyle hissettiğidir. Zaten bir bekimin en önemli görevi hastayı anlamaktır. Göz teması kurmaya çalışırım o çok önemli...” (K9).

Hastalarla iletişim kurulan sürenin yeterlilik durumu temasında ise hekimlerin hepsi özel hastane olduğu için hastaya ayrılan sürenin fazlasıyla yeterli olduğu (f=4) şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temaya ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: “...cerrahi bir branşta çalıştığım için yeterli vakit ayırdığımı düşünüyorum...” (K1). “...özel hastanede bu şansımız var. Devlet hastanelerinde çalışan arkadaşlarıma baktığımda günde 130-140 hasta bakanlar var ve hastaya vakit ayırma gibi lüksleri olmuyor” (K2).

#### 4.1.3. Hekim Perspektifinden İletişimde Memnuniyete İlişkin Bulgular



Şekil 3. Hekimler ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişimde Memnuniyete İlişkin MAXMaps Grafiği

İletişimde memnuniyet durumları ana teması kapsamında ise ‘hasta beklentilerini karşılama durumu’, ‘iletişim sırasında memnun edici durumlar’ ve ‘ideal hasta-hekim ilişkisi’ şeklinde 3 alt tema bulunmaktadır. Tema ve alt temaların görsel ifadesi Şekil 3’te frekans dağılımları ve katılımcı bilgileri ise Tablo 4’te yer almaktadır.



**Tablo 4.** Hekimler ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişimde Memnuniyete İlişkin Temalar ve Frekans Dağılımları

| Temalar                                       | Alt Temalar  | Katılımcılar                            | f  |
|---|--|---|----|
| Hastaların beklentilerini karşılama durumu    | Sorun yaşanmaması  | K1, K2, K4, K10                         | 4  |
|   | Karşılanamayacak beklentilerin açık ifade edilmesi             | K3, K5, K7, K9                          | 4  |
|   | Saygısızlık durumunda ücret iadesi                             | K6, K8                                  | 2  |
| Hastalarla iletişimde memnun edici durumlar   | Hastaların saygılı ve güler yüzlü olmaları                     | K1, K2, K10, K7, K5                     | 5  |
|   | Hastaların tedaviye uygun davranmaları                         | K1, K4                                  | 2  |
|   | Hastaların iyileşmeleri ve teşekkür etmeleri (memnun olmaları) | K2, K3, K5, K6, K7, K8, K9, K10         | 8  |
| İdeal hekim- hasta ilişkisine dair düşünceler | Empati yapılmalı   | K7, K8, K10                             | 3  |
|   | Saygılı ve anlayışlı olunmalı                                  | K1, K2, K3, K4, K5, K6, K7, K8, K9, K10 | 10 |
|   | Güven duyulmalı  | K2, K6, K8, K10                         | 4  |
|   | Önyargısız olunmalı  | K4, K6                                  | 2  |

Hastaların beklentilerini karşılama durumu temasında 4 hekim bu konuda bir sorun yaşamadığını (f=4), 4 hekim karşılanamayacak beklentileri açıkça ifade ettiklerini (f=4), 2'si ise saygısızlık durumunda ücret iadesi yaptığına (f=2) dair görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümünden örnekler şu şekildedir: *“Ben olaya özel hastane mantığıyla bakmıyorum. Hasta para ödediği için bize her şeyi yaptırabileceğini zannediyor. Örneğin hastalığı olmadığı halde bir işi için gelip istirahat raporu isteyenler var özel hastanede olmak tıbbi normların dışına çıkacağımız anlamına gelmiyor. Bence özel ya da devlet bunu değiştirmemeli...”* (K1). *“...İlk andan itibaren hasta beklentilerini az çok belli etmeye başlıyor. Buradaki en önemli nokta bu beklentilerin ne kadarını karşılayabilirim sorusunun cevabını hastaya iletebilmek. Asla yapmayacağım-yapamayacağım konularda söz vermem ve baştan bu durumu açıklarım”*(K3). *“Öncelikle hastanın içeri girmeden önce dışarda ödediği parayı unutup gelmeli, yani kendisini bir müşteri beni de bir esnaf gibi görmemeli. Benim bir hekim olduğumu ve ona yardımcı olmak için karşısında olduğumu bilmeli. Bu durumun aksine para ödeyip kendince beni ve bilgi birikimimi satın almış gibi davranan hasta olursa tabii ki parasını iade etmesini söyleyip başka bir hastaneye yönlendiririm...”*(K6).

Hastalarla iletişimde memnun edici durumlar temasında 5 hekim hastaların saygılı ve güler yüzlü olmalarını (f=5), 2 hekim tedaviye uygun davranmalarını (f=2) ve 8 hekim ise hastaların iyileşmelerini görmeyi ve teşekkür etmelerinden (f=8) memnun oldukları şeklinde görüş bildirmişlerdir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: *“...teşekkür etmeleri, ayrılırken yüzlerindeki gülümsemeyi görürnce bende mutlu oluyorum...”* (K10). *“Ameliyattan sonra iyileşmiş olmalarını görmek mutlu ediyor...”*(K8). *“Saygı göstermeleri, anlattığı anlamaları, kontrole geldiklerinde söylediklerimi yapmış olarak gelmeleri ilacımı söylediğim şekilde kullanmaları vs....”*(K1).

Son olarak ideal hasta-hekim ilişkisine dair düşünceler temasında 3 hekim karşılıklı empati yapılmasını (f=3), 10 hekim saygılı ve anlayışlı olması gerektiğini (f=10), 4 hekim karşılıklı güven duyulmasını (f=4) ve 2 hekim ise karşılıklı ön yargısız olunması (f=2) gerektiğine dair görüş bildirmişlerdir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler aşağıda verilmiştir: *“Karşılıklı sevgi ve saygı çerçevesinde olmalı, hekim açısından hastayla empati kurmalı, hasta açısından da doktoruna güvenmesi çok önemli olduğunu düşünüyorum. Tabii ki hekim de hastasına güven vermeli...”* (K10). *“Her iki taraf da birbirini anlamalı, birbirlerine saygı duymalı, hasta da hekim de birbirine karşı anlayışlı olmalı, hasta da hekiminin verdiği tedaviden fayda göreceğine inanmalı. Saygı hep korunmalı, hasta da hekimde saygılı olmalı zaten bu şartlar sağlandığında hasta da kapıdan mutlu çıkar hekim de yaptığı işten tatmin olur...”* (K9). *“Hasta ve hekimin karşılıklı olarak ön yargısız, sabırlı ve birbirini anlamaya yönelik oluşan ilişki benim için idealdir...”* (K4).

#### 4.2. Hastalara İlişkin Bulgular

Bu kısımda öncelikle hasta katılımcılara ait demografik göstergeler sunulmuş daha sonra hastalarla yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen temalar ve frekans dağılımları gösterilmiştir. Hastalarla yapılan

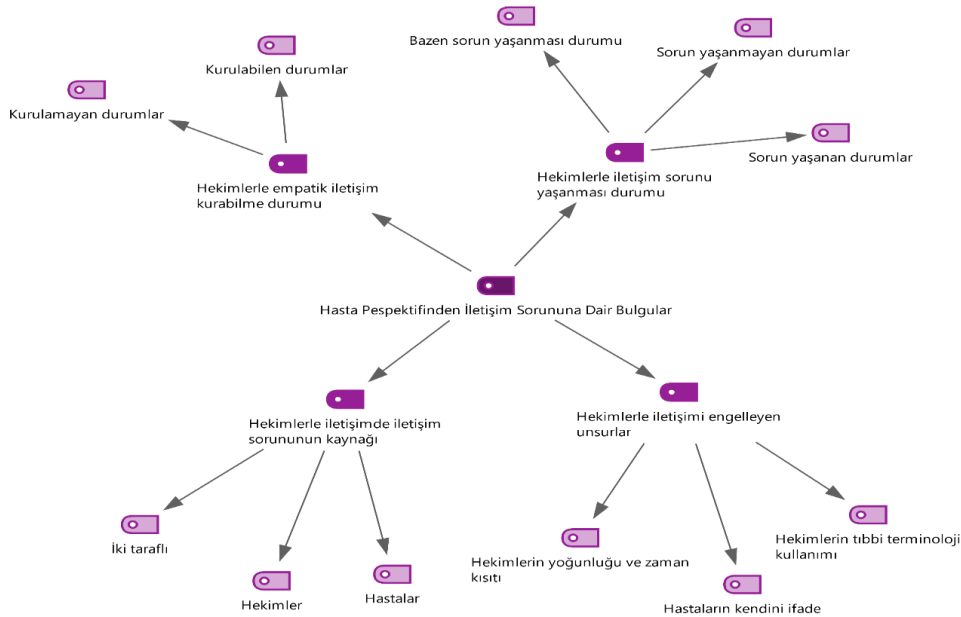
görüşmeler sonucunda toplam 137 kodlama yapılmış ve bu kodlardan 3 ana tema ve 10 alt tema oluşturulmuştur. Ana temalar “iletişim sorunu”, “iletişim süreci” ve “iletişimde memnuniyet durumları” şeklinde ifade edilebilir. Bu ana temalar kendi içlerinde alt temalara ayrıştırılmıştır. Temaların görsel ifadeleri şekiller, frekans dağılımları tablolar yardımıyla sunulmuştur.

**Tablo 5.** Hastalara Ait Demografik Göstergeler

| Hastalar       | Değişkenler | N |
|----------------|-------------|---|
| Cinsiyet       | Erkek       | 4 |
|                | Kadın       | 6 |
| Medeni Durum   | Evli        | 5 |
|                | Bekar       | 5 |
| Yaş            | 18-27       | 3 |
|                | 28-39       | 3 |
|                | 40 ve üzeri | 4 |
| Öğrenim Durumu | İlkokul     | 2 |
|                | Lise        | 2 |
|                | Lisans      | 5 |
|                | Lisansüstü  | 1 |

Tablo 5’te hastalara ait demografik özellikler gösterilmiştir. Buna göre 4’ü erkek 6’sı kadın olan hasta katılımcıların 5’i evli, 5’i bekar, 3’ü 18-27 yaş aralığında, 3’ü 28-39, 4’ü ise 40 yaş ve üzeridir. Ayrıca hastaların öğrenim durumlarından 2’si ilkokul mezunu, 2’si lise mezunu, 5’i lisans, 1’i de lisansüstü olduğu saptanmıştır.

#### 4.2.1. Hasta Perspektifinden İletişim Sorununa İlişkin Bulgular



**Şekil 4.** Hastalar ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sorununa İlişkin MAXMaps Grafiği

İletişim sorunu ana teması kapsamında ‘empatik iletişim kurabilme durumu’, ‘hekimlerle iletişim sorunu yaşanması durumu’, ‘iletişim sorununun kaynağı’ ve ‘iletişimi engelleyen unsurlar’, şeklinde 4 alt tema bulunmaktadır. Bu tema ve alt temaların görsel ifadesi Şekil 4’te frekans dağılımları ve katılımcı bilgileri ise Tablo 6’da yer almaktadır.

**Tablo 6.** Hastalar ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sorununa İlişkin Temalar ve Frekans Dağılımları

| Temalar  | Alt Temalar                            | Katılımcılar                           | f <sup>2</sup> |
|--|--|--|----------------|
| Hekimlerle empatik iletişim kurabilme durumu                       | Kurulabilen durumlar                   | K11, K12, K13, K15, K16, K17, K19, K20 | 8              |
|  | Kurulamayan durumlar                   | K14, K18                               | 2              |
| Hekimlerle iletişim sorunu yaşanması durumu                        | Sorun yaşanan durumlar                 | K14, K20                               | 2              |
|  | Sorun yaşanmayan durumlar              | K11, K13, K15, K18, K19                | 5              |
|  | Bazen sorun yaşanması durumu           | K12, K16, K17                          | 3              |
| Hekimlerle iletişimde iletişim sorununun kaynağına dair düşünceler | Hekimler                               | K20                                    | 1              |
|  | Hastalar                               | K11, K15, K18, K19                     | 4              |
|  | İki taraflı                            | K12, K13, K14, K16, K17                | 5              |
| Hekimlerle iletişimi engelleyen unsurlara dair düşünceler          | Hekimlerin tıbbi terminoloji kullanımı | K11, K13, K15, K17, K19                | 5              |
|  | Hekimlerin yoğunluğu ve zaman kısıtı   | K11, K12, K14, K16, K17, K18, K20      | 7              |
|  | Hastaların kendini ifade edememesi     | K12, K14, K15, K16, K17, K20           | 6              |

Yapılan görüşmelerde hekimlerle empatik iletişim kurabilme durumu temasında hastaların 8'i empatik iletişim kurabildiği (f=8), 2'si kuramadığı konusunda görüş bildirmişlerdir (f=2). Bu alt temaya ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: *"hekimler yoğun olabiliyorlar bunu görebiliyorum bu yüzden odalarında kısa kaldığım zaman kızmıyorum ama her hasta özel ilgi bekler hekimler çoğu zaman yetişemiyorlar..."* (K13). *"Yani hekimin karşısında kendimi anlatırken o an kendime odaklı oluyorum ve hekim açısından pek düşünemiyorum..."* (K14).

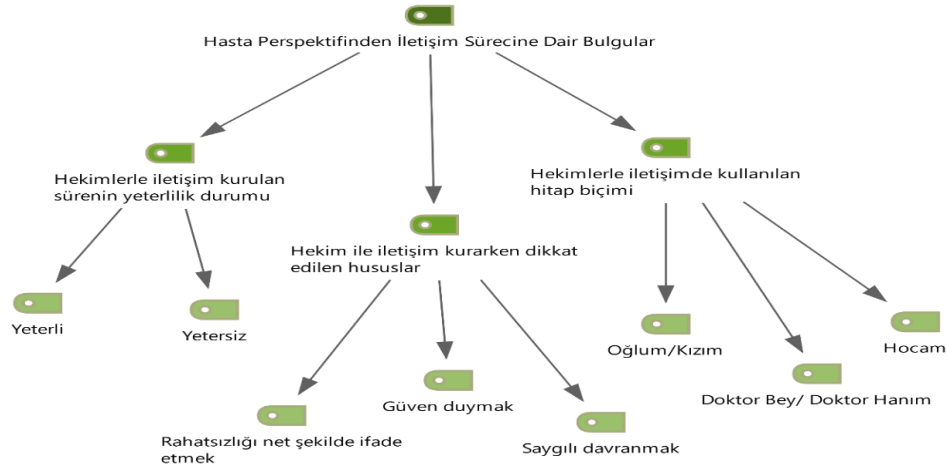
Hekimlerle iletişim sorunu yaşanması temasında hastaların 2'si iletişim sorunu yaşadığı (f=2) 5'i yaşamadığı (f=5), 3'ü ise bazen yaşadığı (f=3) şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temaya ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: *"...dönem dönem oluyor. İnsan hasta olunca yeterince bilinci açık olmuyor, olsa bile odağı farklı oluyor. Bu nedenle o anda insan ilişkilerini düşüncekte durumda olmuyor..."* (K12). *"...iletişim sorunu yaşamıyorum, anlamadığım bir şey olduğunda tekrar soruyorum, anlatıyorlar..."* (K11).

Hekimlerle iletişimde iletişim sorununun kaynağına dair düşünceler temasında hastaların 1'i sorunun hekim tarafından kaynaklandığı (f=1), 4'ü hastalar tarafından kaynaklandığı (f=4) ve 5'i her iki taraftan da kaynaklandığına (f=5) dair görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: *"Hasta şikayetlerini anlatamazsa hekim de anlayamaz mesela ben her şeyi söylemeyi unutuyorum genelde. Hastadan kaynaklı oluyor diye düşünüyorum..."* (K11). *"%50 hekim %50 hasta kaynaklı olduğunu düşünüyorum..."* (K14). *"Her ikisinden kaynaklanıyor olabilir ama benim ilişkilerimde genelde hekim kaynaklı oluyor..."* (K17).

Hekimlerle etkili iletişimi engelleyen unsurlar temasında hastaların 5'i hekimlerin tıbbi terminolojiyi kullanması (f=5), 7'si hekimlerin yoğunluğu ve zaman kısıtı (f=7), 6'sı hastaların kendini ifade edememesi (f=6) şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: *"...hekimin yeterince açıklayıcı konuşmaması, hastalıkları tıp diliyle konuşması, hastanın kendini anlatamaması olabilir..."* (K19) *"... hekimler genelde sonuç odaklılar anlatacağımız şeyin bepsini dinlemeyip sonuç odaklı dinliyorlar. ...yoğun oldukları için hemen diğer hastaya geçmek için acele ediyorlar. Hasta açısından da kaygılı olduğu için hasta da kendini açıkça anlatamaması iletişimi engelleyebilir..."* (K20)

<sup>2</sup> Görüşlerin toplam hasta sayısını aşması, hastaların birden fazla görüş bildirdiği durumlarda ortaya çıkmaktadır.

## 4.2.2. Hasta Perspektifinden İletişim Sürecine İlişkin Bulgular



Şekil 5. Hastalar ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sürecine İlişkin MAXMaps Grafiği

İletişim süreci ana teması kapsamında 'hitap biçimi', 'dikkat edilmesi gereken hususlar' ve 'iletişim süresinin yeterliliği', 'şeklinde 3 alt tema bulunmaktadır. Bu tema ve alt temaların görsel ifadesi Şekil 5'te frekans dağılımları ve katılımcı bilgileri ise Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7. Hastalar ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişim Sürecine İlişkin Temalar ve Frekans Dağılımları

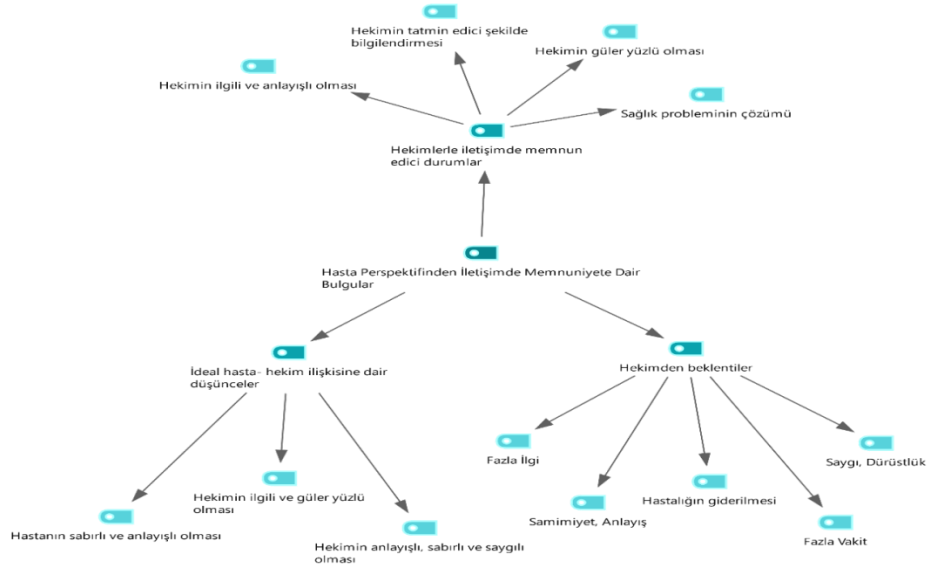
| Temalar   | Alt Temalar                          | Katılımcılar                                | f |
|---|--------------------------------------|---|---|
| Hekimlerle iletişimde kullanılan hitap biçimi         | Oğlum/Kızım                          | K11, K19                                    | 2 |
|   | Doktor Bey/ Doktor Hanım             | K14, K17, K18, K19                          | 4 |
|   | Hocam                                | K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K20 | 9 |
| Hekim ile iletişim kurarken dikkat edilen hususlar    | Saygılı davranmak                    | K15, K17, K18, K19, K20                     | 5 |
|   | Rahatsızlığı net şekilde ifade etmek | K12, K15, K16, K18,                         | 4 |
|   | Güven duymak                         | K11, K13, K14, K15, K16, K20                | 6 |
| Hekimlerle iletişim kurulan sürenin yeterlilik durumu | Yeterli                              | K11, K12, K15, K18,                         | 4 |
|   | Yetersiz                             | K13, K14, K16, K17, K19, K20                | 6 |

Hekimlerle iletişimde kullanılan hitap biçimi temasında hastaların 2'si 'oğlum/kızım', 4'ü 'doktor bey/doktor hanım', 9'u 'hocam' şeklinde hitap biçimi kullandığına dair görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: "Genç hekimlere oğlum kızım diyebilirim. Yaşı benden büyük olanlara hocam diyorum..." (K11). "Bey veya hanım derim, çok yaşlıysa hocam derim..." (K17).

Hekimlerle iletişim kurarken dikkat edilmesi gereken hususlar temasında hastaların 5'i saygılı davranmak gerektiğini (f=5), 4'ü rahatsızlığını net şekilde ifade etmek (f=4), 6'sı ise güven duymak (f=6) şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: "...Olabildiğince kendimi net bir şekilde ifade etmeye çalışırım. Pek çoğu bizim anlattığımız şikayetler arasında kelit sözcükler arıyor. Örneğin hastalığım sinüzit ve ben boğazım ağrıyor demiyorum, geniz akıntım var diyorum çünkü boğaz ağrısının 5 farklı nedeni olabilir bu yüzden açıkça her şeyi anlatıyorum..." (K12). "...Direkt ağrıyan yerime yönelmektense önce benimle göz kontağı kurmasına dikkat ederim. Beni dinlediğini anladığı ve benim sorunuma çözüm getirmesi açısından bana güven verip vermemesine dikkat ederim. Ve en önemlisi hastalığımın çok önemli çözülemeyecek bir şey olsa bile bunu hissettirmemesi iürkütmeden güven vererek yaklaşmalı..." (K20).

Hekimlerle iletişim kurulan sürenin yeterlilik durumu temasında 4 hasta yeterli olduğu (f=4), 6 hasta yetersiz olduğu (f=4), şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümünden örnekler şu şekildedir: “...Devletle kıyasladığımda çok da bir fark görmüyorum açıkçası. Özel hastaneler ne kadar hasta o kadar para düşüncesiyle randevu aralıklarını kısa tutuyorlar ve devletteki yoğunluk burada da oluşuyor...” (K17). “Bence yeterli. Fakat şu düşünceye de karşı çıkmayız ben burada 500 TL muayene ücreti ödüyorum ama en fazla 5 dakika bekimin odasında kalabiliyorum...” (K12).

#### 4.2.3. Hasta Perspektifinden İletişimde Memnuniyete İlişkin Bulgular



Şekil 6. Hastalar ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişimde Memnuniyete İlişkin MAXMaps Grafiği

İletişimde memnuniyet ana teması kapsamında ‘hekimlerden beklentiler’, ‘iletişim sırasında memnun edici durumlar’ ve ‘ideal hasta-hekim ilişkisi’ şeklinde 3 alt tema bulunmaktadır. Bu tema ve alt temaların görsel ifadesi Şekil 6’da frekans dağılımları ve katılımcı bilgileri ise Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8. Hastalar ile Yapılan Görüşmeler Sonucunda Elde Edilen İletişimde Memnuniyete İlişkin Temalar ve Frekans Dağılımları

| Temalar                                       | Alt Temalar                                  | Katılımcılar                                     | f  |
|---|--|--|----|
| Hekimden beklentiler                          | Fazla İlgisi                                 | K11, K13, K14, K16, K17, K18                     | 6  |
|   | Fazla Vakit                                  | K14, K15, K17, K18                               | 4  |
|   | Samimiyet, Anlayış                           | K11, K12, K15, K20                               | 4  |
|   | Saygı, Dürüstlük                             | K16, K17   | 2  |
|   | Hastalığın giderilmesi                       | K18  | 1  |
| Hekimlerle iletişimde memnun edici durumlar   | Hekimin güler yüzlü olması                   | K11, K15, K18, K19                               | 4  |
|   | Hekimin ilgili ve anlayışlı olması           | K11, K12, K13, K14, K15, K16, K17, K18, K19, K20 | 10 |
|   | Hekimin tatmin edici şekilde bilgilendirmesi | K14, K17   | 2  |
|   | Sağlık probleminin çözümü                    | K16, K20   | 2  |
| İdeal hasta- hekim ilişkisine dair düşünceler | Hastanın sabırlı ve anlayışlı olması         | K13, K14,  | 2  |
|   | Hekimin ilgili ve güler yüzlü olması         | K11, K14, K17, K18, K20                          | 5  |
|   | Hekimin anlayışlı, sabırlı ve saygılı olması | K11, K12, K13, K15, K16, K17, K19                | 7  |

Hekimlerden beklentiler temasında hastaların 6'sı fazla ilgi (f=6), 4'ü fazla vakit (f=4), 4'ü samimiyet, anlayış(f=4), 2'si saygı, dürüstlük(f=2), 1'i hastalığın giderilmesi (f=1) beklentisi içerisinde olduklarına dair görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümünden örnekler şu şekildedir: “...Biraz daha ilgili olmalılar. Daha fazla vakit ayırmalılar...” (K14). “...Göz teması kurmalı, bazı hekimler çok egoist olabiliyor bana benden üst biri gibi davranmamasını arkadaş gibi samimi olmasını beklerim...” (K20).

Hekimlerle iletişimde memnun edici durumlar temasında hastaların 4'ü hekimin güler yüzlü olması (f=4), 10'u ilgili ve anlayışlı olması (f=10), 2'si tatmin edici şekilde bilgilendirmesi (f=2), 2'si sağlık probleminin çözümü (f=2) şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümünden örnekler şu şekildedir: “...İlgili olmaları, beni ve hastalığımı sahiplenerek sorunumu çözmeleri beni memnun eder...” (K16). “Anlayışlı davranıldığında ve benim hastalığım hakkında kafamdaki soru işaretlerine tatmin edici cevaplar verildiğinde memnun olurum...” (K17).

İdeal hasta-hekim ilişkisine dair düşünceler temasında hastaların 2'si hastanın sabırlı ve anlayışlı olması (f=2), 5'i hekimin ilgili ve güler yüzlü olması (f=5), 7'si hekimin anlayışlı, sabırlı ve saygılı olması (f=7) şeklinde görüş bildirmiştir. Bu alt temalara ilişkin görüşme dökümlerinden örnekler şu şekildedir: “Her iki taraf da doğru bir üslupla konuşmalı saygıyı yitirmemeli, her iki taraf da önyargısız ve empati kurarak yaklaşmalı...” (K15). “Hekimin daha ilgili olduğu, hastanın daha anlaşılır olduğu bir ilişki benim için idealdir...” (K12). “Hasta sakin olmalı ve hekimini dinlemeli, hekim hastanın sorularını sabırla cevap vermeli, her iki taraf da saygılı olmalı...” (K20).

## 5. Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmanın amacı hasta ve hekim iletişiminin toplum sağlığı açısından önemini ve tedavi sürecine olan katkısını ortaya çıkarmak; hasta ve hekimlerin yaşadığı iletişim sorunlarını her iki taraf açısından analiz edip çözüm önerileri geliştirmektir. Araştırmanın bu bölümünde, araştırma bulguları konu ile ilgili literatür çerçevesinde değerlendirilerek incelenmiştir. Yapılan görüşmelerde empatik iletişim kurabilme durumu temasında hekimlerin tamamı (f=10) empatik iletişim kurabildiği görüşünü bildirirken hastaların ise 8'i empatik iletişim kurabildiğini (f=8), 2'si kuramadığını ifade etmiştir (f=2). Elde edilen bulgularda, hekimlerin hastalara nazaran empati kurma konusunda daha başarılı olduğu görülmektedir. Bu durumun, hastaların rahatsızlıklarından dolayı yaşadıkları kaygının onları daha çok kendi açılarından bakmaya yöneltmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Hekimlerin ise empati kurmanın tedavi edici bir davranış modeli olduğunu düşündüklerini yorumlamak mümkündür. Kutlu vd. (2010) yaptıkları benzer bir çalışmada hekimlerin %77,8'i hastalarının onların hislerini anlamasını takdir ettiğini ve bu durum da teropatik bir faktör olduğuna inandıkları yorumlanmıştır. Bu bulgular bizim çalışmamızdaki empatik iletişim temasındaki bulguları destekler niteliktedir.

İletişim sorunu yaşanması durumu temasında hastaların yarısı (f=5) iletişim sorunu yaşamadığını belirtirken hekimlerin de yarıya yakını (f=4), yaşamadığını belirtmiştir. Literatürde, elde edilen bu bulguyu doğrulayan çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Atilla vd. (2012) yaptıkları çalışmada hasta ve hekimlerin yarısı iletişim sorunu yaşamadığını belirtmiştir. Ancak iletişim sorununun kaynağına dair düşünceler temasında, hasta ve hekimlerin yarısına göre sorunun kaynağının iki taraflı olduğu anlaşılmaktadır. Atilla vd. yaptığı çalışmada (2012) da hasta ve hekimlerin yarısı iletişim sorunlarının kaynağının iki taraflı olduğu ifade edilmiştir. Elde edilen bu bulgular, iletişim sorunu olduğunu doğrudan ortaya koymaktadır.

İletişimi engelleyen unsurlar temasında ise var olan iletişim sorunun kaynakları hastalar ve hekimler tarafından ifade edilmiştir; hekimlerin yarısı sorunun kaynağının hastaların eğitim ve kültürel düzeyleri ile ilgili olduğunu, hastaların çoğu hekimlerin tıbbi terminoloji kullanmalarını (f=5), hekimlerin yoğunluğu ve zaman kısıtı (f=7), hastaların kendini ifade edememesi (f=6) şeklinde ifade etmişlerdir. Elde edilen bulgulara göre hasta ve hekimlerin ifadelerinden yola çıkarak aslında iletişim sorununun aralarındaki bilgi asimetrisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Atilla vd. (2012) yaptığı çalışmada hekimlerin yarıya yakınının iletişime engel unsur olarak hastaların şikayetleri ile ilgili tam ve doğru bilgi aktarmadığını ifade etmesi de bu bulguyu destekler niteliktedir.

Hastalarla iletişimde kullanılan hitap biçimi temasında ise hekimlerin hanım/bey (f=7) şeklinde resmi bir hitap biçimi ve amca/teyze (f=5) şeklinde samimi bir hitap biçimi kullandıklarını ifade etmişlerdir. Hastalar ise çoğu (f=9) hocam şeklinde hitap biçimi kullandıklarını ifade etmişlerdir. Hastaların genellikle

tek bir hitap biçimi benimsediği, hekimlerin ise karşısına gelen hastanın yaşı, sosyoekonomik düzeyi ve yaklaşım tarzı ile hitap biçiminin değişebildiği düşünülmektedir.

İletişim kurarken dikkat edilmesi gereken hususlar temasında hekimlerin ve hastaların saygılı davranmak (f=5), (f=5) yanıtının eşit ve çoğunlukta olması iletişimin her iki taraf açısından önemli ve ortak unsurun saygılı davranmak olduğu düşünülmektedir. Hastalar açısından ise hekime güven duymanın en önemli unsur (f=6) olduğu görülmektedir. Hekimlere duyulan güven unsurunu etkileyen faktörlerin araştırıldığı bir çalışmada ise faktör analizi yapılmış olup katılımcıların demografik özellikleri arasında ilişkisi incelenmiştir. Güven boyutunun rolü katılımcıların mesleklerine göre değişkenlik gösterdiği ve meslek grupları karşılaştırıldığında esnaf/ ev hanımı grubu hekimlere güven ifadelerinde en yüksek puanı verirken en düşük puanı veren meslek grubunun akademisyenler olduğu saptanmıştır. Buradan eğitim seviyesi ve entelektüellik seviyesi arttıkça hekime güvenin azaldığı yorumlanmaktadır (Gülcemal & Keklik, 2016). Buna göre bu çalışmada hastalar için iletişimde dikkat ettikleri en önemli unsurun hekime güven duymak (f=6) olması eğitim seviyeleri ile ilişkilendirilebileceği düşünülmektedir.

Hastayla iletişim kurulan sürenin yeterlilik durumu temasında hekimlerin hepsi (f=10) hastaya ayrılan sürenin yeterli olduğunu düşünmekte olup, hastaların çoğunluğu (f=6) hekimlerin kendilerine yeterli vakti ayırmadıklarını düşünmektedirler. Bu görüşler ışığında hekimlerin devlet hastanesine kıyasla özel hastanenin hasta yoğunluğunun az olması, hastalara yeterli ve fazlasıyla süre ayırabildiklerini; hastaların ise özel hastane olduğundan dolayı daha fazla beklenti içine girmelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Beklentilerini karşılama durumu temasında, hekimlerin 4'ü bu konuda sorun yaşamadığını (f=4) diğer 4'ü ise karşılanamayacak beklentileri açıkça bildirdiklerini ifade etmiştir (f=4). Hastaların ise yarıdan fazlası hekimlerden fazla ilgi (f=6) beklemektedir. Bu noktada aslında hekimin karşılanamayacak şekilde ifade ettiği beklentilerin, fazlaca ilgi isteyen bir hasta tarafından benimsenmesi iletişim sorunlarına neden olabileceği düşünülmektedir. Khanal vd. 2021'de yaptıkları benzer çalışmada Tribhuwan üniversitesi eğitim hastanesi'nde yapılan ankette 420 (%96) hasta hekimlerden memnun, 17'si (%4) ise memnun olmadığı sonucuna varılmıştır. Hastaların hekimlerden memnun olmalarının nedenleri ise hekimlerin onlarla özenle, istişareyle iletişim kurmaları ve kendilerine ayrılan süreyi yeterli bulmalarından kaynaklandığı sonucu bu çalışmadaki elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Buna göre hastaların beklentilerini karşılama durumu ile hasta memnuniyeti arasında doğrudan bir ilişki olduğu düşünülmektedir.

İletişimde memnun edici durumlar temasında hekimlerin çoğu (f=8) hastaların iyileşmeleri ve teşekkür etmelerinden memnun olduklarının ifade ederken, hastaların ise tamamı (f=10) karşılarında ilgili ve anlayışlı bir hekim görmekten memnun olduklarını ifade etmişlerdir. Buna göre hastaların hekimlerden beklentiler sorusuna verdikleri fazla ilgi yanıtını desteklemiş oldukları düşünülmektedir.

İdeal hasta ve hekim iletişimi temasında hekimlerin tamamı saygılı ve anlayışlı olunması gerektiğini düşündükleri saptanmıştır (f=10). Ayrıca bu hekimlerin bir kısmı hastaların hekime karşı güven duymaları gerektiğini ifade etmiştir (f=4). Hastaların yarıdan fazlası (f=7) hekimin anlayışlı, sabırlı ve saygılı olması gerektiğini ifade ederken öte yandan hekimin ilgili ve güler yüzlü olması gerektiğini (f=5) düşünen hasta katılımcıların da bulunduğu görülmektedir.

Hasta ve hekim iletişimi geliştirmek ve daha olumlu hale getirmek için hastaların özellikle de özel sektör hekimlerinin maddi kaygı hareket ettiği algısının ortadan kaldırılması gerekmektedir. Ayrıca hasta hekim iletişiminin olumlu yönde gelişebilmesi açısından muayene süreleri şimdikinden bir miktar daha uzun tutulabilir. Bu durum öncelikle hekim sayıları ile ilgilidir. Hekimlik mesleğini teşvik edici ve destekleyici politikalara geliştirilerek, kişi başına düşen hekim sayısının artırılabilirliği düşünülmektedir. Öte yandan genelde sağlık profesyonellerinin hepsine, özelde ise hekimlere tıp eğiti sırasında iletişim, sağlık iletişimi ve iletişim becerilerinin geliştirilmesine yönelik dersler müfredat içerisine dahil edilebilir. Ayrıca hekimlere mesleklerini sürdürmeleri sırasında hizmet içi eğitim kapsamında bilgilendirici, hastalara ise sağlık okuryazarlık düzeylerini yükseltici faaliyetler düzenlenebilir. Hasta hekim arası iletişim unsurlarının iyileştirilmesinin hekimlere mesleki doyum açısından, hastalara ise tedavileri açısından olumlu etki oluşturacağı düşünülmektedir.

## 6. Extended Abstract

In this study, it is aimed to examine the communication between the patient and the physician. In this context, comparative evaluations were made from both patient and physician perspectives.

The concept of communication, which is important in every part of human life, is also very important for health institutions. Especially due to the stress and distress caused by various health problems, communication problems between the patient and the physician are frequently encountered. In this study, it is considered important because the communication problems experienced by patients and physicians are analyzed from both sides and solution proposals are developed.

This study has a qualitative research feature. Research data were collected by face-to-face interview method. Participants consist of 10 physicians working in a private hospital in Konya and 10 patients receiving service from these physicians. In the study, the participants were specified as K1, P2, ..... K20. K1 to K10 represent physician participants, and K11 to K20 represent patient participants. Participants were asked primarily questions about obtaining demographic information, then patient-physician communication problems and open-ended questions to identify these problems. The data obtained in the research were first organized systematically, codes and themes were formed by bringing together similar points. For the analysis of the text, the MAXQDA 2020 qualitative data analysis program was used. The data were analyzed with thematic and descriptive analysis.

As a result of the interviews with the physicians, a total of 141 codings were made and 3 main themes and 10 sub-themes were created from these codes. The main themes can be expressed as "communication problem", "communication process" and "satisfaction in communication". These main themes are divided into sub-themes. According to the demographic characteristics of the physicians, 7 male and 3 female physicians, 8 of them are married, 2 of them are single, 3 of them are between 30-40 years old, 3 of them are 41-55 and 4 of them are 52 years old and over. . In addition, it was determined that 7 of the physicians were specialists, 1 associate professor and 2 professors.

As a result of the interviews with the patients, a total of 137 codes were made and 3 main themes and 10 sub-themes were created from these codes. The main themes can be expressed as "communication problem", "communication process" and "satisfaction in communication". These main themes are divided into sub-themes. According to the demographic characteristics of the patients, 4 of them are male and 6 of them are female, 5 of them are married, 5 of them are single, 3 of them are between the ages of 18-27, 3 of them are 28-39, and 4 of them are 40 and over. . In addition, it was determined that 2 of the patients were primary school graduates, 2 were high school graduates, 5 were undergraduate, and 1 were postgraduate.

As a result of the study, many important results were obtained. One of the results is that physicians are more successful in empathizing than patients. Another result is that half of both patients and physicians declared that they had communication problems. It has been concluded that these communication problems can be caused by both the patient and the physician. Physicians state that the communication problems experienced are related to the education and cultural levels of the patients, while the patients state that the physicians use medical terminology due to reasons such as intensity and time constraints. It has been observed that the physicians used a formal address in the form of lady / gentleman and a sincere form of address in the form of uncle / aunt used in communication with patients. It was concluded that most of the patients used the form of address as teacher. It has been concluded that both patients and physicians should behave respectfully for the solutions of communication problems. In addition, it has been determined that trust in the physician is the most important factor for patients. All of the physicians think that the time allocated to the patient for communication is sufficient, and the majority of the patients think that the physicians do not spare enough time for themselves. While most of the physicians stated that they were satisfied with the patients' recovery and thanking them, all of the patients stated that they were pleased to see a caring and understanding physician in front of them. Finally, while physicians state that patients should have confidence in themselves, most patients state that physicians should be understanding, patient, respectful and smiling.

**Keywords:** Communication, Patient and Physician Communication, Private Hospital



**Kaynakça**

- Atıcı, E. (2007). Hasta-hekim ilişkisini etkileyen unsurlar. *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 33(2), 91-96.
- Atilla, G., Oksay, A., & Erdem, R. (2012). Hekim-hasta iletişimi üzerine nitel bir ön çalışma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (43), 23-37.
- Baduroğlu, A. B., Çıçırkdemir, H., Kalaç, İ., & Ulu, Ş. (2020). *Halkla İlişkiler ve İletişim*. Ders kitabı, Milli Eğitim Bakanlığı.
- Berg, L. B., & Lune, H. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (Çeviri Editörü: Hasan Aydın). Konya: Eğitim Kitabevi.
- Bıçakçı, İ. (2004). *İletişim ve Halkla İlişkiler*. 5. Basım, İstanbul: MediaCat kitapları.
- Büyükaslan, A. (2018). Sağlık iletişiminde sektörel tespitler. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 2-10.
- Coşkun, R., Altunışık, R., & Yıldırım, E. (2017). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Creswell, J. W. (2018). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni* (Çeviri Editörleri: Mesut Bütün, Selçuk Beşir Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çalapkulu, Ç., & Çelenk, E. (2018). Hasta-hekim ilişkisi ve iletişimi: Sakarya ağız ve diş sağlığı hastanesi örneği. *International Journal of Social Science*, 1(2), 87-95.
- Çınarlı, İ. (2008). *Sağlık İletişimi ve Medya*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Doğan, O. (2008). *Sağlık Hizmetlerinde İletişim*. (1. Baskı), Ankara: Songür Yayıncılık.
- Fong, J., Anat, S. & Longnecker, N. (2010). Doctor-patient communication: A review, *The Ochsner Journal*, 10: 38-43.
- Gezergün, A., Şahin, B., Tengilimoğlu, D., Bayer, E. & Demir, C. (2006). İletişim ve hekimlerin bakış açısıyla hekim-hasta iletişimi ve ilişkisi; bir eğitim hastanesi örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 6-21.
- Gökçe, O. (2019). *Klasik ve Nitel İçerik Analizi, Felsefe Yöntem Uygulama*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gözlü, K., & Kaya, S. (2018). Aile sağlığı merkezlerine başvuran hastaların perspektifinden hekim-hasta iletişimi. 2. *Uluslararası 12. Ulusal Sağlık ve Hastane İdaresi Kongresi bildirileri içinde*, (s. 748-763).
- Gülcemal, E. & Keklik, B. (2016). Hastaların hekimlere duydukları güveni etkileyen faktörlerin incelenmesine yönelik bir araştırma: Isparta ili örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(14), 64-87.
- Gültekin, E. (2016). Etik açıdan doğru hasta- hekim iletişimi nasıl olmalıdır?. *Türkiye Klinikleri Tıp Etiği-Hukuku-Tarifi Dergisi*, 24(3), 111-115.
- Güz, N. (1998). İletişim süreci ve temel öğeler. *İletişim fakültesi dergisi*, 0(7), 121-142.
- İzgören, A.Ş. (2010). *Dikkat Vücudunuz Konuşuyor*. (51. Basım), Ankara: Elma Yayınevi.
- Khanal, M.C., Karki, L., Rijal, B., Joshi, P., Bista, N.R., Nepal, B., Rana, K. & Lamichhane, P. (2021). Patient satisfaction in doctor patient communication in a tertiary care hospital of kathmandu: a descriptive cross-sectional study, *J Nepal Med Assoc*, 59(236), 317-321.
- Koçel, T. (2014). *İşletme Yöneticiliği*. (genişletilmiş 15.baskı), İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Kutlu, M., Çolakoğlu, N., & Özgüvenç, Z. P. (2010). Hasta hekim ilişkisinde empatinin önemi hakkında bir araştırma. *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, 2(2), 127-143.
- Oğuz, Y. (1995). Klinik uygulamada hekim-hasta ilişkisi. *Türkiye Klinikleri Tıbbi Etik Dergisi*, 2 (3), 59-65.
- Onay, M., Süslü, Z. H. & Kılıcı, S. (2011). İletişim tarzının ve sözsüz iletişimin çalışanların iş performansına etkisi: Posta dağıtıcıları ve hemşireler üzerine bir araştırma. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(21), 139-176.
- Öcel, Y. (2016). Algılanan doktor imajı ile hasta memnuniyeti arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(14), 341-364.
- Özkan, Z. (2008). Doktor hasta iletişiminde beden dilinin gücü. *Zeynep Kamil Tıp Bülteni*, 39(2), 87-91.
- Pir, E. Ö. (2019). Halkla ilişkiler modellemesinde iki yönlü simetrik model ile iki yönlü asimetric model arasındaki uygulama farklılıkları. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 307-313.
- Poon Teng Fatt, J. (1998). Nonverbal communication and business success. *Management Research News*, 21(4/5), 1-10.

Putnam, S. M., Stiles, W. B., Jacob, M. C., & James, S. A. (1985). Patient exposition and physician explanation in initial medical interviews and outcomes of clinic visits. *Medical Care*, 74-83.

Tutar, H. (2003) *Örgütsel İletişim*, Ankara: Seçkin Yayınları.

Weiss, B. D. (2007). *Health Literacy and Patient Safety: Help Patients Understand*. Manual for Clinicians. (2nd ed. ), Chicago: American Medical Association Foundation and American Medical Association.

Yıldırım, A., & Şimşek, (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %40/%40/%20 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %40/%40/%20 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

## Küresel Kamusal Bir Kötü: Terörizm

Yasin ÇAM\*   
Selim COŞKUN\*\* 

### ÖZ

Terörizm, 21. Yüzyılda farklı isim, amaç ve tekniklerle birçok ülkede varlık göstermektedir. Bazen bağımsız, çoğu zaman bir ya da birkaç devletin güdümünde hareket eden terör örgütleri doğduğu bölgede kalmamakta, geniş bir alana yayılmaktadır. İletişim ve ulaşım tekniklerinin gelişmesi terörün eylem pratiğini kolaylaştırmaktadır. Hedefinde olan ülkelerin ekonomisini, siyasetini, politikalarını, yatırımlarını, sosyal hayatını, demografik özelliklerini, askeri politikalarını olumsuz etkilemektedir. Silahlı eylemlerle sadece güdümündeki bölgeyi etkilemekle kalmamakta, ülkelerin küresel anlamda siyasi, ekonomik iş birliğini sekteye uğratmakta ve zarar vermektedir. Aynı zamanda yatırımları durduran, refahın yönünü değiştiren terörün bitirilmesi için ortak söylemlerin kullanıldığı ancak ortak eylemlerin uygulanamaması teröre alan sağlamakta ve yayılımını kolaylaştırmaktadır. Bu çalışmada terörizm, küresel kamusal kötü bağlamında ele alınmış, ülkeler açısından ortaya çıkardığı olumsuzluklar irdelenmiştir. Nitel bir araştırma olarak tasarlanan bu çalışmada terörizmin beslediği ve terörizme zemin hazırlayan her türlü argümanın ortadan kaldırılması gerekliliği üzerine odaklanılmıştır. Küresel bir sorun olan terörizmin çözümünün de küresel ortak bir mücadeleyle sağlanabileceği önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Küresel Kamusal Kötü, Küreselleşme, Terörizm, Küresel Kamusal Mal.

## A Global Public Bad: Terrorism

### ABSTRACT

Terrorism is present in many countries with different names and purposes in the 21st century. These organizations, which sometimes act independently and often under the control of one or more states, do not stay in the region where they were born, but spread over a wide area. The development of communication and transportation techniques facilitates the practice of terrorism. The economy, policies, investments, social life etc. of the targeted countries. negatively affects many areas. With armed actions, it not only affects the region under its control, but also disrupts and damages the global political and economic cooperation of countries. At the same time, the use of common discourses to end terrorism, which stops investments and changes the direction of prosperity, but the inability to implement common actions provides space for terrorism and facilitates its spread. In this study, terrorism is discussed in the context of global public bad, and its negative effects in terms of countries are examined. In this study, it is focused on the necessity of eliminating all kinds of arguments that pave the way for terrorism. It is suggested that the solution of terrorism, which is a global problem, can be achieved through a global joint struggle.

**Keywords:** Global Public Bad, Globalization, Terrorism, Global Public Good.

### 1. Giriş

2000'li yıllar dünyada teknolojinin gelişip belli bir düzeyde doygunluğa ulaştığı, siyaset, eğitim, ekonomi, askeri, iletişim vb. alanlarda yaşanan olumlu ya da olumsuz olayların etkisinin küresel çapta hissedildiği yıllardır. Özellikle 1980'li yıllarda dünyada serbest piyasanın siyasi ve ekonomik alanda kendini kabul ettirmeye başlamasıyla temeli atılan bu sürece bağlı olarak sermayenin ülke sınırları yokmuşçasına serbest dolaşımı beraberinde yerel hareketlerin küresel hareketlere dönüşebileceğini göstermiştir. Benzer şekilde bir hizmetin ya da olumlu olumsuz bir çıktının etkisinin başkaları (kaynak bölgesi dışındaki insanlar veya ülkeler) tarafından hissedilmesi kamusal mal ve devamında küresel kamusal mal kavramlarını doğurmuş, tartışmaya açmıştır. Bilindiği üzere faydasından dışlanmanın mümkün olmadığı ve tüketiminde rekabet bulunmayan mallar, kamusal mallar olarak adlandırılmaktadır. Bu tanıma benzer olarak dışlanamama ve tüketimde rekabetin olmaması özelliklerine haiz olan ancak negatif faydaya (zarara) yol açan mallar, kamusal kötü olarak tanımlanmakta olup sonuçları pek çok farklı tartışmaya sebep olmuştur. Kamusal kötü örnekleri arasında salgın hastalıklar, çevre kirliliği vb. yer almakta olup terörizm de kamusal kötü örneklerinin başında gelmektedir. Şöyle ki, teknolojik imkanların gün geçtikçe gelişmesi ve çeşitlenmesi ulaşım, iletişim, kamusal hizmetlerin yürütülmesi, tıbbi operasyonların kolaylaşması, tarımda makine kullanımı, fabrikalarda otomasyonların artması gibi gelişmeler pek çok alanda insanların yaşamlarını kolaylaştırırken benzer şekilde terörizm gibi toplum için kötü sonuçlara sebep olabilecek amaçlara sahip

\* Arş. Gör., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, yasinacam@osmaniye.edu.tr

\*\* Prof. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, selimcoskun@osmaniye.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 30.05.2022

kişi veya gruplarında hedeflerine ulaşmalarını da kolaylaştırmaktadır. Bu anlamda yerelde yer alabilecek bir terörizm faaliyeti kolaylıkla diğer toplumları etkileyebilmekte ve bu toplumlara zarar verebilmektedir.

Bu çalışmada dünyanın gündemini sıklıkla meşgul eden ve toplumları tehdit eden terörizm kavramı küresel kamusal kötü bağlamında ele alınarak etki ve sonuçları tartışılmıştır. Bugün tüm dünyanın karşı çıktığı ve başladığı yerde bitirilmesi gerekliliği üzerinde uzlaşılan ancak pratikte ortak mücadelenin sağlanamadığı pek çok silahlı illegal örgütsel faaliyetler yerelde başlayıp küresel etkiye sahip olma potansiyelli faaliyetlerdendir. Aynı zamanda ortak mücadele olmadan önlenmesi zor olan bu faaliyetler devletleri sosyal, siyasi, ekonomik, demografik vb. birçok alanda olumsuz yönde etkilemektedir. Çalışmada ilk olarak terörizm kavramı sebep, sonuç ve nedenlerine ilişkin olarak ele alınmış, ardından terörizmin ülkeler açısından sebep olduğu psikolojik, sosyal ve ekonomik etkiler incelenmiştir. Çalışmanın dördüncü bölümünde küresel kamusal iyi ve küresel kamusal kötü kavramları ele alınmış, beşinci bölümde ise dünyadan örneklerle terörizm kavramsal olarak irdelenerek küresel kamusal kötü bağlamında değerlendirilmiş, istenmeyen bir durum olan terör faaliyetlerinin ülke ve dünya ekonomisine, sosyal ilişkilere, siyasi kararlara ve yürütülen politikalara etkileri küresel bağlamda incelenmiştir.

Literatür taramasına dayalı nitel bir çalışma olarak tasarlanan bu araştırmada özellikle ekonomik, teknolojik, siyasi ve sosyal olarak dünyada ileri gelen ülkeler başta olmak üzere tüm ülkelerin terörizme zemin hazırlayacak ideoloji ve uygulamalara yönelik toplu mücadele etmeleri önerilmektedir. Küresel bir soruna dönüşme potansiyeli yüksek olan ve küresel kamusal kötü olarak değerlendirilebilen terörizme karşı verilecek mücadele ve bu amaçla uygulanacak politikaların küresel ortaklık yoluyla yürütülebileceği öngörülmektedir.

## 2. Terörizm

Terörizm uzun yıllardır belli bir kitlenin ideolojisini, isteklerini, eylemlerini karşı tarafa kabul ettirmek ya da karşı tarafı fikirlerinden, düşünce ve eylemlerinden vazgeçirmek adına pek çok farklı ülkede farklı gruplar tarafından bir yöntem olarak benimsenip kullanılmıştır. Temelde silahlı eylemlere dayalı bir bezdirme faaliyeti olan terörizm, genel eylem şekli incelendiğinde güçsüz bir grubun, güçlü olana karşı benimsediği düzensiz bir çatışma, savaş şeklidir. Benzer şekilde devlet altı örgütlerin mevcut devletlerine yahut ekonomik ve askeri anlamda zayıf devletlerin, güçlü devletlere karşı uyguladıkları şiddete dayalı faaliyetlerdir (Ergil, 1992, s. 139). Mücadele ve çatışma şeklinin düzensiz olması, hareket yönünün çok seçenekli olması sebebiyle terörizme karşı mücadele devletler için hayli zor olmaktadır.

Küreselleşmenin sağladığı kolaylıklar vesilesiyle terörizm birçok farklı alanda kendine avantaj sağlayıp, düşük maliyetlerle, iletişim ağlarını lehine kullanarak geniş çaplı zararlara sebep olabilmektedir. Telekomünikasyon alanında yaşanan gelişmeler sonucunda iletişim ağlarının yayılıp gelişmesiyle beraber ülke sınırlarının kontrol ve denetim mekanizmalarını aşmak kolaylaşmış olup terörün yayılımını da kolaylaştırmıştır. Bu güçlü iletişim ağı terör örgütlerinin planlama ve eylemlerinin daha kolay bir şekilde gerçekleştirmesinin önünü açmıştır (Türköz, 2016, s. 154). Ekonomik anlamda incelendiğinde ise teröristlerin lehine bir ekonomik durum olduğu bir gerçektir. Terör eylemlerine karşı korunabilmenin maliyeti milyarlarca doları bulurken terörün maliyeti ise milyon dolarlar ya da daha da azdır. Gelişen küreselleşme teröristlere daha iyi teknolojilere erişim, kolaylıkla militan bulabilme, ihtiyaç duyduğu kaynaklara ve hedeflerine ulaşabilme imkânı tanımaktadır (Czinkota vd., 2010, s. 839). Uluslararası terörizm küreselleşmiş bir dünyada küresel kamusal bir kötü iken, terörizmin kontrolünü sağlamaya yönelik eylemler, temelde küresel kamusal bir maldır. Küreselleşme teröre sınırların olmadığı hissini vermekte, çeşitli eylemlerle devlet sınırlarının geçirgenliğinden faydalanmaktadır. Bir ülke vatandaşı, gittiği bir turistik seyahatte terör saldırısına maruz kalabilmekte veya başka bir ülkedeki mülkü bu tarz saldırılardan zarar görebilmektedir. Genel terör saldırıları incelendiğinde söz konusu saldırıların hedef gözetmeksizin ve tali hasarlara sebep olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak, saldırı esnasında terör mahallinden geçen masum insanları etkilemesinden dolayı küresel toplum uluslararası terörizmi engelleme faaliyetleriyle fayda sağlamaktadır. Örneğin, 20 Kasım 2003 tarihinde İstanbul'da bulunan İngiliz Konsoloslukuna iki bomba yüklü araçla saldırı yapılmış, Türk vatandaşlarının yanı sıra Türk olmayan insanlar da hayatlarını kaybetmiş veya yaralanmıştır (Sandler, 2006, s. 194). Farklı bir ülke sınırları içerisinde gerçekleşen terörist faaliyetleri engellemek için mücadele gösteren bir diğer ülke aynı zamanda

orada bulunması muhtemel olan kendi vatandaşlarını yahut diğer ülke vatandaşlarını da korumuş olmakta ve genel bir fayda açığa çıkarmaktadır.

Terörizm zamanla ulusötesi bir hal almış, çok alternatifli yapısı sebebiyle operasyon alanlarını çeşitlendirmiş, finans ve tedarik mekanizmalarını çeşitli hale getirebilmiştir. Dünyada büyük kentlerde nüfusun merkezileşmesi ve artması, ekonomik yapıların birbiriyle bağlantılı hale gelmesi ve sürekli hareketli bir yaşam içerisinde insanların olması, olası bir kimyasal saldırıda bu yoğun nüfuslu yerlerdeki insanların çaresiz kalacağı ve can kayıplarının yüksek düzeyde olacağı aşıkardır. Bu tarz silahların konumlandırılma hızı, savunma oluşturmak için görevlendirilen bürokratik düzenden daha hızlıdır. Terörizmin bir amacı da ülkelerin siyasal sistemlerini istikrarsızlaştırmaktır. Aynı zamanda gelişme ve kalkınma için elverişsiz bir ortam kurmakta insan hakları ve özgürlükler için tehdit yaratarak zayıf devletler için bir korku oluşturmaktadır. Ayrıca, geçirgen sınırlar, sınırlı kanuni uygulamalar ve zayıf yönetim gibi açıklardan da sıklıkla faydalanmaktadır. Bir ülkenin terörist gruplar için bir hedef, geçiş noktası ya da operasyon merkezi olarak kullanabilme ihtimalinden dolayı terörizme karşı toplu bir mücadele gerekmektedir. Fakat toplu mücadelenin gücü ancak en zayıf devlet kadar güçlü olabilir. Bu nedenle teröre karşı ulusal, bölgesel ve küresel çapta geniş ölçülü mücadele olmak zorundadır (International Peace Institute, 2009). Terör grupları bazı ülkeleri hedef alarak diğer ülkelere uluslararası terörizmi sonlandırmak için bir sebep oluşturmaktadır. Ancak burada temel sorun bu ülkeler terör örgütlerini kendilerinden dışlayarak, maruz kaldığı saldırı karşısında harekete geçme yetisinin zayıf olduğu gelişmekte olan ülkeleri istemli veya istemsiz şekilde yönlendirerek büyük bir kamusal kötü ortaya çıkarmaktadırlar. Burada temel çözüm bu ülkelerde de güvenliği üst düzeye çıkarmak, teröristleri ortadan kaldırmak ve terörizmi besleyen kaynakları yok etmektir. Fakat tüm bu önlem politikaları özellikle gelişmiş olan ülkelerin ortak çabalarıyla gerçekleştirilebilir (Sandler, 2006, s. 210-211). Gelişmemiş ülkelerin operasyon gücü, askeri ve ekonomik yeterliliği kısıtlıdır dolayısıyla mücadele gücü bu bağlamda kısıtlı kalmaktadır.

Günümüzde terör örgütleri varlığını sürdürebilmek adına ihtiyaç duyduğu maddi kaynağı pek çok yolla elde edebilmektedir. Çoğu terör grubu için finansman, genellikle aşağıdaki kaynaklardan herhangi biri veya daha fazlasından sağlanmaktadır (Ward, 2004, s. 26):

- Devlet sponsorluğu;
- Küresel kaynak yaratma;
- Meşru ticari işletmeler;
- Uyuşturucu ticareti;
- Yerel bağış toplama;
- Ortak suç faaliyetleri (soygun, dolandırıcılık)

Bazı devletler yasal olmadığını bildiğini halde bir örgütün faaliyetlerinden çıkar sağlayacaksa ilgili örgütü finanse edilebilmekte, teçhizat, gıda ve silah desteğinde bulunabilmektedirler. Terör örgütlerinin sıklıkla başvurduğu bir diğer kaynak yaratma yöntemi olarak küresel uyuşturucu madde ticaretidir. Dolayısıyla bu kaynaklara erişimi kesmek ve yaptıkları illegal ticaretleri engellemek terör gruplarının devamlılığını sona erdirmek adına önemli bir mücadele tekniği olacaktır. Mücadele edilmediği ve kendine yönelik bir direnç görmediği yerlerde terörizm, kendine rahatlıkla faaliyet alanı bulabilmektedir. Bu bağlamda, terörizm hareket alanını genişletmek ve eylemlerini daha rahat bir ortamda gerçekleştirebilmek için beş yöntem üzerine odaklanmaktadır. Bu yöntemlerden ilki toplumsal bir karışıklık yaratmak, insanlara korku salıp anarşi duygusunu yaymaktır. Düzensiz ve karmaşık bir ortamda terör kendine eylem kanalları açabilmektedir. İkinci yöntem ise bir hükümeti itibarsız kılmak, gücünü azaltmak ya da tamamen ortadan kaldırıp yerine hükümet edecek başka bir grup getirmektir. Devletin bürokratlarına, memur ve diğer kamu görevlilerine yapılacak saldırılar hükümeti itibarsızlaştırmaktadır. Terörizmin kullandığı üçüncü yöntem ise ekonomiktir. Bu bağlamda, ticari faaliyetlere saldırılar düzenlemek, kundaklamalar yapmak, boru hatlarını sabote etmek, banka soygunu yapmak, haraç toplamak, tarımsal ürünlere zarar vermek, turizmi ve yatırımları olumsuz olarak etkilemeye yönelik saldırılar sıklıkla kullanılan metotlardır. Dördüncü yöntem ise askeri alana yapılan saldırılardır. Genelde savunmasız insanları hedef alan terör zaman zaman askerlere ve birliklere de saldırılar düzenlemektedir. Beşinci ve son yöntem ise, uluslararası etki yaratmak için suikast yapmaktır. Önemli bir bürokrati, silah tüccarını veya savaş teknolojisi üreten bir mühendisi öldürmek terörün kullandığı ve uluslararası etki uyandıran yöntemlerdendir (Harmon, 2001).

Terörizmi ortaya çıkaran sebepler incelendiğinde, Şimşek (2016)'e göre etnik, politik, ideolojik, sosyoekonomik ve dini faktörler olmak üzere beş önemli etken terör örgüt ve faaliyetlerini tetiklemektedir. Dini sebeplere dayanan terörizmin amacı var olan düzeni yıkmak, kendi inancına yönelik yeni bir düzen kurmak, diğer dinlerin etkisini kırmak ve din temelli bir yönetim anlayışını hâkim kılmaktır. Sosyoekonomik temelli terörizm yoksulluk, işsizlik, gelir dağılımında eşitsizlik, başarısız siyasi politikalar gibi sorunların doğurduğu bir eylem olarak ortaya çıkmaktadır. İdeolojik temelli terörizm ise bir grubun siyasi düşüncelerini başkalarına zor kullanarak kabul ettirmeye yönelik eylemler sonucu ortaya çıkmaktadır. Politik temelli terörizm ise siyasal istikrarsızlık, politik çekişmeler ve kavgalar, siyasi uzlaşının olmaması, yönetim sisteminin oturmamış olması gibi sebeplerden ötürü ortaya çıkan terörist faaliyetlerdir. Son olarak etnik temelli terör faaliyetleri ise genellikle bir etnik yahut azınlık bir grubun siyasi anlamda daha üst bir statüye kavuşması, yeni bir devlet kurulması, yeni bir toplumsal kimlik inşa etmek amacıyla hedef atmeksizin yapılan şiddet faaliyetleridir. Birçok farklı amaç ve ideolojiye dayanan birbirinden farklı terör grupları temelinde terörizme bağlı olarak yıllardır dünya üzerinde kendine yer edinebilmiş, insanların canını, malını tehdit eder olmuş ve zarar vermiştir. Terörizmin coğrafi sınırlarının olmaması sebebiyle hiçbir toplum yahut ülke kendini tamamen korunaklı olarak görmemelidir. Bir ülke kendi sınırları içerisinde terörizmin doğup büyümesine izin vermese dahi başka bir bölgede ortaya çıkan terörizmin zararlı etkilerinden tamamen korunması ne yazık ki mümkün görünmemektedir.

### 3. Terörizmin Ekonomik, Sosyolojik ve Psikolojik Etkileri

Terör faaliyetleri şiddetine bağlı olarak pek çok farklı alanda olumsuz etkilere sebep olmaktadır. İnsanlar için bedenen bir saldırı unsuru oluşturmasının yanı sıra diğer canlılar (hayvan, bitki, vb.) ve yapılar (konutlar, ulaşım, kamusal hizmet binaları, iş merkezleri, tarihi, kültürel vb. yerler) için de bir tehdit unsuru olmaktadır. Benzer şekilde doğrudan hedef gözeterek yapılan terör eylemleri somut etkilerinin yanı sıra bir ülkenin ekonomik, sosyal, siyasi vb. alanları için de korku, tehdit ve etki unsuru olmaktadır. Daha geniş anlamda ele alınacak olursa; terör eylemleri doğrudan (direkt) ve dolaylı (ekonomik finansal, mali) etkilere sahip olabilmektedir. Terör eylemlerinin açığa çıkardığı ve bu hareketlerin doğrudan etkileri arasında can kaybı, yaralanmalar, mülk ve altyapı sayılabilmektedir. Global Terrorism Database (2022)'ye göre ise 2000'li yılların ardından bazı yıllarda terör olaylarının sayısı 16.000'e ulaşmıştır. Bu durum terörizmle mücadele gereğinin ne denli önemli bir konu olduğunu gözler önüne sermektedir.

Can ve mal kayıplarının yanında terörizmin daha uzun vadede ortaya çıkan dolaylı etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler kısaca ekonomik, finansal ve mali etkilerdir. Bu anlamda terörizmin ekonomik büyüme, turizm, doğrudan yabancı yatırım ve işsizlik gibi ekonomik faktörler, finansal piyasalar gibi finansal faktörler ve kamu harcamaları ve devlet borçlanması gibi mali faktörler üzerinde dolaylı etkileri vardır (Akça & Ela, 2017, s. 1054). Literatürde terörün ülkeler açısından ekonomik zararlarının, kamusal düzeni sekteye uğratması ve yatırımcılar açısından güvensiz bir ortam oluşturması üzerinde sıklıkla durulmaktadır. Araştırmacılar terör faaliyetlerinin çeşitli yöntemlerle ekonomik büyümeyi engellediği konusunda hemfikirdir. Terörizm, ülkelere gelecek yabancı yatırımları olumsuz etkileyebilir, getiri sağlayacak yatırımlar için ayrılacak bütçeden daha fazlasını, ekonomik getirisi olmayan güvenlik politikaları için kullanılmasını teşvik eder, uluslararası ticari faaliyetleri sınırlandırabilir ve turizm gelirlerinde düşüşe sebep olabilir (Öcal & Yıldırım, 2010, s. 487).

Zi & Sullivan (2017, s. 4) tarafından yapılan çalışmada, terörün ticaret üzerine etkisi uzun vadeli ve kısa vadeli etkiler olmak üzere iki ana başlık altında incelenmiştir. Kısa vadeli etkiler mikroekonomik ve makroekonomik olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Mikroekonomik etkiler: Fiziksel sermaye kaybı, risk yönetim maliyeti, gizli maliyet (terör korkusuyla yaşayanlar üzerindeki duygusal yük, küresel tedarik zincirlerinin yüksek güvenlik maliyetleri). Makroekonomik etkiler ise: Üretici ve tüketici güveninin etkilenmesi, turizmin olumsuz etkilenmesi (seyahat sektöründe işsizlik, turizme talebinde düşüş). Uzun vadeli etkiler incelendiğinde ise iş dünyası için uzun vadeli terör vergileri (yüksek sigorta primleri vb.), göçlerin sınırlanması, doğrudan yabancı yatırımda yaşanan düşüş gibi farklı ve olumsuz etkilere açığa çıkmaktadır. Öyle ki, Bardwell & Iqbal (2021) yaptıkları araştırma neticesinde 2000 ve 2018 yılları arasında terörizmin dünya ekonomisine verdiği ekonomik zararın 855 milyar \$ olduğunu saptamışlardır. Anlaşılabileceği üzere terörün yalnızca hâkim olduğu coğrafyaya değil tüm dünyayı doğrudan ya da dolaylı

olarak etkilediği ve büyük bir maddi zarar açığa çıkardığı görülmektedir. Terörün kullandığı şiddet yönteminin yarattığı tehdit ve korku sadece ekonomiye değil sosyal yaşama, ticari ilişkilere ve hayatın olağan akışını darbe vurmakta çoğu zaman sekteye uğratmaktadır. İş dünyası için ekstra bir mali yük, kazanç kaybı yaratırken, insanlar için ise özgürlüklerin sınırlanması, yaşamsal faaliyetlerin kısıtlanması, stres ve korku yaratmaktadır.

Terörizmin doğrudan etkilediği ve üzerinde tartışılması gereken bir başka alan ise sosyal hayattır. Özel veya kamusal alanlara, sosyal yaşam ve eğlence mekanlarına olması muhtemel tehdit ve saldırılara bağlı olarak sosyal hayat zaman zaman sekteye uğramaktadır. Özellikle bombalı bir terör saldırısına maruz kalan kişilerde depresyon, aşırı uyarılmalar, umutsuzluk, çaresizlik, güvensizlik, günlük aktivitelere ilgisizlik, karamsarlık, odaklanma sorunları gibi sosyal hayatı da etkileyen birçok psikolojik etkilenme açığa çıkmaktadır (Hussain & Sarma, 2016, s. 195). Bu etkilenme sebebiyle kamusal alanlarda kendi veya bir yakınının can ve mal güvenliğinin tehlikede olduğu düşüncesine bürünen kişilerde sosyal hayattan uzaklaşma, kendini dış mekâna kapatma gibi davranışlar ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Oluşturulan güvensizlik ortamıyla beraber terörün amaçlarından biri olan sosyal bütünlüğün bozulması bu vesileyle gerçekleşmektedir. Terörün dolaylı da olsa sosyoekonomik hayata etkilerinden biri de Türkiye’de de uzun yıllardır görülen terör baskısı ve tehlikesi sebebiyle insanların yaşadığı bölgeleri terk etmesidir. Farklı kültürlerden kentlerde toplanan nüfus arasında yaşanan anlaşmazlıklar, kültür çatışmalarının yanı sıra bu kişilerin memleketlerindeki yakınlarıyla ilişkilerinin ve tarımsal üretimden kopması gibi sorunlar da yaşanmaktadır (Şen, 2015, s. 56). Terörün çocuklar üzerindeki etkileri ise bir diğer önemli konudur. Öyle ki, bir terör saldırısına maruz kalan çocuklarda endişe, korku, eğitim sürecinde aksamalar, isteksizlik, duygusallık ve ani öfke nöbetleri, uyuma ve uyanma sorunları, karın ağrısı, ani tepkiler, iştahsızlık, davranış bozuklukları gibi hayatlarını etkileyen atlatılması güç psikolojik sorunlar meydana gelmektedir (Şavur & Arslan Tomas, 2014, s. 49).

Anlaşılacağı üzere terör doğrudan ya da dolaylı olması fark etmeksizin hedefine aldığı gerek yetişkin bireyler gerekse çocuklar üzerinde hayatlarının olağan akışını olumsuz şekilde etkileyen sonuçlar doğurmaktadır. Kişiler, terörizmin saldırdığı korku ve tehdit sebebiyle, sosyal hayat, iş hayatı, eğitim hayatı, özel yaşamları olmak üzere hayatlarını şekillendiren pek çok özgürlükten mahrum kalmaktadırlar. Bu durum, bir bütün olarak terörizmin en çok tartışılan can ve mala yönelik tehditlerinin yanı sıra azımsanmayacak düzeyde önem arz eden bir başka özelliği olan kitleler üzerine yaptığı psikolojik ve sosyal baskının da ne denli büyük bir hasara yol açtığını görebilmek açısından önemlidir.

#### 4. Küresel Kamusal Mal ve Küresel Kamusal Kötü

Küresel kamusal mal, pozitif dışsallığın ortaya çıktığı devletin sınırlarını aşarak diğer devletleri de etkileyecek şekilde yayılmasıyla ortaya çıkmaktadır. Temelde kamu maliyesinin önemli bir alanı olan küresel kamusal malların (bir mal yahut hizmet) fayda anlamında tüm dünyanın yararlandığı ve mevcut faydanın tüm insanları, devamında ise gelecek nesilleri kapsar biçimde evrensel olması ayırıcı özelliğidir (Susam, 2008, s. 277). Dünya Bankası (The World Bank) küresel kamusal malları faydasından dışlanmanın mümkün olmadığı ve tüketimde rekabetin olmadığı mallar olarak tanımlamaktadır. Özellikle uluslararası ticaret, uluslararası finans, mimari, çevre, bulaşıcı hastalıklarla mücadele ve bilgi önemli dışsallıklara sahip alanlardır (The World Bank, 2015). Bu anlamda, kamusal mal, tüketimde dışlanmanın ve rekabetin olmadığı mallardır. Benzer şekilde kamusal kötülerin de tüketimde dışlama ve rekabet yoktur. Ancak temel ayrım kamusal mal pozitif dışsallık (fayda) yayarken kamusal kötü negatif dışsallık (zarar) yaymaktadır. Kamusal kötünün verdiği zararın giderek ulusal sınırları aşması durumunda ise küresel kamusal kötü ortaya çıkmaktadır. Küresel kamusal kötü örnekleri arasında iklim değişikliği, sera gazları, küresel salgın hastalıklar ve son olarak uluslararası terörizm sayılabilmektedir (Ela, 2021, s. 29).

Kamusal mallar ve kamusal kötüler temelde iki benzer özelliğe sahiptirler. Bu özelliklerden ilki, arz konusunda ortaklıklar (rekabet etmeme); bir kez sağlanmış olduğunda bir devletin kamu malından yararlanmasının diğer devletler tarafından kullanımının önünde herhangi engel bulunmadığı ve sunulan hizmeti başka bir aktörün tüketmesi diğerlerinin arzını azaltmadığı anlamı taşımaktadır. İkinci özellik ise dışlamamadır. Yani faydaları ne olursa olsun hiçbir devletin kamu malından faydalanmasının önüne geçilemeyeceği anlamı taşımaktadır (Norrlöf, 2020, s. 1288; Nordhaus, 2005, s. 3). Örnek olarak trafik

lambalarındaki kırmızı, sarı ve yeşil ışıklar market arabalarına konup maddi olarak alınıp satılmasa da bu lambaların içerdiği komutlara uyulması kamusal fayda sağlamakta ve kamusal mal olarak değerlendirilmektedir. Aynı zamanda bu lambalara uyan kişi sayısı (tüketimi) arttıkça bu hizmetin arzı azalmamaktadır (Kaul vd., 1999, s. 4).

Küresel kamusal mal kavramıyla da ilişkili olan küresel kamusal kötü kavramı, ortaya çıkan bir zararın tüketiminde rekabet ortamının bulunmadığı ve bu zararın dışında kalmanın mümkün olmadığı bir durumu ifade etmektedir. Ayrıca zararın diğer insanlara hatta gelecek kuşaklara yayılması da mümkündür. Küresel kamusal kötüler kişilerin faydalarını azaltmaları sebebiyle diğer durumlar nötr kabul edildiğinde daha azı daha fazlasına tercih edilmektedir (Göker, 2014, s. 85). Negatif dışsallık özelliğine sahip olmasıyla da bilinen küresel kamusal kötülerin ayırt edici özelliği bir kamusal kötü olarak kabul edilebilecek dışsallığın ortaya çıktığı devletin idari sınırlarını aşarak önüne geçilmediği takdirde geniş bir coğrafyaya yayılmasıyla küresel etkiye sahip olmasıdır (Çelebi & Yalçın, 2008, s. 16). Bir volkanik dağın faaliyete geçerek geniş bir coğrafyayı dumanyla kaplaması, sınır aşan nehir sularının kirlenerek bu kirliliği başka bölgelere taşınması, nükleer bir kaza sebebiyle radyasyonun başka ülkelere yayılması, bir terör örgütünün zamanla büyüyerek başka devletleri tehdit etmesi gibi pek çok olumsuz durum küresel kamusal kötü olarak değerlendirilebilmektedir. Örnek vermek gerekirse, 1986 yılında Ukrayna'nın Çernobil kentinde bulunan nükleer santralde yaşanan kaza sebebiyle radyasyon hava akımlarının etkisiyle Ukrayna, Rusya ve Belarus'a doğrudan etki etmiş daha sonra yapılan çalışmalar neticesinde İsveç ve Finlandiya gibi diğer kuzey ülkelerine de taşındığı görülmüştür (iaea.org, 2021). 2010 yılında İzlanda'da Eyjafjallajökull Yanardağının faaliyete geçmesiyle havayı kaplayan kül bulutları sebebiyle Avrupa'nın birçok yerinde hava trafiği durmuş buna bağlı olarak milyonlarca kişi ve havayolu şirketleri bu durumdan olumsuz olarak etkilenmiştir. Günlerce etkisi geçmeyen kül bulutları insanların sağlıklarını da tehdit eder boyuta ulaşmıştır (science.org, 2011).

### 5. Küresel Kamusal Kötü Olarak Terörizm

Kamusal kötüler, tüketiminde rekabetin olmayışı ve dışlanmanın mümkün olmaması gibi temel özellikleriyle beraber etkilediği alan ve nüfusun oranına göre yerel ve küresel kamusal kötü olarak ikiye ayrılmaktadır. Açığa çıkan bir kamusal kötü yalnızca bir kenti yahut bir bölgeyi etkisi altına almışsa (bir kentteki çöp sorunu veya bir kent sınırları içerisindeki gölde ortaya çıkan kirlilik) onu yerel kamusal kötü olarak değerlendirmek mümkündür. Diğer taraftan, küresel salgınlar, iklim değişikliği, uluslararası terörizm gibi dünyanın bütününde etki gösteren kamusal kötüleri, küresel kamusal kötü olarak değerlendirmek gereklidir (Ela, 2021, s. 29). Bu bağlamda, dünya üzerinde geniş bir coğrafyayı veya yer kürenin tümünü olumsuz yönde etkileme potansiyeline sahip birçok farklı unsur bulunmaktadır. Bu unsurlardan biri insan kaynaklı olarak ortaya çıkan, temelinde şiddet güdüsü yatan ve uzun yıllardır toplumları tehdit eden terörizmdir.

Terörizm, temel olarak kendi doğrularını ve isteklerini diğer unsurlara kabul ettirmek amacıyla insanların mevcut bütünlüğüne, ekonomik düzeyine, psiko-sosyal sağlığına, eğitim sürecine, kamusal hizmetlere erişim ve temel insani haklara ulaşım süreçlerine zarar verip sekteye uğratmaktadır. Bunların yanı sıra kamusal düzen ve aktörlere, özel girişimlere, kamusal politika ve hizmet araçlarına, tedarik zincirlerine ve genel olarak hayatın doğal akışını olumsuz yönde etkilemektedir. Terörizmin doğurduğu ve beslediği eylemler yerel düzeyde önlenmediği takdirde uluslararası tehditlere dönüşmekte, ortaya çıkan çeşitli zararlardan diğer unsurların dışlanmama durumunun açığa çıkmasıyla terörizm, küresel kamusal kötü olarak değerlendirilebilir. Bird vd. (2008) çalışmalarında dünya üzerinde terörizmin ortaya çıkması ve yayılım sürecine yönelik olarak dini, sosyal, ekonomik vb. etmenler üzerinde durmaktadırlar. Bu çalışmaya göre karşıt inançları hedef alan dini fanatik gruplar, modernleşme süreci, ekonomik dengesizlikler, sosyal kolaylaştırma ve devrimci ideolojilerin yayılma güdüsü gibi sebepler terörün altyapısını oluşturan ve destekleyen durumlardır. Ekonomik olarak yoksunluk ve yoksulluk, siyasi değişim isteğinin özellikle otokratik yönetimlerce uygulanmayışı, yoksul kimselerin içinde buldukları sistemde dezavantajlı konuma sokuldukları inancıyla statükoya karşı gösterecekleri tepki gibi birçok neden terör faaliyetlerini arttırmaktadır. Tüm bunlar ve çalışmanın ikinci bölümünde de vurgulanan birçok nedenden ötürü terörizm



ekonomik, siyasi, sosyal, dini, ideolojik sebeplerden dolayı kendine her dönemde farklı bir coğrafyada doğabilme ve genişlemeye müsait bir alan bulabilmektedir.

Terörizmin modern dönemi olarak adlandırılan 1900 sonrası dönemde ortaya çıkışı dört dalga şeklinde açıklanmaktadır. İlk dalga 19. Yüzyılın sonlarında anarşiyle şekillenmiş, Avusturya Dükünün suikast sonucu öldürülmesini içerisine alan ve 1. Dünya Savaşını da başlatan dönemdir. İkinci dalga 2. Dünya Savaşının ardından emperyalist devletlerin sömürgelerinden çekilmeleri sürecinde milli çıkarları için grupların kendi ülkeleri için verdikleri mücadeleyi içermektedir. Üçüncü dalga ABD'nin Vietnam'da, İsrail'in ise Ortadoğu üzerindeki askeri politikalarına bir tepki olarak gerçekleşmiştir. Bu dalga ulusötesi bir niteliğe bürünmüş ve o dönem terör eylemi olarak uçak kaçırma yaygın bir metot olmuştur. 1979 yılında İran'da gerçekleşen devrimle başladığı kabul gören ve soğuk savaş dönemiyle devam eden dördüncü dalga 1980'lerde İsrail'in Lübnan'ı işgali, ABD'nin İsrail'e verdiği destek ve devamında savaşa dahil olması ile Lübnan ve Kuveyt'teki ABD büyükelçiliklerinin bombalanması, beraberinde tehditleri küresel boyuta taşımıştır. Aynı zamanda bu dönemde devletlerin terörizmi finansal ya da teknik açıdan desteklemeye başladığı düşünülmektedir. (Ghosh, 2014, s. 93-94).

20. yüzyılın sonları ve 21. yüzyılın başlarını kapsayan dönemde ise sıcak savaşın maliyet ve sonuçlarını göze alamayan devletler için bir strateji olarak vekalet savaşlarının kullanımı artmaya başlamıştır. Bir ülke veya bölgede kendi siyasi ve askeri politikalarını yürütmek ya da bu politikaları kabul ettirmek isteyen kimi devletlerin terörü kimliksiz bir caydırıcı güç olarak destekledikleri bilinmektedir. Vekalet savaşlarının en yakın örneği ise "Arap Baharı" olarak adlandırılan ve Arap ülkelerinde başlayan halk ayaklanmalarından çözüme kavuşturulamamış olan Suriye'de görülmektedir. ISIS (DEAŞ), PYD/YPG, HTŞ başta olmak üzere birçok silahlı örgüt ülkelerin terör listelerinde olmalarına rağmen uzun yıllardır Suriye'deki iç savaş sorunu kesin bir çözüme kavuşturulamamıştır. Buradaki önemli bir detay ise terör listelerinin devletlerin politikalarına göre farklılık göstermesi ortak mücadeleyi engellemekte ve çatışma bölgelerindeki gerilimi daha da arttırmaktadır. Suriye'deki çatışma sürecinde yerelde yaşanan yaralanmaların, mal ve can kayıplarının yanı sıra bu sürecin doğurduğu can güvenliği temelli göç akınlarının Avrupa'yı dahi etkilediği görülmüştür. PEW araştırma şirketinin verilerine göre 12,5 milyon Suriyeli yaşanan iç savaş sebebiyle yerinden edilmiştir. Yaklaşık 6,5 milyon insan Suriye toprakları içerisinde yer değiştirirken, 6 milyon kadarı ise büyük çoğunluğu Türkiye'ye olmak üzere farklı ülkelere göç etmiştir (pewresearch.org, 2016). Terör ve çatışma tehdidinin doğurduğu bu göç akını ülkelerin demografik ve sosyal yapısını etkilemesi, terör militanlarının ülkelere mülteci görünümüyle sızmaları, yerelde başlayan olayların sınırları aşarak başka ülkeleri de etkilemesi açısından terörün önemli bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

11 Eylül 2001 tarihinde ABD'de bulunan Dünya Ticaret Merkezi'ne düzenlenen saldırılar devletlerin terörün farklı saldırı teknikleri karşısında güvencesiz bir konumda olduklarını göstermiştir. Bu saldırının kökeninin Ortadoğu'da radikal dinci örgütlerden kaynaklandığı düşüncesi ABD başta olmak üzere Avrupa ülkelerini Ortadoğu üzerine yöneltmiştir (Abdurrahmanlı, 2019, s. 101). Bu saldırılar sonucunda düşman güçlerin siyah ve beyazdan ziyade gri görünüme kavuştuğu benzetmeleri yapılmış, belirgin bir düşmandan ziyade belirli coğrafi sınırları olmayan, bir savaş disiplini olmayan, belirsiz bir orduya ancak büyük etkiye sahip saldırılar yapabilecek donanıma sahip olan terörizme karşı mücadele önceliği vurgulanmıştır (Bükeç & Çelik, 2010, s. 4). 11 Eylül saldırılarının ardından havayolu taşımacılığına olan güven azalmış, çoğu insan doğal olarak herhangi başka bir havayolu saldırısına maruz kalmamak için havayolu kullanımını terk etmişlerdir. Ortaya çıkan terör korkusu havayolu şirketlerini büyük bir ekonomik krize sokmuş, sektör mecburen daralmaya gitmiştir. Benzer şekilde havayolu taşımacılığının önemli bir parçası olan turizmde bu süreçten olumsuz yönde etkilenmiş birçok kişi rezervasyonlarını iptal etmiş ya da tatile gitmeyi tercih etmemişlerdir (Mutlu & Akbaş, 2016, s. 4-5).

Küresel düzeyde yarattığı korkuyla sektörlere ve ülke ekonomilerine zarar veren terör, amacı ne olursa olsun ortak bir mücadeleyle bitirilmediği sürece dünyaya benzer sonuçları sürekli olarak yaşatacağı yadsınamaz bir gerçektir. Benzer şekilde Suriye ve Irak topraklarında kurulu olan ISIS (DEAŞ) örgütünün 2015 yılında Paris'te düzenlediği bombalı ve silahlı eylem, 2016 yılında Brüksel'de havaalanı ve metro saldırıları yine 2016 yılında Berlin'de tır kullanılarak yapılan saldırı ve Avrupa'da yapılan buna benzer diğer saldırılar pek çok kişinin hayatını kaybetmesine sebep olmuştur. Suriye ve Irak toprakları üzerinde bulunan bir örgütün Avrupa'da rahatlıkla bu eylemleri gerçekleştirebilmesi terörün yerel sınırlarını aşarak küresel

çapta ne denli büyük bir tehdit olabildiğini göstermektedir. Ek olarak, terörizme bağlı eylemlerin açığa çıkardığı ekonomik ve sosyal bunalım gelişmiş ülkeleri etkilediği takdirde bir domino etkisi yaratır. Bu ülkelerin ticari ağına ve finansal sistemine bağımlı diğer ülkeler de ortaya çıkan bu bunalımdan ekonomik, siyasi ve sosyal olarak etkilenmektedir. Bu bağlamda doğduğu yerde bitirilemeyen, eylem ağını genişletmekten çekinmeyen ve istekleri doğrultusunda daha da saldırganlaşan terörizmi küresel kamusal bir kötü olarak değerlendirmek, insanlığı tehdit eden bu tür oluşumları ortak fayda ve ortak çıkar anlayışıyla sona erdirmek devletlerin bekası ve insanların güvenliği için önem arz etmektedir.

## 6. Sonuç

Terörizmin ortaya çıkışıyla dünya üzerinde tüm canlı veya cansız varlık ve yapılar üzerinde her an bir tehdit olarak hazır bulunduğu yadsınamaz bir gerçektir. Hedeflerine ulaşmak amacıyla her türlü şiddet eylemini kullanmaktan geri durmayan terörizmin sona erdirilmesi için devletlerin ortak mücadelesi zorunlu bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Öyle ki, gelişmiş ülkelerin dahi baş etmekte güçlük çektiği terörizmin saldırı için hedefine aldığı bir ülkeyi (özellikle gelişmemiş ülkeler), o ülkenin terörizme karşı yalnızca kendi mücadelesi ile baş başa bırakmak doğru bir yaklaşım değildir. Terörizmin doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği alan doğduğu bölgeyle sınırlı kalmamakta, hedeflerine ulaşmak için zamanla daha saldırgan daha yayılcı bir politika izlemektedir. Dolayısıyla ülkeleri siyasi, ekonomik, sosyal, psikolojik, demografik vb. pek çok alanda etkileyen terörizmi, küresel kamusal bir kötü olarak görmek ve bu anlayışla küresel bir sorun olan terörizme küresel bir çözüm üretmek gereklidir.

Ülkelerin güvenli bir ortamda siyasi, askeri ve ekonomik alanlarda iş birliği içerisinde olmaları, özellikle küresel ekonomik girişimlerin sekteye uğramasına fırsat verilmemesi devletlerin kalkınmaları açısından önemlidir. Ekonomik girişimlerin yetersizliği sebebiyle ortaya çıkan yoksulluktan da beslenen terörizmin engellenebilmesinin bir çözümü olarak özellikle gelişmemiş ülkelerde topyekûn bir ekonomik kalkınma programı, askeri, siyasi ve eğitim alanlarında iş birliği yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda, bir ülkenin ticaret hacminin artması, doğrudan yabancı yatırımcıları, portföy yatırımlarını çekmesi, ekonomik olarak ortaklık ağını genişletmesi terör faaliyetlerinin ilgili ülke içinde varlığını ve ulusötesi terörün etkinliğini azaltmaktadır (Li & Schaub, 2004, s. 254). Ekonomik kalkınma ile terörizm arasında ters bir orantı olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle, bu yönde politikalar geliştirmek devletler açısından bir ihtiyaç olup terör riskini azaltmaktadır.

Dünya üzerinde terörizmin ortaya çıktığı dönemden beri bu tür oluşumların gerek militan bulmak gerekse kendi doğrularını insanlara dayatabilmek adına kullandığı pek çok argüman bulunmaktadır. Bazı ülkelerdeki yoksulluk, antidemokratik uygulamalar, eşitsizlik, siyasi istikrarsızlık, baskıcı rejimler yahut kimi ülkelerin sürdürdüğü sömürü politikaları terörizmin ortaya çıkmasına zemin hazırlayan etmenlerden bazılarıdır. Belirli bir coğrafi sınırları olmayan terörizmin ortaya çıkardığı bir terör grubunun başka bir bölgede yapacağı bir eylemin o bölgedeki insanların canına ve malına vereceği zarar kolaylıkla küresel bir etki yaratabilme potansiyelini göstermektedir. Bu bağlamda küresel olarak tüketiminde rekabetin olmadığı ve açığa çıkan zararlardan da dışlanmanın mümkün olmadığı şeklinde tanımlanan küresel kamusal kötülerin son yıllardaki en önemli örneklerinden biri terörizmdir. Dünyanın pek çok bölgesine kolaylıkla sızabilen, farklı bölgelerden militan bulabilen ve kolaylıkla eylemlerini gerçekleştirebilen terör gruplarını önlemek ve terörizmi topyekûn ortadan kaldırmak açısından küresel çapta yapılacak ortaklıkların güçlendirilmesi, askeri, ekonomik, siyasi ve eğitim alanlarında ortaklıklar kurulması gereklidir. Teröre doğma zemini oluşturan her türlü olumsuzluğu önleyebilmek temel bir görev olarak belirlenmelidir. Aksi takdirde daha önce de belirtildiği şekilde bir caydırıcı güçle karşılaşmayan terörizmin örgütsel anlamda büyümesi, eylemsel anlamda genişlemesi kaçınılmaz olacaktır. Terörü bir şekilde destekleyen ya da bir mücadele içerisine girmeyen ülkelerin, kendi topraklarından uzakta gördüğü terörizm gelişen ve alternatifleri çoğalan iletişim ve ulaşım imkanlarının sağladığı avantajlarla doğrudan ya da dolaylı olarak bu ülkeleri de mutlaka olumsuz şekilde etkileyecektir. Dünya üzerinde eğitimsiz kitleler oluşmasını engellemek, yaşamsal ihtiyaçlara bağlı yoksunluk durumunu ortadan kaldırmak, ekonomik olarak yoksul durumda olan toplumların kalkınma ve gelişmelerini sağlayıp refahlarını arttırmak, etnik, ideolojik ve dine bağlı şiddetli, ayrımcı, baskıcı düşüncelerin yaygınlığını azaltmak gibi birçok farklı politikaları yürürlüğe koymak dünyanın önde gelen ülkeleri başta olmak üzere diğer ülkelerin öncül politikaları olmalıdır. Son

olarak küresel kamusal kötülerini sona erdirmek için küresel iş birliğinin önemi her gün daha da artmakta ve devletlerin bu anlayışla ortak politikalar yürütmeleri, yürütülen politikaların ise alanı ve ortaklarının genişletilip güçlendirilmesi terörizmi engelleyerek küresel bir fayda sağlayacağı yadsınamaz bir gerçektir.

### 7. Extended Abstract

In the 2000s, technology developed in the world and reached a certain level of saturation. Politics, economy, military, communication etc. The impact of positive or negative events in the fields has begun to be felt globally. Especially in the 1980s, when the free market economy began to be influential in the world's political and economic fields and the capital acted as if there were no country borders, the effect of local movements could easily turn into global effects. Similarly, the feeling of the effect of a service or a positive and negative output by others (people or countries outside the source region) has given birth to the concepts of public goods and subsequently global public goods, and opened them to discussion. As it is known, goods that cannot be excluded from their utility and that are not competitive in consumption are called public goods. Similar to this definition, goods that have the characteristics of not being excluded and lack of competition in consumption, but causing negative benefit (harm), are defined as public bad and its results have caused many different discussions. Examples of public bad include epidemics, environmental pollution, etc. and terrorism is one of the leading examples of public bad.

In this study, the concept of terrorism, which frequently occupies the world's agenda and threatens societies, is discussed in the context of global public bad, its effects and consequences are discussed. Today, many armed illegal organizational activities, which are opposed by the whole world and agreed to end where they started, but where a common struggle cannot be achieved in practice, are activities that have the potential to start locally and have a global impact. At the same time, these activities, which are difficult to prevent without a joint struggle, affect the states socially, politically, economically, demographically, etc. adversely affects many areas. The research is a qualitative study using data based on literature review created by using different written and printed sources. In this study, firstly, the concept of terrorism was discussed in terms of its causes and consequences, then the political, social and economic effects of terrorism in terms of countries were examined. In the fourth part of the study, the concepts of global public good and global public bad are discussed. In the fifth part of study, terrorism is conceptually examined with examples from the world and evaluated in the context of global public bad, and the effects of terrorist activities, which are undesirable, on the country and world economy, social relations, political decisions and policies are discussed in a global context. Poverty, anti-democratic practices, inequality, political instability, oppressive regimes or the exploitation policies of some countries are some of the factors that pave the way for the emergence of terrorism. A terrorist group created by terrorism that has no specific geographical boundaries can easily attack in another region. The damage that an attack will cause to the lives and property of people in that region has the potential to easily have a global impact. It is an undeniable fact that with the emergence of terrorism, it is always present as a threat to all living or non-living beings and structures in the world. In order to end terrorism, which does not refrain from using all kinds of acts of violence to achieve its goals, the joint struggle of states emerges as a mandatory situation. So much so that it is not the right approach to leave any state where terrorism emerges, which even developed countries have difficulty in dealing with, alone with its own struggle. In this context, it is necessary to see terrorism as a global public bad. With this understanding, it is necessary to produce a global solution to terrorism, which is a global problem. In order to prevent terrorist groups that can easily infiltrate many parts of the world, find militants from different regions and carry out their actions easily, and to eliminate terrorism altogether, it is necessary to strengthen global partnerships, and to establish partnerships in the fields of military, economic, political and education. Finally, the importance of global cooperation to end global public bad is increasing day by day. It is an undeniable fact that states will carry out common policies with this understanding, and that the scope of the policies and their partners will be expanded and strengthened in terms of preventing terrorism.

**Keywords:** Global Public Bad, Globalization, Terrorism, Global Public Good.

**Kaynakça**

- Abdurrahmanlı, E. (2019). Küreselleşme Olgusuyla Birlikte Büyüyen Terörizm, *Anadolu Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (1), 93-118.
- Akça, H., & Ela, M. (2017). Economic, financial and fiscal effects of terrorism: A literature review. *International Review of Management & Business Research*, 6(3), 1051-1071.
- Bardwell, H., & Iqbal, M. (2021). The Economic Impact of Terrorism from 2000 to 2018, *Peace Economics, Peace Science and Public Policy*, 27(2), 227-261.
- Baysoy, E. (2011). Bir Güven-siz-leştirme Aracı Olarak Terörizm, *Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 97-122.
- Bird, G., Bloomberg, S. B., & Hess, G. D. (2008). International Terrorism: Causes, Consequences and Cures, *The World Economy*, 31(2), 255-274.
- Bükeç, C. M., & Çelik, D. (2010). 11 Eylül Sonrası Dönemde Havacılıkta Güvenlik ve İşbirliği Anlayışındaki Küresel Değişim, III. *Ulusal Havacılık ve Uzay Konferansı*, 16-18 Eylül, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Crenshaw, M. (1981). The Causes of Terrorism, *Comparative Politics*, 13(4), 379-399.
- Czinkota R. M., Knight, G., Liesch, W. P., & Steen, J. (2010). Terrorism and international business: A research agenda, *Journal of International Business Studies*, 41, 826-843.
- Çelebi, A. K., & Yalçın, A. Z. (2008). Kamusal Mallar Teorisinin Değişimi: Bölgesel Kamusal Mallar, *Yönetim ve Ekonomi*, 15(2), 1-18.
- Demirci, Z., & Acar, İ. A. (2019). Küresel Kamusal Mal Çerçevesinde Mülteci Koruması, *Maliye Dergisi*, 177, 422-447.
- Ela, M. (2021). Kamusal Kötüler (Public Bads): Genel Bir Bakış. Çiftçi, E. T. (Ed.), *Yeni Tartışmalar Işığında Maliye, Ekonomi ve İşletme Yazıları* içinde (23-40. ss.). Ankara; Aralık.
- Ergil, D. (1992). Uluslararası Terörizm, *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 47(3), 139-143.
- Ghosh, S. (2014). Understanding Terrorism in the context of Global Security, *Socrates*, 2(2), 89-106.
- Global Terrorism Database (2022). <https://www.start.umd.edu/gtd/search/Results.aspx?region=> (Erişim Tarihi: 13.02.2022).
- Göker, Z. (2009). Küresel Kamusal Bir Mal: Finansal İstikrar, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 17, 7-22.
- Göker, Z. (2014). Küresel Kamusal Bir Kötü Olarak İşsizlik ve Maliye Politikasının Rolü, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 81-90.
- Güler, H. (2012). Küresel Kamusal Bir Kötü Olarak Dezenformasyon, Tügen Kâmil, Tınar, Mustafa Yaşar (Ed.), *Prof. Dr. Aytaç Eker, Yrd. Doç. Dr. Ayşegül Eker'e armağan* içinde (635-644 ss.). İzmir.
- Harmon, C. C. (2001). Five Strategies of Terrorism, *Small Wars and Insurgencies*, 12(3), 39-66. <https://www.iaea.org/newscenter/focus/chernobyl/faqs> (Erişim tarihi: 20.12.2021).
- <https://www.science.org/content/article/2010s-volcano-induced-air-travel-shutdown-was-justified> (Erişim tarihi: 25.12.2021).
- Hussain, D., & Sarma, R. P. (2016). Socio-economic and psychological effects of terrorist bomb blasts on the lives of survivors: an exploratory study on affected individuals, *Intervention*, 14(3), 189-199.
- International Peace Institute (2009). Global Terrorism: Task Forces on Strengthening Multilateral Security Capacity, No: 4.
- Kaul, I., Grunberg, I., & Stern, M. A. (1999). Defining global public goods, Kaul, I., Grunberg, I., Stern, M. A. (Ed.), *Global public goods; international cooperation in the 21st century* içinde (2-19 ss.), The United Nations Development Programme, New York.
- Laqueur, W. (1996). Postmodern Terrorism, *Council on Foreign Relations*, 75(5), 14-36.
- Li, Q., & Schaub, D. (2004). Economic Globalization and Transnational Terrorism: A Pooled Time-Series Analysis, *The Journal of Conflict Resolution*, 48(2), 230-258.
- Mutlu, Ç., & Akbaş, Z. (2016). 11 Eylül Saldırıları Üzerinden Uluslararası Terörün Turizme Etkisi: Türkiye Örneği, *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 1-14.

Nordhaus, W. D. (2005). Paul Samuelson and Global Public Goods, A commemorative essay for Paul Samuelson, <http://www.econ.yale.edu/~nordhaus/homepage/homepage/PASandGPG.pdf> (Erişim tarihi: 20.11.2021).

Norrlöf, C. (2020). Is COVID-19 the end of US hegemony? Public bads, leadership failures and monetary hegemony. *International Affairs*, 96(5), 1281-1303.

Öcal, N., & Yıldırım, J. (2010). Regional effects of terrorism on economic growth in Turkey: A geographically weighted regression approach, *Journal of Peace Research*, 47(4), 477-489.

pewresearch.org (2016). About six-in-ten Syrians are now displaced from their homes. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2016/06/13/about-six-in-ten-syrians-are-now-displaced-from-their-homes/> (Erişim tarihi: 30.11.2021).

Ruby, L. C. (2002). The Definition of Terrorism. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 9-14.

Sandler, T. (2006). Recognizing the limits to cooperation behind national borders: financing the control of transnational terrorism. I. Kaul and P. Conceição (Eds.), *In The New Public Finance Responding To Global Challenges* pp. 194-216. Oxford University Press: New York.

Stiglitz, E. J. (1999). Healthy as a Global Public Good, *Global Public Goods; International Cooperation In The 21st Century*, (Ed: Kaul, Inge., Grunberg, Isabella., Stern, A., Marca). 308-325.

Susam, N. (2008). Kamu Maliyesinde Sınır Ötesi Bir Kavram: Küresel Kamusal Mallar, *Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 12(1-2), 277-303.

Şahin, M. (2020). Küresel Kamusal Bir Mal (Veya Kötü) Olarak Göç, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(2), 353-366.

Şavur, E., & Arslan Tomas, S. (2014). Terör Olayları Sonrasında Psikososyal Destek Hizmetleri, *Kriz Dergisi*, 18(1), 45-58.

Şen, Y. (2015). Terörün Toplumlar Üzerindeki Sosyo-Ekonomik Etkilerine Bakış: Pkk Terörü ve Ağrı Gerçeği, *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 17-70.

Şimşek, M. (2016). Terörizm: Kavramsal Bir Çalışma, *Akademik Bakış Dergisi*, 54, 319-335.

The World Bank (2015). [https://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/978-1-4648-0484-7\\_global\\_public\\_goods](https://elibrary.worldbank.org/doi/pdf/10.1596/978-1-4648-0484-7_global_public_goods) (Erişim tarihi: 20.11.2021).

Türköz, Ş. (2016). Küresel Terörizm Sorununa Güvenlik Perspektifli Bir Yaklaşım, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 153-162.

Ward, R. H. (2004). The economics of terrorism. Alex P. Schmid (Ed.), *Forum on crime and society içinde (17-30 s.s.)*, *United Nations Office on Drugs and Crime*, 4(1-2).

Yılmaz, B. S., & Yılmaz, Ö. D. (2005). Terörizm ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm Endüstrisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(13), 39-58.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# The Effects of Online Stress Coping Course on Student Nurses' Perceived Stress and Automatic Thoughts\*

Hilal SEKİ ÖZ\*\*   
Didem AYHAN\*\*\* 

## ABSTRACT

It is very important for nursing students to manage stress effectively, because of the stress caused by the individual problems and the negative consequences reflected in the interaction with the patient. This study analyzed whether the 'coping with stress' online course had any effect on the perceived stress levels and automatic thoughts of nursing students based on their behavioral patterns (A or B). This pretest-posttest quasi-experimental research was conducted with 90 students. Data were collected online, using a Personal Information Form, the type-A Personality Scale, the Perceived Stress Scale-10, and the Automatic Thoughts Questionnaire. Descriptive statistics and dependent samples t-test were used in the data analysis. Of the participants, 53.2% had type-A and 46.7% had type-B personalities. After the course, there were significant decreases in mean perceived stress scores of type-A and all nursing students and mean automatic thoughts scores of type-B and all nursing students ( $p<0.05$ ). It can be said that online education is a suitable method for courses that support personal development such as coping with stress.

**Keywords:** Perceived Stress, Automatic Thought, Coping With Stress, Nursing Student, Online Course

## Çevirim içi Stresle Baş Etme Dersinin Öğrenci Hemşirelerin Algıladıkları Stres ve Otomatik Düşüncelerine Etkisi

### ÖZ

Hemşirelik öğrencilerinin stresi etkin yönetmesi, yaşanan stresin bireysel sorunlara sebep olması ve hasta ile etkileşime yansıyan olumsuz sonuçlarından dolayı oldukça önemlidir. Bu çalışma ile çevirim içi stresle baş etme dersinin öğrenci hemşirelerin kişilik tiplerine (A veya B) göre algıladıkları stres ve otomatik düşüncelerine etkisi incelenmiştir. Ön test, son test ölçümlü, yarı deneysel desende olan bu araştırma stresle baş etme dersine kayıtlı olan ve araştırmaya katılmayı kabul eden 90 öğrenci hemşire ile yapılmıştır. Veriler Tanıtıcı Bilgi Formu, Kişilik Tipi Ölçeği, Algılanan Stres Ölçeği-10 ve Otomatik Düşünceler Ölçeği ile çevirim içi olarak toplanmıştır. Veri analizinde tanımlayıcı istatistikler ve bağımlı örneklem t testi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %53,3'ü A tipi, %46,7'si B tipidir. Stresle baş etme dersi sonunda A tipi olan ve tüm öğrencilerin algıladıkları stres puanları, B tipi olan ve tüm öğrencilerin otomatik düşünce puanları önemli düzeyde azalmıştır ( $p<0.05$ ). Çevrim içi eğitimin stresle başa çıkma gibi kişisel gelişimi destekleyen dersler için uygun bir yöntem olduğu söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Algılanan Stres, Otomatik Düşünce, Stresle Baş Etme, Hemşirelik Öğrencisi, Çevirim İçi Ders

### 1. Introduction

Stress is a natural ingredient of life, and a life without stress cannot even be imagined. It is known that stress has a positive effect that is protective and stimulating up to a certain level. However, if it has high intensity and cannot be managed, by breaking individual strength and self-integrity, it affects physical and mental health negatively (Deniz & Yılmaz, 2016). An individual's perceived stress about an incident is not relevant to the incident itself but to the way of perceiving the incident and the meaning attributed to the incident by the individual. Automatic thoughts that are present within the cognitive structure are thoughts which come to mind all of a sudden, the accuracy of which is not questioned, and which mostly have negative content and are distorted (Beck, 2019). Even if these structures enable a person to take measures ensuring survival by strengthening the perception of danger, they often lead the person to perceive the situation from a more distorted perspective and experience higher levels of stress (Leahy, 2018). It was put forward that the higher stress perceptions and negative emotions a person has, the more intense automatic thoughts the person will have (Jones-Smith, 2019). Another factor affecting the perception of stress is the person's behavioral pattern. It was asserted that type-A individuals had higher stress perceptions along with having inadequate coping skills and being over-competitive, aggressive, highly ambitious and

\* This research was supported by Kırşehir Ahi Evran University Individual Research Projects Unit (Project no: SYO.A4.21.003)

\*\* Asist. Prof., Kırşehir Ahi Evran University, hilalseki@hotmail.com

\*\*\* Asist. Prof., Bandırma Onyedi Eylül University, kose.didem@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 23.05.2022

impatient (Leahy, 2018). In previous studies, it was stated that type-A individuals were confronted with different health problems in comparison to those that were not type-A individuals, and through the neuroendocrine system, this situation was associated with cardiovascular reactivity toward stress (Hicks & Mehta, 2018; Sahoo et al., 2018).

Just as individuals' behavioral patterns, their professions may also affect the intensity of the stress experienced by them. The professions that are involved with challenging life events in their daily routine of work and contain long shift work are more at risk in terms of the negative effects of stress. As of school years, nursing is a more stress-intensive profession than other professions excluding those in the healthcare sector (Ergin, Çevik, & Pakis Çetin, 2018). As well as experiencing physical health problems along with intense stress, nurses can face psychological consequences, such as burnout, which affect the quality of the patient care they provide negatively (Çam & Engin, 2017). Therefore, nursing education should prepare student nurses for stress to be experienced in the clinical setting and professional life in the future. In this respect, in nursing education, as well as equipping students with knowledge and skills specifically relevant to nursing, it is important to train nurses who have self-knowledge, think critically, can make decisions, can solve problems, assume responsibility, establish cooperation, and have effective coping skills (Reyes et al., 2015). This way, nursing students will be able to cope more effectively both with academic and life stress experienced in nursing education and with stress to be experienced in clinical and work settings in the future.

In the COVID-19 pandemic period, in nursing education, online instruction methods have become a compulsory alternative to ensure the continuity of education, and studies have been needed to evaluate the effectiveness of these methods in the pandemic period, the trajectory of which has been unpredictable. The online coping with stress course aims to enable student nurses to have self-knowledge, understand the relationship between their thoughts, emotions and behaviors, be aware of cognitive distortions that increase stress levels, and develop their problem-solving and coping skills. In the relevant literature, there are studies aimed at developing nursing students' skills in coping with stress (Aloufi et al., 2021; Noh & Kim, 2021; Varol et al., 2015); however, there is a small number of studies about offering online education on the topic (Garmaise-Yee & LeBlanc, 2021). Therefore, this study aimed to analyze the effect of the online coping with stress course on student nurses' thought patterns and stress levels based on their behavioral patterns.

## 2. Materials and Method

### 2.1 Research Model and Hypotheses

The study was conducted as a pretest-posttest quasi-experimental intervention study. For this purpose, as research hypotheses;

1. After the online coping with stress course, the perceived stress scores of the students according to their personality types will decrease.
2. After the online stress coping course, the automatic thought scores of the students according to their personality types will decrease.

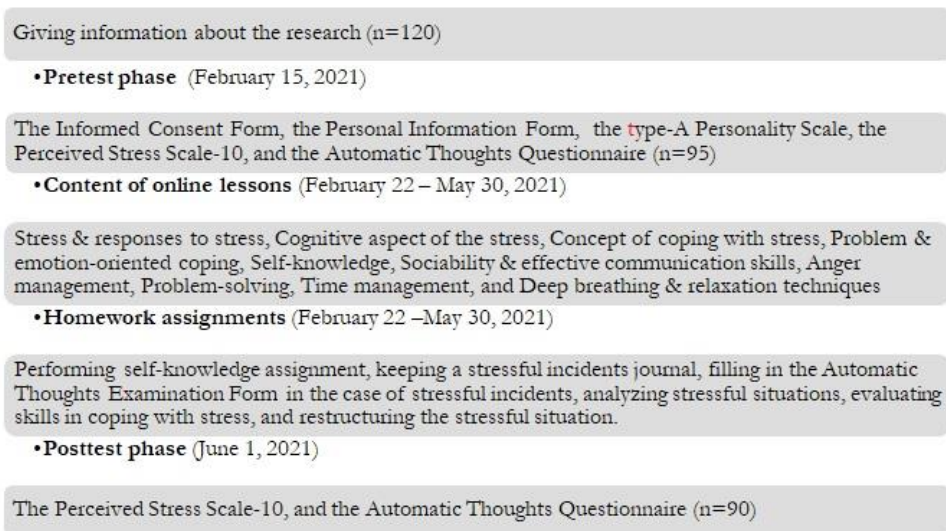
### 2.2. Population and Sample

The population of the study comprised 120 second-year students who were studying at the Department of Nursing of the Faculty of Health Sciences of Kırşehir Ahi Evran University and took the online course. A sampling method was not specifically utilized to select participants from the population, and hence, the research was conducted with 90 students who voluntarily agreed to participate in the study. Inclusion criteria for the research; being enrolled in a stress coping course, attending all classes synchronously or asynchronously, and voluntarily accepting to participate in the research. To assure that the participants would have the opportunity to consent to participate in the study before the research process was launched, the students who were enrolled in the online course were e-mailed an informed consent form providing information about the research process and stating that participation in the research was not compulsory and would not affect the final grade to be received from the course, and participants would be free to withdraw from the study anytime they desired so. The students who were

enrolled in the online course were allowed some time for making a decision about participating in the study, and after a week, the link to the online survey form containing the data collection instruments was sent to them. The students could answer the survey questions only after they stated that they consented to participate in the study through the online survey form. In the pre-test and post-test data entry, the researchers checked whether there were students enrolled in the course and the measurements were matched for the same student.

### 2.3. Research Process

The study was conducted from February 15, 2021 to June 1, 2021. At the beginning of the study, the students were divided into two groups to promote interaction within the class. Each group had the same course content and had two online classes (one hour) per week for 14 weeks, or in other words, a total of 28 online classes during the course period. The students were registered to the distance education system of the Ahi Proficiency-Based Education Project (APBEP), and the classes were taught synchronously. The registrations of the online courses are taken at APBEP, and even if the students cannot attend the course synchronously, they watch the courses later. In this direction, the students who did not attend the course were able to watch the recordings later and were checked by the researchers from the system. At the beginning of the research, 5 students who participated in the research did not complete the post-test and were excluded from the research. For this reason, the research started with 95 participants and was completed with 90 participants. Besides the classes, the students had home assignments, and the researchers evaluated the home assignments submitted by the students and provided the students with feedback. After the permission to perform the study was received from the institution where the research would be conducted, and ethical approval for the study was obtained from the ethics committee, the online survey form was given to the participants in the pretest phase just before the online course, and later, the online survey form was reapplied to the participants in the posttest phase at the end of the 14<sup>th</sup> week when the online course was completed. While the course content was being produced, Cognitive Behavioral Therapy techniques served as the basis (Beck, 2019), and the agenda of the online classes and home assignments was created in light of the relevant literature (Amanvermez et al., 2021; Yüksel & Yılmaz, 2020; Hiçdurmaz & Öz, 2016). Figure 1 displays the research process and the online course content.



**Figure 1.** Flow diagram of the research process and the content of lessons

Information presented to the participants with the online classes was supported with home assignments, and group discussions were also held. In line with the online course content, at the beginning of the study, it was ensured that the participants kept journals so that they would have self-knowledge and



be aware of the skills that they used in coping with stressful situations. Later, with the Automatic Thoughts Examination Form (Türkçapar, 2014), the participants' thoughts, emotions and behaviors about the incident under stressful circumstances were recorded, and hence, data about the participants' automatic thoughts were collected. The effect of these thoughts on emotions and behaviors was analyzed, and priority was placed on individual coping skills. Next, functional thinking activities were performed, and the home assignment, "How would I behave if I experienced the stressful situation once again?", was discussed. An evaluation on effective coping skills was also made with both groups.

#### 2.4. Data Collection Tools

In the study, a Personal Information Form, the Type-A Personality Scale, the Perceived Stress Scale-10 and the Automatic Thoughts Questionnaire were used as the data collection tools.

##### 2.4.1. Personal Information Form

This form developed by researchers comprised 10 questions addressing the participants' certain personal characteristics.

##### 2.4.2. Type-A Personality Scale

Designed as a five-point Likert-type scale, the Type-A Personality Scale comprises 25 items. The scores to be obtained from the scale range between 25 and 125 points. Scores at or above the cutoff value of 75 indicate that the respondent is a type-A person, while scores below 75 indicate that the respondent is a type-B person. The scale was developed by Batıgün and Şahin (2006) and the Cronbach's alpha coefficient of the scale was reported as .90 in the study. In the pretest and posttest phases of this study, the Cronbach's alpha coefficient of the scale was calculated consecutively as .85 and .87.

##### 2.4.3. Perceived Stress Scale-10 (PSS-10)

The scale developed by Cohen, Kamarck and Mermelstein (1983) is composed of 10 items. The scale self-report scale measures how stressful a respondent perceives certain circumstances in life. PSS-10 is designed as a five-point Likert-type scale, and the scores to be obtained from the scale range between 4 and 40 points. Items 4, 5, 7 and 8 are inversely scored. PSS-10 was adapted to Turkish by Eskin et al. (2013), and its Cronbach's alpha coefficient was found as .85. In the pretest and posttest phases of this study, the Cronbach's alpha coefficient of the scale was calculated respectively as .86 and .75.

##### 2.4.4. Automatic Thoughts Questionnaire (ATQ)

The questionnaire developed by Hollon and Kendall (1980) and adapted to Turkish by Şahin and Şahin (1992) has 30 items. ATQ is designed as a five-point Likert-type scale, and the scores to be obtained from ATQ range between 30 and 150 points. Higher scores indicate that the respondent's automatic thoughts pop up frequently. In the validity and reliability study for ATQ in Turkish, the Cronbach's alpha coefficient of the scale was found as .93. In the pretest and posttest phases of this study, the Cronbach's alpha coefficient of the scale was found successively as .95 and .96.

#### 2.5. Data Analysis

The collected data were analyzed by using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) for Windows 25.0 and the Analysis of Moment Structures (AMOS) 23.0 software. In the analysis, descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) were used. Whether the variables were normally distributed was checked with normality tests and skewness and kurtosis values, and the Cronbach's alpha internal consistency coefficient was utilized to test the reliability of the scales that were used in the study. In the comparison of the normally distributed pretest and posttest scores, paired-samples t-test was used. In the analyses, the level of statistical significance was identified as a p-value below 0.05 ( $p < 0.05$ ).

### 2.6. Ethics Statement

Before the research process was launched, ethical approval was received from the Non-Invasive Clinical Research Ethics Committee of Kırşehir Ahi Evran University (Date: February 9, 2021, No: 2021-03/35). The data were collected in compliance with the principles of the Declaration of Helsinki, and with the informed consent form, each participant obtained information about the research and consented to participate in the study.

### 3. Results

In the study, it was found that the participants had a mean age of  $20.52 \pm 1.26$  years, 37.8% of them were 20 years old, 75.6% of them were female, 60% lived in the provincial center, 84.4% had nuclear families, 63.3% the mother of participants were primary school graduates, 57.8% the father of participants were primary school graduates, and 65.6% had incomes equaling expenses. Upon the review of the participants' behavioral patterns, it was discerned that 53.3% of them had type-A personalities, whilst 46.7% had type-B personalities (Table 1).

**Table 1.** Breakdown of participant nursing students by descriptive characteristic

| Characteristics (n=90)   | n                        | %       |
|--------------------------|--------------------------|---------|
| Age                      | 19 years                 | 18 20.0 |
|                          | 20 years                 | 34 37.8 |
|                          | 21 years                 | 22 24.4 |
|                          | 22 years or above        | 16 17.8 |
| Gender                   | Male                     | 22 24.4 |
|                          | Female                   | 68 75.6 |
| Place of residence       | Province center          | 54 60.0 |
|                          | District-village         | 36 40.0 |
| Family type              | Nuclear family           | 76 84.4 |
|                          | Extended family          | 14 15.6 |
| Mother's education level | Illiterate               | 9 10.0  |
|                          | Primary school           | 57 63.3 |
|                          | High school              | 14 15.6 |
|                          | University               | 10 11.1 |
| Father's education level | Illiterate               | 2 2.2   |
|                          | Primary school           | 52 57.8 |
|                          | High school              | 19 21.1 |
|                          | University               | 17 18.9 |
| Monthly income level     | Low income               | 17 18.9 |
|                          | Income equaling expenses | 59 65.6 |
|                          | High income              | 14 15.6 |
| Behavior pattern         | Type-A                   | 48 53.3 |
|                          | Type-B                   | 42 46.7 |

While the mean pretest and posttest PSS-10 scores of type-A participants decreased significantly in the posttest phase in comparison to the pretest phase ( $p=0.002$ ), there was no significance for type-B participants ( $p=0.144$ ). At the same time, post-test mean scores of all participants were significantly lower than pre-test scores ( $p=0.001$ ). When the mean pre-test and post-test ATQ scores of the B type participants were compared, the post-test mean scores were significantly lower than the pre-test means scores ( $p=0.006$ ), but this was not significant for the type-A participants ( $p=0.211$ ). However, all participants decreased significantly in the posttest phase in comparison to the pretest phase ( $p=0.009$ ) (Table 2).

**Table 2.** Participant nursing students' mean pretest and posttest PSS-10 and ATQ scores as per their behavior patterns

|               | Type-A       | Type-B       | All participants |
|---------------|--------------|--------------|------------------|
|               | X ± SD       | X ± SD       | X ± SD           |
| <b>PSS-10</b> |              |              |                  |
| Pretest       | 21.38±5.70   | 18.93±5.95   | 20.23±5.91       |
| Posttest      | 19.00±3.56   | 17.67±4.56   | 18.38±40.09      |
| t-value       | 3.202        | 1.488        | 3.317            |
| p-value       | <b>0.002</b> | 0.144        | <b>0.001</b>     |
| <b>ATQ</b>    |              |              |                  |
| Pretest       | 65.44±20.52  | 50.52±18.25  | 58.48±20.78      |
| Posttest      | 62.15±19.52  | 47.57±16.99  | 55.34±19.69      |
| t-value       | -1.252       | -2.723       | -2.597           |
| p-value       | 0.211        | <b>0.006</b> | <b>0.009</b>     |

#### 4. Discussion

Undergraduate nursing students may have high levels of stress, anxiety, or depression. This does not only influence their personal health and academic performance but also may affect their interactions with patients during their clinical practice and the quality and safety of the healthcare services they provide. In this study that analyzed whether the online coping with stress course had any effect on nursing students' stress levels and automatic thoughts based on their behavioral patterns, it was discerned that the type-A participants obtained a higher mean PSS-10 score than the type-B participants in the pretest phase. After the online course period was completed, there was a statistically significant decrease in the mean PSS-10 scores of all participants and type-A participants in the posttest phase. In a meta-analysis conducted to evaluate interventions targeted to reduce stress, anxiety and depressed moods in undergraduate nursing students, 10 studies about stress were examined, and it was stated that mindfulness-based approaches were used in most studies, and there was a statistically significant decrease in nursing students' stress levels after the interventions (Aloufi et al., 2021). Moreover, in a previous study, 60 students participated in an online mindfulness-based intervention aiming to reduce stress, and following the online intervention, even if the participants' mean stress scores decreased, there was no statistically significant decrease in their stress levels, while there was a statistically significant increase in their mindfulness scores, and larger increases in mindfulness levels were associated with larger decreases in stress (Garmaise-Yee & LeBlanc, 2021). In a four-session intervention study that was designed to develop communication skills in nursing students receiving clinical training and aimed at reducing nursing students' stress levels in clinical practice, a significant enhancement was found in the clarity of communication of the students, as well as a significant decrease in clinical training stress and an improvement in clinical competence (Noh & Kim, 2021). The findings of this study were in a similar vein to the findings in the relevant literature. However, there was no study about behavioral patterns in the relevant literature. A type-A personality that is characterized originally by being constantly in a race against time and behaving in a success-oriented manner is considered to lead the person to work faster, perform multiple tasks simultaneously, be impatient and be prone to anger (Baltaş, 2021). Type-A individuals are perfectionists, diligent and feel under time pressure. Thus, these individuals may have higher levels of stress or be more prone to stress in daily life (Akıncı et al., 2015). It may be considered that the reason for the statistically significant decrease in the type-A participants' stress levels along with the online coping with stress course in this study was that the online course raised awareness about type-A individuals' thought, emotion and behavior traits, gave insights about health problems to be created by a type-A personality, and the type-A participants participated more actively in the course along with being more success-oriented and ambitious. Besides, the higher PSS-10 scores obtained before the online course by the type-A participants in this study may again be considered as a reflection of their personality traits.

Another factor associated with the perception of stress is automatic thoughts. In this study, it was found that the type-A participants obtained a higher mean ATQ score than the type-B participants, and after the online coping with stress course, there was a statistically significant decrease in the mean ATQ scores of all participants and the type-B participants. In a study performed with university students, it was

found that education on coping with stress had no effect on university students' styles of coping with stress but had a statistically significant effect on a decrease in their automatic thoughts scores (Varol, Karakaş, & Bedel, 2015). Moreover, it was identified that there was an increase in the skill of coping with stress and a decrease in automatic thoughts following an eight-session cognitive behavioral therapy provided to adolescents (Bingol & Buzlu, 2016). Furthermore, in the study performed by Gültekin (2014) to develop critical thinking skills, a decrease in students' automatic thoughts was observed, and as the students' automatic thoughts decreased, their problem-solving skills were enhanced. Positive thoughts about the experience of a stressful situation, the belief in having the ability to cope with stress and constructive problem-solving skills serve as protective factors in coping with stress (Linda et al., 2012). In a study conducted with undergraduate students, it was put forward that the decrease in negative automatic thoughts would help undergraduate students manage anxiety and stress (Mahmoud et al., 2015). Thus, the results of previous studies were in agreement with the finding of this study. It may be stated that along with the online course, enhancing self-knowledge, understanding and analyzing rumination and dysfunctional automatic thoughts, and replacing them with functional thoughts, as well as noticing negative attributions and cognitive distortions, contributed to the decrease in automatic thoughts according to the finding of this study. In this study, after the online course, there was a statistically significant decrease in the mean ATQ score of the type-B participants. Type-B individuals are people who are less competitive, calmer, less committed to their tasks and less time-sensitive. Type-B individuals adopt a less irreconcilable, more balanced and more comfortable approach toward time. These individuals who have a more flexible personality trait feel more secure and are more open to changes. Considering these personality traits, it is understandable why the type-B participants in this study had a lower mean ATQ score than the type-A participants. Besides, the statistically significant decrease in the negative automatic thoughts of the type-B participants after the online coping with stress course may be explained by the possibility that type-B participants were people who were more flexible, more open to changes, more tolerant and more acquiescent and comfortable with making errors.

The coping with stress course was offered online due to the ongoing COVID-19 pandemic. In this study, along with the significant decrease in PSS-10 and ATQ scores after the online course, it may be considered that the online method used in coping with stress was effective. In a study in which online psychoeducational interventions (cognitive-behavioral techniques, stress management techniques, mindfulness-based stress reduction, and positive psychotherapy) were utilized to reduce stress in patients hospitalized due to COVID-19 infection, it was stated that the patients had high satisfaction levels along with interventions (Shaygan, Yazdani, & Valibeygi, 2021). In another study, it was found that online stress-management education given to nursing students was effective (Garmaise-Yee & LeBlanc, 2021). The COVID-19 pandemic created numerous challenges for faculty members and students in all parts of the world, and in particular, for nursing education that used to be based on practical and experiential learning and carried out in a face-to-face learning setting (Wallace et al., 2021). Along with the increase in the number of studies about the effectiveness of online methods, further evidence will be obtained for strategies and future planning for the continuation of nursing education under the conditions of the pandemic.

## 5. Conclusion

The quality of nurses of the future will increase as the productivity of online courses for students who are away from face-to-face education during the pandemic can be maximized. According to the results of this study, the online coping with stress course provided a significant decrease in the nursing students' perceived stress and automatic thought scores. Considering the importance of effective stress management in both the individual development and professional life of nursing students, these skills should be gained in undergraduate education. In this respect, it may be argued that online methods are suitable methods for classes that affect personal development such as coping with stress. The main limitation of this study was that it was conducted in a single center and without a control group, and the collection of data relied on the participants' self-reports.

## References

- Akıncı Z., Güven, M., & Demirel O. N. (2015). Research on the relationship between students' A and B type personality structure and mobbing and depression. *Journal of Financial, Political & Economic Comments*, 52(604), 55–74.
- Aloufi, M. A., Jarden, R. J., Gerdtz, M. F., & Kapp, S. (2021). Reducing stress, anxiety and depression in undergraduate nursing students: Systematic review. *Nurse Education Today*, 102, 104877. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2021.104877>
- Amanvermez, Y., Rahmadiana, M., Karyotaki, E., de Wit, L., Ebert, D. D., Kessler, R. C., & Cuijpers, P. (2021). Stress management interventions for college students: A systematic review and meta-analysis. *Clinical Psychology: Science and Practice*. <https://doi.org/10.1111/cpsp.12342>
- Baltaş, A. & Baltaş, Z. (2021). *Stress and ways to cope*. (31th ed.) Remzi Bookstore; Istanbul.
- Batigün, A. D., & Şahin, N. H. (2006). Two scales for job stress and psychological health investigation: type-a personality and job satisfaction. *Turkish Journal of Psychiatry*, 17(1), 32–45.
- Beck, A. T. (2019). *Cognitive therapy: reflections*. In *The evolution of psychotherapy*. Routledge.
- Bingol, F., & Buzlu, S. (2016). Effect of the Cognitive-Behavioral Prevention Program on levels of depression symptoms among working adolescents in Turkey. *Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Services*, 54(7), 43–51. <https://doi.org/10.3928/02793695-20160616-08>
- Cohen, S., Kamarck, T., & Mermelstein, R. (1983). A global measure of perceived stress. *Journal of Health and Social Behavior*, 24, 385–396. <https://doi.org/10.2307/2136404>
- Çam, M. O., & Engin, E. (2017). Burnout in nurses. *Journal of International Social Research*, 10(51), 501–507. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1783>
- Deniz, M. E., & Yılmaz, E. (2016). Examination of the relationship between emotional intelligence and stress coping styles in university students. *Turkish Psychological Counseling and Guidance Journal*, 3(25), 17–26.
- Eskin, M., Harlak, H., Demirkıran, F., & Dereboy, Ç. (2013). Turkish adaptation of the perceived stress scale: reliability and validity analysis. *New Symposium Journal*, 51(3), 132–140.
- Ergin, E., Çevik, K., & Pakis Çetin, S. (2018). Investigation of nursing students' perception of stress and coping behaviours of stress regarding education. *Education and Research in Nursing*, 15(1), 16–22. <http://dx.doi.org/10.5222/HEAD.2018.016>
- Garmaise-Yee, J. S., & LeBlanc, R. G. (2021). Reducing stress and increasing mindfulness in nursing students: an online mindfulness intervention study. *Nursing Education Perspectives*. <https://doi.org/10.1097/01.NEP.0000000000000887>
- Gültekin, M. (2014). *The effect of the critical thinking skills program on high school students' automatic thoughts* [Doctoral dissertation, Sakarya University]. Turkish Council of Higher Education. <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/giris.jsp>
- Hicks, R. E., & Mehta, Y. (2018). The Big Five, Type A Personality, and Psychological Well-Being. *International Journal of Psychological Studies*, 10(1), 49–58. <https://doi.org/10.5539/ijps.v10n1p49>
- Hiçdurmaz, D., & Öz, F. (2016). Interpersonal sensitivity, coping ways and automatic thoughts of nursing students before and after a cognitive-behavioral group counseling program. *Nurse Education Today*, 36, 152–158. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2015.09.006>
- Hollon, S. D., & Kendall, P. C. (1980). Cognitive self-statements in depression: Development of an automatic thoughts questionnaire. *Cognitive Therapy and Research*, 4(4), 383–395. <https://doi.org/10.1007/BF01178214>
- Jones-Smith, E. (2019). *Theories of counseling and psychotherapy: An integrative approach*. (2nd ed.) Sage Publications, California.
- Leahy, R. L. (2018). *Emotional schema therapy: Distinctive features*. (1st ed.) Routledge, New York
- Linda, W. P., Marroquín, B., & Miranda, R. (2011). Active and passive problem solving as moderators of the relation between negative life event stress and suicidal ideation Among suicide attempters and nonattempters. *Archives of Suicide Research*, 16, 183–197. <https://doi.org/10.1080/13811118.2012.695233>
- Mahmoud, J. S., Staten, R. T., Lennie, T. A., & Hall, L. A. (2015). The relationships of coping, negative thinking, life satisfaction, social support, and selected demographics with anxiety of young adult college

students. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*, 28(2), 97–108. <https://doi.org/10.1111/jcap.12109>

Noh, G. O., & Kim, M. (2021). Effectiveness of assertiveness training, SBAR, and combined SBAR and assertiveness training for nursing students undergoing clinical training: A quasi-experimental study. *Nurse Education Today*, 103, 104958. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2021.104958>

Türkçapar, H. (2014). *Cognitive therapy* (7th ed.). HYB Publishing. Ankara.

Reyes, A. T., Andrusyszyn, M. A., Iwasiw, C., Forchuk, C., & Babenko-Mould, Y. (2015). Resilience in nursing education: An integrative review. *The Journal of Nursing Education*, 54(8), 438–444. <https://doi.org/10.3928/01484834-20150717-03>.

Sahoo, S., Padhy, S. K., Padhee, B., Singla, N., & Sarkar, S. (2018). Role of personality in cardiovascular diseases: An issue that needs to be focused too!. *Indian heart journal*, 70(3), 471–477. <https://doi.org/10.1016/j.ihj.2018.11.003>

Shaygan, M., Yazdani, Z., & Valibeygi, A. (2021). The effect of online multimedia psychoeducational interventions on the resilience and perceived stress of hospitalized patients with COVID-19: A pilot cluster randomized parallel-controlled trial. *BMC Psychiatry*, 21(1), 93. <https://doi.org/10.1186/s12888-021-03085-6>

Şahin, N. H., & Şahin, N. (1992). Reliability and validity of the Turkish version of the automatic thoughts questionnaire. *Journal of Clinical Psychology*, 48(3), 334–340. [https://doi.org/10.1002/1097-4679\(199205\)48:3<334::AID-JCLP2270480311>3.0.CO;2-P](https://doi.org/10.1002/1097-4679(199205)48:3<334::AID-JCLP2270480311>3.0.CO;2-P)

Wallace, S., Schuler, M. S., Kaulback, M., Hunt, K., & Baker, M. (2021). Nursing student experiences of remote learning during the COVID-19 pandemic. *Nursing Forum*, 56(3), 612–618. <https://doi.org/10.1111/nuf.12568>.

Varol, R., Karakaş, S., & Bedel, A. (2015). The effect of stress coping education on university students' coping styles and automatic thoughts. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 6(19), 76–91.

Yüksel, A., & Yılmaz, E. B. (2020). The effects of group mindfulness-based cognitive therapy in nursing students: A quasi-experimental study. *Nurse Education Today*, 85, 104268. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2019.104268>

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %60/%40 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %60/%40 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.




This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# The Effect of Brand Origin on Trust in Advertisement and Attitudes towards Advertisement: The Roles of Consumer Ethnocentrism, Cosmopolitanism and Xenocentrism

V. Özlem AKGÜN\*   
Tuğçe SANCI\*\*   
S. Onur KARLIK\*\*\* 

## ABSTRACT

In an environment of intense change, where the boundaries of marketing are expanding day by day, trust and loyalty towards brands affect the success of brands. There may be sociological factors underlying this sense of trust. It is important to examine these sociological elements in order to make marketing activities customer-oriented, as required by the new age. In this context, the main purpose of this study is to examine the role of consumer ethnocentrism, xenocentrism, and cosmopolitanism -which are sociology-based concepts- in the effect of brand origin on attitude towards advertisement and trust in advertisement. For this purpose, a 2x2 between-subjects experimental design was established in the study. Therefore, data were collected from 237 undergraduate students via two separate surveys, which included two different advertisement images emphasizing Turkey and France origins. According to the results of the study, perceived inferiority -which is one of the dimensions of consumer xenocentrism- and consumer ethnocentrism have a moderating effect on the relationship between brand origin, attitude towards advertisement, and trust in advertisement. However, results also show that consumer social aggrandizement -one of the dimensions of consumer xenocentrism- and consumer cosmopolitanism do not moderate the aforesaid relationship. It is expected that the study will make theoretical and practical contributions.

**Keywords:** Brand, Origin, Attitude, Advertising, Ethnocentrism, Xenocentrism, Cosmopolitanism

## Marka Kökeninin Reklama Yönelik Güven ve Tutum Üzerindeki Etkisi: Tüketici Etnosentrizminin, Kozmopolitanizminin ve Ksenosentrizminin Rolü

### ÖZ

Pazarlama sınırlarının her geçen gün genişlediği yoğun değişim ortamında, markalara yönelik güven ve sadakat, markaların başarısını etkilemektedir. Bu güven duygusunun altında sosyolojik unsurlar yatabilmektedir. Yeniçağın da gerektirdiği şekilde, pazarlama faaliyetlerini müşteri odaklı hale getirmek için bu sosyolojik unsurların incelenmesi önem arz etmektedir. Bu bağlamda, bu çalışmanın temel amacı, marka orijininin reklama yönelik tutum ve güven üzerindeki etkisinde, sosyoloji temelli kavramlar olan tüketici etnosentrizminin, ksenosentrizminin ve kozpolitizminin rolünün incelenmesidir. Bu amaca yönelik olarak, çalışmada 2x2 gruplar arası deneysel tasarım dizayn edilmiştir. Bu nedenle, Türkiye ve Fransa kökenli olmak üzere iki farklı reklam görselinin yer aldığı iki ayrı anket ile 237 üniversite öğrencisinden veri toplanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, tüketici etnosentrizmi ve tüketici ksenosentrizminin boyutlarından algılanan yetersizlik, marka orijini ile reklama yönelik tutum ve güven arasındaki ilişkide düzenleyici bir etkiye sahiptir. Fakat tüketici kozmopolitanlığının ve tüketici ksenosentrizminin boyutlarından sosyal yüceltmenin söz konusu ilişkide düzenleyici bir etkiye sahip olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın yazına ve pazarlama uygulayıcılarına katkı sağlaması beklenmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Marka, Köken, Tutum, Reklam, Etnosentrizm, Ksenosentrizm, Kozmopolitanizm

### 1. Introduction

Brand origin provides important clues about how consumers perceive brands in today's marketing environment, where many brands have become or strive to become international or global. In research on the brand origin, the term country of origin is defined as the brand origin or product origin (country of production), but the brand origin essentially refers to the homeland of the brand. The focal point of the product origin is the place where the product is produced (Lee, Johnson, & He, 2009). While the origin of the brand is effective on the value perceptions of consumers, advertisements for brands are also important

\* Assoc. Prof., Selcuk University, ozlemakgun@selcuk.edu.tr

\*\* Res. Assist., Selcuk University, tugcesanci@selcuk.edu.tr

\*\*\* Res. Assist., Selcuk University, onur.karlik@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 04.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 26.05.2022

in this sense. Attitude towards advertisement (ATA), which consists of positive or negative reactions of consumers, is a research field that attracts the attention of marketers. Although many studies have been conducted on the perception of messages and how they affect consumers, more research is needed on how buyers develop an attitude towards an advertising message and how this attitude affects purchase intention. Trust in advertisement (TIA) consists of beliefs about the reliability of the advertisement and the willingness to act according to the information conveyed. In this context, TIA includes a behavioural intention such as a willingness to trust the advertisement rather than an actual behaviour such as trusting the advertisement (Soh, Reid, & King, 2009). The determination of consumer ethnocentrism, cosmopolitanism and xenocentrism in the evaluations of consumers for products (Watson & Wright, 2000; Moon & Jain, 2002; Verlegh, 2007; Mueller & Broderick, 2010; Balabanis & Diamantopoulos, 2016) also provides essential information in the development of effective strategies. Beyond all these, it can be stated that revealing the relationships of all components with each other to encourage purchasing behaviour has strategic importance in determining the perceptions towards brands.

Based on all these explanations, in this study, the theoretical framework of the concepts of brand origin, attitudes towards brand, TIA, consumer ethnocentrism (CEI), consumer cosmopolitanism (CCOS,) and consumer xenocentrism (C-XEN) has been revealed. Also, the analyses conducted with the data obtained from the participants and the findings of these analyses are included in the methodology part. In the conclusion and discussion, the interpretation of the findings and suggestions are mentioned.

## 2. Conceptual Framework

### 2.1. Brand Origin

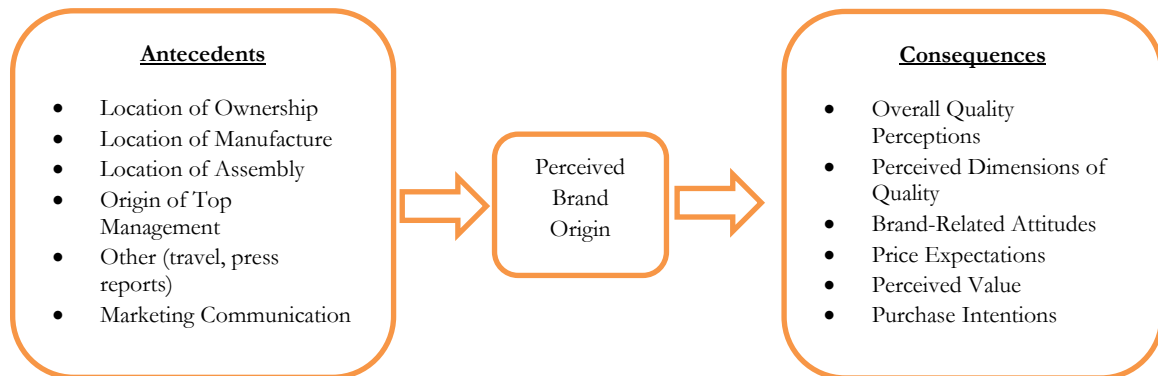
Research on the origins of products and brands is vital for international marketing activities. Studies conducted on the origins of goods or services are generally defined as research that examines customer evaluations and purchase intentions or potential selection behaviours related to offers that are influenced or originate from host countries or regions (Samiee & Chabowski, 2021). In particular, the implementation of global policies makes it possible for consumers to closely follow all the developments in the world in today's modern marketing environment. The crises, economic fluctuations or many similar situations experienced by the countries can positively or negatively affect the perception of consumers towards the relevant country, the products and brands produced in this country. Due to this effect, the intention of consumers to pay high prices may increase or decrease.

Since the place of production of many brands is not the country on the label, it is stated that the use of "brand origin" rather than the concept of "country of origin" is more inclusive. Whereas the actual position of the brand is important in the country of origin, what more important in brand origin is the perceived position (Thakor & Lavack, Effect of perceived brand origin associations on consumer perceptions of quality, 2003). Brand origin is the place, region or country perceived by the target consumers of a brand (Thakor & Kohli, 1996). It offers corporate support to branding activities such as planning, designing, and marketing that guide and influence practices in production facilities. For this reason, the contribution of brand origin to the identity and image of brands also includes an assessment of the overall quality of the relevant corporate environment (Chen, Wright, Gao, Liu, & Mather, 2021).

Samiee, Shimp and Sharma (2005) made significant contributions to the literature in brand origin. As a result of the studies carried out from the past to the present, researchers assume that consumers have information about brand origins and that this information is a significant influence that guides the judgments of product quality, brand attitudes and choice intentions in the market. However, this information is actually relatively insufficient. Besides this, the study conducted in the USA with 84 brands includes a scale called Brand Origin Recognition Accuracy (BORA). The purpose of the scale is to measure the ability of participants to recognize the origins of brands. As a result of the study, it was found that consumer characteristics are an important factor in recognition of brand origin.

Thakor and Lavack (2003) showed that -similar to the perception of brand quality- perceptions of brand origin are also affected by the country where the corporate ownership takes place. In addition, this study presented a model of brand origin antecedents and consequences, along with findings to examine how brand origin information affects consumers (Figure 1).





**Figure 1.** A model of the antecedents and consequences of brand origin

Source: Thakor and Lavack, 2003, p.18.

In the study carried out by Koçak and Bayraktar (2019), 840 Egyptian consumers were tested to correctly identify the origins of 12 Turkish brands operating in their countries. In the result of the research, Ülker, İstikbal and Paşabahçe brands were identified as the brands whose origins are known at the highest level. Günel (2020) surveyed 360 employees in health care businesses operating in Istanbul to measure the effects of brand origin awareness on consumer purchasing behaviour and concluded that brand origin awareness positively affects consumer behaviour.

## 2.2. Attitudes towards Advertisement and Trust in Advertisement

Advertising is a vital positioning tool in today's marketing world, in traditional and non-traditional channels created with different budgets, in various times and environments, and created to influence the target audience. The presentation and promotion of ideas, goods, or services by a particular sponsor (company) for a particular payment are expressed as advertising. The estimated worldwide spending for advertising is nearly \$545 billion (Kotler, Armstrong, & Opresnik, 2018). In creating an advertising campaign, the hierarchy of effects and means-end theory play an important role in developing credible promotional activities. The hierarchy of effects model helps reveal the objectives of an advertising campaign. These purposes are; (a) awareness, (b) knowledge, (c) liking, (d) preference, (e) conviction and (f) the actual purchase. On the other hand, the means-end chain suggests that the advertisement should contain messages or means to bring the customer to the desired end state (Clow & Baack, 2018).

Advertisers and company managers focus on developing a positive attitude towards goods and services, reassuring customers, and creating loyal customers are among the sensitive issues. According to Kotler and Keller (2016), attitude is defined as one's favourable or unfavourable evaluations, feelings, and actions against a particular object or idea. Consumers' purchasing tendencies are affected by their attitudes towards products (Bredahl, 2001). At the same time, attitudes towards advertising or product placement can also affect the consumers' purchasing tendencies (Başgöze & Kazancı, 2014). Başgöze and Kazancı (2014) found that consumers' attitudes towards advertisement significantly and positively affect their purchasing tendency. Similarly, Yağcı and İlarlan (2010) also found that advertisements positively affect purchasing.

Trust is an important component for many brands. Consumers are more inclined to choose brands they can trust and believe they are being treated honestly. In this sense, advertising is among the most effective promotional tools in developing brand image, building consumer trust, and persuading the consumer. Messages intended to be given in advertisements can significantly affect consumers' perceptions of products. Consumers who receive the messages in the advertisement are persuaded to buy and trust the brand only if they believe in them. Feelings of trust and doubt play critical roles in protecting consumers from being deceived. Since it is assumed that individuals try to understand the persuasion

intention of the advertisements, during the advertising process, a sense of doubt may arise, and individuals may doubt the sincerity of the advertisements (Ergeç, 2009).

The concept of TIA has been discussed many times. TIA is conceptualized as the consumer's confidence that the advertisement is a reliable source of good/service information and one's willingness to act on the information conveyed by the advertisement (Soh et al., 2009). Obermiller and Spangenberg (1998) found that low persuasion knowledge leads to high advertising scepticism. Beltramini (1988) developed a scale to determine the reliability of advertising, and this scale shed light on many studies on the subject. In the study conducted by Soh et al. (2009), a structure in which trust in advertising has four different components has been proposed. These components are reliability, usefulness, affect, and willingness to rely on. For this reason, the structure of TIA should be built around these four components.

### 2.3. Ethnocentrism

Before addressing the concept of consumer ethnocentrism, it might be better to focus on ethnocentrism. The term 'ethnocentrism' was first introduced by Sumner (1906), describing how people see their own group as the centre of everything, rating and scaling other groups according to this centre.

The concept of consumer ethnocentrism was first introduced by Shimp and Sharma (1987) as "*the beliefs held by consumers about the appropriateness, indeed morality, of purchasing foreign-made products.*" (p. 280). Although highly ethnocentric consumers have economic worries about their own countries' economic situations, buying foreign products is a moral problem for them. This may lead them to purchase domestic products even if the quality of foreign ones is higher (Sharma, Shimp, & Shin, 1995). However, people in developed countries are unreasonably inclined to evaluate domestic products favourably over foreign ones (Moon & Jain, 2002).

Consumer ethnocentrism in consumer behaviour linked with different topics has been well documented. Consumer ethnocentrism is a widely studied field, along with brand, national identity, attitudes, products, and national economies. In the early literature, being more ethnocentric, consumers' beliefs and attitudes are getting be negative towards foreign products and brands (Watson & Wright, 2000; Moon & Jain, 2002), even if the foreign brands are superior to domestic ones (Supphellen & Rittenburg, 2001). When ethnocentric consumers evaluate foreign products, this evaluation is negatively affected by consumer ethnocentrism rather than national identification (Verlegh, 2007). On the other hand, consumers from developing countries like China, Taiwan, and India were found as more ethnocentric than developed countries (Pereira, Hsu, & Kundu, 2002).

Moreover, Durvasula and Lyonski (2006) found that consumers tend to be more ethnocentric when the degree of perceived economic threat is high. Balabanis, Diamantopoulos, Mueller and Melewar (2001) investigated the impact of nationalism, patriotism, and internationalism on consumer ethnocentrism in Turkey and the Czech Republic. The results show that Turkish ethnocentric consumers are fuelled by patriotism while Czech ethnocentric consumers by nationalism.

However, consumers' (highly ethnocentric) negative attitudes toward foreign products may not always be valid, and the situation can be changed depending on the product's origin. Therefore, in some cases, consumers may prefer foreign products over domestic ones (Balabanis & Diamantopoulos, 2004). At this point, we can talk about the country-of-origin effect that might be effective over consumer ethnocentrism.

### 2.4. Cosmopolitanism

Cosmopolitanism stresses the open-minded attitude toward foreign countries and cultures, accepts the variety of products from different national and cultural origins, and cosmopolite people intend to consume products from foreign countries (Riefler, Diamantopoulos, & Siguaw, 2012). Cosmopolitanism was first introduced by Merton (1957) in his sociological work to express the tendency of individuals (cosmopolitans) to orient themselves outside the confines of her/his local community (Makrides, Kvasova, Thrassou, Hadjielias, & Ferraris, 2021). In a modern sense, cosmopolitans think of themselves beyond their nations and citizens and have a transnational frame of reference (Riefler et al., 2012).

Thompson and Tambyah (1999a) considered cosmopolitanism as cultural orientation, consumption, and lifestyle arising from the rapid socio-cultural and economic intricacies of globalization.

The concept of cosmopolitan consumer does not bind consumption behaviours to a specific culture, local framework, or group; It describes individuals who are open to and willing to try products and services from various countries to transcend existing boundaries beyond local culture (Riefler et al., 2012). Leyv, Beechler, Taylor & Boyacıgiller (2007) state that cosmopolitan consumers have an open and unprejudiced stance and are not merely outward-oriented. In addition, Featherstone (2002) considers cosmopolitan consumers are open to new experiences and learning and complaisant to diversity derived from products belonging to different nations and cultural origins.

Since cosmopolitan consumers like other cultures and are more inclined to have new experiences (Riefler et al., 2012), they are not expected to be stand-off foreign cultures, hyper-nationalist, or archconservative (Cannon & Yaprak, 2002). On the other hand, they might have a positive intention to buy foreign and domestic products if this buying gives them authenticity (Cannon & Yaprak, 2011).

There are two views on how to measure and should be constructed consumer cosmopolitanism. The first view argues that cosmopolitan consumers, who are positively disposed toward foreign products and appreciate diversity, do not have prejudice towards other cultures that they express their authentic manifestations. The second view states that cosmopolitans show less allegiance to any particular community and have universal desires so that they are more global than local, even if they hold both ideas of being local and global (Prince, Yaprak, & Palihawadana, 2019). Therefore, cosmopolitan consumers may show dispositions to be cosmopolitan to express their authentic manifestations and open-mindedness, or they show this tendency because they have lesser faithfulness towards any particular community and universal aspirations.

## 2.5. Xenocentrism

The word xenocentrism comes from the Greek noun Xenos meaning 'stranger, guest, and foreigner' (Cornog, 2010). Kent and Burnight (1951) stated that xenocentrism could be a counter-concept to ethnocentrism, and based on Sumner's definition of ethnocentrism, they defined xenocentrism as *"a view of things in which a group other than one's own is the centre of everything, and all others, including one's own group, are scaled and rated with reference to it"* (p. 256). Later, Eshleman, Cashion and Basirico (1993) gave another definition of xenocentrism as *"the belief that what is foreign is best, that one's own lifestyle, products, or ideas are inferior to those of others"* (p. 109).

Considering these definitions, it is not wrong to define consumer xenocentrism as being more favourable towards other countries' products. Just as ethnocentric consumers do not tend to use foreign products, xenocentric consumers may not be inclined to use domestic products. However, this does not mean pure rejection. Balabanis and Diamantopoulos (2016) argued that consumer xenocentrism appears in the form of perceptions of inferiority rather than a pure rejection. Therefore, xenocentric consumers consume foreign products to feel superior to themselves from their ingroups.

Although consumer cosmopolitanism and consumer xenocentrism are seemed similar to each other, they are quite different. While consumer cosmopolitanism is formed by local and foreign loyalties (Riefler et al., 2012), xenocentric consumers prefer products from foreign countries rather than domestic ones and compare those products with foreign products but not their own (Mueller & Broderick, 2010). Hence, cosmopolite consumers are more open-minded towards foreign and local products, while xenocentric consumers are biased toward local products and avoid using them.

There are two dimensions of consumer xenocentrism: perceived inferiority and social aggrandizement (Diamantopoulos, Davydova, & Arslanagic-Kalajdzic, 2019). Balabanis and Diamantopoulos (2016) defined perceived inferiority as *"a tendency to denigrate, undervalue, and fail to appreciate domestic products and brands"* (p. 61). Xenocentric consumers believe that their home countries' products are inferior to products from foreign countries because those consumers perceive other countries are more superior to their home countries (Diamantopoulos et al., 2019). Therefore, this perception led them not to consume their home countries' products and overvalue foreign countries' products. At this point, Balabanis and Diamantopoulos (2016) defined *social aggrandizement* as "the emphasis placed on the symbolic value of

foreign products as way of enhancing perceived social status" (p. 62). Xenocentric consumers look for alternative products from foreign countries, giving them a feeling of higher status (Diamantopoulos et al., 2019). Consequently, those consumers regard their home countries' products as inferior and foreign ones as attractive because they believe those countries are superior to their own.

### 3. Literature Review and Hypothesis Development

Brand origin and consumer ethnocentrism are the factors that international and local brands should consider when creating their marketing strategies (Vuong & Khanh Giao, 2020; Lee & Childs, 2021). When the studies carried out in the literature are examined, it is seen that the studies examining consumer ethnocentrism as a moderator are limited.

Alonso Garcia, Chelminski and González Hernández (2013) examined the effects of the communication language used in advertisements for Mexican consumers. As a result of the quantitative research conducted among undergraduate students, it was found that using an English slogan in the advertisement of a local brand creates less positive ATA and brand trust compared to an advertisement using only Spanish. These findings highlight the importance of appealing to national feelings, linguistic elements, and consumer ethnocentrism when advertising local brands. Puzakova, Kwak and Andras (2010) revealed in their study that consumers with a high level of ethnocentric inclination notice foreign products in movies, and they perceive these product placements negatively. In addition, within the scope of the study, it has been seen that mass media and marketing communication efforts have a moderator role in the effect of ethnocentrism on the frequency of purchasing foreign products. Moon and Jain (2002) found that consumer ethnocentrism has a negative effect on international advertisements while the perception of country of origin has a positive effect.

Reardon, Miller, Vida and Kim (2005) addressed Kazakhstan and Slovenia, transitional economies from a centralized economy to a free market economy. In this study, ethnocentrism results in negative ATA for Kazakhstan but not Slovenia. Consumer ethnocentrism has not directly affected the formation of brand attitude, but only indirectly through the ATA, due to the less experience of imports and foreign products in Kazakhstan. On the other hand, Slovenia's effect of ethnocentrism on the formation of brand attitude has been observed directly and indirectly through ATA. As the reason for this situation for Slovenia, it was stated that the experience with foreign products and the prolonged exposure to Western advertising styles reduce ethnocentrism.

In the light of the above, it is seen that brand origin and consumer ethnocentrism have effects on purchasing decisions and ATA. In this study, we expect that the level of consumer ethnocentrism will moderate the relationship between brand origin and ATA. Therefore, we hypothesized that:

H<sub>1</sub>: Brand origin will interact with consumers' ethnocentrism level to influence consumers' TIA and ATA. Consumers with high-level ethnocentrism will exhibit a more positive attitude and trust when the brand origin is emphasized as Turkey in the advertisement.

Xenocentrism is another essential determinant for understanding consumers' sociological motives. Xenocentric consumers believe foreign products are better than their own country's products (Balabanis & Diamantopoulos, 2016; Diamantopoulos et al., 2019). According to Mueller and Broderick (2010), these consumers' beliefs and/or biases are often caused by individuals' concerns about social status and thoughts that foreign countries are more modern than their own countries. Studies have found that consumer xenocentrism is positively associated with the evaluation of the product (Kala & Chaubey, 2016), risk avoidance (Kisawike, 2015), consumer cosmopolitanism (Prince, Davies, & Palihawadana, 2016), the intention of buying foreign products (Camacho, Salazar-Concha, & Ramírez-Correa, 2020; Rettanai Kannan, 2020). Furthermore, literature has shown that consumers with high-level xenocentrism show not only favourable attitudes toward foreign products but also positive purchase intentions toward the foreign product (Rojas-Méndez, & Chapa, 2020; Diamantopoulos et al., 2019; Zeugner-Roth, Žabkar, & Diamantopoulos, 2015). Most research on consumer xenocentrism has been focused on determining antecedents and consequences of consumer xenocentrism. However, this study will address consumer

xenocentrism as a moderator variable. According to Mueller, Xun Wang, Liu & Chi Cui (2015), consumers with high-level xenocentrism prefer foreign products even if domestic products are of better quality and more functional. This finding indicates that consumers with high-level xenocentrism trust foreign brands more than domestic ones. Therefore, we hypothesized that:

H<sub>2</sub>: Brand origin will interact with consumers' xenocentrism level to influence consumers' TIA and ATA. Consumers with high-level xenocentrism will exhibit a more positive attitude and trust when the brand origin is emphasized as France in the advertising.

As mentioned earlier, cosmopolitan consumers are more knowledgeable about the origin of brands than non-cosmopolites as they are more open-minded about the world outside and not bound by one specific culture (Yeğenoğlu, 2005; Laroche, Zhang, & Sambath, 2017). Consequently, the brand origin plays an important role in consumers' cosmopolitanism level. Therefore, we expect that brand origin and consumers' cosmopolitanism level will interact with each other.

On the other hand, compared to earlier, people are now more aware of the world through media outlets and information channels (Craig & Douglas, 2006). Because advertising activities are also a media tool, it helps people to be aware of the worldwide known brands quicker. MacKanzie and Lutz (1989) stated that advertising could be regarded as a predictor of consumers' behaviour. In addition, Alden, Steenkamp, and Batra (1999) report that cosmopolitan consumers are inclined to espouse foreign products, advertising messages, and promotions generated by companies' global strategies. On the other side, consumer TIA is also important, as well as consumer attitudes towards advertisement. Soh et al. (2009) argued that advertisements convey the information they offer most functionally through consumers' trust in these advertisements. Therefore, because the advertisement belongs to a foreign country's product, cosmopolitan consumers may receive the information undoubtably that the advertisement conveys and have trust in it. For this reason, we expect consumers with high-level cosmopolitanism will have a positive attitude and trust when the brand origin is emphasized as France in the advertising.

Considering all this information mentioned above, we hypothesized that:

H<sub>3</sub>: Brand origin will interact with consumers' cosmopolitanism level to influence consumers' TIA and ATA. Consumers with high-level cosmopolitanism will exhibit a more positive attitude and trust when the brand origin is emphasized as France in the advertising.

### 3. Methodology

To examine the potential effects of consumer ethnocentrism, xenocentrism, cosmopolitanism and brand origin on consumer ATA/TIA, we conducted an experiment with a 2 (brand origin: France/Turkey) x 2 (consumer ethnocentrism: low/high; consumer xenocentrism: low/high; consumer cosmopolitanism: low/high) between-subject design was employed.

Permission for this study was obtained from the Ethics Committee of Economics and Administrative Faculty with the decision number 15/67 at the meeting dated 21/12/2021. In this study, the rules specified within the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

#### 3.1. Participants

A total of 237 undergraduate students took part in the study. There are some obvious practical reasons for involving students in this study. Firstly, choosing students as subjects helped us control various demographic characteristics (e.g., education, age, and occupation). Secondly, a high response rate was ensured as students were readily available on college campuses.

As can be seen in Table 1, the gender of the participants is homogeneously distributed among the conditions (France/Turkey). The sample is composed of 114 females and 123 males (SD=0.0322). Most participants are between the ages of 20 and 22 (66%).

**Table 1.** Distributions of gender and age across conditions

| Gender                        | Conditions |     |        |     | Total     |
|-------------------------------|------------|-----|--------|-----|-----------|
|                               | France     |     | Turkey |     |           |
| Female                        | 53         | 46% | 61     | 54% | 114 (48%) |
| Male                          | 55         | 45% | 68     | 55% | 123 (52%) |
| <b>Total (sub-conditions)</b> | 108        | 46% | 129    | 54% | 237       |

| Age          | Conditions |     |        |     | Total     |
|--------------|------------|-----|--------|-----|-----------|
|              | France     |     | Turkey |     |           |
| 17-19        | 16         | 38% | 26     | 62% | 42 (17%)  |
| 20-22        | 73         | 46% | 85     | 54% | 158 (66%) |
| 23-25        | 14         | 45% | 17     | 55% | 31 (13%)  |
| 26+          | 5          | 83% | 1      | 17% | 6 (2.5%)  |
| <b>Total</b> | 108        | 45% | 129    | 55% | 237       |

### 3.2. Pre-test

A pre-test with another 56 undergraduate students helped determine which brand origin was used as stimuli. They were asked to answer the open question: when it comes to cosmetics, which country comes to your mind? The results indicated that 64.3% of participants mentioned France. Therefore, France and Turkey (the participants' countries) were selected as the brand origin used as the stimuli.

### 3.3. Stimuli

Two versions of an advertisement for a hand cream were created (see Appendix 1). Among cosmetic products, hand cream was chosen because it is a unisex product. In the advertisement, a fictitious brand name resembling associations with neither France nor Turkey was generated to eliminate any potential confounding effect due to recent brand attitude. Besides, we included brand origin manipulation. In the first advertisement, a text about the brand emphasized that the hand cream originated from France, while in the second advertisement, hand cream originated from Turkey.

### 3.4. Procedure

Participants were randomly assigned to either France origin or Turkey origin conditions. They participated in our survey using a paper-pencil survey method. Before the experiment, they read a study's objectives and procedures and checked the "agree to participate" box. Upon starting the survey, participants first completed a questionnaire about consumer ethnocentrism, cosmopolitanism, and xenocentrism. Afterwards, participants were exposed to one of the two advertisements. After they viewed the advertisements, they answered the questions about TIA and ATA. Additionally, they responded to basic demographics (age and gender). Finally, we thanked and debriefed the participants. The entire procedure took approximately ten minutes to complete.

To predict consumer TIA and ATA by the help of their level of ethnocentrism, xenocentrism, and cosmopolitanism, these continuous variables were divided into two groups using a median split: consumers with high-level ethnocentrism, xenocentrism and cosmopolitanism and consumers with low-level ethnocentrism, xenocentrism, and cosmopolitanism. The mean score of respondents higher than the median was placed in the high-level group, and those lower than the median were placed in the low-level group.

### 3.5. Measures

*Attitude towards advertisement* was measured by a three-item, seven-point semantic differential scale adopted from Mackenzie and Lutz's (1989) study. The three-item scale was reliable (Cronbach's  $\alpha = .86$ ). A factor analysis confirmed that all three items demonstrated a unidimensional construct (68.08% of the variance explained; eigenvalue = 2.373).

*Trust in advertisement* was measured with a ten-item semantic differential scale adopted from Beltramini (1988). The ten-item scale was reliable (Cronbach's  $\alpha = .92$ ). A factor analysis confirmed that each item loaded on a single factor (56.8% of the variance explained; eigenvalue = 5.68).

*Consumer ethnocentrism* was measured by Verlegh's (2007) five-item scale modified version of Shimp and Sharma's (1987) CETSCALE. The five-item scale was reliable (Cronbach's  $\alpha = .795$ ). As a result of the factor analysis, one item, "Even if I had to pay more, I would rather buy another country's product," was excluded because it did not display sufficient commitment to the relevant dimension. After extracting this item, other items loaded on a single factor (52.96% of the variance explained; eigenvalue = 2.56).

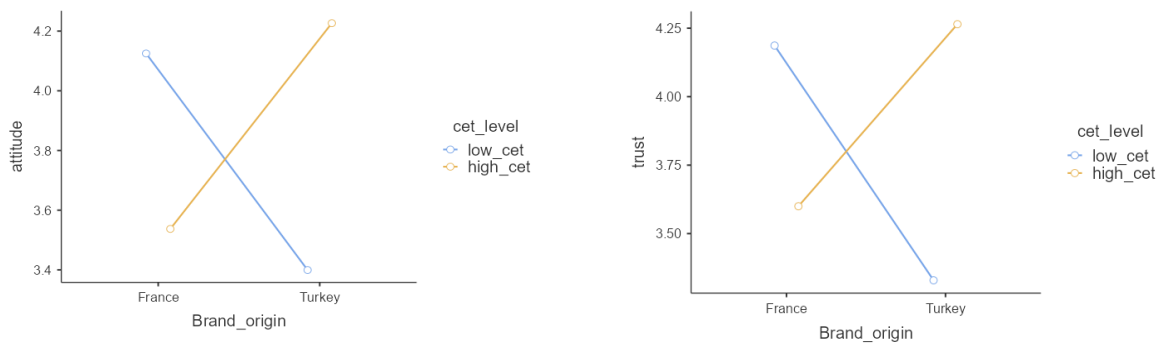
*Consumer xenocentrism* was measured by using a five-item scale developed by Balabanis and Diamantopoulos (2016). The five-item scale was reliable (Cronbach's  $\alpha = .801$ ). The factor analysis confirmed that the scale consists of a two-factor structure. When the first factor (perceived inferiority) explained 33.53% of the variance (eigenvalue = 3.829), the second factor (social aggrandizement) explained 16.53% of the variance explained (eigenvalue = 2.146). The entire structure explained 50.06% of the total variance.

*Consumer cosmopolitanism* was measured with a six-item scale developed by Cleveland and Laroche (2007). As a result of the factor and reliability analyses, one item, "I am interested in learning more about people who live in other countries," was excluded because it did not display sufficient commitment to the relevant dimension and reduced variances between each item. Excluding the item, a five-item scale was reliable (Cronbach's  $\alpha = .919$ ) and loaded on a single factor (70.11% of the variance explained; eigenvalue = 3.8).

All scales were modified and adapted into Turkish by bilingual experts using back translation methods to ensure consistency.

## 5. Results

To test the first hypothesis, a 2 (brand origin: France vs. Turkey) x 2 (consumers' ethnocentrism: low vs. high) factorial analysis of variance was conducted. Results showed that consumers' ethnocentrism level had no significant main effects on consumer TIA ( $F_{(1, 233)} = 1.080, p > .05, \eta^2 p = .00$ ) and ATA ( $F_{(1, 233)} = .396, p > .05, \eta^2 p = .00$ ). Similarly, brand origin had no significant main effects on consumer TIA ( $F_{(1, 233)} = .329, p > .05, \eta^2 p = .00$ ) and ATA ( $F_{(1, 233)} = .009, p > .05, \eta^2 p = .00$ ). However, as indicated in the figure one, the interaction effect between consumers' ethnocentrism level and brand origin was significant in predicting consumer TIA ( $F_{(1, 233)} = 20.611, p < .001, \eta^2 p = .08$ ) and ATA ( $F_{(1, 233)} = 13.867, p < .001, \eta^2 p = .05$ ). So **H<sub>1</sub> was supported.**



**Figure 2.** Interaction effect (consumers' ethnocentrism x brand origin)

Post-hoc test was performed to reveal which groups' means differences cause this interaction effect. According to Post-hoc test, three important results were obtained. Firstly, consumers with high-level ethnocentrism exposed to the advertisement that emphasized Turkey origin had greater TIA ( $M_{high/Turkey} = 4.26, M_{high/France} = 3.60; t(233) = 2.817, p < .05$ ) and more favourable ATA ( $M_{high/Turkey} = 4.23, M_{high/France} = 3.54; t(233) = 2.577, p < .05$ ) than those exposed to the advertisement that emphasized France origin. Secondly, consumers with low-level ethnocentrism exposed to the advertisement that emphasized France origin had greater TIA ( $M_{low/France} = 4.19, M_{low/Turkey} = 3.33; t(233) = 3.600, p < .05$ ) and more favourable ATA ( $M_{low/France} = 4.13, M_{low/Turkey} = 3.40; t(233) = 2.689, p < .05$ ) than those exposed to the advertisement that emphasized Turkey origin. Thirdly, consumers with high-level ethnocentrism exposed to the

advertisement that emphasized Turkey origin had greater TIA ( $M_{high/Turkey} = 4.26$ ,  $M_{low/Turkey} = 3.33$ ;  $t(233) = 4.114$ ,  $p < .05$ ) and more favourable ATA ( $M_{high/Turkey} = 4.23$ ,  $M_{low/Turkey} = 3.40$ ;  $t(233) = 3.210$ ,  $p < .05$ ) than consumers with low-level ethnocentrism exposed to the advertisement emphasizing Turkey origin.

To examine the second hypothesis, a 2 (brand origin: France vs. Turkey) x 2 (consumers' xenocentrism: low vs. high) factorial analysis of variance was conducted. Because the concept of consumer xenocentrism is composed of two dimensions (Perceived inferiority/ Social aggrandizement), two stages were followed for examining the effect of consumers' xenocentrism on TIA and ATA. First stage's results indicated that consumers' perceived inferiority level had no significant main effects on consumer TIA ( $F_{(1,233)} = .3610$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ) and ATA ( $F_{(1,233)} = 2.056$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ). Similarly, brand origin had no significant main effects on consumer TIA ( $F_{(1,233)} = .0451$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ) and ATA ( $F_{(1,233)} = .004$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ). According to the figure two, however, the interaction effect between consumers' perceived inferiority level and brand origin was significant in predicting consumer TIA ( $F_{(1,233)} = 20.611$ ,  $p < .001$ ,  $\eta^2p = .04$ ) and ATA ( $F_{(1,233)} = 13.867$ ,  $p < .05$ ,  $\eta^2p = .01$ ). Second stage's results showed that neither the main effect of consumers' social aggrandizement level (trust:  $F_{(1,233)} = 1.0397$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ; attitude:  $F_{(1,233)} = 1.7049$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ) nor the main effect of brand origin (trust:  $F_{(1,233)} = .0639$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ; attitude:  $F_{(1,233)} = .0162$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ) was significant. The interaction effect between consumers' social aggrandizement level and brand origin was not significant (trust:  $F_{(1,233)} = 2.3542$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .01$ ; attitude:  $F_{(1,233)} = .5242$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ). So, **H<sub>2</sub> was partially supported.**

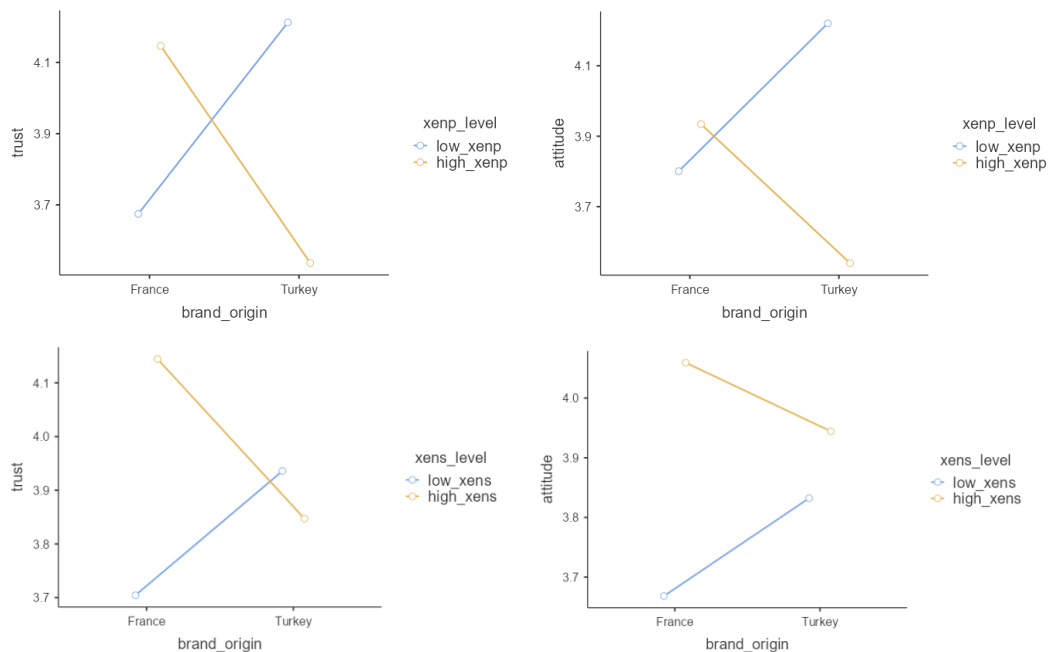


Figure 3. Interaction effect (consumers' xenocentrism x brand origin)

H<sub>2</sub> posits that consumers with high-level perceived inferiority exposed to the advertisement that emphasized France origin had greater TIA ( $M_{high/France} = 4.15$ ,  $M_{high/Turkey} = 3.54$ ;  $t(233) = 2.604$ ,  $p < .05$ ) than those exposed to the advertisement that emphasized Turkey origin. Consumers with low-level perceived inferiority exposed to the advertisement that emphasized Turkey origin had greater TIA ( $M_{low/Turkey} = 4.21$ ,  $M_{high/Turkey} = 3.54$ ;  $t(233) = 2.965$ ,  $p < .05$ ) and more favourable ATA ( $M_{low/Turkey} = 4.22$ ,  $M_{high/Turkey} = 3.54$ ;  $t(233) = 2.651$ ,  $p < .05$ ) than consumers with high-level perceived inferiority exposed to the advertisement that emphasized Turkey origin.

To test the third hypothesis, a 2 (brand origin: France vs. Turkey) x 2 (consumer cosmopolitanism: low vs. high) factorial analysis of variance was conducted. Results showed that both the main effect of brand



origin and consumer cosmopolitanism on TIA (brand origin:  $F_{(1,233)} = .0529$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ; consumer cosmopolitanism:  $F_{(1,233)} = .3536$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ) and ATA (brand origin:  $F_{(1,233)} = .0444$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ; consumer cosmopolitanism:  $F_{(1,233)} = .0373$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ) were not significant. Similarly, the interaction effect (brand origin x consumer cosmopolitanism) was not significant (trust:  $F_{(1,233)} = .0364$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ; attitude:  $F_{(1,233)} = 1.1196$ ,  $p > .05$ ,  $\eta^2p = .00$ ). Thus, **H<sub>3</sub> failed to receive support.**

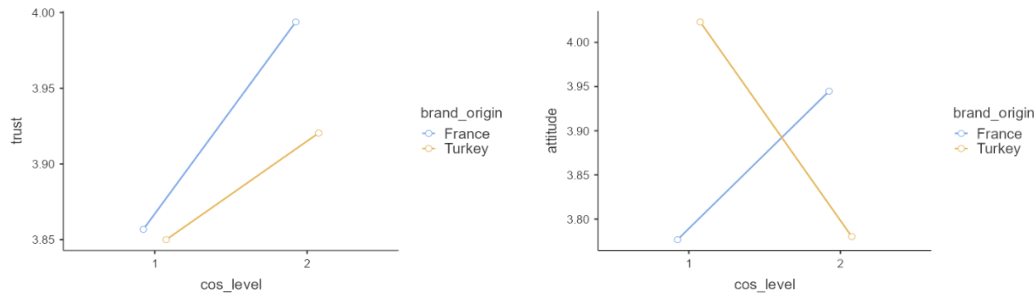


Figure 4. Interaction effect (consumer cosmopolitanism x brand origin)

## 6. Discussion and Conclusion

This present research makes significant contributions in several respects. First, it gives tips about consumer TIA and ATA. It also provides valuable insight into the potential uses of brand origin, consumer ethnocentrism, xenocentrism, and cosmopolitanism to promote a product.

Results underline that consumers' ethnocentrism level plays an essential role in moderating the relationship between brand origin and TIA&ATA. The interaction effect between consumers' ethnocentrism level and brand origin propose that the effectiveness of the advertising would be enhanced when the brand origin emphasizing the consumer's own country is oriented to consumers with a high-level ethnocentrism level. Furthermore, the specific interaction pattern in the Turkey origin condition indicated that consumers with high-level ethnocentrism had great TIA and more favourable ATA, whereas those with low-level ethnocentrism had less TIA and less favourable ATA. These results are in line with previous studies establishing that consumer ethnocentrism can be effective in consumers' attitudes and purchase intentions (Herche, 1992; Shoham, 2003; Yelkur, Chakrabarty, & Bandyopadhyay, 2006).

Results also demonstrate that among the dimension of consumers' xenocentrism, only perceived inferiority interacted with the brand origin, and this interaction effect influenced TIA&ATA. Specifically, for consumers with high-level perceived inferiority, the advertisement emphasizing France origin led to greater TIA and more favourable ATA than consumers with low-level perceived inferiority. Besides, when examining the Turkey origin conditions, consumers with low-level perceived inferiority had greater TIA and more favourable ATA than consumers with high-level perceived inferiority. This finding is partially consistent with prior studies, which proposed that consumers with high-level perceived inferiority display negative attitudes towards brand of their home country (Cleveland & Laroche, 2007; Diamantopoulos et al., 2019; Camacho et al., 2020). However, the interaction effect between consumers' social aggrandizement level and brand origin was not significant. The possible reason behind this result might be that we offered fictitious brand advertisements to subjects. Nevertheless, the concept of social aggrandizement is defined as an emphasis on the symbolic value of foreign products for increasing perceived social status (Balabanis & Diamantopoulos, 2016; Diamantopoulos et al., 2019). Thus, subjects could not perceive social status because our fictitious brand does not have a symbolic value.

Interestingly, the expected interaction between brand origin and consumers' cosmopolitanism level was found in neither France origin condition nor Turkey origin condition. Although some research has demonstrated that cosmopolitan consumers tend to display favourable attitudes and purchase intentions toward foreign goods and brands (Cleveland, Laroche, & Papadopoulos, 2009; Purwanto, 2016), others have shown that cosmopolitan consumers prefer both global and local brands (Thompson & Tambyah,

1999b; Cannon & Yaprak, 2002). Therefore, consumers' cosmopolitanism level might not be a significant factor in interacting with brand origin.

This research has several limitations. First, the sample of this study was limited to young consumers. Future research should include older consumers. Replicating this study with various demographic factors would confirm the findings. A second limitation is that we used only hand cream as a cosmetic product in our advertisement; different product categories can also be considered stimuli tools.

Additionally, this research indicated ambiguous results. Consumers' ethnocentrism and perceived inferiority interact with the brand origin, and this interaction significantly affects TIA and ATA. However, neither consumer social aggrandizement nor consumer cosmopolitanism has an interaction with brand origin. This interaction effect was not a significant predictor of determining TIA and ATA. The results suggest that there is a need to investigate the role of consumers' cosmopolitanism and xenocentrism in future research.

These results have essential contributions in terms of managerial and theoretical. Our study sheds light on the interaction effect of consumers' ethnocentrism, xenocentrism, and cosmopolitanism. While most of the previous research focused on purchase intention as a dependent variable (Wei, 2008; Renko, Crnjak Karanović, & Matic, 2012; Camacho, Salazar-Concha, & Ramírez-Correa, 2020; Srivastava, Gupta, & Rana, 2021) TIA and ATA as a dependent variable were addressed in this study. There are several managerial implications of our research as well. First, this study's result may help firms develop an effective promotion campaign for their target audience. According to our results, managers also make their brands more trustful and adorable by using brand origin and consumers' ethnocentrism and perceived inferiority.

## References

- Alden, D. L., Steenkamp, J., & Batra, R. (1999). Brand Positioning Through Advertising in Asia, North America, and Europe: The Role of Global Consumer Culture. *Journal of Marketing*, 63(1), 75-87.
- Alonso García, N., Chelminski, P., & González Hernández, E. (2013). The effects of language on attitudes toward advertisements and brands trust in Mexico. *Journal of Current Issues & Research in Advertising*, 34(1), 77-92.
- Balabanis, G., & Diamantopoulos, A. (2004). Domestic Country Bias, Country-of-Origin Effects, and Consumer Ethnocentrism: A Multidimensional Unfolding Approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 32(1), 80-95.
- Balabanis, G., & Diamantopoulos, A. (2016). Consumer Xenocentrism as Determinant of Foreign Product Preference: A System Justification Perspective. *Journal of International Marketing*, 24(3), 58-77.
- Balabanis, G., Diamantopoulos, A., Mueller, R. D., & Melewar, T. C. (2001). The Impact of Nationalism, Patriotism and Internationalism on Consumer Ethnocentric Tendencies. *Journal of International Business Studies*, 32(1), 157-175.
- Başgöze, P., & Kazancı, Ş. (2014). Ürün yerleştirme ve reklama ilişkin tutumların satın alma eğilimi ve marka imajı üzerine etkileri. *Hacettepe University Journal of Economics and Administrative Sciences*, 32(1), 29-54.
- Beltramini, R. F. (1988). Perceived Believability of Warning Label Information Presented in Cigarette Advertising. *Journal of Advertising*, 17(2), 26-32.
- Bredahl, L. (2001). Determinants of Consumer Attitudes and Purchase Intentions With Regard to Genetically Modified Food – Results of a Cross-National Survey. *Journal of Consumer Policy*, 24(1), 23–61.
- Camacho, L. J., Salazar-Concha, C., & Ramírez-Correa, P. (2020). The influence of xenocentrism on purchase intentions of the consumer: The mediating role of product attitudes. *Sustainability*, 12(4), 1647.
- Cannon, H. M., & Yaprak, A. (2002). Will the Real-World Citizen Please Stand Up! The Many Faces of Cosmopolitan Consumer Behavior. *Journal of International Marketing*, 10(4), 30-52.
- Cannon, H. M., & Yaprak, A. (2011). A dynamic framework for understanding cross-national segmentation. *International Marketing Review*, 28(3), 229-243.
- Chen, S., Wright, M. J., Gao, H., Liu, H., & Mather, D. (2021). The effects of brand origin and country-of-manufacture on consumers' institutional perceptions and purchase decision-making. *International Marketing Review*, 38(2), 343-366.

- Cleveland, M., & Laroche, M. (2007). Acculturation to the global consumer culture: Scale development and research paradigm. *Journal of Business Research*, 60(3), 249-259.
- Cleveland, M., Laroche, M., & Papadopoulos, N. (2009). Cosmopolitanism, consumer ethnocentrism, and materialism: An eight-country study of antecedents and outcomes. *Journal of International Marketing*, 17(1), 116-146.
- Clow, E. K., & Baack, D. (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications*. Harlow: Pearson.
- Cornog, M. W. (2010). *Merriam-Webster's Vocabulary Builder*. Springfield, Massachusetts: Merriam-Webster, Incorporated.
- Craig, C. S., & Douglas, S. P. (2006). Beyond national culture: Implications of cultural dynamics for consumer research. *International Marketing Review*, 23(3), 322-342.
- Diamantopoulos, A., Davydova, O., & Arslanagic-Kalajdzic, M. (2019). Modeling the role of consumer xenocentrism in impacting preferences for domestic and foreign brands: A mediation analysis. *Journal of Business Research*, 104, 587-596.
- Durvasula, S., & Lyonski, S. (2006). Impedance to Globalization: The Impact of Economic Threat and Ethnocentrism. *Journal of Global Marketing*, 19(3-4), 9-32.
- Ergeç, N. E. (2009). Reklama Şüphesi Yaklaşımın İncelenmesi. *Journal of Çukurova University Institute of Social Sciences*, 18(2), 172-193.
- Eshleman, J. R., Cashion, B. G., & Basirico, L. A. (1993). *Sociology: An Introduction*. USA: HarperCollins Publishers.
- Featherstone, M. (2002). *Global Culture: Nationalism, Globalization, and Modernity*. London: Sage Publications.
- Günel, C. E. (2020, September). E-Ticaret ile marka menşei bilincinin tüketici satın alma davranışı üzerindeki etkisi. *Master's Thesis*. İstanbul, Turkey: İstanbul Ticaret University Graduate School of Foreign Trade.
- Herche, J. (1992). A note on the predictive validity of the CETSCALE. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 20(3), 261-264.
- Kala, D., & Chaubey, D. (2016). Country-of-origin effect and consumers' buying behaviour: An evidence from Indian market. *Management Convergence*, 7(1), 47-59.
- Kent, D. P., & Burnight, R. G. (1951). Group Centricism in Complex Societies. *American Journal of Sociology*, 57(3), 256-259.
- Kisawike, B. (2015). How country of origin, consumer ethnocentrism and consumer xenocentrism impact upon risk and involvement in the malaria medication decision making process in Tanzania. *University of Hull*, Doctoral dissertation.
- Koçak, A., & Bayraktar, A. (2019). Marka Menşei Tanıma Doğruluğu Kavramı ve Mısır Pazarındaki Türk Markaları Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Research in Business*, 4(2), 111-123.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson.
- Laroche, M., Zhang, C., & Sambath, A. (2017). Understanding Cosmopolitanism and Brand Origin Recognition Accuracy: The Moderating Effect of Need for Cognition. *Journal of Promotion Management*, 24(4), 1-18.
- Lee, B., & Childs, M. (2021). Building Consumer Trust in Cosmetic Advertisements: The Effect of Model Ethnicity and Brand Origin. *International Journal of Marketing Studies*, 13(2), 12-19.
- Lee, S., Johnson, Z., & He, X. (2009). Brand Origin Or Product Origin? The Effects of Country of Origin Fit on Brand Evaluation. In A. L. McGill, & S. Shavit (Ed.), *NA - Advances in Consumer Research Volume. 36*, pp. 1013-1014. Duluth, MN: Association for Consumer Research.
- Levy, O., Beechler, S., Taylor, S., & Boyacıgiller, N. A. (2007). What we talk about when we talk about 'global mindset': Managerial cognition in multinational corporations. *Journal of International Business Studies*, 38(2), 231-258.

- MacKenzie, S. B., & Lutz, R. J. (1989). An Empirical Examination of the Structural Antecedents of Attitude toward the Ad in an Advertising Pretesting Context. *Journal of Marketing*, 53(2), 48-65.
- Makrides, A., Kvasova, O., Thrassou, A., Hadjielias, E., & Ferraris, A. (2021). Consumer cosmopolitanism in international marketing research: a systematic review and future research agenda. *International Marketing Review*, ahead-of-print (ahead-of-print).
- Merton, R. K. (1957). Patterns of influence: local and cosmopolitan influential. In R. K. Merton, *Social Theory and Social Structure* (pp. 387-420). New York: The Free Press.
- Moon, B. J., & Jain, S. C. (2002). Consumer processing of foreign advertisements: roles of country-of-origin perceptions, consumer ethnocentrism, and country attitude. *International Business Review*, 11(2), 117-138.
- Mueller, R. D., & Broderick, A. J. (2010). *Consumer xenocentrism: an alternative explanation for foreign product bias*. Retrieved from StudyLib: <https://studylib.net/doc/8320331/consumer-xenocentrism--an-alternative-explanation-for-for>
- Mueller, R. D., Wang, G. X., Liu, G., & Cui, C. C. (2015). Consumer xenocentrism in China: an exploratory study. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 28(1), 73-91.
- Obermiller, C., & Spangenberg, E. R. (1998). Development of a Scale to Measure Consumer Skepticism Toward Advertising. *Journal of Consumer Psychology*, 7(2), 159-186.
- Pereira, A., Hsu, C., & Kundu, S. (2002). A Cross-Cultural Analysis of Ethnocentrism in China, India, and Taiwan. *Journal of International Consumer Marketing*, 15(1), 77-90.
- Prince, M., Davies, M. A., & Palihawadana, D. (2016). Here, there and everywhere: A study of consumer centrism. *International Marketing Review*, 5(33), 715-754.
- Prince, M., Yaprak, A. N., & Palihawadana, D. (2019). The moral bases of consumer ethnocentrism and consumer cosmopolitanism as purchase dispositions. *Journal of Consumer Marketing*, 36(3), 429-438.
- Purwanto, E. (2016). The effect of cosmopolitanism on perceived foreign product and purchase intentions: Indonesia case. *Calitatea*, 17(155), 94.
- Puzakova, M., Kwak, H., & Andras, T. L. (2010). Mitigating consumer ethnocentrism via advertising and media consumption in a transitional market. *International Journal of Advertising*, 29(5), 727-764.
- Reardon, J., Miller, C., Vida, I., & Kim, I. (2005). The effects of ethnocentrism and economic development on the formation of brand and ad attitudes in transitional economies. *European Journal of Marketing*, 39(7/8), 737-754.
- Renko, N., Crnjak Karanović, B., & Matić, M. (2012). Influence of consumer ethnocentrism on purchase intentions: Case of Croatia. *Ekonomika misao i praksa*(2), 529-544.
- Rettanai Kannan, D. (2020). *Consumer Xenocentrism: Antecedents, consequences (and moderators) and related constructs*. Doctoral dissertation. Ottawa, Ontario, Canada: Carleton University.
- Riefler, P., Diamantopoulos, A., & Sigauw, J. (2012). Cosmopolitan consumers as a target group for segmentation. *Journal of International Business Studies*, 43(3), 285-305.
- Rojas-Méndez, J., & Chapa, S. (2020). X-Scale: A new scale to measure consumer xenocentrism. *Marketing intelligence & planning*, 38(3), 354-368.
- Samiee, S., & Chabowski, B. R. (2021). Knowledge structure in product- and brand origin-related research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(5), 947-968.
- Samiee, S., Shimp, T. A., & Sharma, S. (2005). Brand Origin Recognition Accuracy: Its Antecedents and Consumers' Cognitive Limitations. *Journal of International Business Studies*, 36(4), 379-397.
- Sharma, S., Shimp, T. A., & Shin, J. (1995). Consumer ethnocentrism: A test of antecedents and moderators, 23, . *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(1), 26-37.
- Shimp, T. A., & Sharma, S. (1987). Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 280-289.
- Shoham, A. B. M. (2003). Consumer ethnocentrism, attitudes and. *Journal of International Consumer Marketing*, 15(4), 67-86.
- Soh, H., Reid, L. N., & King, K. W. (2009). Measuring Trust in Advertising: Development and Validation of the ADTRUST Scale. *The Journal of Advertising*, 38(2), 83-103.

Srivastava, A., Gupta, N., & Rana, N. P. (2021). Influence of consumer cosmopolitanism on purchase intention of foreign vs local brands: a developing country perspective. *International Journal of Emerging Markets*.

Sumner, W. G. (1906). *Folkways a Study of the Sociological Importance of Usages Manners Customs Mores and Morals*. New York: Ginn and Company.

Supphellen, M., & Rittenburg, T. L. (2001). Consumer Ethnocentrism When Foreign Products Are Better. *Psychology & Marketing*, 18(9), 907-927.

Thakor, M. V., & Kohli, C. S. (1996). Brand origin: conceptualization and review. *Journal of Consumer Marketing*, 13(3), 27-42.

Thakor, M. V., & Lavack, A. M. (2003). Effect of perceived brand origin associations on consumer perceptions of quality. *Journal of Product & Brand Management*, 12(6), 394-407.

Thompson, C. J., & Tambyah, S. K. (1999a). Trying to be cosmopolitan. *Journal of Consumer Research*, 26(3), 214-241.

Thompson, C. J., & Tambyah, S. K. (1999b). The Starbucks brandscape and consumers' (anticorporate) experiences of glocalization. *Journal of consumer research*, 26(3), 214-241.

Verlegh, P. (2007). Home country bias in product evaluation: the complementary roles of economic and socio-psychological motives. *Journal of International Business Studies*, 38(3), 361-373.

Vuong, B., & Khanh Giao, H. (2020). The impact of perceived brand globalness on consumers' purchase intention and the moderating role of consumer ethnocentrism: An evidence from Vietnam. *Journal of International Consumer Marketing*, 32(1), 47-68.

Watson, J. J., & Wright, K. (2000). Consumer ethnocentrism and attitudes toward domestic and foreign products. *European Journal of Marketing*, 34(9/10), 1149-1166.

Wei, Y. (2008). Does Consumer Ethnocentrism Affect Purchase Intentions Of Chinese Consumers? Mediating Effect Of Brand Sensitivity And Moderating Effect Of Product Cues. *Journal of Asia Business Studies*, 3(1), 54-66.

Yağcı, M. İ., & İlarıslan, N. (2010). Reklamların ve Cinsiyet Kimliği Rolünün Tüketicilerin Satın Alma Davranışları Üzerindeki Etkisi. *Doğus University Journal*, 11(1), 138-155.

Yeğenoğlu, M. (2005). Cosmopolitanism and nationalism in a globalized world. *Ethnic and Racial Studies*, 28(1), 103-131.

Yelkur, R., Chakrabarty, S., & Bandyopadhyay, S. (2006). Ethnocentrism and Buying Intentions: Does economic development metter? *Marketing Management Journal*, 16(2), 26-37.

Zeugner-Roth, K., Žabkar, V., & Diamantopoulos, A. (2015). Consumer ethnocentrism, national identity, and consumer cosmopolitanism as drivers of consumer behavior: A social identity theory perspective. *Journal of international marketing*, 23(2), 25-54.

## Appendix 1.



**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların alışmadaki katkı oranları %33.3/%33.3/%33.3 şeklinde dir.  
The authors' contribution rates in the study are %33.3/%33.3/%33.3 form.

**ıkar atışması Beyanı / Conflict of Interest**

alışmada herhangi bir kurum veya kişi ile ıkar atışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu alışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Antik Akdeniz Bölgesinde Salgın Hastalıkların İnanç Değişiklikleri Üzerindeki Etkileri

Murat TURGUT\* 

## ÖZ

İnsanlık tarihi boyunca görülen salgın hastalıklar insanların korkulu rüyaları olmuştur. İnsanlar salgının mikroplardan kaynaklandığını bilmediği için uzunca bir süre salgının tanrılar tarafından gönderildiklerini düşünmüşlerdir. Atina salgınından itibaren ise salgının dinsel sebepli olmadığı da düşünülmeye başlanmıştır.

Salgın hastalıkların toplumlar üzerindeki en önemli etkisi öldürme güçleri olmuştur. Tarih boyunca özellikle de eskiçağda görülen salgın hastalıklar yüksek ölüm oranlarına sahip olmuşlardır. Salgınların öldürme güçlerinin yanında sosyal, ekonomik ve dini alanlarda pek çok değişime sebep oldukları bilinmektedir.

Salgınların tanrı tarafından gönderildiği düşüncesi salgının gene tanrı tarafından ortadan kaldırılabileceği inancını getirmiştir. İnsanlar salgından kurtulmak için tanrılarına dualar etmişler ve onlar için çeşitli sunular gerçekleştirmişlerdir. İnanıkları tanrısal güçlerin salgını durdurmada yetersiz olduklarını gördükleri zaman bazı insanlar dinden uzaklaşmaya başlamışlardır. Bu insanlar inançsızlık, panteondaki bir diğer tanrıya daha fazla önem verme veya dışarıdan bilinmeyen yeni dinleri kabul etme yollarından birini seçmişlerdir. Belirtilen yollardan son ikisi, ilk belirtilene göre daha çok tercih edilmiştir.

Salgın hastalıklara karşı insanların davranışları toplumdaki çeşitlilik göstermiştir. Toplumların reaksiyonları genellikle yeni inançların kabulü veya o inançlarda çareler aramak olmuştur. Bu çalışmada salgın hastalıkların sonucu antik Akdeniz toplumlarında yaşanan dinsel gelişmeler ve özellikle salgınların yeni inançlara geçişteki önemi incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Salgın, Veba, Hastalık, Yersinia Pestis, Pandemi, Epidemik, Antik Akdeniz

## The Effects of Epidemics on the Belief Changes in the Ancient Mediterranean Region

### ABSTRACT

Epidemics that have been seen throughout human history have been fearful dreams of the people. For a long time, people thought that epidemics were sent by the gods, as they did not know that the epidemic was caused by microbes. Since the epidemic of Athens, it has been started to be thought that the epidemics are not caused by religious reasons.

The most important effect of epidemics on societies has been their killing power. Throughout history, especially in ancient times, epidemics have caused high death rates. It is known that epidemics cause many changes in social, economic and religious areas as well as their killing power.

The idea that the epidemics were sent by God revealed the belief that the epidemic could be eliminated by God. People prayed to their gods to get rid of the epidemic and made various offerings to them. When they discovered that the divine powers they believed were insufficient to stop the epidemic, some people began to turn away from religion. These people have chosen one of the ways of disbelief, giving more importance to another god in the pantheon, or accepting new religions unknown from outside. The last two of these ways are more preferred than the first.

People's behaviors against epidemics differed from society to society. Societies' reactions to this were generally in the form of accepting new beliefs or seeking remedies in those beliefs. In this study, religious developments in societies of ancient Mediterranean as a result of epidemics and especially the importance of epidemics in the transition to new beliefs were analyzed.

**Keywords:** Outbreak, Plague, Disease, Yersinia Pestis, Pandemic, Epidemic, Ancient Mediterranean

### 1. Giriş

Salgın hastalıklar insanlık tarihinde önemli bir yere sahip olmuşlardır. Dünya tarihinde çok sayıda salgın hastalık yaşanmış ve etkileri günümüze kadar ulaşmıştır. Bu salgınlar ve onlar hakkındaki bilgiler, dönemin önemli kişileri tarafından yazıya aktarılarak salgınların belirtileri, nerede ortaya çıktıkları, yayıldıkları alanlar, ölüm sayıları ve ekonomik etkileri hakkında önemli bilgiler verilmiştir. Salgınların bazılarının belirtileri konusunda elimizde önemli bilgiler bulunmasına rağmen bu salgınların hangi hastalık olduğu kesin bir şekilde tespit edilememiştir. Bundan dolayı salgınlar genel olarak veba olup olmadığına bakılmaksızın *veba* terimiyle adlandırılmışlardır (Bruun, 2007, s. 201) (Wiechmann, 2012, s. 66) (Kılıç, 2017, s. 118)<sup>1</sup>.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, mturgut@selcuk.edu.tr

<sup>1</sup> Çalışma içerisinde geçen veba terimi literatürde olduğu gibi tüm salgın hastalıkları kapsayacak şekilde düşünülmelidir.

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 24.05.2022



Salgın hastalıkların insanlığın hangi döneminden itibaren görülmeye başladıkları kesin bir şekilde bilinmemektedir. Bazı araştırmacılar salgın hastalıkların ve özellikle de vebanın dünyanın yaratılmasından itibaren var olduğunu belirtmişlerdir (Gowen, 1907, s. 3) (Kılıç, 2017, s. 117). İnsanlar, tarım yapmaya başlayıp yerleşik hayata geçtikleri dönemden itibaren aynı bölgede hem daha uzun süre hem kalmışlar hem de daha yoğun nüfus oranlarıyla yaşamaya başlamışlardır. İnsanların bir arada daha uzun süre ve daha küçük alanlarda yaşamaları mikroplara daha kolay yayılma imkanı sağlamıştır. Bundan dolayı salgın hastalıkların yerleşik hayata geçmesiyle görülmeye başlandığı düşünülmektedir (Diamond, 1997, s. 21) (Scott, 2017, s. 21, 98, 101, 113).

Salgınların ortaya çıkış sebepleri kesin bir şekilde bilinmemektedir. Tarihsel sürece baktığımız zaman salgınların çok farklı sebeplerden dolayı ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sebeplerin içerisinde dinsel sebepler de bulunmaktadır. Tanrı/ların isteklerinin yerine getirilmemesi, onların istemediği hareketlerin yapılması, onlara yapılan sunuların ihmal edilmesi ya da inanılan tanrı/ların kültüne verilen önemin azaltılarak başka inançlara önem verilmesi salgının dinsel sebepleri arasında yer almıştır (Homeros 1.146 - 154) (Livius 5.14) (Çıkış 5.3) (Çıkış 9.15) (Vahiy 18 - 23) (Josephus 2.293) (Vergilius 3 138 - 146) (De Martino, 2006, s. 53) (Sáez, 2016, s. 220, 221) (Kuhrt, 2009, s. 361). Kralın veya halktan bazı insanların yapmış oldukları enstest ilişkiler ve sapkınlıklardan dolayı da tanrı/lar salgın gönderebilmişlerdir (Hesiodos, 239 - 245) (Diogenes, 1.10 225 - 230) (Stoclet, 2007, s. 142, 143) (Kousoulis, Economopoulos, Poulakou-Rebelakou, Androutsos, & Tsiodras, 2012, s. 154, 155). Yanardağ patlaması, iklim değişiklikleri ve depremler gibi doğal olaylardan sonra da salgınların yaşandığı görülmüştür (Tranquillus, 8) (Dio 66 23.5), (Diodorus, 12.45) (Lucretius, 6 1111 - 1135) (Pinault, 1986, s. 71) (Duncan - Jones, 2018, s. 60, 61) (Harper, 2015, s. 245) (Bilich, 2007, s. 5, 6, 31) (Sayar, 2021, s. 221). Lanetlenmiş bir yerin iskana açılması, bir bakire tapınak rahibesinin intihar etmesi ve çeşitli büyüsel sebeplerden dolayı da salgın hastalıklar dinsel sebeplerle ortaya çıkabilmiştir (Thukydides 2.17) (Graf, 2007, s. 115, 118) (Kallet, 2013, s. 369).

Salgın hastalıkların görülmeye başlanması insanların hayatlarını önemli derecede etkilemiş ve onları korkuya sevk etmiştir. Eskiçağda yaşayan toplumlar ve hatta günümüzdeki bazı ilkel topluluklar salgın hastalıkları dünyanın sonu ile ilişkilendirmişlerdir (Eliade, 2015, s. 118, 119) (Bruzzzone, 2017, s. 893, 894) (Cunningham, 2008, s. 29). Kökeni erken dönemlerde başlayan bu inanç geleneğinin Orta Çağa ve hatta günümüze kadar dünya üzerindeki birçok yerde devam ettiği söylenilebilir.

Salgın hastalıkların dünyanın sonuyla ilişkilendirilmesinin çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Bunların en başında salgında ulaşılan ölüm hızı ve oranı gelmektedir (Kenney, 2017, s. 13). Bundan dolayı insanların erken dönemlerden itibaren salgınların tanrı/lar tarafından dünyaya gönderildiklerini ve insanları cezalandırma amacı taşıdığı düşüncesine sahip oldukları bazı antik çağ yazarları ve konu hakkında çalışan araştırmacılar tarafından belirtilmiştir (Hesiodos 239 - 245) Thukydides 2.54) (Appian 1. 4,5) (Apollodoros 5.6 20 - 22) (Diodoros 12.58 6,7) (Aeschines 3.135) (Lévy-Bruhl, 2006, s. 45) (Graf, 2007, s. 114, 115) (Morony, 2007, s. 81, 82) (Saribaş, 2019, s. 2471, 2473) (Sayar, 2020, s. 20) (Hoop, 2021, s. 53) (Lukashenko & Biletska, 2021, s. 47) (Akkuş Mutlu, 2017, s. 82, 83) (Kağnıcı, 2017, s. 112) (Kılıç, 2017, s. 119) (Duran, 2021, s. 126, 127) (Dilek, 2021, s. 86) (Demir, 2021, s. 473). Ancak bu düşüncenin kesin bir doğruluğu olmamakla birlikte özellikle Atina salgınında Hippocrates'in dinsel tedaviler yerine dini olmayan tedavileri de uygulaması, salgının ya da salgın hastalıkların, tanrı/lar tarafından insanları cezalandırma amacıyla gönderilmemiş olduğu düşüncesinin yerleşmeye başladığını da gösterebilir<sup>2</sup>.

Salgının ortaya çıkmasıyla insanlar salgından korunmak ya da yakalandıkları hastalıktan kurtulmak için çeşitli arayışlara girmişler ve bazı tedavi yöntemlerini uygulamışlardır. Bunun yanı sıra insanların bu gibi zor dönemlerde felaketten kurtulabilmek için dine daha çok yöneldikleri de belirtilmiştir (Boguszewski, Makowska, Bo'zewicz, & Podkowi'nska, 2020, s. 2). Dine yönelmelerde artış olduğu gibi dinden uzaklaşmaların da olabileceği unutulmamalıdır. Bütün bunlarla birlikte insanların eski inançlarını terk etmeye başlayarak yeni inançlara yöneldikleri de düşünülebilir. Ayrıca insanlar yeni inançlara geçmenin yanı

<sup>2</sup> Konu hakkında detaylı bilgi için bk (Turgut, 2021, s. 276, 279 - 281, 285). Ayrıca Mezopotamya toplumlarında da hem büyü hem de çeşitli bitkilerle de tedavilerin yapılmaya çalışıldığı da bilinmektedir (Akkuş Mutlu, 2017, s. 82, 83) (Dilek, 2021, s. 87, 88). Mısır ve Hititlerde de benzer şekilde çeşitli hastalıklara karşı tedaviler yapılmaya çalışılmıştır. (Masalcı Şahin, 2021, s. 171 - 174). Eski İran'da da tedavi yapıcılarının Zerdüş'tin din adamları olduğu görülmektedir. (Duran, 2021, s. 131, 133). Ancak bu tedavi yönteminin içerisinde de dinsel unsurların yoğun bir şekilde yer aldığı unutulmamalıdır.



sıra o dönemlerde inanmış oldukları panteondaki tanrılardan, kendilerine daha çok yardımcı olabilecek olanın kültünü ön plana çıkartmışlardır. Böylece o süreçte panteondaki başka bir tanrının üst sıralara alındığı veya tapınımların daha çok ona yöneltildiği de söylenebilir.

## 2. MÖ 14 – 13. Yüzyıllardaki Mısır ve Anadolu'daki Dinsel Reform Girişimleri

İnsanlar yazıyı kullanmaya başlamalarından sonra yaşadıkları salgınları kayıt altına almaya başlamışlardır. İlk başlarda mitolojik hikayelerinde<sup>3</sup> görülen salgın hastalıklar daha sonraki dönemlerde mitolojik belgeler haricindeki diğer belgelerin içeriğinde de tespit edilmiştir<sup>4</sup>. MÖ 1470'li yıllarda sağlık ve doktorların koruyucu tanrıçası olan Gula kültünün en üst noktaya ulaştığı belirtilmiştir (Dilek, 2021, s. 91, 92). Tanrıça kültünün yükselmesinde salgın hastalıkların kesin etkili olduğu söylenemese de bu dönemde salgın hastalıkların yaşanmış olabileceği söylenebilir. Dönem toplumlari diğer rahatsızlıklarında olduğu gibi salgın hastalıkların sebebinin de dinsel sebepler olduğunu düşünmüşlerdir (Dinçol, 1985, s. 5, 6).

MÖ 14. yüzyılda Mısır'da III. Amenhotep döneminde bir salgın hastalık görülmüştür. Bu salgın hastalığın hangi yılda nerede ortaya çıktığı kesin bir şekilde bilinmemektedir<sup>5</sup>. Josephus'a göre ise firavunun Musa'nın sözlerine inanmaması sebebiyle ortaya çıkmıştır (Josephus 2.293). III. Amenhotep salgından kendisini ve topraklarını kurtarabilmek için çeşitli çözüm yollarına başvurmuştur. Bu doğrultuda Mısır firavunu savaşın ve yıkımın tanrıçası olan Sekhmet'in kültünü yüceltmış ve onun heykellerinden çok sayıda yaptırarak ülkesindeki tapınaklara göndermiştir (Habicht, Donald, Varotto, & Galassi, 2020, s. 3). III. Amenhotep'in yapmış olduğu bu faaliyetler salgını sonlandırma konusunda başarısız olmuştur. Kendisinden sonra tahta geçen IV. Amenhotep döneminde de salgın etkisini göstermeye devam etmiştir. Mısır firavunu, geleneksel Mısır tanrılarının salgını ortadan kaldıramadığını düşünerek Amon kültü yerine güneşle sembolize edilen Aton kültünü ortaya çıkartıp ona tek tanrı gibi davranmış olabilir (Habicht, Donald, Varotto, & Galassi, 2020, s. 3). Mısır firavunu ismini Akhenaton olarak değiştirerek günümüzde Tel el Amarna olarak bilinen Akhetaton'a başkenti taşımıştır. Firavunun bu faaliyetleri hakkında farklı düşünceler de bulunmaktadır. Bu düşüncelere göre IV. Amenhotep'in bu girişimleri Musa'dan (Freud, 2012, s. 31 - 37) dolayı ve salgından kaçma amacıyla yapılmıştır (Trevisanato & Padeshki, 2021, s. 248). Ancak Akhenaton'un ölümünden sonra onun kurduğu yeni başkent kısa bir süre içerisinde terk edilmiştir. Bu durumda başkentini dini reform hareketinin bir parçası olarak kurulduğu düşüncesinin daha ağır bastığı söylenebilir.

IV. Amenhotep'ten sonra Mısır tahtında bulunan Tutankhamun ve kendisinden sonraki yakın döneme ait yazılı belgelerde ise salgın hastalıklardan bahsedilmemiştir (Trevisanato & Padeshki, 2021, s. 247, 248). Bu durum salgının hatırlanmak istenmemiş olabileceği ya da IV. Amenhotep'in din reformunun hatırlanmak istenmemesi ile de açıklanabilir.

Bölgede yaşanan salgın etkisini artırarak çevre bölgelere yayılmaya başlamıştır. Ugarit kralı II. Niqmadu, Mısır firavununa gönderdiği mektubunda kendisinden hekimler istemiştir<sup>6</sup>. Bu hekimlerin salgın için istediği düşünülebilir. Salgının yaygınlaştığı bu dönemlerde Hitit kralı I. Şuppiluliuma Kuzey Suriye seferine çıkarak Hitit belgelerine göre Amka bölgesine kadar ilerlemiştir (Singer, 2002, s. 58). Daha sonra yine I. Şuppiluliuma döneminde Mısır hanedanı ile yaşanan evlilik olayının sonucunda Hitit kralı Suriye bölgesine sefere çıkmış ve bölgedeki birçok kenti yıkmıştır<sup>7</sup>. Hitit kralı yaptığı sefer sonucunda bölgeden esirlerle birlikte büyük ihtimalle hem salgını Hatti ülkesine taşımış hem de kendisi de bu hastalıktan dolayı bir süre sonra hayatını kaybetmiştir. I. Şuppiluliuma'nın ölümünden sonra oğlu II. Arnuvanda Hitit kralı

<sup>3</sup> “Bin iki yüz yıl [geçmemiştir ki henüz] [ülkenin arazişi büyüdü] nüfus da çoğaldı. [Bir boğa kadar] ses çıkarıyordu ülke. Öyle ki bükkümdar tanrı rahatsız oldu [gürültüden]. Gürültülerini [duyduğunda Enli, büyük tanrılara [şöyle dedi]. İnsanların gürültüsü [çok arttı]. Bütün bu [patırtı] uyutmuyor beni! [Emredin de] salgın hastalık gelsin”. (Bottéro & Kramer, 2017, s. 618).

<sup>4</sup> Örneğin Assur Ticaret Kolonileri Dönemi'ne ait yazılı belgelerde hem Anadolu'da hem de Mezopotamya'da salgın hastalıkların yaşandığı döneme ait yazılı belgelerden öğrenilmiştir. (Çeçen, 2020, s. 14, 15).

<sup>5</sup> Bu dönemdeki mektuplaşmalarda salgın hastalık yaşandığına dair izler görülmektedir. Örneğin EA 17, EA 35, EA 96, EA 244, EA 362 numaralı belgelerde bu durum açık bir şekilde hissedilmektedir. (Moran, 1992, s. 41, 107, 170, 298, 300). Bazı belgelerde hastalığın Nergal'le birlikte geçmesinden dolayı hastalığın Mezopotamya kökenli olabileceği de düşünülmüştür. (Trevisanato & Padeshki, 2021, s. 247).

<sup>6</sup> EA 49 için bk (Moran, 1992, s. 120).

<sup>7</sup> (Bryce, 2005, s. 119). Hitit belgelerinde ortaya çıkan bu salgın hastalığın ikinci dalgası olarak da nitelendirilmiştir. (Trevisanato & Padeshki, 2021, s. 249).

olmuş ve kısa bir süre yöneticilik yaptıktan sonra o da babası gibi salgından dolayı hayatını kaybetmiştir. II. Arnuvanda'nın ölümünden sonra Hitit tahtına II. Murşili geçmiştir. II. Murşili devam eden salgına karşı dinsel tedavi yöntemleri uygulamış, salgının nedenlerini öğrenebilmek için kehanet soruşturmaları yaptırmıştır. Tanrılarına, gönderdikleri salgından dolayı insanların önemli bir kısmının öldüğünü, eğer salgını durdurmazlarsa kendilerine sunu yapacak, sunu malzemelerini hazırlayacak insanların kalmayacağını ifade ederek durumun kötülüğünü anlatmıştır. Tanrılar için hazırlanmış olduğu dua metinlerinden birinde tapınakları restore ederek tapınağı bulunmayan tanrılar için yeni tapınak yaptıracağını belirtmiştir (Singer, 2002, s. 65). II. Murşili döneminde salgının tamamen geçip geçmediği bilinmemektedir. II. Murşili'nin ölümünden sonra ise Hitit krallığının başına II. Muvatalli geçmiştir.

II. Muvatalli döneminde Hitit krallığında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu dönemde başkent büyük bir ihtimalle dinsel sebeplerle<sup>8</sup> Hattuşa'dan Tarhuntaşa'ya tüm tanrı kültleri ile birlikte taşınmıştır. Ayrıca Hitit kralı Fırtına Tanrısı Tarhunt'un kültünü ön plana çıkartmıştır. Bu değişiklik büyük bir ihtimalle II. Muvatalli döneminden önceki kralların Fırtına Tanrısı Teşup'tan salgını durdurmasını istemeleri, ancak Teşup'a yapılan dinsel ritüeller, sunu ve adaklara rağmen salgının devam etmesi nedeniyle olmuştur. IV. Amenhotep'in dinsel reform hareketi ile ona yakın tarihlerde sayılabilecek olan II. Muwatalli'nin bu faaliyetleri içerik olarak birbirine benzetilmiştir (Singer, 2006, s. 37, 39, 45). Belki Hitit kralı da yapılan onca dinsel faaliyetlere rağmen Hitit tanrılarının salgını sonlandıramamasından dolayı IV. Amenhotep gibi farklı bir inanca yönelmeyi seçtiği düşünülebilir.

MÖ 13. yüzyılın ortalarında gerçekleştirildiği tahmin edilen Troya Savaşında da salgın örneği görülmüştür<sup>9</sup>. Bu salgın I. Şuppiluliuma'nın Kuzey Suriye seferi sırasında Anadolu'ya getirdiği salgınla ilişkilendirilmiştir. Salgın önce Hititlerden Batı Anadolu'daki Arzawa krallıklarına, sonra da özellikle koyunların taşıyıcılığıyla adalara ve Troya önlerindeki Yunan ordusuna sıçramıştır (Trevisanato & Padeshki, 2021, s. 250 - 253). Salgının başlangıcı için ise antikçağ yazarlarında farklı bilgiler verilmiştir. Agamemnon, Apollon'un rahiplerinden birisi olan Khryses'in kızı Khryseis'i kaçırmış ve Khryses'in kızını geri almak için önerdiği fidyelerine ve yalvarmalarına rağmen kızını kendisine teslim etmemiştir. Kendisine inanan birisine kötü davranıldığını gören Apollon, Troya önlerinde bulunan Helen ordusuna bir salgın hastalık göndermiştir. Salgının şiddetli bir şekilde devam etmesi üzerine Akhilleus toplantı düzenlemiştir. Toplantıda konuşan kahin Kalkhas, salgının Apollon tarafından gönderildiğini, tanrının yatıştırılmaması durumunda salgının devam edeceğini belirtmiştir. Bunun üzerine de Agamemnon, Khryseis'i babasına geri göndermiş ve salgın sonlandırılmıştır<sup>10</sup>. Apollon'un salgını sonlandırması Apollon kültürünün önemini arttırmış olabilir. Eski Yunan inanç sisteminde bu bölgede Apollon fare tanrı anlamına gelen Smintheus ekiyle de tapınım görmüştür (Demir, 2021, s. 465). Khrysa'da bulunan Apollon tapınağındaki heykelin ayaklarının altında fare tasvirinin bulunduğu Strabon tarafından belirtilmiştir (Strabon 13 1 46 – 49; 13 1 64). Bu tasvir Apollon, veba ve fareler arasındaki salgın hastalık ilişkisini gösterdiği düşünülebilir.

Apollon haricinde koyun/keçi insan melezi olan Pan'ın da Troya Savaşından hemen sonra doğduğu bilinmektedir. Bu tanrının doğuşu, Troya Savaşında yaşanan salgınla ilişkilendirilmiştir (Trevisanato & Padeshki, 2021, s. 256, 257). Salgının Anadolu'dan adalara geçişinde çobanların ve küçükbaş hayvan sürülerinin etkisi düşünüldüğü zaman salgının durdurulması için yeni bir kültün ortaya çıkmasını açıklamaktadır.

### 3. Atina Salgını Yıllarındaki Salgınlar ve Dinsel Değişim

Peloponnesos Savaşlarının ikinci yılında MÖ 430 yılından itibaren başladığı tahmin edilen Atina salgınının hangi hastalık olduğu net olarak bilinmemektedir. Salgının nerede başladığı kesin bir şekilde tespit edilememiştir. Antikçağ yazarları salgının başlama yeri olarak Mısır'ı işaret etmişlerdir (Thukydides, 2.48) (Lucretius, 6 1111 – 1113). Salgının ortaya çıkış yeri Mısır olarak belirtilmiş olsa da MÖ 451 yılında

<sup>8</sup> Hitit kralının Mısır'la gerçekleşmesi muhtemel olan Kadeş Savaş alanına yakın olabilmek için başkenti taşımış olabileceği de düşünülmektedir. (De Martino, 2006, s. 62).

<sup>9</sup> "Minos'un ölümünden sonraki üçüncü kuşakta Troya savaşı oldu, bu savaşta Giritliler Menelaos'u savunmak için az çaba harcamadılar. Bunun cezası olarak, Troya dönüşü açlık ve salgın hastalık başladı; hem kendileri, hem sürü hayvanları kırıldılar..." (Herodotos 7.171).

<sup>10</sup> (Homeros, 1 1 – 15, 1 46 – 54, 1 93 – 100, 1 440 – 456). Troya savaşının yaşandığı dönemlerde Lokris bölgesinde de salgının görüldüğü, Lokrislilerin bu salgından kurtulmak için Athena'ya iki yakarıcı bakire gönderdiklerinin de salgının o dönemde sadece Troya bölgesinde olmadığı konusu için belirtilmesi gerekmektedir. (Apollodoros, 5, 6 20).

Roma'da bir salgın hastalığın başladığı ve salgının tüm kölelerle vatandaşların yarısını öldürdüğü de belirtilmiştir (Dionysos, 10 53). Ayrıca Illyria bölgesinden gelecek olan salgını önceden tahmin etmesinden dolayı Hippocrates onurlandırılarak kendisine Heracles/Hercules ile aynı onurlar verildiği ifade edilmiştir<sup>11</sup>. Halikarnassos'lu Dionysos ve Yaşlı Pliny'nin verdiği bu bilgilerden hareketle Atina salgınının Mısır'dan gelmemiş olabileceği de düşünülebilir.

Atina salgını antikçağ yazarlarına ve birçok araştırmacıya göre oldukça yıkıcı etkilere sahip bir salgın olmuştur. Bu salgında Atina kentinin en önemli kişiliklerinden birisi olan Pericles başta olmak üzere kent nüfusunun önemli bir kısmı hayatını kaybetmiştir. Salgının Atina kenti için antikçağ yazarlarının belirttikleri kadar yıkıcı etkilerinin olmadığına dair görüşler de bulunmaktadır (Turan, 2018, s. 104). Bu salgın sadece Helenleri etkilememiştir. Herodotos, Pers ordusunda görülen salgından dolayı çok sayıda askerin hastalandığını, hasta olanların Kserkses tarafından geçilen bölgede bırakılarak orduyla birlikte götürülmediğini belirtmiştir (Herodotos 8.115).

Atina salgınının ortaya çıkış sebepleri konusunda çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bazı antikçağ yazarlarına göre salgının sebebi dinsel olmuştur (Thukydides 2.54). Bazı yazarlara göre havanın ve suların bozulmasından kaynaklanmıştır (Diodoros 12.58 1 – 7). Başlangıç sebepleri kesin bir şekilde bilinmese de salgın kentte büyük yıkımlara yol açmış ve insanlar hızlı bir şekilde hastalığın evrelerini geçirerek ölmeye başlamışlardır. İnsanlar salgını durdurmaları için tapınaklara giderek tanrılarına dua etmişler ancak salgın karşısında onların bu duaları da çok fazla bir işe yaramamıştır. Tapınaklara dua etmeye giden insanlar tapınakların içerisinde hayatlarını kaybetmişlerdir (Lucretius 6 1269 – 1283) (Thukydides 2.52). İnançlı kimselerin de salgına yakalanarak ölmesi, insanların bazılarını inançsızlığa bazılarını da farklı inançlara yönlendirmiştir.

Tanrıların salgını yok edememesi insanların dinden uzaklaşmalarına sebep olsa da kent devleti yöneticileri bu dönemde dini yapıların inşasına devam etmişlerdir (Turan, 2018, s. 103). Sophocles'in Oedipus Rex isimli oyununda da Thebai kentindeki salgının sonlandırılması için tanrılara dua edilmiştir (Kousoulis, Economopoulos, Poulakou-Rebelakou, Androustos, & Tsiodras, 2012, s. 155). Yapılan bu inşa faaliyetleri ve toplu dua ritüelleri de bir işe yaramamış gözükmektedir.

Tanrılara yapılan duaların işe yaramaması dönem insanı üzerinde yeni düşüncelerin de ortaya çıkmasına yardımcı olmuştur. Bu dönemde yaşayan Socrates salgının da etkisiyle tanrıların sorgulanabilirliğini ve onların gereksiz olduklarını düşünmüştür (Cornford, 2021, s. 18, 19). Antik dönemin en önemli hekimlerinden birisi olan Hippocrates de bu salgında dini olmayan çözüm yolları uygulamıştır (Erdemir Palaz & Erdemir, 2008, s. 876, 877) (Kılıç, 2020, s. 17). Salgının hava aracılığıyla bulaştığını düşünerek (Hippocrates 9), ateş yakma yöntemi ile havada bulunan hastalığı yok etmeye çalışmıştır. Bu tedavi şekli daha sonra Galen tarafından da kullanılmıştır (Pinault, 1986, s. 54 - 60). Böylece Hippocrates'le birlikte dinsel tedavi yöntemleri haricinde din dışı tedavi yöntemleri de uygulanmaya başlamıştır.

Atina kentinde salgından dolayı insanların tanrılarına yaptıkları dualar boşa çıkınca bazı yeni inançlara yönelmişlerdir. Bu doğrultuda salgına kadar yerel bir tıp ve sağlık tanrısı olan Asclepios kültü Atina'ya MÖ 420 veya 419 yıllarında getirilmiştir. Kendisi adına akropolisin güney yamacında ve Pire'de iki adet tapınak inşa edilmiştir. Ayrıca bu dönemde basılan sikkeler üzerinde bu tanrının tasvirine sıkça yer vermeye başlanmıştır. Tıp ve sağlık tanrısı Asclepios'un kültü MÖ 293 yılında, salgının hızla artmasından dolayı senatonun aldığı kararla Roma'ya da getirilmiştir (Perlstadt, 2016, s. 1048). Böylece Asclepios kültürünün bu dönemde öneminin arttığı ve kültürünün diğer tanrılara göre daha ön plana çıktığı düşünülebilir.

#### 4. MS 2. ve 3. Yüzyıllardaki Salgınlar ve Hıristiyanlık

MS 2. yüzyılın ortalarından sonra antikçağ Akdeniz'ini etkileyen büyük bir salgın hastalık yaşanmıştır. Salgının nerede başladığı kesin bir şekilde bilinmemektedir. Salgının çıkış yeri olarak belirtilen en güçlü

<sup>11</sup> (Pliny, 7.37). Ayrıca bu dönemde Pers topraklarında da salgın görülmüş, I. Artakserkses Hellepontos valisi Hystanes'e mektup yazarak Hippocrates'i maliyetinin ne kadar tutarsa tutsun Pers sarayına getirilmesini istemiştir. Hippocrates'in Pers kralına cevabı ise şu şekilde olmuştur: "Yeterince yiyecek, giyecek, barınak ve yaşam için yeterli tüm malzemeye sahip olduğumu mümkün olduğunca kabuk krala bildirim ve Yunanlıların düşmanı oldukları için Pers zenginliğinin tadını çıkarmak ve Persleri hastalıktan kurtarmak istemiyorum." (Duran, 2021, s. 139). Bundan dolayı Hippocrates'in sadece salgın karşısındaki başarılarından dolayı bu onurların kendisine verilmediği aynı zamanda zenginliği reddederek kendi soydaşlarının yanında kalması gibi erdemli davranışlarından dolayı da verildiği düşünülebilir.

yerler Seleucia ile Mısır olmuştur<sup>12</sup>. Roma'nın MS 166 yılındaki Parth seferi sırasında Apollon tapınağının yağmalanması sırasında salgın başladığı belirtilmiştir<sup>13</sup>. Hastalık Roma lejyonlarıyla birlikte Anadolu'ya, kısa bir süre sonra Yunanistan taraflarına ve oradan da İtalya'ya yayılmıştır<sup>14</sup>.

Salgının neden başladığı kesin bir şekilde bilinmemektedir. Ammianus Marcellinus salgını dinsel sebeplere bağlayarak Apollon'un tapınağında kendisine yapılan saygısızlık sonucu ortaya çıktığını belirtmiştir (Marcellinus, 23.6 24). Salgının çıkmasıyla ilgili olarak bu dönemde yayılmaya başlayan Hıristiyanlık da sebep olarak görülmüştür (Geoffroy & Díaz, 2020, s. 453) (Sáez, 2016, s. 220, 221). Geleneksel Roma inancına bağlı olan insanlar Hıristiyanları, yeni yayılmakta olan bu dine bağlı kişiler de pagan inancına sahip Romalıları suçlamışlardır.

Antonine vebası olarak adlandırılan salgın kısa sürede çok geniş sınırlara ulaşmış ve insanların bu salgından ölmelerine sebep olmuştur. Roma'da bu salgından dolayı günde iki bin kişinin öldüğü ve bu ölenler arasında da Marcus Aurelius'un da bulunduğu bilinmektedir (Gilliam, 1961, s. 231) (Yeomans, 2017, s. 23) (Sáez, 2016, s. 220). Salgın sadece Roma'da etkili olmamıştır. Salgının etkili olduğu yerlerden birisi de Mısır olmuştur. Mısır'da salgının başladığı yıllardan itibaren büyük tarım alanları işlenemeyerek bu arsalar kiralanmaya çalışılmıştır. Tarımsal problemlerin yanı sıra nüfus kaybı ve buna bağlı olarak da Roma'nın aldığı vergilerde önemli miktarda düşüş yaşanmıştır (Duncan - Jones, 2018, s. 45, 46) (Bruun, 2007, s. 204 - 207) (Yeomans, 2017, s. 22, 23). Vergi kaybından dolayı yaşanan bu nüfus azalmasını doğrudan salgında hayatını kaybeden insanlar olarak yorumlamanın yanlış olabileceği, insanların salgından kaçarak kırsal alanlara yönelmiş olabileceği de belirtilmiştir (Bagnall, 2000, s. 292).

Salgının Roma'da gittikçe şiddetlenmesi yöneticileri harekete geçirmiştir. İnsanlarda ve yöneticilerde genel olarak salgının tanrılar tarafından gönderildiği düşüncesi yer aldığı için tapınaklarda tanrılara dualar edilmiştir. Marcus Aurelius döneminde salgının durdurulması amacıyla unutulmaya yüz tutmuş olan geleneksel ritüellere ve çeşitli dinsel - büyüsel yollara başvurulmuştur (Duncan - Jones, 2018, s. 58) (Hoop, 2021, s. 53) (Geoffroy & Díaz, 2020, s. 453) (Sáez, 2016, s. 220, 221) (Sayar, 2021, s. 229 - 232). Büyük bir ihtimalle bu dönemde salgının sona ermemesi üzerine senato, decemvirlerin Sibyl kehanet kitaplarına başvurularına karar verilmiştir (Livius 41.21 10 - 11) (Çığır Dikyol, 2021, s. 142). Sibyl kehanet kitaplarının yanı sıra Klaros Apollon kehanet merkezine de danışılmış ve tanrının cevabına göre hareket edilmiştir (Graf, 2007, s. 114).

Romalılar bu salgının Apollon tarafından gönderildiğini düşünmüşler ve ondan gizleyebilecekleri bir şey olmadığı için de kendilerini dini görevlere vermeye çalışmışlardır. Bu doğrultuda da yöneticiler emirler çıkartarak geleneksel Roma tanrılarına tapınmayı sürdürmelerini emretmişler ve tanrılarında da salgının ortadan kaldırılmasını istemişlerdir (Sáez, 2016, s. 220, 221) (Geoffroy & Díaz, 2020, s. 453) (Hoop, 2021, s. 53) (Duncan - Jones, 2018, s. 58). Bu dönemde Anadolu'da Abonuteichos'lu Alexandros isminde bir kişi hastalığı evlerden uzak tutacağını söyleyerek insanları kandırmıştır. Para karşılığı onlara bazı tedaviler uygulamış ve salgının evlerine girmemesi için dış kapıların üzerine "*Her daim genç tanrı Phoibos uzak tutuyor sizden veba bulutunu*" sözlerini yazdırtmıştır (Lucianos, 36). Bu sözler tabii ki de salgının bölgede yayılmasına

<sup>12</sup> (Sáez, 2016, s. 219) Salgının çıkış yeriyle ilgili olarak Historia Augusta'da Arabistan belirtilmiştir. (Historia Augusta, "Antoninus Pius", 9). Ayrıca salgının Çin'den yayılmaya başlamış olabileceği de düşünülmektedir. (Habicht, Donald, Varotto, & Galassi, 2020, s. 7, 8).

<sup>13</sup> "Burası, daha önce belirttiğimiz gibi Verus Caesar'ın komutanları tarafından ele geçirildiğinde, Apollon Comaeus'un beykeli yerinden çıkarıldı ve tanrıların rabiplerinin Apollon Palatinus tapınağına yerleştirildiği Roma'ya götürüldü. Ayrıca bu beykel götürüldükten ve şehir yakıldıktan sonra tapınağı yağmalayan askerlerin dar bir oyuk keşfettiği, değerli bir şey bulabilmek amacıyla bu oyuk genişlettikleri, fakat Chaldaei kavminin gizemli sanatlarıyla kapatılmış olan bir tür mabetten, tedavi edilmesi mümkün olmayan hastalıkların şiddetini oluşturanak Verus'un ve Marcus Antonius'un saltanatlarında tam Persia sınırlarından Ren Nebri'ne ve Galya'ya kadar bütün her şeye bulaşıcı hastalık ve ölüm saçan bu iptidai mikrobuñ fıskırdığı rivayet edilir". (Marcellinus 23, 6. 24) "Verus'un kaderinde, geri dönüş yolunda geçtiği eyaletlere ve sonunda da Roma'ya kendisiyle beraber bir hastalık taşımış gibi görünmek vardı. Bu vebanın, Babil'deki hastalık yayan bir buharın çıktığı Apollon tapınağında bulunan altın bir kutuyu bir askerin yanlışlıkla keşif açmasıyla ortaya çıktığı, oradan Parth topraklarına ve sonra da bütün dünyaya yayıldığı düşünülüyor." (Historia Augusta, "Verus" 8).

<sup>14</sup> (Sayar, 2020, s. 19) (Sayar, 2021, s. 225 - 227). Salgının yayılması ve etkisiyle ilgili olarak da Eutropius "Çünkü Roma ordusunun tamamı telef olduğu için savaş daha da zorlaşmıştı. Marcus'un imparatorluğunda Partlulara karşı kazanılan zafer sonrasında öyle büyük bir veba salgını baş gösterdi ki, Roma'da baştan sona bütün İtalya'da ve eyaletlerde nüfusun büyük bölümü ve askeri birliklerin neredeyse tamamı bu hastalıktan öldü." ifadelerini kullanmıştır. (Eutropius 9, 12).

engel olamamıştır. Alexandros da zaten bölgede dini kullanarak yaptığı sahtekarlıklarla tanınan bir kişi olmuştur.

Antonine salgını sırasında dinsel tedavi yöntemlerinin uygulanmasının yanında dinsel olmayan yöntemlerin uygulandığı da görülmüştür. Antik dönemin önemli hekimlerinden birisi olan Galen bu salgında Hippocrates'in Atina salgınında uyguladığı yönteme benzer bir yöntem uygulamış, ateş yakarak havayı panzehir olarak kullanmaya çalışmıştır (Flemming, 2018, s. 220) (Pinault, 1986, s. 59). Galen'in uygulamış olduğu bu yöntem de salgını durdurmaya yetmemiştir.

Salgın sırasında uygulanan dinsel tedaviler salgının yayılmasını engelleyemediği için insanlarda geleneksel Roma tanrılarına karşı bir ön yargı oluşmaya başlamış veya bazı inançların kültü ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. Doğuda basılan sikkelerde Asclepios tasvirlerinin çoğalmaya başladığı tespit edilmiştir (Gilliam, 1961, s. 231). Geleneksel Roma inancına güveni kalmayan insanların bazıları da Doğu'nun gizem dinlerine ve Hıristiyanlığa yönelmişlerdir (Geoffroy & Díaz, 2020, s. 451). Ancak bu dönemde Hıristiyanlık insanlar tarafından, eğitimsiz insanların inanmaya başladıkları alt sınıf dini, pagan inancına sahip Romalı yazarların belirttiğine göre de Yahudilik içerisinde bulunan bir grup ya da doğu kökenli batıl bir inanç olarak da görülmüştür (Kaçar, 2009, s. 22). Hıristiyanlığa yönelimlerin bu salgında doğunun gizem dinlerine göre daha az olduğunun da belirtilmesi gerekmektedir.

Roma İmparatorluğu'nda MS 3. yüzyılda yeni bir salgın hastalık başlamıştır. Bu salgın hastalık bir önceki yüzyılda yaşanmış olan Antonine salgın hastalığına göre daha az bilinen bir salgın olmuştur (Skibiński & Książyk, 2021, s. 122). Salgının Etiyopya'dan başladığı, MS 249 yılında İskenderiye'ye geldiği, MS 251 yılında ise Roma'ya kadar yayıldığı ve Roma İmparatorluğu'nu yaklaşık olarak 20 yıl etkilediği belirtilmiştir (Hoop, 2021, s. 46, 47).

Kıbrıs vebası olarak isimlendirilen salgın, Antonine salgınından bir süre sonra ortaya çıkan oldukça geniş alanlara yayılan ve öldürücülüğü ile de yüksek oranlara ulaşan bir salgın olmuştur. Historia Augusta'daki Gallienus döneminde, bu salgında hem Roma hem de Achaea kentlerinde bir günde beş bin erkeğin öldüğü ifade edilmiştir (Historia Augusta, "Gallieni", 5.5). İskenderiye'li Dionysos'un Mısır piskoposu Hierax'a yazmış olduğu mektupta ise "*ölüsü olmayan ev*"in bulunmadığı belirtilerek salgının boyutunu gözler önüne serilmiştir (Eusebios 7.23). Mısır'daki Thebe'de yapılan çalışmalarda insanların kireçlenerek alelacele gömüldüğü veya yakıldığı bir mezar kompleksi ile birlikte kireçlenmiş toplu mezar tespit edilmiştir. Bu mezar kompleksinin Kıbrıs salgını dönemine ait olabileceği belirtilmiştir (Harper, 2015, s. 226) (Kamimura, 2018, s. 2). Bu bilgiler Kıbrıs salgınının özellikle Antonine salgınına göre daha yıkıcı etkilere sahip olduğunu gösterme konusunda fikir sağlayabilir.

Salgının hangi sebepten dolayı ortaya çıktığı bilinmemektedir. Geleneksel Roma inancına sahip olan kişiler, Antonine salgınından sonra yavaş yavaş sayıları artmaya başlayan Hıristiyanları suçlamışlardır<sup>15</sup>. Onların düşüncesine göre kendilerine inanan sayısındaki azalmayı gören Roma tanrıları insanları cezalandırmak için bu salgını göndermişlerdir. Hıristiyanlar da salgının Roma inancına sahip insanlar yüzünden ortaya çıktığını düşünmüşlerdir. Salgından kısa süre önceki dönemde Hıristiyanlar Roma imparatorunun isteklerini yerine getirmemişler, bundan dolayı başta imparator olmak üzere birçok yönetici Hıristiyanlara kötü davranmıştır. Tanrının da Hıristiyanlara kötü davranılması üzerine salgın hastalığı göndermiş olabileceği belirtilmiştir (Habicht, Donald, Varotto, & Galassi, 2020, s. 10). Kıbrıs salgınının çıkma sebebi olarak pagan inancına sahip olanların Hıristiyanları, Hıristiyanların da pagan inancındaki insanları suçladıkları söylenebilir<sup>16</sup>.

Salgının çıkışı konusunda iki taraf da birbirini suçlarken Kartacalı piskopos Cyprian bu olağanüstü durumda din ayrımı yapılmadan insanların birbirine yardım etmesi gerektiğini söylemiş (Just, 2020, s. 8) ve Hıristiyanlar kiliseye aktif bir şekilde zulmeden insanlar da dahil olmak üzere tüm yardıma muhtaç olanlara yardım elini uzatmıştır<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> (Lukashenko & Biletska, 2021, s. 49) (Skibiński & Książyk, 2021, s. 130). Geleneksel Roma tanrılarına inanan Hıristiyanlar ateistlikle suçlanmış, ensest ilişki, ritüel ve dinsel amaçlı cinayet işlemeyle birlikte yamyamlık gibi suçlamalara da bu dönemde maruz kalmışlardır. (Kaçar, 2009, s. 32, 33).

<sup>16</sup> Salgının o dönemde yaşanan iklim değişikliğinden dolayı yaşanmış olabileceği düşüncesinin de var olduğunun belirtilmesi gerekmektedir. (Harper, 2015, s. 245)

<sup>17</sup> (Eusebios 7.23): "... Bu dönemde kardeşlerimiz iyilik yapma konusunda âdeta birbirleriyle yarıştılar. Hasta olanlara yardımcı oldular. Başka insanlar acı çekerken bizîmkiler neşeyle ölüme gittiler. Birçok insan hasta olmasına karşın diğer insanların kayıplarına yardımcı olmak için çabalayıp

Salgının yıkıcı etkisiyle zor zamanlar geçiren Roma salgının etkilerinden kurtulabilmek için Roma inancında bulunan tanrılara kurbanlar kesmişler ve onlara olan bağlılıklarını güçlendirmeye çalışmışlardır. Bu doğrultuda Apollon Salutari kültünü yüceltmeye çalışmışlardır. Özellikle imparatorluğun doğu bölgelerinde MS 3. yüzyılın ortalarından itibaren basılan sikkelerde Apollon sağlık dağıtarken tasvir edilmiştir (Harper, 2015, s. 225) (Hoop, 2021, s. 53). MS 3. yüzyılın ortalarından sonra ise Roma Hıristiyanlar üzerinde uygulamış olduğu baskı politikasını uygulamaktan vazgeçmeye başlamıştır (Kaçar, 2009, s. 53). İmparatorluk salgından kurtulmak için bu uygulamaları yaparken Hıristiyanların din ayımı yapmadan insanlara yardım etmeleri inandıkları dini diğer insanların gözünde sempatikleştirmiş ve bu dinin insanlar arasındaki yayılımı artmıştır. Hıristiyanların sayısının artmasıyla birlikte birçok zor sürecin yaşanmasından sonra önce bu din serbest hale getirilmiş, sonra da imparatorluğun resmi dini haline gelmiştir.

### 5. Justinianus Vebası ve İslamiyet

Justinianus vebası olarak adlandırılan salgın MS 541 yılının yaz aylarından itibaren görülmeye başlamıştır. Bu salgının Nil deltasının doğu ucunda bulunan Pelusium kentinden başladığı, hızlı bir şekilde Gazze ve İskenderiye'ye yayıldığı, ertesi yıl içerisinde Konstantinopolis'e toplamda da Suriye, Anadolu, Yunanistan, İtalya, Galya, İberya, İran ve Britanya'ya kadar yayıldığı belirtilmiştir (Procopius, 2.22, 6, 10 – 12) (Zachariah, 10. 9) (Little, 2007, s. 3) (Russell, 1968, s. 179 - 181) (Allen, 1979, s. 7) (Buchillet, 2007, s. 518). Oldukça geniş alanlara yayılan salgın insanlar üzerinde yıkıcı etkilerde bulunmuştur. Bu salgında özellikle İskenderiye, Filistin ve Konstantinopolis'te çok fazla ölümlerin yaşanarak salgının öldürücülük oranının %13 – 15'lere kadar ulaşmış olabileceği düşünülmektedir (Morony, 2007, s. 72) (Allen, 1979, s. 12, 13). Antonine salgınındaki %7 – 10 ile kıyaslandığı zaman bu salgının daha büyük etkileri olduğu söylenebilir.

Eskiçağlardaki salgınların tümünde olduğu gibi Justinianus salgının da niçin ortaya çıktığı bilinmemektedir. Hıristiyan yazarlar salgının tanrının bir cezası olarak gönderildiğini belirtmişlerdir (Zachariah, 10. 9) Procopius, 2.2 10 – 12) (Kenney, 2017, s. 23, 31). Salgına yakalanan insanların gördüklerini iddia ettikleri başı olmayan siyah karartılardan oluşan insan şekilli hayalet halüsinasyonları da salgının tanrı tarafından gönderildiği düşüncesinin açıklamasını oluşturmuştur (Procopius 2.22 10 – 12) (Allen, 1979, s. 7). Procopius'un vermiş olduğu bilgilerden hareketle o dönemde iklim değişikliğinin de yaşandığı, salgının da yaşanan bu iklim değişikliğinden dolayı ortaya çıkmış olabileceği de belirtilmiştir (Bilich, 2007, s. 5, 6).

Justinianus salgınının tedavisi için yapılan uygulamalar da eskiçağlardaki diğer salgın örneklerinde de görüldüğü gibi dinsel uygulamalar olmuştur. Hıristiyan ve diğer dinlerin otoriteleri salgının durması için çeşitli ritüeller düzenlemişlerdir. MS 6. yüzyılın sonunda Papa olan I. (Büyük – Aziz) Gregory salgın hastalığı yenebilmek için oruç düzenleyip sonrasında yedi günlük bir ayın planlamıştır (Kenney, 2017, s. 25) (Buchillet, 2007, s. 518). Salgının son dönemlerinde Anglo-Saksonların dinsel tedavinin yanı sıra o döneme ait tıbbi yollarla bazı tedavileri uygulamaya çalıştıkları belirtilmiştir (Kenney, 2017, s. 97). Uygulanan bu tedavilerin yanında Mısır ile Filistin arasında kalan bir bölgede yaşayan insanların salgını durdurabilmek için pagan inançlarına geri döndükleri ve pirinçten yaptıkları bir heykele tapınmaya başladıkları da ifade edilmiştir (Morony, 2007, s. 81, 82). Hem Hıristiyanların yapmış oldukları dinsel ritüel ve tedavi yöntemleri hem de eski geleneksel inançlara geri dönerek tanrıları yatıştırma girişimleri başarılı olmamıştır. Bu dönemde Aziz Anastasius başta olmak üzere bazı Hıristiyan azizler, salgından kaçmanın tanrının ilahi iradesine karşı gelmekle aynı olmadığını belirtmişlerdir (Berk, 2020, s. 71). Böylece insanların bazıları salgından kurtulabilmek için kaçma yollarına da başvurmuşlardır.

İslamiyet'in MS 7. yüzyılda ortaya çıkarak yayılmaya başladığı bilinmektedir. İslamiyet'in ortaya çıktığı bu yüzyılda Justinianus vebası olarak adlandırılan salgın devam etmektedir. MS 638 – 639 yıllarında ise Amvas vebası ismiyle anılan bir salgın da başlamıştır<sup>18</sup>. Justinianus salgının tüm şiddetiyle devam ettiği bu

*durdu. Onların bu nazik davranıştan diğerlerinden ayrılmalarına neden olan en önemli şeydi...” “... Fakat dinsizler aynı şeyi yapmadılar. Hastalanan en yakın arkadaşlarını yüzüstü bıraktılar. İnsanlar hastalandıkları zaman onları sokağa attılar ve öldüklerinde de gömmediler. Ölümden çok korktukları için de tüm önlemlerine karşın kaçmak onlar için kolay değildi.”*

<sup>18</sup> Salgın hastalık hakkında detaylı bilgi için bk (Berk, 2020, s. 71 - 73).

yüzyılda İslamiyet, salgında ölenlerin şehit kategorisinde yer alıp salgından dolayı hayatlarını kaybeden insanların cennete gidecekleri inancına sahip olmuştur<sup>19</sup>. Bu inanç, bölgedeki pagan inancındaki insanlar başta olmak üzere diğer inançlar ve ilahî dinlere inanan insanlar üzerinde etkili olarak İslamiyet'in bölgedeki yayılmasında pay sahibi olmuştur<sup>20</sup>. Bu doğrultuda pagan inançları başta olmak üzere genel olarak tanrı tarafından cezalandırıldığını düşünen insanların, eğer salgından dolayı hayatlarını kaybederlerse cennetle ödüllendirilecekleri inancının var olması İslamiyet'e geçiş nedenleri arasında yer alır.

Hıristiyanlık yazım geleneği Justinianus salgınının sona ermesini dinsel bir olaya bağlamıştır. Yaşanan bu dinsel olaya göre Papa I. (Büyük – Aziz) Gregory'nin salgınına karşı yaptığı dualara karşılık Başmelek Mikhael, Hadrian'ın mezarının üzerinde parlayan bir kılıç sallayarak ortaya çıkmıştır. Başmelek Mikhael kılıcını kınının içine sokarak salgının sona erdiğini işaret etmiştir (Schwartz, 2013, s. 457). Salgın hastalık sırasında Başmelek Mikhael'in ortaya çıkması, insanların yaşadığı dünyanın kirlî, dinsel varlıkların yaşadığı dünyanın temiz olduğu şeklinde yorumlanmıştır (Mathias & Raspa, 1992, s. 123).

## 6. Sonuç

Yazının kullanılmaya başlanmasıyla birlikte salgın hastalıkların sebepleri, gidişatı ve sonuçlarıyla ilgili bilgileri öğrenebilmekteyiz. Tarihsel süreç içerisinde antikçağ dünyasını derinden etkileyen çok sayıda salgın yaşanmıştır. İnsanlar salgınların sebeplerini genellikle dini sebeplerde aramışlar ancak dini olmayan sebeplerin de salgınların çıkmasında etkili olduklarını fark edebilmişlerdir.

MÖ 14. Ve 13. yüzyıllarda Mısır'da görülen salgın dinsel inançların değişimine etkisi konusundaki ilk önemli örneği oluşturmuştur. III. Amenhotep, büyük bir ihtimalle tanrısı Amon'un salgını durdurmada yetersiz kalmasından dolayı salgınla ilişkili bir tanrı olduğu bilinen Sekhmet kültüne ağırlık vermiştir. Salgını durdurmak için Sekhmet kültürünün de yetersiz olduğu görülünce IV. Amenhotep döneminde dini bir reform gerçekleştirilerek Aton neredeyse tek tanrı haline getirilmiş ve onun adına yeni bir başkent oluşturulmuştur. Bu salgından etkilenen Anadolu toplumu olan Hititlerde de kısa bir süre sonra benzer bir reform hareketi gerçekleştirilmiştir. I. Şuppiluliuma döneminde başladığı bilinen salgın II. Arnuwanda ve II. Murşili döneminde neredeyse zirve noktasına ulaşmıştır. Özellikle II. Murşili salgının durdurulması için her türlü dinsel tapınımı yerine getirmiştir. Kendisinden sonra kral olan II. Muwatalli döneminde ise Mısır'dakine benzer bir şekilde büyük bir reform hareketi gerçekleştirilmiştir. Hitit kralı gerçekleştirmiş olduğu dinsel faaliyetlere rağmen salgını durdurmada yetersiz kalan Mezopotamya kökenli Fırtına Tanrısı Teşup'un kültü yerine Luvi kökenli Fırtına Tanrısı Tarhunt'un kültüne önem vermiştir. Mısır'daki yaşanan gelişmelere benzer bir şekilde onun adına Aşağı Ülke topraklarında Tarhuntaşşa kentini kurmuştur. Böylece Hem Mısır hem de Anadolu'da aynı salgından dolayı dinsel reform gerçekleştirilerek yeni bir kültür oluşturulduğu ya da panteonun zirvesinde yer alan tanrı yerine başka bir tanrının getirildiği söylenebilir.

Mısır ve Anadolu'da bu gelişmeler yaşanırken Helen dünyasında da bazı gelişmeler yaşanmıştır. Apollon gönderdiği salgınla Helen ordusunun Troya saldırısını geciktirmiş ve ordu içinde ölümlere sebep olmuştur. Apollon tarafından gönderilen salgın, tanrının isteğinin gerçekleştirilmesinin ardından gene Apollon tarafından durdurulmuştur. Belki de bu savaşın da etkisiyle Anadolu kökenli bir tanrı olan Apollon Eski Yunan panteonundaki önemini arttırmıştır. Troya Savaşıyla mitolojinin de iç içe olduğu düşünüldüğü zaman da savaşta yaşanan salgının insanlar üzerindeki etkisi ve salgını başlatıp bitirebilen Apollon'un insanlar üzerindeki etkisi de fark edilebilir.

Atina'da görülen salgını MÖ 430 yılı civarında başladığı tahmin edilmektedir. Antikçağ yazarlarına göre salgın kentte büyük tahribata yol açmıştır. Atina halkının önemli bir kısmının bu salgında hayatlarını kaybettiği antikçağ yazarları tarafından belirtilmiştir. Atina kent devleti ve halkı salgının sona ermesi için dine büyük önem vermişlerdir. İnsanlar tapınaklara giderek tanrıların bu salgını durdurmaları için dualar

<sup>19</sup> (Kurt H. , 2012, s. 206) (Kılıç , 2020, s. 43). Bu inanç “*Tâ'ün (hastalığından ölen) her Müslüman için şehitlik makamıdır (vardır)*” hadisinden kaynaklanmaktadır. (Eraslan, 2020, s. 496) (Martı, 2020, s. 165). Ayrıca İslamiyet'in salgın hastalıklara Allah tarafından gönderilen hastalık ve dertler şeklinde bakış açısının da bulunduğu belirtilmesi gerekmektedir. (Kurt F. , 2020, s. 7 - 11).

<sup>20</sup> Salgın hastalığın özellikle de Hz. Ömer döneminde, Justinianus salgınının bir kolu olarak nitelendirilen Kudüs yakınlarındaki Amvas'ta başladığı ve Amvas vebası olarak bilinen salgın hastalığın İslamiyet'in yayılmasını yavaşlattığı da belirtilmiştir. (Cengiz, 2020, s. 147).

etmişlerdir. Ancak onların bu çabaları yeterli olmamış ve salgın inanan insanların da hayatlarını almaya devam etmiştir. Yaşanan bu ortamda başta Socrates tarafından olmak üzere tanrılar dünyası sorgulanmaya başlanmıştır. İnsanların bazıları da zaten yaptıkları duaların bir işe yaramadığını gördükleri zaman inançsızlığa yönelmişlerdir.

Socrates'le birlikte tanrıların ve inançların sorgulanmaya başlanması, Eski Yunan tanrılarına inanan insan sayısındaki azalma, Hippocrates'le birlikte dini olmayan tedavi yöntemlerinin uygulanması salgından dinin ağır bir şekilde etkilendiğini göstermektedir. Tanrıların salgını yok edememeleri ve insanların bir kısmının inançsızlığa yönelmelerine rağmen kent devleti tarafından dini yapıların inşasına devam edilmiştir. Ayrıca bu tarihlerde yerel bir sağlık tanrısı olan Asclepios'un kültü de MÖ 420 yılı civarında Atina'ya getirilmiş ve kendisine tapınaklar inşa edilmiştir. Asclepios kültüne bu dönemde başta Atina kent devleti olmak üzere bazı kentler tarafından da önem verilmiştir. Böylece çok fazla bilinmeyen Asclepios kültü büyük bir aşama kaydederek dönemin önemli kültürlerinden birisi haline gelmiştir.

MS 2. yüzyılın ortalarından itibaren (MS 166) Antonine vebası olarak adlandırılan salgın hastalık yaşanmıştır. Salgının çıkmasıyla birlikte insanlar dinsel yöntemleri kullanarak salgını durdurmayı amaçlamışlardır. Uyguladıkları dinsel yöntemler ve tanrılarına yaptıkları dualar işe yaramayınca unutulmaya yüz tutmuş olan ritüellere yönelmişlerdir. Roma tanrılarının salgını durdurmadaki başarısızlığını gören insanların bir kısmı doğunun gizem dinlerine, bir kısmı da Hıristiyanlığa yönelmişlerdir. Roma yöneticileri ve din adamları insanların bu tutumları karşısında hem geleneksel Roma inancını canlı tutabilmek hem de salgını durdurabilmek için Atina salgınını durdurmada etkili olduğu bilinen Asclepios'un kültünü Roma'ya getirtmişlerdir. Böylece Atina salgınında ön plana çıkan Asclepios kültürünün bu salgınla Roma dünyasında da ön plana çıktığı söylenebilir.

Antonine salgınından sonra MS 249 yılında Kıbrıs vebası olarak adlandırılan salgının başladığı görülmektedir. Bu salgın sırasında insanların bir bölümü Roma tanrılarına dualar ederek salgından kurtulmayı amaçlamışlardır. Antonine salgınından beri sayıları gittikçe artan Hıristiyanların bu salgında insanlara karşı yardımsever tavırlar sergilemesi pagan inançlarında bulunan insanların bu dine sempatiyle bakmasını sağlamıştır. Hıristiyanların insanlara yaptıkları yardımlar sayesinde bu dine inanmaya başlayanların sayısı daha hızlı artmaya başlamıştır. Roma ise salgını durdurabilmek için özellikle doğuda Apollon Salutari kültünü ön plana çıkartarak Apollon'dan salgını durdurmasını istemiştir. Salgının Apollon (Apollo) tarafından durdurulmaması insanların Hıristiyanlığa yönelmelerine sebep olarak Roma dünyasında önemli bir inanç değişikliğine yol açan etmenlerden biri olmuş olabilir.

MS 541 yılının ortalarından itibaren Justinianus vebası olarak adlandırılan salgın görülmeye başlanmıştır. Salgın oldukça yıkıcı etkilere yol açmış ve insanlar salgından kurtulabilmek için dualar etmişlerdir. Tanrı tarafından gönderildiği düşünülen salgının hızlıca yayılmasından dolayı insanlar inançlarında şüpheye düşmüşlerdir. Az bir kesim olsa da bazı insanlar pagan inançlarına geri dönmeye başlamışlardır. Bunun yanında bazı insanlar da salgından ölen kişilerin cennete gidecekleri inancından dolayı İslam dinine yönelmişlerdir.

İnsanların önemli bir kısmının hastalıklar karşısında çaresiz kaldıkları zamanlarda inandıkları dine sarıldıkları görülmektedir. Dini inançlarına göre gerçekleştirdikleri eylemler salgının durmasını sağlamadığı zamanlarda ise hayal kırıklığına uğrayıp, inanç boşluğuna düşerek başka inançlara meyil etmeye başladıkları düşünülebilir.

Toplumların inançlarındaki değişikliklerde salgın hastalıklar belirtilen yönde etkili olabiliyorlarken siyasi ve dini yöneticiler bu değişimleri durdurmak için çeşitli faaliyetlerde bulunmuşlardır. Atina salgını yıllarında tiyatro oyunlarında toplu halde tanrılara salgını durdurması için dualar edilmiştir. Salgın sırasında azalmalar görülse de tapınakların inşasına devam edilmiştir. Böylece yöneticiler ve din adamları inandıkları veya çıkarlarını sağladıkları dini güçlü bir şekilde ayakta tutabilmek için çalışmışlardır. Mısır'da gerçekleştirilen dini reform hareketi herkes tarafından kabul görmemiştir. Atina salgınında da kent devleti yöneticileri tanrılarına olan inancın sürdürülmesi için Socrates ve onun gibi tanrıları sorgulamaya veya inançsızlığa meyilli olan insanlarla mücadeleler etmişlerdir. Antonine ve Kıbrıs salgınlarında, Roma dünyasında kabul görmeye başlayan Hıristiyanlığa karşı geleneksel Roma dini ayakta tutulmaya çalışılmıştır. Roma tanrılarının salgın karşısındaki etkisizliği Hıristiyanlığın yayılmasındaki önemli faktörlerden birisi olmuştur. İlk başlarda Hıristiyanlığın karşısında yer alan Roma Justinianus salgınıyla birlikte bu kez de inandıkları inancı İslam



dini karşısında savunmak zorunda kalmışlardır. Salgının sonlanmasındaki en önemli işaret olan Başmelek Mikhael'in Hadrianus'un mezarının üzerinde gözükererek kılıcını kınına sokması efsanesi de büyük bir ihtimalle Hıristiyanlığı hala güçlü tutabilmek, insanlara dinin hala güçlü olduğunu göstermek amacıyla kullanıldığı düşünülebilir.

### 7. Extended Abstract

Epidemics have had a very important place throughout human history. Although the symptoms of the epidemics are known, it has not been clearly determined which disease they are. For this reason, epidemics were named with the general name 'plague'.

The exact cause of epidemics is not known. People thought that the god(s) were punishing themselves with epidemic diseases. However, this situation did not apply to all humanity and other causes of epidemics were also emphasized. It is thought that epidemics may occur due to reasons such as incest relations and perversions of administrators, climate changes, volcanic eruption.

In ancient Egypt, in the 14<sup>th</sup> century BC, an epidemics broke out during the reign of Amenhotep III. The Egyptian pharaoh glorified the cult of Sekhmet, the goddess of war and destruction, and prayed to him to get rid of the epidemic. The next pharaoh, Amenhotep IV, may have treated the god Aton as a monotheist, believing that the Egyptian gods were unable to end the pandemics. The Egyptian pharaoh also changed his name to Akhenaton and established a new capital for the god Aton with the name Akhetaton. At this time, the Hittite king Suppiluliuma I went on an expedition to Northern Syria, and in this expedition, he carried the plague to the lands of Hatti. His son, Arnuwanda I, died despite praying to their gods to stop the epidemic. Then Mursili II, son of Suppiluliuma I, became the Hittite king. He also prayed to his gods like his brother Arnuwanda I. Later, Muwatalli II took the Hittite throne. Muwatalli II, instead of the cult of the Mesopotamian Storm God Tesup, brought the Luwian Storm God Tarhunt cult to the fore. He may have thought that Tesup could not stop the epidemic. In addition, he established a new capital city called Tarhuntassa, similar to the one in Egypt.

From 430 BC, an epidemic began in Athens. The people went to temples and prayed to their gods to get rid of the epidemic. When the epidemic did not stop despite prayers, some people turned to disbelief and science, and some to other beliefs. Hippocrates sought to practice treatments of non-religious origin. With this epidemic, the cult of Asclepius, a local god of medicine and health, was brought to Athens and was considered high in the pantheon.

In the Roman world, from 166 AD, a great epidemic broke out. This epidemic has been named the Antonine plague. In this epidemic, a doctor named Galen used the treatments of Hippocrates. However, both prayers and the treatments of Galen were not enough to stop the epidemic. When the Roman gods could not stop the epidemic, people's trust in these gods began to decline. In this period, in the east, the cult of Asclepius came to the fore. Also people started to accept Christianity religion. However, the mysterious religions of the east and the cult of Asclepius were more prominent than Christianity during this epidemic period.

In the middle of the 3<sup>rd</sup> century AD, the epidemic called the Plague of Cyprus broke out. This epidemic had an impact on the Roman Empire for nearly 20 years. The people prayed to the gods in the Roman pantheon to stop the epidemic. Christians have helped all people during this epidemic, including those who have harmed them. When people saw that the Roman gods could not stop the epidemic, they turned to Christianity.

The Plague of Justinian broke out in the summer of 541 AD. This epidemic spread in a short time and reached a high death rate. According to Christian writers, the epidemic was sent to the world by God to punish people. Although people prayed to God, they could not get rid of the epidemic. In the Islam religion, which emerged in the next century and began to spread, there was a belief that those who died in the epidemic would go to heaven. People may have started to accept Islam because of the promise of Heaven.

While epidemics can be effective in the changes in the beliefs of societies, political and religious administrators have taken various activities to stop these changes. During the epidemic, collective rituals

were performed in theater plays and the construction of temples continued. Thus, administrators and clergy acted in order to keep the religion they believed in or their interests strong.

It has been seen that a significant part of people cling to the religion they believe when they are helpless against diseases. When the rituals they perform according to their religious beliefs do not stop the epidemic, it can be thought that they get disappointed, fall into the gap of belief and tend to other beliefs. Therefore, it can be said that epidemics are effective in the transition to new beliefs and the spread of new beliefs.

**Keywords:** Outbreak, Plague, Disease, Yersinia Pestis, Pandemic, Epidemic, Ancient Mediterranean

### Kaynakça

- Aeschines. (1919). *Against Ctesiphon*. London: William Heinemann Ltd.
- Akkuş Mutlu, S. (2017). Eski Ön Asya Toplumlarında Sıtma Hastalığı ve Tedavi Yöntemleri. *Tarihsel Süreçte Anadolu'da Sıtma* (s. 79 – 98.). içinde Ankara: Gece Kitaplığı.
- Allen, P. (1979). The "Justinianic" Plague. *Byzantion*(49), 5 – 20.
- Apollodoros. (2017). Epitome. *Bibliotheka Yunan Mitolojisi* (N. Nirmen, Çev.). içinde İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Appian. (1899). Illyrian Wars. *The Foreign Wars* (H. White, Çev.). içinde New York: The Macmillan Company.
- Augusta, H. (1998). *The Scriptores Historiae Augustae* (Cilt III). (D. Magie, Çev.) Cambridge Massachusetts London: The Loeb Classical Library, Harvard University Press.
- Augusta, H. (2021). *Historia Augusta* (Cilt I). (S. Özgüler, Çev.) İstanbul: Kronik Yayıncılık.
- Bagnall, R. S. (2000). P. Oxy. 4527 and the Antonine Plague in Egypt: Death or Flight? *Journal of Roman Archaeology*, 13, 288 - 292.
- Berk, F. M. (2020). Tarih Boyunca Salgın Hastalıklar. *Pandemi Sürecinde Sosyoekonomik Değişim ve Dönüşümler "Fırsatlar, Tehditler, Yeni Normaller"* (s. 55 - 100). içinde Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Yayınları.
- Bilich, R. C. (2007). *Climate Change and the Great Plague Pandemics of History: Causal Link between Global Climate Fluctuations and Yersinia Pestis Contagion?* New Orleans : New Orleans Üniversitesi Tarih Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Boguszewski, R., Makowska, M., Bożewicz, M., & Podkowińska, M. (2020). The COVID-19 Pandemic's Impact on Religiosity in Poland. *Religions*, 11(646), 1-14.
- Bottéro, J., & Kramer, S. N. (2017). *Mezopotamya Mitolojisi*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Bruun, C. (2007). The Antonine Plague and the "Third-Century. *Crises and the Roman Empire, Proceedings of the Seventh Workshop of the International Network Impact of Empire* (s. 202 - 217). içinde Nijmegen: Brill.
- Bruzzone, R. (2017). Polemos, Pathemata, and Plague: Thucydides'. *Greek, Roman, and Byzantine Studies*(57), 882-909.
- Bryce, T. (2005). *The Kingdom of the Hittites*. Oxford: Oxford University Press.
- Buchillet, D. (2007). Epidemic Diseases in the Past: History, Philosophy, and Religious Thought. *Encyclopedia of Infectious Diseases: Modern Methodologies* (s. 517 - 524). içinde New Jersey: John Wiley & Sons.
- Cengiz, E. (2020). Hz. Ömer Döneminde Meydana Gelen Amvas. *Kafkas Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 7(13), 129 - 150.
- Cornford, F. M. (2021). *Sokrates Öncesi ve Sonrası*. (C. Şengör, & S. Onan, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Cunningham, A. (2008). Epidemics, Pandemics and the Doomsday Scenario. *Historically Speaking*, 29 - 31.
- Çeçen, S. (2020). Çivi Yazılı Belgelerde Anadolu'da Salgın Hastalık. *Kafdağ*, 5(1), 13 - 17.
- Çığır Dikyol, D. (2021). *Antik Roma'da İktidarın Gizemli Sembolü Sibyl Kehanet Kitapları*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- De Martino, S. (2006). *Hittitler*. (E. Özbayoğlu, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Demir, M. (2021). Eski Hellen Literatüründe İlahi Cezalandırmanın Tezahürü Olarak Veba Metaforu: İki Örnek. *Oannes*, 3(2), 457 - 479.

- Diamond, J. (1997). *Tüfek, Mikrop ve Çelik*. (Ü. İnce, Çev.) İstanbul.
- Dilek, Y. (2021). Eski Mezopotamya'da Epidemi: Veba, Bulaşıcı Deri Hastalığı ve Ergotizm. *Eskiçağ'da Salgın ve Hastalıklar* (s. 85 - 104). içinde İstanbul: Ege Yayınevi.
- Dinçol, A. (1985). Aşhella Rituali (CTH 394) ve Hititlerde Salgın Hastalıklara Karşı Yapılan Majik İşlemlere Toplu Bir Bakış. *Belleten*, 49(193), 1 - 40.
- Dio, C. (1925). *Dio's Roman History*. (E. Cary, Çev.) London William Heinemann and New York: G. P. Putnam's Son.
- Diodorus, S. (1989). *Diodorus of Sicily*. (C. H. Oldfather, Çev.) Cambridge, Mass.: Harvard University Press; London: William Heinemann.
- Diogenes, L. (2007). *Ünlü Filozofların Yaşamları ve Öğretileri*. (C. Şentuna, Çev.) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Duncan - Jones, R. P. (2018). The Antonine Plague Revisited. *Arctos*(52), 41 - 72.
- Duran, M. (2021). Eski İran'da Hasta - Hastalık, Şifa – Şifacı. *Eskiçağ'da Salgın ve Hastalıklar* (s. 123 - 146). içinde İstanbul: Ege Yayınları.
- Eliade, M. (2015). *Dinin Anlamı ve Sosyal Fonksiyonu Yaratılış Özlemi*. (M. Aydın, Çev.) İstanbul: Kabalca Yayıncılık.
- Eraslan, A. (2020). Tâ'ûn Rivayetleri Çerçevesinde Hadis Şârihlerinin Hz. Peygamberin Karantina Tavsiyesine Yönelik Yaklaşımları. *Şirnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 11(25), 487 - 511.
- Erdemir Palaz, H., & Erdemir, H. (2008). Eskiçağ Toplumlarında Tesbit Edilen Belli Hastalıklar ve Sağlık Sorunları. 1. Uluslararası Türk Tıp Tarihi Kongresi 10. Ulusal Türk Tıp Tarihi Kongresi Bildiri Kitabı (s. 852 - 879). Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.
- Eusebios. (2010). *Kilise Tarihi*. (F. Akderin, Çev.) İstanbul: Chiviyazıları Yayınevi.
- Eutropius. (2007). *Roma Tarihinin Özeti*. (Ç. Menzilioğlu, Çev.) İstanbul: Kabalca Yayınevi.
- Flemming, R. (2018). Galen and the Plague. *Galen's Treatise Περί Άλοπτίας (De indolentia) in Context*, 219 - 244.
- Freud, S. (2012). *Musa ve Tektanrılı Din*. (O. Kasap, Çev.) İstanbul: Say Yayınları.
- Geoffroy, A., & Díaz, J. (2020). De la Peste Antonina a la Peste de Cipriano: Alcances y Consecuencias de las Pestes Globales en el Imperio Romano en el Siglo III D. C. *Rev Chilena Infectol*, 37(4), 450 - 455.
- Gilliam, J. F. (1961). The Plague under Marcus Aurelius. *The American Journal of Philology*, 82(3), 225 - 251.
- Gowen, B. S. (1907). Some Aspects of Pestilences and Other Epidemics. *The American Journal of Psychology*, 18(1), 1 - 60.
- Graf, F. (2007). The Oracle and the Image. Returning to Some Oracles from Clarus. *Zeitschrift für Papyrologie und Epigraphik*(160), 113 - 119.
- Habicht, M. E., Donald, P. F., Varotto, E., & Galassi, F. M. (2020). Epidemics and Pandemics in the History of Humankind and How Governments Dealt with them A Review from the Bronze Age to the Early Modern Age. *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione Studi ti Teoria e Ricerca Sociale*(2), 1 - 32.
- Harper, K. (2015). Pandemics and Passages to Late Antiquity: Rethinking the Plague of c.249-270 Described by Cyprian. *Journal of Roman Archaeology*(28), 223 - 260.
- Herodotos. (2021). *Tarih*. (M. Ökmen, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Hesiodos. (2012). İşler ve Günler. F. Akderin (Dü.) içinde, *İşler ve Günler – Tanrıların Doğuşu*. İstanbul: Say Yayınları.
- Hippocrates. (2021). İnsanın Doğası. *Hippocrates Külliyyatı* (N. Nirven, Çev.). içinde İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Homeros. (2010). *İlyada*. (F. Koçak, Çev.) Ankara: Arkadaş Yayınları.
- Hoop, A. (2021). Pursued by Plague Did the Plague of Cyprian Cause the Romans to Migrate? *Junctions*, 5(2), 46 - 59.
- Josephus, F. (1895). Antiquities of the Jews. *The Works of Flavius Josephus* (A. M. Auburn, & J. M. Beardsley, Çev.). içinde
- Just, B. (2020). Historic Plagues and Christian Responses: Lessons for the Church Today? *Christian Journal for Global Health*, 7(1), 7 - 12.

- Kaçar, T. (2009). *Geç Antikçağ'da Hıristiyanlık*. İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Kağnıcı, G. (2017). Eski Mezopotamya'da Sıtma Hastalığı. *Tarihsel Süreçte Anadolu'da Sıtma* (s. 99 - 116). içinde Ankara: Gece Kitaplığı.
- Kallet, L. (2013). Thucydides, Apollo, The Plague, And The War. *The American Journal of Philology*, 134(3), 355 - 382.
- Kamimura, N. (2018). North African Way of Approaching to Medical Healing and the 'Plague of Cyprian. *Apeccs 12th Annual Conference 'Health, Well-Being, and Old Age in Early Christianity*, (s. 1 - 8).
- Kenney, A. (2017). *The Sword of God: Plague And Episcopal Authority in the Late Antique West*. University of Missouri-Columbia Faculty of the Graduate School Unpublished Master Thesis.
- Kılıç, O. (2020). Tarihte Küresel Salgın Hastalıklar ve Toplum Hayatına Etkileri. *Küresel Salgının Anatomisi İnsan ve Toplumun Geleceği* (s. 13 - 54). içinde TÜBA.
- Kılıç, O. (2017). Eskiçağ'dan Yakınçağ'a Sıtma ve Tarihe Etkileri. *Tarihsel Süreçte Anadolu'da Sıtma* (s. 117 - 159). içinde Ankara: Gece Kitaplığı.
- Kitap, K. (2016). *Kutsal Kitap Eski ve Yeni Antlaşma (Tevrat, Zebur, İncil)*. Kore: Yeni Yaşam Yayınları.
- Kousoulis, A. A., Economopoulos, K. P., Poulakou-Rebelakou, E., Androutsos, G., & Tsiodras, S. (2012). The Plague of Thebes, a Historical Epidemic in Sophocles' Oedipus Rex. *Emerging Infectious Diseases*, 18(1), 153 - 157.
- Kuhr, A. (2009). *Eskiçağ'da Yakındoğu*. (D. Şendil, Çev.) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kurt, F. (2020). *İslam'ın Salgın Hastalıklara Bakışı*. İstanbul: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Kurt, F. (2020). *İslam'ın Salgın Hastalıklara Bakışı*. İstanbul: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Kurt, H. (2012). İslam İnançına Göre Şehitlik. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 16(1), 189 - 220.
- Lévy-Bruhl, L. (2006). *İlkel Toplumlarda Mistik Deneyim ve Simgeler*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Lévy-Bruhl, L. (2006). *İlkel Toplumlarda Mistik Deneyim ve Simgeler*. (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Little, L. K. (2007). Life and Afterlife of the First Plague Pandemic. *Plague and the End of the Antiquity The Pandemic of 541 – 750* (s. 3 - 32). içinde Cambridge: Cambridge University Press.
- Livius, T. (1997). *Roma Tarihi*. (S. Şenbark, Çev.) İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Lucianos. (1997). *Aleksandros ya da Düzmece Yalvaç*. (E. Varinlioğlu, Çev.) İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Lucretius. (2018). *Evrenin Yapısı*. (F. Uyar, & T. Uyar, Çev.) İstanbul: Norgunk Yayıncılık.
- Lukashenko, M., & Biletska, L. (2021). How Christians of the First Centuries Experienced Epidemics. *Occasional Papers on Religion in Eastern Europe*, 41(1), 46 - 57.
- Martı, H. (2020). *Hadislerle İslam Hadislerle Hadislerin Yorumu III*. Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Masalıcı Şahin, G. (2021). Hitit Metinlerinde Geçen Göz Hastalıkları ve Tedavileri. *Eskiçağ'da Salgın ve Hastalıklar* (s. 167 - 176). içinde İstanbul: Ege Yayınları.
- Mathias, E., & Raspa, R. (1992). The Plague and the Saint: A Religious Legend in an Alpine Community. *Mediterranean Studies*(3), 119 - 124.
- Moran, W. (1992). *The Amarna Letters*. Baltimore - London: The Johns Hopkins University Press.
- Morony, M. G. (2007). For Whom Does the Writer Write?: The First Bubonic Plague Pandemic According to Syriac Sources. *Plague and the End of the Antiquity The Pandemic of 541 – 750* (s. 59 - 86). içinde Cambridge : Cambridge University Press.
- Perlstadt, H. (2016). The Plague of Athens and the Cult of Asclepius: A Case Study of Collective Behavior and a Social Movement. *Sociology and Anthropology*, 4(12), 1048 - 1053.
- Pinault, J. R. (1986). How Hippocrates Cured the Plague. *Journal of the History of Medicine and Allied Sciences*, 61(1), 52 - 75.
- Plinius, G. S. (1961.). *Natural History* (Cilt II). (H. Rackham, Çev.) Harvard University Press, Cambridge Massachusetts - William Heinemann, Ltd London.

- Procopius. (1961). *Procopius of Caesera History of the Wars* (Cilt I). (H. B. Dewing, Çev.) London: William Heinemann – New York: The Mac Millan Co.
- Russell, J. C. (1968). That Earlier Plague. *Demography*, 5(1), 174 - 184.
- Sáez, A. (2016). La peste Antonina: una peste Global en el siglo II D.C. *Nota Histórica Rev Chilena Infectol*, 33(2), 218 - 221.
- Sarıbaş, S. (2019). Geçmişten Günümüze Veba Hastalığı ve Kolektif Bilinç: “Çağımızın Vebası” Söyleminin Kökenleri. *Journal of Social And Humanities Sciences Research*, 6(42), 2470 - 2485.
- Sayar, M. H. (2020). Marcus Aurelius ve Lucius Verus Dönemlerinde MS 165 – 180 Yılları Arasında Görülen Büyük Salgın. *Tarih Dergisi*, 71(1), 15 - 28.
- Sayar, M. H. (2021). Eskiçağ Akdeniz Dünyasında MÖ 5. yy ile MS 6. yy Arasında Salgın Hastalıkların Yol Açtığı Siyasal, Sosyal ve Ekonomik Sorunlar ve Bunların Yarattığı Tarihi Değişim Süreçleri. *Eskiçağ'da Salgın ve Hastalıklar* (s. 221 - 239). içinde İstanbul: Ege Yayınları.
- Schwartz, L. (2013). Gargano Comes to Rome: Castel Saint'Angelo's Historical Origins. *Journal of Ecclesiastical History*, 64(3), 453 - 475.
- Scott, J. C. (2017). *Against the Grain A Deep History of the Earliest States*. New Haven and London: Yale University Press.
- Singer, I. (2002). *Hittite Prayers*. Atlanta Georgia: Society of Biblical Literature.
- Singer, I. (2006). The failed reforms of Akhenaten and Muwatalli. *British Museum Studies in Ancient Egypt and Sudan (BMSAES)*(6), 37 - 58.
- Skibiński, T. K., & Książyk, M. (2021). Postawa Chrześcijań Wobec Zarazy Cypriana w Świetle Żródł Epoki. *Vox Patrum*(78), 121 - 140.
- Stoclet, A. J. (2007). Consilia Humana, Ops Divina, Superstitio Seeking Succor and Solace in Times of Plague, with Particular Reference to Gaul in the Early Middle Age. *Plague and the End of the Antiquity The Pandemic of 541 – 750* (s. 135 - 149). içinde Cambridge : Cambridge University Press.
- Strabon. (2009). *Geographika*. (A. Pekman, Çev.) İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Thukydides. (2010). *Peloponnessos Savaşları*. (F. Akderin, Çev.) İstanbul: Belge Yayınları.
- Tranquillus, G. (2017). *On İki Caesar'ın Yaşam Öyküsü*. (G. Varınlıoğlu, Çev.) İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Tranquillus, G. S. (2017). Titus. *Oniki Caesar'ın Yaşam Öyküsü* (G. Varınlıoğlu, Çev.). içinde İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.
- Trevisanato, S. I., & Padeshki, P. (2021). The 14th Century BC Mediterranean Pandemic: Tularemia, Outbreak, Waves, Spread via Wars Including Biological Warfare, Impacts on Societies and Corollary. *Eskiçağ'da Salgın ve Hastalıklar* (s. 241 - 270). içinde İstanbul: Ege Yayınları.
- Turan, O. (2018). Thukydides'in Aktarımına Göre Atina Salgınının Gerçek Etkileri. *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 4(2), 89 - 108.
- Turgut, M. (2021). Antik Akdeniz Bölgesinde Salgın Hastalıklar Tanrıların Gönderdiği Cezalandırma Araçları mıydı? *Eskiçağ'da Salgın ve Hastalıklar* (s. 271 - 290). içinde İstanbul: Ege Yayınları.
- Wiechmann, I. (2012). The History of Plague. *Sickness, Hunger, War, and Religion: Multidisciplinary Perspectives*(3), 65 - 66.
- Yeomans, S. J. (2017). The Antonine Plague and the Spread of Christianity. *Classical Corner*, 22 - 24.
- Zachariah. (1899). *The Syriac Chronicle Known as that of Zachariah of Mitylene*. (F. J. Hamilton, & E. W. Brooks, Çev.) London: Methuen & Co.

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses on the Relationship Between Communication and Tourism

Mahmut BARAKAZI\*   
Gökhan KUZUCANLI\*\* 

## ABSTRACT

In this research, it is aimed to reveal the current situation and trends in the related subject by examining the master's and doctoral theses prepared in Turkey in the relationship between communication and tourism with the bibliometric analysis method. In this context, 34 postgraduate thesis studies, which are related to the subject and which were shared and accessed by the Higher Education Institution database between 1990-2022, were included in the research. The data obtained from the research were analyzed with the help of SPSS statistical analysis package program, and frequency and percentage analyzes of the data were made. In the light of research findings; It has been determined that the most postgraduate theses among universities were prepared within the body of 'Selçuk University'. In addition to this, it has been concluded that 'quantitative research' methods are mostly used as a method in the researches. It is understood that the terms 'Tourism', 'Communication' and 'Public Relations' come to the fore in the keywords used in graduate theses. With this research, by drawing attention to the concepts of tourism and communication within the framework of postgraduate research, suggestions are made to researchers and stakeholders to examine them in different dimensions.

**Keywords:** Communication, Tourism, Bibliometrics, Postgraduate Thesis

## İletişim ve Turizm İlişkisinde Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

### ÖZ

Bu araştırmada, iletişim ve turizm ilişkisinde Türkiye'de hazırlanmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenerek, ilgili konudaki mevcut durumun ve eğilimlerin ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Bu kapsamda, konuyla ilgili olan ve 1990-2022 yılları arasında Yükseköğretim Kurumu veri tabanı tarafından paylaşılarak erişim izni verilmiş olan 34 lisansüstü tez çalışması, araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmadan elde veriler, SPSS istatistikî analiz paket programı yardımıyla incelenmiş olup, verilerin sıklık ve yüzde analizleri yapılmıştır. Araştırma bulguları ışığında; üniversiteler arasında en fazla lisansüstü tezin 'Selçuk Üniversitesi' bünyesinde hazırlandığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra yapılan araştırmalarda yöntem olarak en çok 'nicel araştırma' yöntemlerinin kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Lisansüstü tezlerde kullanılan anahtar kelimelerde ise 'Turizm', 'İletişim' ve 'Halkla İlişkiler' terimlerinin ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Yapılan bu araştırma ile turizm ve iletişim kavramlarına lisansüstü araştırmalar çerçevesinden dikkat çekilerek farklı boyutlarda incelenmesi için araştırmacılara ve paydaşlara önerilerde bulunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İletişim, Turizm, Bibliyometrik, Lisansüstü Tez

### 1. Introduction

Communication is one of the basic tools that sectors such as service producing tourism need most. It is of great importance in terms of both the healthy functioning of the internal organization and customer relations. In particular, effective communication techniques are required to encourage motivations such as satisfaction and repeat purchase. Thanks to the increasing technological developments since the beginning of the 20th century, changes have also occurred in the communication tools used in the tourism sector. Communication tools, which started via telephone and fax, are gaining a wide dimension with digital media and wireless communication resources. As a matter of fact, it is seen that every tourism organization that adopts a sustainable tourism principle shows an intense tendency towards these communication tools, which are the needs of the age.

Tourism and communication sectors also have an intense market share independently of each other. Within the scope of the 2020 market data of the information and communication technologies sector, it is estimated that this sector has grown by 22 percent compared to the previous year and will approach the level of 5 trillion dollars with an annual growth of 5.3 percent in 2025 (TÜBİSAD, 2021). Again in the

\* Dr. Öğr. Üyesi, Harran Üniversitesi, mahmutbarakazi@harran.edu.tr

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Dumlupınar Üniversitesi, gokhan.kuzucanli@dpu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 07.07.2022

same year of the tourism sector, despite the coronavirus, which is a global epidemic, it reached an annual level of 533 billion dollars (UNWTO, 2021). In line with these figures, it is understood that both sectors have great economic effects. In addition, people who need to be a tourist for rest, entertainment and awareness are constantly in contact with communication due to the need to express themselves and be understood. The value it reveals for human life in both disciplines is similar to each other. As a matter of fact, Ritz Carlton, Four Seasons and Marriot groups, which are the leading organizations of the tourism sector, use many communication tools, especially social media (Çiftçi & Küçükaltan, 2012, p.9). Moreover, travel organizations such as Turkish Airlines and Pegasus Airlines prefer different communication sources in terms of advertising and promotion (Işilar, 2021, p.58). In the field of entertainment and recreation, which is one of the main branches of the tourism sector, digital sharing-based communication tools are used (Wood et al., 2013). Promotion and marketing objectives, which are one of the most important issues that Turkey deals with within the scope of 2023 tourism strategy, are planned with appropriate communication tools (Murat, 2009, p.171). It is necessary to use the most effective types of communication in order to brand the relevant touristic destination and make it more attractive. This situation shows the importance of communication for the tourism sector, as well as supporting economic development as a complementary factor.

It has been tried to be explained by associating with many disciplines, especially tourism, management and marketing. However, the need for communication tools in order to better position its existing presence and gain competitive advantage is not fully revealed. In this context, it is thought that the scope of postgraduate studies that have been previously discussed in the relationship between tourism and communication should be discussed and their current status should be examined by bibliometric analysis method. Because these studies at the highest level of higher education offer detailed ideas on the subject. It contributes to bibliometric studies in tourism and its sub-branches by providing a comprehensive perspective on related fields (Temizkan et al., 2015, p.395). In this context, it is estimated that a broad perspective on the subject will be revealed with this bibliometric research to be carried out in the relationship between tourism and communication.

Bibliometric analyzes started to come to the fore with the consideration of numerical data related to scientific researches in the relationship between tourism and communication (Şahin & Acun, 2015). In particular, it can provide information that sheds light on the field, thanks to its ability to explain different dimensions such as subject distribution, difference in education level and functioning. Statistical descriptive information revealed by bibliometric analyzes can give an idea about the subject of research. In this direction, tourism and communication related graduate theses, which are complementary to each other, are examined by bibliometric analysis method and it is planned to eliminate the deficiency in the relevant field. Since there is no previous study on the subject, makes this research important.

## 2. Literature Review

Bibliometrics, which presents the content and objectives of studies in a scientific field in a wide perspective, offers numerical analyzes and descriptive statistical information on the subject. Bibliometrics also reveals ideas about the elements of the studies (scope, level, year, keyword, methodology, etc.) by applying mathematical and statistical methods (Polat et al., 2013, p. 275). In the most general approach, bibliometrics is expressed as a research area where mathematical and statistical methods that define analysis methods can be applied (Pritchard, 1969). Although it was seen that bibliometric studies were frequently performed in fields such as natural sciences and health sciences at first, it has been observed that its use in the field of social sciences has increased recently (Duran & Çelikkaya, 2019, p. 154).

The first study with the bibliometric analysis method was put forward by Cole and Eales in 1917. In this study; Analyzes dealing with the statistical information of studies published in the field of comparative anatomy between the years 1550-1860 were made. In 1923, E.Wyndham Hulme conducted a study in the field of history through bibliometric analysis. Similar to the bibliometric studies conducted around the world, the first study conducted in Turkey was the article titled 'Growth in Turkish Positive Basic Sciences' published by Özinönü in 1970. In this research, it is aimed to reveal the scientific efficiency in the fields of astronomy, biology, physics, chemistry, mathematics and earth sciences with the bibliometric



analysis method (Hotamışlı & Erem, 2014, p. 3). In the literature, bibliometric methods are shaped according to the research organization in a particular field and deal with reference sources with accurate model. In order to evaluate the researches in the relevant fields in accordance with the research purpose, it is possible to apply bibliometric measurements with great care (Hammarfelt, 2012, p.13). In addition, bibliometrics is one of the most basic methodological methods used to process large volumes of scientific data. The term "bibliometric analysis" is expressed as a statistical evaluation of published journal articles, books or graduate theses. It is widely preferred in many fields to follow the main themes by determining the subject headings, numerical data and relational distribution of the research area. Through this analysis, maps can be generated based on a normalized term co-occurrence matrix and a similarity measure that calculates the association strength between terms. By structuring the related terms into clusters, differences and similarities can be detected (Shi, et al., 2021, p.3). With bibliometric analysis, the subject groups of research articles, the scope of journals and the areas of interest of graduate theses can be analyzed statistically and scientifically (Lin, 2012, p.8). In this context, various information can be obtained about the researched area. Bibliometric analyzes are also frequently used in the field of tourism and communication, which have very important values in terms of national economies within the services sector (Çiçek & Kozak, 2012; Ulu & Akdağ, 2015). However, there is no bibliometric study that deals with both disciplines relationally. Some examples of postgraduate studies in the field of tourism and communication are as follows;

In his research, Ünal (2008) analyzed databases between 2000-2007 the distribution of electronic journal databases in the field of information communication and the distribution to journals by examining over 30 million full-text articles downloaded by consortium member university libraries from ScienceDirect, SpringerLink, Wiley InterScience and EBSCOHost. Karabulut (2010), in his research on communication sciences, aimed to determine the professional-scientific communication patterns of the list members by examining KUTUP-L. In this context, 19,827 messages sent to the list between 1994-2008 were analyzed using the bibliometric analysis method. In addition to postgraduate theses based on communication and using bibliometric analysis method, there are also scientific article studies. Şen (2020) also handled the articles on Word Of Mouth (WOM) in Web of Science (WoS), one of the largest web-based databases, scanning the most prestigious journals in the field of academia, with the bibliometric method. Tosyalı (2021), on the other hand, similarly examined the articles on the COVID-19 epidemic in the field of media and communication, where communication is most frequently used, with the bibliometric analysis method. In his research conducted in 2017, Çıkrık focused on the bibliometric analysis of graduate theses, which deal with the perspective of local people on the effects of tourism, according to various parameters. In the same year, Altürk (2018), Scencedirect, SAGE, Taylor & Francis, Emerald and Wiley databases analyzed full-text articles in English on Turkish tourism with various bibliometric parameters. In his research, Çoşkun (2020) examined the books, articles and papers published between 2010 and 2018 related to tourism and Islamophobia with the bibliometric method within the framework of various parameters. Again, Demir analyzed the scientific studies on gastronomy with bibliometric method, using the statistical information of the articles published on the field of gastronomy between 2013-2019 in his study in 2020.

People, whose leisure time has increased and whose income has increased economically, have recently started to show more inclination towards activities where they can realize themselves, such as tourism. However, individuals who have started to use many mass media resources, especially digital communication tools, which is one of the most important advantages brought by technology, combine tourism and communication during their travels. This situation reveals that both fields have an intense relationship in a natural flow. However, the absence of a study related to tourism and communication in postgraduate bibliometric studies shows the lack of this relationship in the literature. In this respect, with this study, the framework of the studies put forward in the relationship between tourism and communication, which will not be considered independently from each other, is revealed with the bibliometric analysis method. On the other hand, it is aimed to analyze the similar and different aspects of both science fields in depth and to support them with statistical data.

### 3. Methodology

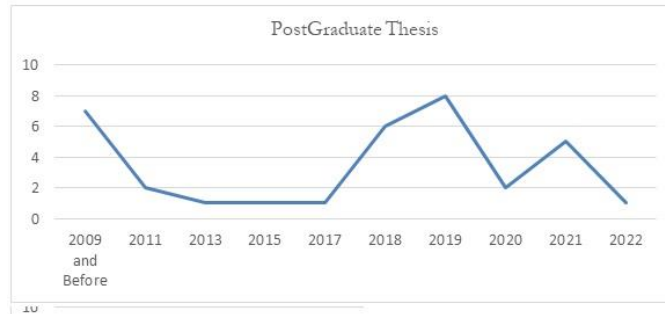
In this study, in which postgraduate studies on the relationship between communication and tourism are examined by bibliometric analysis method, it is aimed to reveal descriptive statistical data on the subject. In this context, bibliometric analysis method was preferred. Bibliometrics is expressed as the application of mathematical and statistical techniques to scientific studies such as articles, journals and thesis (Pritchard, 1969). In addition to science, bibliometrics has recently been used frequently in social sciences. It aims to explain the bibliographic features, information structure and development of the related literature with a quantitative analysis (Jing et al., 2015; Altınpulluk, 2018).

In this research, the National Thesis Center Database of the Council of Higher Education was used as a data collection tool. Theses covering common terms related to 'tourism' and 'communication' in the database were evaluated. As of February 1, 2022, a total of 34 master's and doctoral theses were reached in the search. The data obtained are analyzed with the SPSS statistical analysis program and shown in the findings section in the form of tables.

The aim of this research is to examine tourism and communication related master's and doctoral theses prepared in Turkey by bibliometric analysis method. In this context, answers to the following questions are sought;

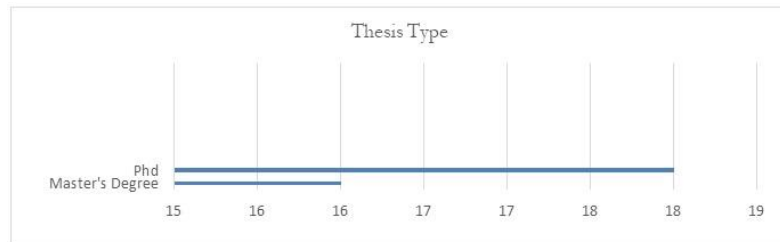
- How are the changes in the number of theses by years?
- What is the distribution of theses according to their types?
- Which are the departments in which theses are prepared?
- Which are the universities where theses are prepared?
- What are the application types used in theses?
- What are the data collection tools used in theses?
- What is the analysis of the keywords used in the theses?

### 4. Findings



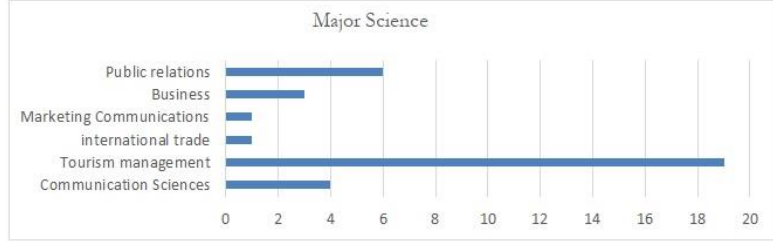
**Graphic 1.** Distribution of Graduate Theses by Years

Looking at the distribution of postgraduate theses on the relationship between communication and tourism by years (Graph 1), it is seen that the highest number of studies took place in 2019. On the one hand, it has seen that while there were 7 theses in 2009 and before, 23 postgraduate theses were prepared in the last 5 years. this situation has revealed recently with tourism and communications getting more clarification on the subject.



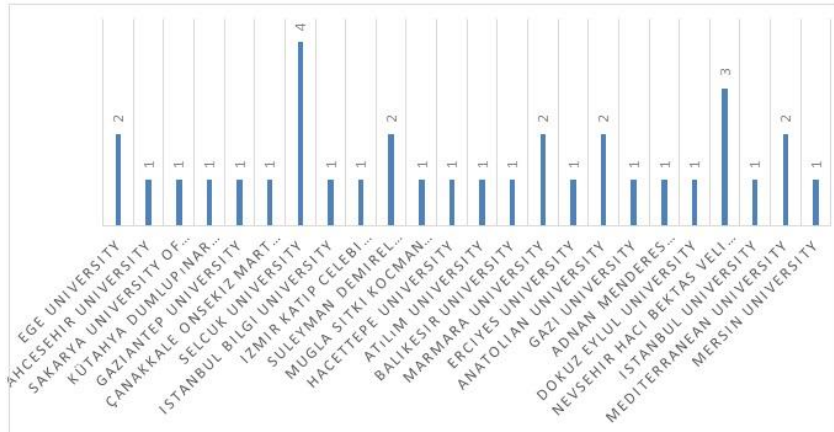
**Graphic 2.** Thesis Type

When the types of postgraduate theses made on the relationship between communication and tourism (Graph 2) are examined, it is understood that 16 of the theses related to the subject are master's and 18 are doctoral theses. The fact that the number of doctoral theses is higher than the number of master's degrees shows that the specialization perspective given to the relationship between tourism and communication has gained importance.



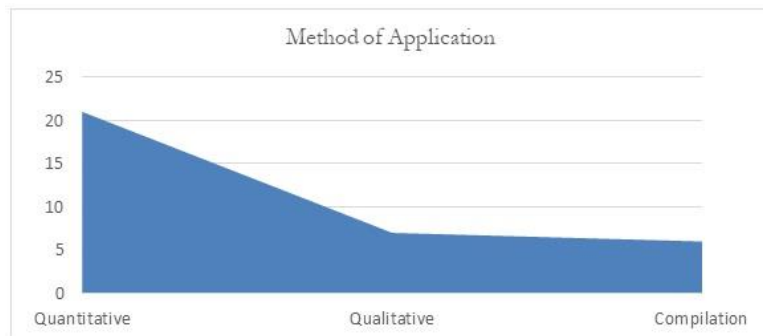
**Graphic 3.** Major Science

It is seen that the theses (Graph 3) on the relationship between communication and tourism are mostly made in the major science of 'Tourism Management', 'Public Relations' and 'Communication'. In addition to this, it is understood that there are postgraduate theses in other branches of science, which often deal with the relationship between communication and tourism and prepared for them.



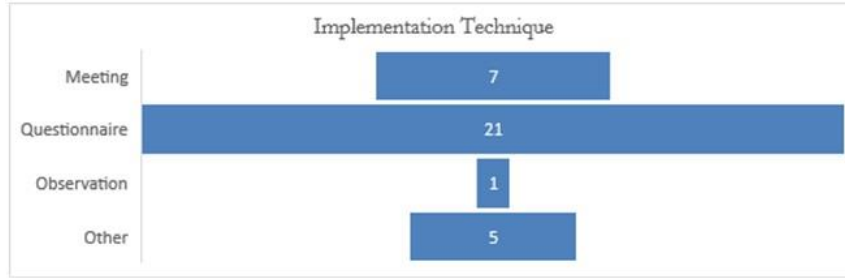
**Graphic 4.** Prepared by Universities

When the universities (Graph 4) where postgraduate theses on the relationship between communication and tourism are prepared are examined, it is seen that universities such as 'Selçuk University' and 'Nevşehir Hacı Bektaş Veli University' come to the fore. However, it is understood that graduate thesis studies are carried out in almost many universities related to the subject.



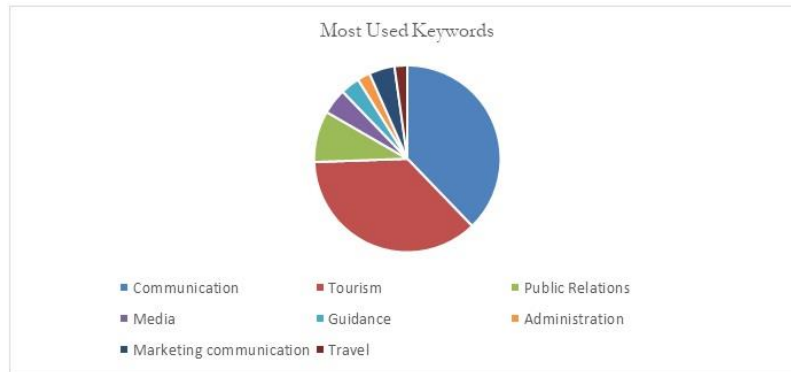
**Graphic 5.** Method of Application

When the application methods (Graphic 5) of the postgraduate theses made on the relationship between communication and tourism are examined, it has been determined that the most frequently used method to achieve the research purpose is the quantitative research method. This method is followed by qualitative research method and compilation studies. However, in recent years, in many studies, especially postgraduate theses on the relationship between communication and tourism, it is seen that qualitative research tendencies have an increasing tendency, as in this research. As a matter of fact, in the findings obtained in this research, it is seen that postgraduate thesis studies using qualitative research methods have been carried out in the last 5 years.



**Graphic 6.** Implementation Technique

When the data collection tools (Graph 6) of the postgraduate theses made on the relationship between communication and tourism are examined, it is seen that the most frequently used method is in the form of a questionnaire. Questionnaire data collection technique, which is of great importance in terms of collecting statistical information especially for studies that have to use quantitative data method, stands out within the scope of this research. Again, the interview technique for qualitative research methods is frequently used. These techniques are followed by Observation and other techniques.



**Graphic 7.** Most Used Keywords

One of the most important subjects used when obtaining information from studies conducted in bibliometric research is the keywords in the research. Keywords provide an idea about the research with prominent concepts about the general structure of the subject. This situation allows very valuable information to be obtained in bibliometric research.

When the keywords (Graph 7) used in the postgraduate theses on the relationship between communication and tourism are examined, 'Communication' comes first with 37.8% and 'Tourism' comes second with 36.7%. These are followed by 'Public Relations' 8.9%, 'Media' 4.4%, 'Guidance' 3.3%, 'Administration' 2.2% and 'Marketing Communication' 4.4%. 'Travel' is used as the keyword used at the lowest level with 2.2%.

## 5. Result, Discussion and Suggestions

This research was carried out in order to understand the current situation of the postgraduate theses prepared in the relationship between communication and tourism and to determine the level of the approaches. In order to reach this information, the database of the Higher Education Institution was used and the bibliometric analysis method was used to finalize the research purpose. Communication has always been at the center of human life and has been one of the most basic tools used to maintain its current existence. Communication has reached a different dimension with the concept of economic welfare and leisure time that emerged in human life after the industrial revolution. Especially thanks to technological developments, it touches every point by increasing its communication resources, especially digital, mobile and wireless devices (Guarda et al., 2021, p.6). There are similar situations in the concept of tourism, which is human-oriented and has a management process. Because communication is needed in every field of tourism in order to understand, explain and agree. Again, with the rapid increase in the number of people participating in tourism in the last century, the tourism sector is one of the areas that the communication sciences industry is interested in (Niu et al., 2016). In this context, it is wondered to what extent the relationship between the two scientific approaches, which are of critical importance to each other, is reflected in the postgraduate theses, which are defined as one of the most valuable works of those who want to specialize. Since there is no study in the related literature on postgraduate studies in the relationship between communication and tourism, this research is original and offers new information to the field.

Communication can be done with many mass communication tools under the leadership of internet-based digital media (Tiago & Veríssimo, 2014, p.703). Organizations that offer purchasing in mobile services and social media applications are shown as examples of the development of communication (Kaplan, 2012; Taleb et al., 2015). Every sector that wants to benefit from communication opportunities, especially tourism, shows tendencies in this direction and they want to gain a competitive advantage. With the increase in the tendency of people with a certain leisure time and income to travel more and more, tourism activities are increasing (Stephens et al., 1985, p.150). Destinations that want to attract tourists aim to be a point of attraction by accelerating their communication and promotion efforts (Kavaratzis & Ashworth, 2007, p.16). The communicative processes of accommodation, food and beverage, transportation and recreation areas in the tourism sector are the subject of research (Huff et al., 2003; Arsal et al., 2010; Tseng et al., 2020). Considering the connections between 4.0 and tourism, the weight of the last 5 years of postgraduate research in the research results (Graph 1) is supported. In addition, the fact that studies on the relationship between communication and tourism are included in doctoral theses more than master's level proves the degree of importance at the point reached. On the other hand, it has revealed in the research findings that there is an interest in the subject in the fields of business and marketing as well as the departments of communication and tourism. This situation shows the weight given to the economic aspects of communication marketing and tourism activities. It has been determined in this research that the relationship between communication and tourism is generally tried to be revealed by quantitative research methods. In this respect, it is understood that the interaction can be clearly demonstrated with numerical data. Indeed, Sánchez et al. (2017), their research also supports the research findings by expressing the importance of quantitative research in determining the relationship. Again, in the postgraduate studies, drawing attention to the public relations aspects as well as the concepts of tourism and communication reveals its social effects and outputs (Evren & Kozak, 2014; Ruhanen et al., 2015; Mihalic et al., 2021). In addition to being an effective communication process instrument, public relations is one of the most valuable elements of customer satisfaction and healthy communication in tourism (Lu et al., 2015, p.171). With the social media channels used in communication recently, digital media communication has reached the highest level in tourism as in every sector (Manap et al., 2013; Gülbahar & Yıldırım, 2015; Alghizzawi et al., 2018; Pop et al., 2021). Social media, digital marketing and online sales channels in the field of tourism also support this situation (Kiráľová & Pavlíčka, 2015).

In the light of the research findings, although it is seen that the relationship between communication and tourism has been increasing in recent years, it is thought that they are the subject of limited studies. Especially considering the process management and connection dynamics that support each other, the

relationship between communication and tourism should be investigated in depth and should be subject to more studies. Because it is foreseen that any sector that does not have communication qualifications, especially tourism, cannot maintain its current situation and cannot be sustainable.

This research is limited to postgraduate theses prepared in Turkey. The subject can be deepened by researching postgraduate theses made at international level. In addition, different results can be obtained by searching scientific articles in the WEB of Science, the SCOPUS and ULAKBIM databases.

## References

- Alghizzawi, M., Salloum, S. A., & Habes, M. (2018). The role of social media in tourism marketing in Jordan. *International Journal of Information Technology and Language Studies*, 2(3), 59-70.
- Altınpulluk, H. (2018). Türkiye’de Artırılmış Gerçeklikle İlgili Hazırlanan Tezlerin Bibliyometrik Analiz Yöntemiyle İncelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 8(1), 248-272.
- Altürk, A. (2018). Türkiye turizm literatürünün durumu: Uluslararası dergi makalelerinin bibliyometrik analizi (*Master's thesis*, Batman Üniversitesi).
- Arsal, I., Woosnam, K. M., Baldwin, E. D., & Backman, S. J. (2010). Residents as travel destination information providers: An online community perspective. *Journal of Travel Research*, 49(4), 400-413.
- Coşkun, Ş. K. (2020). Turizm ve İslamofobi alanında bibliyometrik analiz (*Master's thesis*, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Çiçek, D., & Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 734-756.
- Çiftçi, G., & Küçükaltan, D. (2012). Sosyal medyanın konaklama işletmelerinin pazarlamasındaki rolü ve örnek uygulamaları, 13. *Ulusal Turizm Kongresi*, 6-9.
- Çıkrık, R., & Yılmaz, İ. (2018). Türkiye’de turizmin etkileri konusunda yerel halkın bakış açısını ortaya koyan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi (*Master's thesis*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi).
- Demir, E. (2020). Gastronomi alanında yayımlanan makalelerin bibliyometrik analizi (*Master's thesis*, İskenderun Teknik Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Duran, G., & Çelikkaya, S. (2019). Türkiye’de Lojistik Üzerine Yapılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *GÜ İslâhiye İİBF Uluslararası E-Dergi*, 3(3), 152-167.
- Evren, S., & Kozak, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. *Anatolia*, 25(1), 61-80.
- Guarda, T., Balseca, J., García, K., González, J., Yagual, F., & Castillo-Beltran, H. (2021). Digital transformation trends and innovation. In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 1099, No. 1, p. 012062). *IOP Publishing*.
- Gulbahar, M. O., & Yıldırım, F. (2015). Marketing efforts related to social media channels and mobile application usage in tourism: Case study in Istanbul. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 453-462.
- Hammarfelt, B. (2012). Following the footnotes: A bibliometric analysis of citation patterns in literary studies (*Doctoral dissertation*, Acta Universitatis Upsaliensis).
- Hotamışlı, M., & Erem, I. (2014). Muhasebe ve Finansman Dergisi’nde yayınlanan makalelerin bibliyometrik analizi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (63), 1-20.
- Huff, C., Widmer, M., McCoy, K., & Hill, B. (2003). The influence of challenging outdoor recreation on parent-adolescent communication. *Therapeutic Recreation Journal*, 37(1), 18-37.
- Jing, S., Qinghua, Z., & Landström, H. (2015). Entrepreneurship across regions: Internationalization and/or contextualization?. In Handbook of research on global competitive advantage through Innovation and entrepreneurship (pp. 372-392). *IGI Global*.
- Kaplan, A. M. (2012). If you love something, let it go mobile: Mobile marketing and mobile social media 4x4. *Business horizons*, 55(2), 129-139.
- Karabulut, D. (2010). Bilgisayara dayalı iletişim: KUTUP-L tartışma listesinin bibliyometrik analizi. (*Master Thesis*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2007). Partners in coffeeshops, canals and commerce: Marketing the city of Amsterdam. *Cities*, 24(1), 16-25.

- Kirářová, A., & Pavlířeka, A. (2015). Development of social media strategies in tourism destination. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 175, 358-366.
- Lin, W. Y. C. (2012). Research status and characteristics of library and information science in Taiwan: a bibliometric analysis. *Scientometrics*, 92(1), 7-21
- Lu, C., Berchoux, C., Marek, M. W., & Chen, B. (2015). Service quality and customer satisfaction: qualitative research implications for luxury hotels. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Manap, K. A., & Adzharudin, N. A. (2013). The role of user generated content (UGC) in social media for tourism sector. In *The 2013 WEI international academic conference proceedings* (Vol. 7, No. 1, pp. 52-58).
- Mihalic, T., Mohamadi, S., Abbasi, A., & Dávid, L. D. (2021). Mapping a sustainable and responsible tourism paradigm: A bibliometric and citation network analysis. *Sustainability*, 13(2), 853.
- Murat, T. E. K. (2009). Kamu yatırımlarında turizmin yeri, Türkiye turizm stratejisi 2033'de marka kentler projesi: Eleştirel bir değerlendirme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20(2), 169-184.
- Niu, Y., Wang, C. L., Yin, S., & Niu, Y. (2016). How do destination management organization-led postings facilitate word-of-mouth communications in online tourist communities? A content analysis of China's 5A-class tourist resort websites. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(7), 929-948.
- Polat, C., Sağlam, M., & Tuğba, S. A. R. I. (2013). Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi'nin bibliyometrik analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2), 273-288. ).
- Pop, R. A., Săplăcan, Z., Dabija, D. C., & Alt, M. A. (2021). The impact of social media influencers on travel decisions: The role of trust in consumer decision journey. *Current Issues in Tourism*, 1-21.
- Pritchard, A. (1969). "Statistical Bibliography or Bibliometrics", *Journal of Documentation*, 25(4): 348-349
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C. L. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: A 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535.
- Sánchez, A. D., Del Río, M. D. L. C., & García, J. Á. (2017). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WoS. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 8-15.
- Shi, X., Zhou, Y., & Li, Z. (2021). Bibliometric analysis of the Doctor of Nursing Practice dissertations in the ProQuest Dissertations and Theses database. *Journal of advanced nursing*.
- Stephens, T., Jacobs Jr, D. R., & White, C. C. (1985). A descriptive epidemiology of leisure-time physical activity. *Public health reports*, 100(2), 147.
- Şahin, S., & Acun, A. (2015). Turist rehberliği alanının bibliyometrik profili (Makaleler ve Lisansüstü Tezler), *16. Ulusal Turizm Kongresi*, 12-15.
- Şen, Ö. (2019). Bibliyometrik analiz yöntemi ile ağızdan ağıza iletişim (wom) konusunun incelenmesi. *Social Sciences Studies Journal*, 6(54), 1-10.
- Taleb, T., Ksentini, A., Chen, M., & Jantti, R. (2015). Coping with emerging mobile social media applications through dynamic service function chaining. *IEEE Transactions on Wireless Communications*, 15(4), 2859-2871.
- Temizkan, P., Çiçek, D., & Özdemir, C. (2015). Bibliometric profile of articles published on health tourism Sağlık turizmi konusunda yayınlanan makalelerin bibliyometrik profili. *Journal of Human Sciences*, 12(2), 394-415.
- Tiago, M. T. P. M. B., & Verissimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother?. *Business horizons*, 57(6), 703-708.
- Tosyalı, H. (2021). COVID-19 Konulu Medya ve İletişim Çalışmalarının Bibliyometrik Profili. *Selçuk İletişim*, 14(4), 1578-1604.
- Tseng, M. L., Sujanto, R. Y., Iranmanesh, M., Tan, K., & Chiu, A. S. (2020). Sustainable packaged food and beverage consumption transition in Indonesia: Persuasive communication to affect consumer behavior. Resources, *Conservation and Recycling*, 161, 104933.
- TÜBİSAD, 2021. <https://www.tubisad.org.tr/tr/guncel/detay/Turkiye-bilgi-ve-iletisim-teknolojileri-sektorunun-buyuklugu-189-milyar-liraya-ulasti/58/3294/0>. [Accessed: 11 December 2021].
- Ulu, S., & Akdağ, M. (2015). Dergilerde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili: Selçuk İletişim Örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), 5-21.

UNWTO, 2021. <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>. [Accessed: 24 December 2021].

Ünal, Y. (2008). Dergi kullanım verilerinin bibliyometrik analizi ve koleksiyon yönetiminde kullanımı. (*Phd Thesis*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Wood, S. A., Guerry, A. D., Silver, J. M., & Lacayo, M. (2013). Using social media to quantify nature-based tourism and recreation. *Scientific reports*, 3(1), 1-7.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Investigating the Effect of Intercultural Communication Apprehension on Intercultural Willingness to Communicate with Structural Equation Modeling

Ömer Faruk KOÇAK\* 

## ABSTRACT

Intercultural communication anxiety is expressed as fear or anxiety associated with communicative actions established or planned to be established with groups of different cultures and ethnicities. This anxiety, which can manifest itself in the education processes of international students, who are important actors of intercultural communication, can negatively affect the willingness of students to communicate with other ethnic groups. The purpose of this study is to demonstrate the effect of international students' intercultural communication apprehension on intercultural willingness to communicate with a proposed research model. 290 (164 male, 126 female) international students studying in Kayseri participated in the research. Structural equation model was used in data analysis in this study, in which data were collected by questionnaire method. As a result of the analysis, the proposed research model was confirmed. As a result of the research, it has been determined that intercultural communication apprehension has a negative effect on the intercultural willingness to communicate.

**Keywords:** Intercultural Communication, Intercultural Communication Apprehension, Intercultural Willingness to Communicate, International University Students.

## Kültürlerarası İletişim Kaygısının Kültürlerarası İletişim İsteği Üzerine Etkisinin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi

### ÖZ

Kültürlerarası iletişim kaygısı, farklı kültür ve etnik kökene sahip gruplarla kurulan ya da kurulması planlanan iletişimsel eylemlerle ilişkili korku veya endişe olarak ifade edilmektedir. Kültürlerarası iletişimin önemli aktörleri olan uluslararası öğrencilerin eğitim süreçlerinde kendini gösterebilen bu kaygı, öğrencilerin diğer etnik gruplarla iletişim kurma isteği olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu çalışmanın amacı, önerilen bir araştırma modeli ile uluslararası öğrencilerin kültürlerarası iletişim kaygılarının, kültürlerarası iletişim isteği düzeyleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Araştırmaya Türkiye'de öğrenim gören 290 (164 erkek, 126 kadın) uluslararası öğrenci katılmıştır. Verilerin anket yöntemiyle toplandığı bu çalışmada, veri analizinde yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Analiz sonucunda önerilen araştırma modeli doğrulanmıştır. Araştırma sonucunda, kültürlerarası iletişim kaygısının kültürlerarası iletişim kurma isteği üzerinde olumsuz etkisi olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürlerarası İletişim, Kültürlerarası İletişim Kaygısı, Kültürlerarası İletişim İsteği, Uluslararası Üniversite Öğrencileri.

### 1. Introduction

At the beginning of the developments and innovations brought by the 21st century in terms of human life, there are important changes in the way, type and frequency of people's communication. Intercultural communication, which is defined as operational and symbolic process (Gudykunst and Kim 1997, p. 22), which involves attributing meaning between people from different cultures, is one of the types of communication that is significantly affected by this change and transformation process. Today, the relative stagnation of the past in terms of intercultural communication has completely disappeared. The situations where most of the people live in a limited geographical area, do not meet people of different cultures and races throughout their lives, and the number of people they encounter in their lives are limited to people within the distance they can reach by using only muscle power or a riding animal, is not valid for a large part of the world population today. Many factors that develop and change, especially due to technological breakthroughs, offer people from different cultures the opportunity to interact with each other very easily and quickly (Neuliep, 2018, p. 34). In the words of Wallis and Steptoe (2006), people are now global citizens of McLuhan's global village that emerged as a result of the rapid development of transportation and communication networks. Therefore, communicating with people from different cultural and linguistic backgrounds has become an ordinary act for everyone. It can be seen that this judgment is

\* Arş. Gör. Dr., Erciyes Üniversitesi, okocak@erciyes.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 31.07.2022

supported, especially when looking at the numbers of international students. As a result of the countries' support for multicultural education policies in recent years, the number of international students has approached 6 million worldwide (OECD, 2021). The same is true for Türkiye. As of 2021, the number of international students increased by 19% compared to 2020 and was calculated as 185,047 (Studyinturkey, 2021). The figures in question mean a lot in terms of social and cultural meanings, as well as in terms of intercultural communication processes and results of international students. It can be stated that understanding the nature of intercultural communication has become much more important, especially due to the significant increase in the intensity of intercultural contact. Two important concepts related to making sense of intercultural communication processes and results are intercultural communication apprehension and intercultural willingness to communicate.

This study, which deals with the relationship between intercultural communication willingness and intercultural communication apprehension from the dimension of international students, is a quantitative study conducted on a sample of 290 students studying at Erciyes University in Türkiye. In the study, the data were collected by the survey method; in the study, questions asking for demographic information of international students and a Likert-Type question set aiming to measure intercultural willingness to communicate and intercultural communication apprehension levels were used.

## 2. Theoretical Background

Today's conditions represent a period in which significant developments have been gone through in communication and transportation technologies, the world population has increased in a rapid way, many countries have been integrated to the globalization process, the number of the student exchange programmes have increased to a considerable extent and the tourism facilities have got enhanced. Together with the said developments, the present day is at the same time a period in which the profound differences relating to the socio-economic development levels in between the countries have increased and in which political, ethnical and religious conflicts that end up with collective violence are gone through in various regions of the world (Desjarlais, Eisenberg, Good and Kleinman, 1995, p. 15 – 34). The said developments make up the dynamics that have a significant impact on the structures of communities; nevertheless, they arouse attention as the triggering elements of a number of divergent changes. At the beginning of the said changes that are gone through, migration, which is described as the changing of the geography in which people stand physically by them on a temporary and permanent basis. Despite the fact that migration is one of the popular notions of recent times; in particular, the existence of that within the human life goes back to the ancient times of history in that the human beings were continuously migrating due to divergent reasons. throughout the history. However, the most significant point that differentiates the present day from the other periods is the fact that the movements of migration are occurring densely than ever before in history (Van Oudenhoven, 2006, p. 163).

Despite the fact that the reason for migration (economic elements, political elements, safety elements, tourism, education, sports etc.) as well as the status of the migrants (refugee, asylum seekers, students etc.) differentiate, the numerical data manifest the critical aspects of the phenomenon of migration. In accordance with the report by The International Organization for Migration; the number of the international migrants that amounted to 160 million in 1990 became 173 million in the year of 2000; whereas 220 million in 2010 and 281 million in the year of 2020; in other words, it has turned to a phenomenon that is inclusive of 3,6 % of the total world population (IOM, 2022). More specifically in relation to the issue, it is possible to state that the figures relating to the international students that make up the topic of the study, show a tendency as similar to the overall migration movements. The elements in the form of facilitation of the international travelling freedom and adoption of new policies by the governments that intend for the boosting of the international education ensure that the number of facilities of education and student exchange programmes are escalated and as a consequence, it becomes evident that the said situation causes an increase of the migrations of students. Likewise, considering the data of UNESCO, it is possible to observe the said increase. The number of international students, which had amounted to 800 thousand in the year of 1975, became 1,3 million in 1990; whereas, 2,8 million in 2005 and upon arrival in the year of 2021, it exceeded 5 million. Acceptance of international students that

had begun under the leadership of the USA and the European countries firstly, continues to become widespread with involvement of the divergent countries presently. Türkiye being one of the said countries, is hosting the international students that grow in number every single year. Upon the international education becoming a government policy, divergent institutions primarily the Presidency for Turks Abroad and Related Communities, YOK, make an endeavor intending that the education in Türkiye will possess a multi-cultural structure. As a result of the said studies that have been carried out, the number of international students that are present in Türkiye has accelerated by a ratio of 75 % in the last 10 years; upon arrival in the year 2021, it has reached a number of 224 thousand ([www.studyinturkey.gov.tr](http://www.studyinturkey.gov.tr)).

As part of the migration literature, the university students are classified within the category of *sojourner* that is in use in order to indicate the persons that are present at abroad temporarily for a specific target (Ward, Bochner&Furnham, 2005, p. 21). In the recent period, the international students, being one of the primary resources of economic, human capital and cultural mobility from the angle of the countries, are described as *the bearers of culture* (Sam, 2001, p. 315) as part of the relevant literature additionally. Their main goal is to possess a knowledge relating to the profession that they plan to conduct in the future. In order to actualize the said goal, their time of residence in the country to which they have come with the purpose of education may range from a couple of months to a couple of years. The preference of international students to continue their education in a different country reveals the different situations brought about by being included in a new society. Especially the unpredictable and obscure situations regarding the cultural codes, daily life practices and interaction rituals of the host society are the leading ones. Because it also emphasizes the mentioned situations in the definition of intercultural communication and is expressed as a type of communication potentially full of novelty, familiarity, difference and uncertainty (Neuliep and McCroskey 1997, p. 147). Therefore, the main way for international students to eliminate the uncertainty, which is also included in the definition of intercultural communication, to have information about their environment and to adapt to the social environment, is again through intercultural communication (Kim, 2001, p. 36). Because communication is the basis of cultural exchange and learning (Kim, 1976, p. 14), and the norms, values and traditions of the host are transmitted through communication (Huang, 2010, s. 8). In other words, intercultural communication is a transfer process in which students gain awareness and understanding of their environment (Choi and Tamborini, p. 1988), and the most suitable ground for intercultural communication is when individuals with a high level of intercultural willingness to communicate participate in communication. Therefore, the development of strong interpersonal relationships is largely due to the amount of communication that people are willing to participate in (Zeng, 2010, p. 19) and as the frequency of communication with the host increases, it is stated that there are positive consequences of intercultural communication (Lu and Hsu, 2008, p. 75). One of the concepts related to communicating with the host is the concept of intercultural communication willingness.

The theoretical structure regarding the concept of intercultural willingness to communicate is fed by the concept of willingness to communicate, introduced by McCroskey and Richmond (1987). Willingness to communicate refers to an individual's tendency to communicate when he encounters others, when the individual is completely free to choose whether he wants to communicate (McCroskey and Richmond 1990, s. 72). This willingness expresses the general personality orientation of the individual towards speech, which is the central element of interpersonal communication (McCroskey and Richmond 1987). According to Berger and Calabrese (1975, p. 110); the main way for all interpersonal relationships to reach closer stages is through the amount and duration of speaking. Although speech is a vital component in interpersonal communication and the development of interpersonal relationships in all cultures, people actually differ dramatically in the degree to which they speak (Barraclough, et al., 1998, p. 188). Some people tend to talk more than others, while others, on the contrary, tend to talk less. McCroskey and Richmond (1987), the theory is also known as a theory created to refer to an individual's general personality orientation towards speech. McCroskey (1992) developed a theory-oriented measurement tool and aimed to measure people's willingness to communicate (eg talking to a group of strangers, talking to a psychologist, talking to a group of friends) in the context of the situation they encounter in daily life.

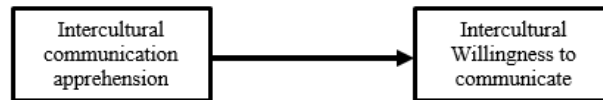
The concept of intercultural willingness to communicate emerged by Kassing (1997, p. 400) as McCroskey and Richmond (1987) approached the theory of communication willingness from an intercultural perspective. While willingness to communicate deals with initiating interaction with friends, acquaintances and strangers of the same culture or ethnicity, intercultural willingness to communicate deals with interactions with people from different cultures and ethnicities (Kassing, 1997). Willingness to intercultural communication is defined as a person's tendency to initiate intercultural communication encounters (McCroskey and Richmond 1990). Individuals with a high willingness to intercultural communication tend to show a high willingness to communicate with their partners to initiate intercultural interactions. They make an effort to share their feelings and ideas with people from different cultural backgrounds. According to Kassing (1997); although the willingness to communicate interculturally is related to the willingness to communicate in daily life, it differs. In other words, there may not always be a direct proportion between the two, and according to Kassing (1997); McCroskey and Richmond's (1987) concept of willingness to communicate falls short of explaining intercultural communication. E.g; a person with a low willingness to communicate may not have a low willingness for intercultural communication, or a person with a high willingness to communicate may have a high or low level of willingness for intercultural communication. It is also possible that a person who immediately initiates communicative encounters in his or her own culture hesitates to do so in intercultural environments (Kassing, 1997). Therefore, the structure of the willingness to communicate between cultures seems to be an important detail that should be evaluated differently from the willingness to communicate within the culture in daily life.

The concept to be discussed in connection with the willingness to communicate interculturally is the apprehension of intercultural communication. Anxiety is a multifaceted response that includes subjective tension, feelings of anxiety and is characterized as an unpleasant emotional state related to a potentially negative outcome that an individual perceives to be approaching (Neuliep and McCroskey 1997, p. 146). Intercultural communication apprehension is expressed as fear or anxiety associated with real or expected interaction with people from different groups, especially different cultural or ethnic groups (Neuliep and McCroskey, 1997, p. 147).

Intercultural communication processes do not always arise in line with expectations and desires. As mentioned earlier, uncertainty is high in intercultural communication, low level of familiarity, and occasionally contacting people with different cultural codes can cause anxiety. Gudykunst and Kim (1997, p. 14) state that when individuals face cultural differences, they tend to see people from other cultures as outsiders. Foreigners are unknown people who are members of different groups, and individuals with high intercultural communication apprehension are less likely to approach foreigners in the context of intercultural communication (Neuliep, 2012, p. 7). Therefore, people do not have much idea of what constitutes an appropriate communicative behavior in communicative actions. Especially the first stages of the process of inclusion in the host society can be painful for many immigrants. Immigrant individuals may face negative situations such as stress, alienation, isolation and culture shock from time to time against the sudden change of the social environment. The aforementioned negative situations can also be reflected in the behavior of immigrant individuals and they become individuals with communication anxiety who avoid communicating with the host society. Therefore, the lack of information due to lack of communication increases anxiety and such a situation can significantly reduce the willingness for intercultural communication. Studies (Gudykunst and Nishida 2001; Neuliep and Ryan 1998) have shown that individuals with high intercultural communication apprehension tend to express themselves less in intercultural communication. However, some studies (Lin and Rancer 2003; McCroskey and Richmond 1987; McCroskey and Richmond 1990) have shown that intercultural communication apprehension is one of the most important predictors of intracultural and intercultural communication willingness. Moreover, individuals with low willingness for intercultural communication may also have lower levels of intercultural adaptation and intercultural communication skills (Gudykunst and Nishida 2001; Neuliep and Ryan 1998). Thus, Gudykunst (1995, p. 10) argued that effective intercultural communication relies, at least in part, on the ability to manage anxiety and uncertainty.

### 3. Proposed Model and Research Hypothesis

Intercultural communication apprehension can be expressed as one of the situations that international students are likely to face in the new cultural environment. More importantly, the negative consequences of intercultural communication apprehension and the existence of different situations that it will affect. The model proposal of the study; It focuses on the potential impact that may occur in the willingness to intercultural communication, at the beginning of the negative situations that arise as a result of intercultural communication apprehension. Figure 1, expresses the model proposal that reflects the relationship between intercultural communication apprehension and intercultural communication willingness.



**Figure 1.** model proposal for intercultural communication apprehension and intercultural willingness to communicate

The research question and hypothesis created in line with the model in Figure 1 are as follows:

**RQ1:** Does intercultural communication apprehension affect the level of intercultural willingness to communicate among international students?

**H1:** Intercultural communication apprehension of international students negatively affect their level of willingness to intercultural communication.

### 4. Method

#### 4.1 Participants and Procedure

400 surveys that were made ready in line with the study have been handed over to three universities that is in activity in Kayseri and that involve international students; however, since no adequate feedbacks have been received from the two out of them, the said universities have been excluded from the scope of the research. 300 students out of 2724 international students, who receive education in Erciyes University, in which the study was conducted, who were selected as based on a simple random method, filled in the surveys. 10 surveys out from those that were filled in using a face-to-face data acquisition method have not been exposed to evaluation by reason of missing data and the ticking of the same option of reply to all of the questions. Participants came to Türkiye from 44 different countries, mainly Afghanistan, Syria, Azerbaijan, Chad, Indonesia, Kyrgyzstan and Kazakhstan, for their undergraduate education. Other descriptive statistics of the participants are presented on table 1.

**Table 1.** Descriptive data of participants

| Statistical data   | Gender |         | Age                     |                         |                         |                    | Length of stay in Türkiye |                    |                    |                  |
|--------------------|--------|---------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------|---------------------------|--------------------|--------------------|------------------|
|                    | Female | Male    | Between 18-20 yeras old | Between 20-22 years old | Between 22-24 years old | 24 years and older | More than 3 years         | Betwe en 2-3 years | Betwe en 1-2 years | Less than 1 year |
| <b>Number</b>      | 126    | 164     | 22                      | 57                      | 101                     | 110                | 177                       | 83                 | 28                 | 2                |
| <b>Percent</b>     | %43,44 | %56,55  | %7,58                   | %19,65                  | %34,82                  | %37,93             | %61                       | %28,6              | %9,7               | %0,7             |
| Students' homeland |        |         |                         |                         |                         |                    |                           |                    |                    |                  |
| Country            | Number | Percent | Country                 | Number                  | Percent                 |                    |                           |                    |                    |                  |
| Syria              | 20     | %6,89   | Kazakhstan              | 14                      | %4,82                   |                    |                           |                    |                    |                  |
| Afghanistan        | 40     | %13,79  | Kyrgyzstan              | 18                      | %6,2                    |                    |                           |                    |                    |                  |
| Azerbaijan         | 25     | %8,62   | Egypt                   | 17                      | %5,86                   |                    |                           |                    |                    |                  |
| Chad               | 15     | %5,17   | Morocco                 | 14                      | %4,82                   |                    |                           |                    |                    |                  |
| Indonesia          | 14     | %4,82   | Others                  | 131                     | %45,17                  |                    |                           |                    |                    |                  |
| <b>Total</b>       |        |         |                         | <b>290</b>              | <b>%100</b>             |                    |                           |                    |                    |                  |

## 4.2 Measuring Tools

### 4.2.1 Intercultural Willingness to Communicate Scale

The scale developed by Kassing (1997) to measure the level of intercultural willingness to communicate has 12 items (6 items are filler items). Individuals who answer the scale have values among the extremely reluctant and very willing, according to their responses to the scale substances. The maximum score of the scale according to 6 measuring items is 600. 300 and six points are considered low intercultural willingness to communicate, and 301 and above are considered high intercultural willingness to communicate. In this study, the scale was adapted to a 5-point Likert Type (1-never, 2- rarely, 3- sometimes, 4- often, 5- always). These changes were made in order not to confuse the participants and at the same time to be consistent with the intercultural communication apprehension scale. Therefore, the maximum score for the current scale is 30. A score of 15 and below was accepted as low intercultural communication willingness to communicate, and 16 and above points were accepted as high intercultural willingness to communicate. In addition, 6 temporary items of the scale were not included in the questionnaire. The scale has a single factor and the Cronbach's alpha value was calculated as .94 in the study by Kassing (1997). In this study, Cronbach's alpha value was calculated as .829.

### 4.2.2 Intercultural Communication Apprehension

This scale, developed by Neuliep and McCroskey (1997), has 14 items and was created in a 5-point Likert type (1-Strongly disagree, 2-Disagree, 3-Undecided, 4-Agree, 5-Strongly agree). The scale has two factors, and 7 of the scale items report positive expressions with intercultural communication apprehension, while the remaining 7 items report negatively on intercultural communication apprehension. The total score of the scale ranges from 14 to 70. A total score of less than 32 indicates low intercultural communication apprehension, while a score above 52 indicates high intercultural communication apprehension. A score between 32 and 52 indicates a moderate level of intercultural communication apprehension (Ay, et al., 2018). In the analysis made by Neuliep and McCroskey (1997), it was observed that the scale question set had a two-factor structure in accordance with the way it was prepared. In the same study, the Cronbach's alpha internal validity coefficient of the scale was calculated as .915. Ay et al. (2018) calculated the  $\alpha$  coefficient as 0.89, while Balcı et al. (2020) reported it as .78. In this study, the internal consistency coefficient of the scale was found to be 809.

## 4.3. Ethics Committee Approval

This study was found to be ethically appropriate by the Erciyes University Human Research Ethics Committee with the approval form with the article number 88 dated 23.02.2021.

## 5. Findings

### 5.1 Descriptive Statistics

**Table 1.** Participants' Level of Intercultural Communication Anxiety.

| Variables                                | M     | (max.-min) | SD   |
|--|-------|------------|------|
| Intercultural Communication Apprehension | 41,04 | 24-61      | 5,30 |

When the intercultural communication apprehension levels of the research participants are examined, it is seen that the average value is 41.04. Therefore, it can be stated that the Intercultural communication Apprehension level of the students is at the "moderate" level. It is found that the anxiety level score of the participant reporting the lowest anxiety in the sample was 24, and the anxiety score of the participant reporting the highest anxiety was 61.

**Table 2.** Group Distribution of the Participants' Intercultural Communication Apprehension Levels.

| Level of Intercultural Communication Apprehension | F   | %     |
|---|-----|-------|
| Low   | 27  | 9,31  |
| Medium  | 250 | 86,20 |
| High  | 13  | 4,48  |

As seen in Table 2, 9,31% of the research participants reported low-level communication apprehension, 86,20% medium-level, and 4,48% reported high-level communication apprehension. Therefore, it can be stated that students generally do not have a significant concern in terms of intercultural communication.

**Table 3.** The Level of Intercultural Willingness to Communicate of Participants.

| Variables                                | M     | (max.-min) | SD   |
|--|-------|------------|------|
| Intercultural Willingness to Communicate | 22,76 | 10-30      | 4,38 |

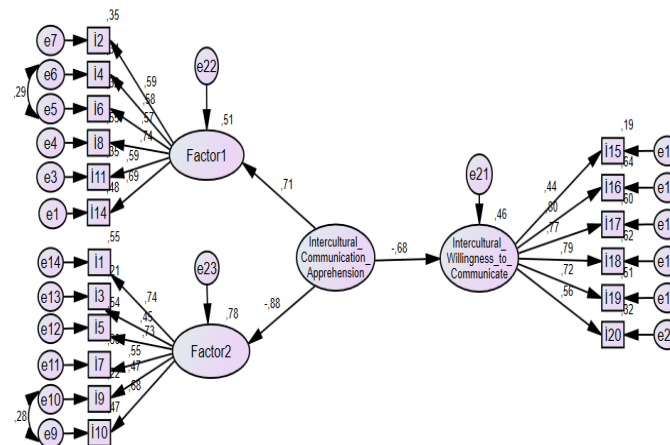
Table 3, refers to descriptive statistics for the intercultural communication to willingness levels of international students. 15 points and gold on the scale of intercultural communication express a low level of intercultural willingness to communicate; it is stated that above 15 points expressed a high level of intercultural willingness to communicate. According to Table 3, it can be stated that the level of intercultural willingness to communicate of international students is high (M=22.76).

**Table 4.** Group Distribution of Participants' Level of Intercultural Willingness to Communicate.

| Level of Intercultural Willingness to Communicate | F   | %     |
|---|-----|-------|
| Low   | 14  | 4,82  |
| High  | 276 | 95,18 |

According to Table 4; While 95,18% of the participants have a high level of intercultural willingness to communicate, 4,82% have a low level of intercultural willingness to communicate.

**5.2. Structural Model**



**Figure 2.** Structural Equality Modeling Results For Intercultural Communication Apprehension and Intercultural Willingness To Communicate Relationship

$\beta$  = Standardized regression coefficients that determine the effect of one variable on another when other variables are controlled

$R^2$  = The square of the multiple correlation coefficients that make up the amount of variance explained by the predictor variables in the observed variable.

**Table 5.** Structural Model Compliance Goodness Values.

| Compliance Indexes | GFI  | CFI  | RMSEA | $\chi^2$ | df  | $\chi^2/df$ | SRMR  |
|--------------------|------|------|-------|----------|-----|-------------|-------|
|                    | ,908 | ,945 | ,057  | ,160,7   | ,97 | 1,65        | ,0615 |

Figure 2, shows the analysis results of the measurement model consisting of intercultural communication apprehension and intercultural willingness to communicate variables. Maximum Likelihood calculation method was used because the data showed normal distribution. GFI ,882, CFI ,907 RMSEA ,076,  $\epsilon$  2 212,5 df 101  $X^2/df=$  2,10 SRMR ,0760 were obtained when the compliance good values

were examined in the model created. Due to poor compliance value, items 12 and 13 of the intercultural communication scale in the model were removed from the measurement model because their standardized regression coefficients remained below 40.

In the re-analysis, since the goodness of fit values were not at the desired level, the modification indices were examined and a covariance structure between e9 and e10 and between e5 and e6 was proposed. When the proposed structure was created and the model was re-analyzed, the model fit values were obtained within the desired limits (GFI 908, CFI, 945 RMSEA ,057  $\chi^2$  160,7 df 97  $\chi^2/df=$  1,65 SRMR ,0615).

**Table 6.** Estimated Values for the Structural Equation Model.

|  |      |  | Standardized Coefficients | Non-Standardized Coefficients | S.E. | C.R.   | P     |
|--|------|--|---------------------------|-------------------------------|------|--------|-------|
| Intercultural Willingness to Communicate | <--- | Intercultural Communication Apprehension | -,676                     | -,614                         | ,156 | -4,210 | <0,01 |

After the validation of the measurement model, the hypothesis of the research was tested on the structural model with latent variables. The results of the measurement and structural model are presented in table 6. According to the SEM results; it is determined that intercultural communication apprehension negatively affected the intercultural willingness to communicate at a significant level ( $\beta=$  -.68,  $p<0.01$ ). According to the results in figure 1, it is seen that the intercultural communication apprehension variable in the path analysis explained 46% ( $R^2=$  .46) of the change in intercultural willingness to communicate. In the light of these results, H1 (intercultural communication apprehension of international students negatively affects their level of intercultural willingness to communicate) was accepted.

## 6. Discussion and Conclusion

The present study addressed the effect of intercultural communication apprehension intercultural willingness to communicate. The approval has been received from the Erciyes University Human Research Ethics Committee to comply with scientific ethics. In line with the results obtained from the study, the research hypothesis was supported. The research results showed that intercultural communication apprehension has a negative effect on the intercultural willingness to communicate. Therefore, the model proposal created for the existing sample and variables was accepted.

The results also indicate that international students studying in Türkiye have a moderate level of anxiety. These results are similar to those of studies conducted by Bozkaya and Erdem Aydın (2010) on international students studying in Türkiye. On the other hand, it differs with the results of studies carried out by Olkun and Ögüt (2018), Balcı et al (2020).

In addition, 27 (9,31%) of international students expressed low levels, 250 (86,20%) moderate and 13 (9,31%) high levels of intercultural communication apprehension. When we looked at the intercultural willingness to communicate levels of international students, it is seen that the students indicated a high level of intercultural willingness to communicate s on average. 276 (95,15%) of the students stated a high level of intercultural willingness to communicate, while 14 (4,82%) specified a low level of intercultural willingness to communicate.

The results of the effect of the willingness of intercultural communication, which expresses the model of the study, on the willingness for intercultural communication are remarkable. According to the results, intercultural communication apprehension negatively affects the willingness of intercultural communication. This result is similar to other studies in the literature (Lin and Rancer, 2003, Roach and Olaniran, 2001, Logan, et al., 2015).

Intercultural communication is a process that paves the way for people with different ethnic and cultural identities to share common meanings. International students are one of the important actors of intercultural communication. Students who leave their homeland and come to different countries find themselves in a heterogeneous structure. The suddenly changing social environment sometimes presents



difficulties for students in adapting. Concerns about communicating with the host, especially other students from different countries, are one of these difficulties. This anxiety experienced in the context of communicative actions, which is the cornerstone of daily life, has the potential to negatively affect the social relations and educational processes of international students. As a result, anxiety experienced in any subject can reduce the willingness to do that thing. Therefore, studies with more participants and addressing different samples may allow the results to be more generalized. In addition, other factors that affect the willingness for intercultural communication in a positive or negative way can be discussed in subsequent studies, or intercultural communication apprehension can be treated as a dependent variable and other factors affecting this variable can be determined as the subject of the study.

## References

- Ay, E., E. Kavuran, & N. Turkoglu (2018). Intercultural communication apprehension scale (PRICA): validity and reliability study in turkish. *International Journal of Caring Sciences*, 11(3): 1638-1646. [http://www.internationaljournalofcaringsciences.org/docs/35\\_turkoglu\\_original\\_11\\_3.pdf](http://www.internationaljournalofcaringsciences.org/docs/35_turkoglu_original_11_3.pdf).
- Balcı, S., N. Öğüt, & N. Barbakh (2020). Yabancı uyruklu öğrencilerin kültürlerarası iletişim kaygısı ile yalnızlık düzeyleri arasında bir bağlantı var mı? *Turkish Studies - Social*, 15(3): 965-982. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.39411>
- Barracough, R., D.M. Christophel, & J. McCroskey (1998). Willingness to communicate: A cross-cultural investigation. *Communication Research Reports*, 5(2): 187-192. <https://doi.org/10.1080/08824098809359822>
- Berger, C.R., & R.J. Calabrese (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2): 99-112. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1975.tb00258.x>
- Bozkaya, M., & İ. Erdem Aydın (2010). Kültürlerarası iletişim kaygısı: Anadolu Üniversitesi Erasmus Öğrencileri Değişim Programı örneği. *Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 1(39): 29-42. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuifd/issue/22854/244025>
- Choi, J., & R. Tamborini (1988). Communication-acculturation and the cultivation hypothesis: A comparative study between two Korean communities in the U.S. *Howard Journal of Communications*, 57-74. <https://doi.org/10.1080/10646178809359669>
- Desjarlais, R., Eisenberg, L., Good, B. ve Kleinman, A. (1995). *World Mental Health. Problems and Priorities in Low-Income Countries*. New York: Oxford University Press.
- Gudykunst, W. B., & T. Nishida (2001). Anxiety, uncertainty, and perceived effectiveness of communication across relationships and cultures. *International Journal of Intercultural Relations*,(25), 55-72. [https://doi.org/10.1016/S0147-1767\(00\)00042-0](https://doi.org/10.1016/S0147-1767(00)00042-0)
- Gudykunst, W. B., & Y.Y. Kim (1997). *Communicating with Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill.
- Gudykunst, W.B. (1995). Anxiety/uncertainty management (AUM) theory. In R. Wiseman (ed.), *Intercultural Communication Theory* (8-58). Thousands Oaks: CA: Sage.
- Higher Education in Numbers (2021). [https://www.studyinturkey.gov.tr/StudyinTurkey/\\_PartStatistic](https://www.studyinturkey.gov.tr/StudyinTurkey/_PartStatistic). (accessed 04 January 2021).
- Huang, Y. (2010). *Acculturation and Academic Performance the Role of Media Use and Interpersonal Communication Among International Students*. Doctoral thesis. New York: University at Buffalo. <https://www.proquest.com/>
- IOM. (2022). *World Migration Report 2022*. Geneva: International Organization for Migration.
- Kassing, J. W. (1997). Development of the intercultural willingness to communicate scale. *Communication Research Reports*, 14(4): 399-407. <https://doi.org/10.1080/08824099709388683>
- Kim, Y. Y. (1976). *Communication Patterns of Foreign Immigrants in the Process of Acculturation: A Survey among the Korean Population in Chicago*. Doctoral thesis. Evanston: Northwestern University. <https://www.proquest.com/>
- Kim, Y. Y. (2001). *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-cultural Adaptation*. Thousand Oaks: CA: Sage.

Lin, Y., & A.S. Rancer (2003). Ethnocentrism, intercultural communication apprehension intercultural willingness-to-communicate, and intentions to participate in an intercultural dialogue program: Testing a proposed model. *Communication Research Reports*, 20(1), 62-72. <https://doi.org/10.1080/08824090309388800>

Logan, S., Z. Steel & C. Hunt (2015). Investigating the effect of anxiety, uncertainty and ethnocentrism on willingness to interact in an intercultural communication. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 46(1): 39-52. <https://doi.org/10.1177/0022022114555762>

Lu, Y., & C.F. Hsu (2008). Willingness to communicate in intercultural interactions between Chinese and Americans. *Journal of Intercultural Communication Research* 2(37), 75-88. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1071.2677&rep=rep1&type=pdf>

McCroskey, J. C. (1992). Reliability and validity of the willingness to communicate scale. *Communication Quarterly*, 40(1), 16-25. <https://doi.org/10.1080/01463379209369817>

McCroskey, J. C., & V.P. Richmond (1987). Willingness to communicate. In J. C. McCroskey, & J. A. Daly (eds.), *Personality and Interpersonal Communication*. Newbury Park: CA: Sage.

McCroskey, J. C., & V.P. Richmond (1990). Willingness to communicate: Differing cultural perspectives. *Southern Communication Journal*, 56(1), 72-77. <https://doi.org/10.1080/10417949009372817>

Neuliep, J. W. (2012). The relationship among intercultural communication apprehension, ethnocentrism, uncertainty reduction, and communication satisfaction during initial intercultural interaction: an extension of anxiety and uncertainty management (AUM) theory. *Journal of Intercultural Communication Research*, 41(1), 1-16. <https://doi.org/10.1080/17475759.2011.623239>

Neuliep, J. W. (2018). *Intercultural communication: A contextual approach*. Los Angeles: SAGE Publishing.

Neuliep, J. W., & D.J. Ryan (1998). The influence of intercultural communication apprehension and socio-communicative orientation on uncertainty reduction during initial cross-cultural interaction. *Communication Quarterly*, 46(1), 88-99. <https://doi.org/10.1080/01463379809370086>

Neuliep, J. W., & J.C. McCroskey (1997). The development of intercultural and interethnic communication apprehension scales. *Communication Research Reports*, 14(2), 145-156. <http://www.jamescmccroskey.com/publications/169.pdf>

OECD iLibrary (2021). <https://www.oecd-ilibrary.org/statistics>. (accessed 04 January 2021)

Olkun, E., & N. Ögüt (2018). Üniversite Öğrencilerinin Kültürlerarası İletişim Kaygı Düzeyi: Selçuk Üniversitesi Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies* (69): 513-525. <https://doi.org/10.9761/JASSS7770>

Roach, K. D., & B.A. Olaniran (2001). Intercultural willingness to communicate and communication anxiety in international teaching assistants. *Communication Research Reports*, 18(1), 26-35. doi:<https://doi.org/10.1080/08824090109384779>

Sam, D. L. (2001). Satisfaction with life among international students: An exploratory study. *Social Indicators Research*, 315-337.

Van Oudenhoven, J. P. (2006). Immigrants. In D. L. Sam ve J. W. Berry (Ed.), *The Cambridge Handbook of Acculturation Psychology*. (p. 163-180). Cambridge : Cambridge University Press.

Wallis, C., & S. Steptoe (2006, Aralık). *How to bring our Schools out of the 20th century*. <http://content.time.com/time/nation/article/0,8599,1568429,00.html> (accessed 11 March 2021).

Ward, C., Bochner, S., & Furnham, A. (2005). *The Psychology of Culture Shock*. Taylor & Francis e-Library.

Zeng, M. (2010). *Chinese Students' Willingness to Communicate in English in Canada*. Doctoral thesis. Windsor, Canada: The University of Windsor. <https://www.proquest.com/>

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Ahîlik Teşkilatı'ndaki Denge İlkesinin Kur'ânî Temelleri

Ayşe Betül ORUÇ\* 

## ÖZ

Ahîlik kendine has ilkeleri ve sistemiyle mensuplarına bir hayat nizamı sunmaktadır. Bu hayat nizamı dine ve dinin temel prensiplerine dayanmaktadır. Bu bakımdan İslâm dininin dünya ve ahiret hayatı arasında dengeli olmayı öğütleyen prensibinin Ahîlik Teşkilatı üzerinde önemli bir tesiri bulunmaktadır. Ahîliğin çalışmaya önem veren ve meslek eğitimini önceleyen anlayışı, dünya hayatının devamı konusunda önemlidir. Ahlakı, yardımseverliği, cömertliği ve birlik şuurunu benimseyen ilkeleri ise teşkilatın dünya ve ahiret arasında dengenin sağlanması konusundaki hassasiyetini göstermektedir. Anadolu'ya göç eden Türklerin bu coğrafyaya uyum sağlaması ve bölgede kalıcı olmalarında, Selçuklu ve Osmanlı Anadolu'sunun tarihi kodlarında Ahîliğin önemli bir tesiri bulunmaktadır. 21. yüzyılda insanlık tarihine sunacağımız medeniyet tasavvurunda Ahîliğin dikkate değer bir yönlendirici olacağı açıktır. Bu çalışma, tarihi bir olgu olan ancak ilkeleriyle tarihi aşan mesajlar veren Ahîlik Teşkilatı'nı konu edinmektedir. Araştırmada teşkilatın dünya ve ahiret arasında dengeli olmayı öne çıkartan söylemi ve Kur'ân ayetleri çerçevesinde şekillenen temel ilkeleri üzerinde durulmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Tefsir, Kur'ân, Ahîlik, Denge, Ticaret.

## The Qur'anic Foundations of The Balance Principle in The Akhism Organization

### ABSTRACT

Akhism offers a life order to its members, together with its own principles and system. This life order is based on religion and conforms to the basic principles of religion. Therefore, it is seen that the principle of the Islam religion, which advises to be balanced between the life of this world and the hereafter, has a significant impact on the Akhism system. The understanding of Akhism, which gives importance to work and prioritizes vocational education, is important regarding to the continuation of worldly life. Its principles adopting morality, benevolence, generosity and unity consciousness, show the sensitivity of the organization in maintaining a balance between this world and the hereafter. Akhism had a significant impact on the historical codes of Seljuk and Ottoman Anatolia, on the adaptation of the Turks who migrated to Anatolia to this geography and their permanent rooting in the region. It is clear that Akhism will be a remarkable guide in the civilization concept that we will present to the humanity history in the twenty-first century. This study mentions about Akhism Organization, which is a historical phenomenon however gives messages that transcend history through its principles. In the research, the discourse of the organization emphasizing being balanced between the world and the hereafter and its basic foundations within the framework of the Qur'an verses are emphasized.

**Keywords:** Tafsir, Qur'an, Akhism, Balance, Trade.

### 1. Giriş

Anadolu insanının ortak değeri olan Ahîlik bilgi, hikmet ve irfan merkezli kültür birikimimizin önemli bir temelini teşkil etmektedir. Hoşgörü, kardeşlik ve dayanışmayı öğütleyen ve erdemli bir toplumun inşa edilmesi için önemli ilkeleri beyan eden Ahîlik Teşkilatı tarihe yön veren niteliğiyle dikkat çekmektedir. Ahîlik hâkim olduğu bölgedeki insanları pek çok yönden geliştiren, onları destekleyen ve kalkındıran bir konumda bulunmuştur. Fonksiyonu, tesiri ve kapsamı dikkate alındığında Ahîliğin sadece ticarî bir yönünün olmadığı anlaşılmaktadır. Bu bakımdan Ahîlik sosyal, kültürel, ahlakî ve dinî yönüyle öne çıkan çok boyutlu bir teşkilattir.

Ahîliğin kuralları ve ilkeleri dikkate alındığında İslâm'ın temel prensiplerinden ilham aldığı görülmektedir. Ahîliğin özellikle dünya ve ahiret hayatında dengeyi sağlama konusundaki hassasiyeti, Kur'ân'daki dünya ve ahiret hayatının dengesi konusunda ortaya konan hakikat ile uyum içindedir. Zira Ahîliğin öğretisi ve uygulamalarının şekillenmesinde Kur'ân'ın tesiri dikkat çekmektedir.

Kur'ân ayetleri dünya ve ahireti birbirinden bağımsız, iki farklı âlem olarak değil; birbiriyle irtibatlı bulunan bir bütün olarak sunmaktadır. İlahi vahiy, ahireti unutarak dünyaya bağlanan, kalbiyle ve eylemleriyle dünyanın esiri olan kimseleri uyarmakta ve ahiretin varlığına dikkat çekmektedir (Fâtır 35/5). Diğer yandan dünya hayatındaki nasibini unutarak kendini dünyadan tamamen uzak tutanların da Allah'ın

\* Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, aboruc@erbakan.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 02.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 19.07.2022

emretmediği, arzu edilmeyen bir yol takip ettikleri belirtilmektedir (el-Hadîd 57/27). Bu açıdan Kur'ân, dünyayı ahirete hazırlık dönemi olarak ilk hayat, ahireti de ikinci hayat şeklinde tanımlamaktadır (el-Ankebût 29/19, 20). Böylece dünya ve ahiret arasında dengeli bir yaşam modeli sunarak bireyin sadece birine yönelip diğerini dışlamasının önüne geçilmektedir.

Kur'ân'ın dünya ve ahiret hayatında dengeli olma ilkesinin pratik yönünü Anadolu'daki Ahilik Teşkilatı'nda görmek mümkündür. Kendilerine peygamberleri ve özellikle Hz. Muhammed'i örnek kabul eden bu örgüt, nebevî sünnetteki dengeli tavrı ilke edinmektedir. Teşkilat mensuplarının gerek din gerek meslek eğitimine önem veren, bu kimselerin meslek sahibi olmalarını önceleyen Ahilik, ticaretin maneviyattan yoksun olmasına izin vermemekte; kardeşlik, yardımlaşma ve dayanışma ilkelerine dayalı bir ahlak eğitimi önemsemektedir. Ahilik sahip olduğu yapı itibarıyla mensuplarına dünyada mutlu, başarılı ve verimli bir yaşamın yollarını sunmakta; ahirette ise kazananlardan olabilmeyen ilkelerini beyan etmektedir. Bu özelliği nedeniyle dünya ve ahiret hayatında denge ilkesinin Ahilikte önemsendiği, ilkelerin belirlenmesinde ise Kur'ân ayetlerinin yol gösterici olduğu görülmektedir.

## 2. Ahiliğin Tanımı ve Tarihçesi

Ahiliğin kendine has özellikleri çerçevesinde anlaşılabilmesi için tarihî serüveninde ilişkili olduğu fütüvvet konusunu ele almak gerekmektedir. Her ne kadar Ahilik kendine özgü yapısıyla ve toplum üzerindeki uzun süreli etkisiyle fütüvvet kurumundan kimi yönlerden farklı bir örgüt görünümünde olsa da bu teşkilatın fütüvvetle irtibatı açıktır. Zira Ahilik gibi bir yapının gelişmiş ve yerleşmiş bir sosyoekonomik örgüt olan fütüvvetten etkilenmesi ve buna ilaveten birtakım ilkeleri benimsemesi mümkündür (Ocak, 1996, s. 134-135).

Fütüvvet, "fetâ" kelimesinden türemektedir. "Fetâ" Arapça'da genç, delikanlı (Cevherî, 1984, s. 2451; Halil b. Ahmed, 2003, s. 301; İbn Fâris, t.y., s. 474), hizmetçi, bekar (Ezherî, t.y.-b, s. 328; İbn Manzûr, t.y.-b, s. 3347) ve cömert (Cevherî, 1984, s. 2452; Firûzâbâdî, 2005b, s. 1320) anlamlarına gelmektedir. Çoğulu "fityân" ve "fitye"dir (Ezherî, t.y.-b, s. 328; Halil b. Ahmed, 2003, s. 301).

Kur'ân'da "fetâ" ifadesinin Hz. İbrahim (el-Enbiyâ 21/60), Hz. Musa'yla birlikte yolculuk eden kişi (el-Kehf 18/60, 62), Hz. Yusuf (Yûsuf 12/30) ve Yusuf'la birlikte zindana giren iki kişiyi ifade ederken (Yûsuf 12/36) "genç" anlamında kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca kelimenin "fitye" şeklindeki çoğul kullanımı iman eden ancak baskı ve zulümden kaçarak mağaraya sığınan gençleri anlatan ayetlerde (el-Kehf 18/10, 13) ve Hz. Yusuf'un emrinde bulunan gençleri anlatırken (Yûsuf 12/62) kullanılmaktadır. Kelimenin müennes kullanımı (fetât-feteyât) ise genç kızları ifade etmek üzere ayetlerde yer almaktadır (en-Nisâ 4/25; en-Nûr 24/33).

Terim olarak fütüvvet, dünya ve ahirette diğer insanları kendine tercih etmek demektir (Cürçânî, 2007, s. 151). Fütüvvetin tasavvufî bir yönünün olduğu unutulmamalıdır. Tasavvuf içerisinde bu kelime cömertlik, diğerkâmlık, şefkat ve mürüvvet gibi manaları ifade etmektedir. Kuşeyrî (ö. 465/1072), fütüvveti "İnsanın ebedî olarak (başkası için ve) başkasının işinde çalışmasıdır." şeklinde tanımlamaktadır (Kuşeyrî, 2003, s. 305). Dolayısıyla fütüvvet ifadesinin fedakârlığı öne çıkartan bir anlamda kullanıldığı görülmektedir.

"Ahî" kelimesi Arapçada kardeşim anlamına gelmektedir. "Ahî" nesepten kaynaklanan yakınlığı ifade etmektedir. Aynı zamanda arkadaş anlamındadır (Ezherî, t.y.-a, s. 626; Firûzâbâdî, 2005a, s. 1258; İbn Manzûr, t.y.-a, s. 40). Bu bakımdan kelimenin yakınlık ve dostluğu ifade etmek üzere istiare yoluyla kabile, din, sanat, muamele veya sevgi bakımından ilişki içindeki kimseleri kapsadığı da belirtilmektedir (Râgîb el-İsfahânî, 2009, s. 68). Yûsuf Hâs Hâcib (V./XI. yüzyıl), akı kelimesini cömertlik, âlicenaplık anlamında kullanmaktadır (Yûsuf Hâs Hâcib, t.y., s. 11, 12, 14, 22, 73, 80, 96, 97 beyitler: 43, 55, 58, 104, 257, 1243, 1708, 1731; ayrıca kelimenin anlamları hakkında bk. Karasoy, 2003, s. 2-14). Ahî ve akı kelimelerinin kullanıldığı bölgeler ve anlamları dikkate alındığında aralarındaki bağlantı dikkat çekmektedir. Bu durum Ahiliğin isimlendirilmesinde Türk dilinin tesiriyle açıklanmaktadır (Taeschner, 1953, s. 18).

Kurumsallaşma bakımından fütüvvetin Ahilikten önce tarih sahnesine çıktığı görülmektedir. Esasında İslâm'dan önceki Arapların kullandıklarında "fetâ" ifadesi cömertlik, cesaret ve misafirperverlik anlamıyla öne çıkmaktadır. Bu niteliklerin ideal bir insan tipini ifade ettiği düşünülmektedir (Taeschner, 1953, s. 5, 9). Bununla birlikte İslâm öncesi Arap şairlerin "fütüvvet" ifadesini müstakilen kullanmamaktadır. Her ne kadar ifadelerin anlamlarında bir yakınlık bulunsa da İslâm öncesi "fetâ" anlayışıyla İslâm'dan sonra ortaya

konan Fütüvvet Teşkilatı'nın mukayesesi yapıldığında fütüvvetin İslâm öncesi Arap düşüncesine dayandırılmayacağı ifade edilmektedir (Taeschner, 1972, s. 206, 211). Zira Fütüvvet Teşkilatı'nın kişisel erdemlerin gelişmesi ve askeri nitelikler konusunda cesareti ve fedakârlığı öne çıkartan yönü itibariyle kapsamlı bir yapıya sahip olduğu görülmektedir.

Dürüstlük, diğerkâmlık ve iyilik gibi hasletleriyle öne çıkan halk fütüvveti hareketini bir saray fütüvvetine dönüştüren Nâsır Lidinillâh'ı (ö. 622/1225) burada zikretmek gerekir. Abbasi halifesi Nâsır, Fütüvvet Teşkilatı'nı kendi adı altında birleştirerek diğer İslâm ülkelerine davetlerde bulunmaktadır. Böylece fütüvvetin hususi bir hareket olarak resmîleşmesi ve itibarının artması mümkün olabilmektedir (Taeschner, 1953, s. 12, 13). Nâsır'ın fütüvvet konusundaki adımlarında siyasi gayelerin olduğu açıktır. Onun hem saygınlığını artırmak hem de kendisi için siyasi bir dayanak olması adına Fütüvvet Teşkilatı'nı kendi adı altında birleştirmeye yöneldiği belirtilmektedir (Köprülü, 1999, s. 87). Ancak devamında yaşanan siyasi olaylar onun bu amacının gerçekleşmesine izin vermemiştir. Bununla birlikte fütüvvetin yayıldığı topraklarda bir şekilde hayatini devam ettirdiği görülmektedir. Anadolu'da ise fütüvveti kendine özgü yapıyla Ahilik çatısı altında görmektedir (Taeschner, 1953, s. 16, 17). Ahiliğin fütüvvetten bir hayli farklı, kendine özgü bir niteliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu örgüt hem asker ve yönetim kurumlarında hem de esnaf ve sanatkârlık boyutunda önem taşımaktadır. Dolayısıyla fütüvvetçiliğin Anadolu'da yeni bir nitelik kazanarak Ahilik adını aldığı söylemek mümkündür (Çağatay, 1997, s. 1-2).

Ahiliğin tarih sahnesine çıkışından bahseden kaynaklarda yer alan bilgiye göre sözü edilen teşkilatın temelleri Türklerin Anadolu'ya göç etmelerine kadar uzanmaktadır. Buna göre Anadolu'ya göç eden Türklerin bu coğrafyada yerleşik bulunan halkla ilişkilerini düzenleme gereği ortaya çıkmaktaydı. Bu dönemde hem yerli halka karşı hem de Moğollara karşı örgütlenme zorunluluğu bulunmaktaydı. Dönemin bir gereği olarak sözü edilen göçmenler, Bizans halkının esnaf ve sanatkârlarına karşı sanat kuruluşları özelinde teşkilatlanmakta; Moğollara karşı ise halkı savaşa hazır vaziyete getirmeye yönelmekteydiler (Çağatay, 1997, s. x). Bu noktada Ahiliğin, Anadolu'ya gelen Türk esnaf ve sanatkârların buradaki sanat ve ticaret hayatında yer bulabilmesi adına gerekli olduğu bilinmektedir (Çağatay, 1997, s. 80). Zaten bu gerekliliğin bir yansıması olarak kurulacak birliğin özellikle atlı göçebelerin ihtiyacı olan bir alana yani dericiliğe yönelik olması dikkat çekmektedir (Kazıcı, 1978, s. 252). Diğer yandan göç eden insanların coğrafyaya uyum sağlaması ve bölgede kalıcı olmaları açısından bir meslek sahibi olmalarına öncelik verilmiştir. Ahilik Teşkilatı, bünyesindeki farklı işlevleri vesilesiyle göçebe Türkmenlerin şehirlere yerleşmeleri ve coğrafyaya uyum sağlamalarında önemli bir görev üstlenmektedir (Bayram, 1991, s. 133).

İbn Battûta, (ö. 770/1368-69) seyahatleri esnasında ahî zaviyelerinden ve burada gördüğü muameleden bahsetmektedir. Orta çağın büyük seyyahının yaşadığı dönem dikkate alındığında Ahiliğin Anadolu tarihindeki etkisi daha iyi anlaşılmaktadır. İbn Battûta Anadolu'dan bahsederken dünyanın diğer ülkelerine verilen nimetlerin burada bir arada bulunduğunu ifade etmektedir. Gerek doğal güzelliği, gerek insanların tavırları ve temizliği gerekse yemekleri kendisinin dikkatini çekmektedir. Anadolu halkının samimi tavrı da onu derinden etkilemektedir (İbn Battûta, 1971, s. 3-4). Onun dikkatini çeken diğer bir konu ise ahîlerin davranışlarıdır. Anadolu'nun her şehrinde, her köyünde örgütlenen bu teşkilat gelen misafirlerle ilgilenip zalimlere karşı koyabilmektedir. Bu özellikleri nedeniyle İbn Battûta, Ahiliğin dünyada eşsiz olduğundan söz etmektedir. Onun verdiği bilgilere göre cemiyet içinde bekâr ve sanatkâr gençlerle diğerlerinin bir arada bulunduğu görülmektedir. Gündüz işlerinde çalışan bu insanlar ikindiden sonra kazandıklarını reise getirmekte, zaviye için gerekli olan malzemeler bu paradan karşılanmaktadır. Misafir gelecek olursa onu zaviyede misafir etmektedirler. İbn Battûta, bu insanların daha önce görüştüğü kimselere nazaran daha yakın ilgi ve alakasından söz etmektedir. Ahîlerin giyim kuşamından da bahseden seyyah, kendilerine sunulan ikramları da ayrıntısıyla aktarmaktadır (İbn Battûta, 1971, s. 7-9). Anlatımın ilerisinde ahîlerin kendilerini misafir etmek için giriştikleri mücadeleyi anlatmakta, kendilerine gösterilen yakın ilgiden memnuniyetini ifade etmektedir (İbn Battûta, 1971, s. 15-16). Müellifin yaşadığı zaman dikkate alındığında Ahiliğin h. 8./m. 14. asırda Anadolu'da varlığına şahit olmaktayız.

Ahîlerin yaşadıkları bölgelerde iktidar boşluğu olduğu zamanlarda karışıklığı giderme konusunda önemli bir fonksiyona sahip oldukları da görülmektedir (Cahen, 1986, s. 600). Ahî birlikleri her ne kadar resmî bir siyasi otorite olarak görülme ve bağımsız bir siyasi güç olmasa da yönetim üzerinde etkili olan yardımcı bir unsur olarak dikkat çekmektedir (Güllülü, 1977, s. 88). Özellikle iktidar boşluğu olduğu zamanlarda

teşkilat mensuplarının ön sırada yer aldığı, düzenli ordunun eksiklerini gideren bir rol oynadıkları görülmektedir (Öztürk, 2012, s. 160).

Türklerin Anadolu'ya göçleri, Moğol istilası ve Abbasi Halifesi'nin fütüvvetin yayılması ve örgütlenmesi konusundaki çalışmaları Ahiliğin gelişim süreci üzerinde etkili olmuştur. Her ne kadar Ahiliğin tarih sahnesinde ortaya çıkışı esnasında fütüvvet ile bir ilişkisi bulunsa da ilerleyen dönemlerde fütüvvet kurumu etkisini yitirmesine rağmen Ahilik, kendine has özellikleriyle varlığını devam ettirmiştir. Bu durum, Anadolu'daki Türklerin Ahilik Teşkilatı'nı sağlam temeller üzerine bina ettiğinin göstergesidir.

### 3. Ahiliğin Temel Nitelikleri

Ahiliğin tarihçesinden söz ederken bu teşkilatın fütüvvet kurumuyla olan ilişkisine çalışmada yer verilmiştir. Fütüvvetin ilkelerinden bahseden ve tasavvufi yönüne işaret eden fütüvvetnâmelerin Ahiliğin temel prensiplerinin de kaynağı olduğu görülmektedir. Fütüvvetnâmelerde yer alan bilgiler dikkate alındığında Ahilik Teşkilatı'nın başlıca özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz:

#### 3.1. Ahiliğin Dinî Referanslara Dayanması

Ahiliğin temel dayanağının Kur'ân ayetleri olduğu görülmektedir. Kur'ân'da zikredilen peygamberlerin hayatlarından kesitler sunan fütüvvetnâmeler, sözü edilen peygamberlerin örnek alınmasını istemektedir. Özellikle Hz. Peygamber'in ahlakî olgunluğunu zikrederek güzel hasletlerin kazanılmasına önem vermektedir. Bu bakımdan dinî referanslara dayanan fütüvvetnâmelerin, kişilerin dinle irtibatlarının sağlanmasında önemli bir fonksiyon icra ettiği söylenebilir.

Fütüvvetnâmelerde konuların ele alınması sırasında farklı bağlamlarda Kur'ân ayetleri zikredilmektedir (Razavî, 2014, s. 25a, 30a, 43a, 47a; Tarsuslu Dâ'i, 2019, s. 27, 28, 32, 35). Bu bakımdan ilkelerini belirleme konusunda fütüvvetnâmeleri örnek alan Ahilik Teşkilatı'nın İslâm dininin temel kaynaklarını dikkate aldığı anlaşılmaktadır.

Ahilikte dünya ve ahiret hayatı arasında dengeli bir sistemin kuruluşunda Kur'ân ayetleri ile Hz. Peygamber'in yaşayışı önemli bir referans kaynağıdır. Hamdele ve salve ile başlayan fütüvvetnâmelerin (Gölpınarlı, 1953, s. 1a, 1b; Razavî, 2014, s. 1b; Sülemî, 1977, s. 23, 24) İslâm dininin temel dinamikleri üzerine bir sistem kurdukları görülmektedir. Zira müellifler kitaplarını yazma serüvenleri hakkında bilgi verirken tefsirden, hadisten ve peygamberlerin kıssalarından istifade ettiklerini beyan etmekte (Gölpınarlı, 1953, s. 5a), Kitap, sünnet ve icmâa dayandıklarını açıkça belirtmektedirler (Razavî, 2014, s. 3a).

Ahiliğin "başkasını kendine tercih etme (diğerkâmlık)" şeklinde öne çıkardığı söylem de İslâmî referanslara dayalı bir temelın yer aldığı görülmektedir. Özellikle ensar ve muhacir arasında tesis edilen kardeşliğin Ahilikteki ahlakî olgunlukla olan benzerliği dikkat çekmektedir (Tarsuslu Dâ'i, 2019, s. 65). "Onlardan önce bu yurda yerleşmiş ve gönülden inanmış olanlar, kendilerine göç edip gelenleri severler, onlara verilenlerden dolayı içlerinde bir rahatsızlık duymazlar; ihtiyaç içinde olsalar bile onları kendilerine tercih ederler. Kim nefsinin bencilliğinden korunmayı başarırsa işte kurtuluşa erecekler onlardır." (el-Haşr 59/9) ayetinde başkasını kendine tercih etme ahlakî ön plana çıkmaktadır. Bu açıdan Ahilikte dünya ve ahirette kardeşlerini kendi nefesine önceleme anlamındaki "İsâr"ın dikkate alındığı görülmektedir (Sühreverdi, 1966, s. 250).

Fütüvvetnâmelerdeki ifadelerle göre fütüvvetin aslı imandır ve amaç Yüce Allah'a ermektir (Gölpınarlı, 1953, s. 2b). Bu açıdan fütüvvet gereklerinden birinin de Allah'ı bilmek ve Allah için eziyete katlanmak olduğu beyan edilmektedir (Sülemî, 1977, s. 42).

Peygamberlerin fütüvvet konusundaki önderliğine işaret eden fütüvvetnâmelerde, Hz. Âdem'den başlamak üzere Hz. Şit, Hz. İbrahim, Hz. Yusuf, Hz. Yuşa İbn Nûn ve Hz. Musa zikredilmektedir. Yiğitlik konusunda Hz. Muhammed ve Hz. Musa (Gölpınarlı, 1953, s. 7b, 8a, 11a-21b) referans gösterilmektedir. Listenin dizimi ve listedeki isimler kimi zaman değişse de peygamberlerden ve salih kimselerden oluşan bir listenin fütüvvetnâmelerde zikredildiği görülmektedir (Razavî, 2014, s. 29a; Sülemî, 1977, s. 22; Tarsuslu Dâ'i, 2019, s. 106, 107, 112-114, 121-138). Bu noktada Peygamberlerin aynı hakikate davet ettiğini hatırlatan ve aralarındaki ilişkiye dikkat çeken bir bağlam içinde "O, Nûh'a buyurdıklarını, sana vahyettiklerimizi, İbrâhim'e, Mûsâ'ya ve İsâ'ya buyurdıklarımızı size din kıldı ki o dini ayakta tutasınız, o konuda ayrılığa düşmesiniz. Kendilerini davet ettiğin bu din müşriklere ağır geldi. Allah (dini tebliğ için)

dilediğini seçer ve kendisine yöneleni doğruya iletir.” (eş-Şûrâ 42/13) ayetine işaret edilmektedir (Bayram, 1995, s. 136). Fütüvvet içindeki ritüellerde de peygamberlerin yaşam hikâyelerinden kesitler olduğu görülmektedir. Kaftan giyme ve şed bağlama gibi uygulamaların peygamberlerin geleneğindeki yansımaları dikkat çekmektedir (Razavî, 2014, s. 30a-15a).

Gerek fütüvvetnâmelerde zikredilen ayetler, hadisler ve peygamber kıssalarından sunulan kesitler gerekse Ahiliğin bünyesinde yer alan uygulamalar, Ahiliğin İslâm'ın temel dayanaklarını bir temel olarak kabul ettiğini göstermektedir. Bu durum, Ahilik bünyesindeki kişilerin de İslâmî konularda bilgilenmesinin, dine dair hususlarda dikkatli davranmasının önünü açmaktadır.

### 3.2. Ahiliğin Kardeşliğe Önem Vermesi

Ahilik adından da anlaşılacağı üzere kardeşlik mefhumu üzerine kurulmuştur. Müslümanların kardeş olduğunu beyan eden ilahi vahiy, inanç birliğini öngörmektedir (Âl-i İmrân 3/103, 105; el-Hucurât 49/10). Bu bakımdan Ahilik, Müslümanların kardeşliği olgusunu hayata geçirmek suretiyle bu kardeşliğin birlik ve maddi bir kalkınma vesilesi olduğunu göstermektedir.

Fütüvvette kardeşlik o kadar değerli görülmektedir ki fütüvvetin tanımı yapılırken dahi kardeşleri lehine kendi haklarından vazgeçmenin gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Kardeşinin rahatını kendi rahatına tercih etmek ve onların zahmetini çekmek fütüvvet olarak değerlendirilmektedir (Sülemî, 1977, s. 58). Hatta dostlardan gelen eziyetleri iyilikle kabul etmenin gerektiği üzerinde durulmaktadır (Sülemî, 1977, s. 60). Dostların hatalarını aramaktan uzak durmak (Sülemî, 1977, s. 25), dostlara yardım etmek, onlara uymak ve onlarla iyi geçinmek öne çıkartılmaktadır (Sülemî, 1977, s. 27, 31). Kardeşlerin hatalarına karşı müsamaha ile yaklaşmak öğütlenmektedir (Sühreverdî, 1966, s. 254).

Ahilik, gerek muhataplarına öğretisini sunarken gerekse bu öğretiler etrafında müntesiplerinin kenetlenmesini sağlarken kardeşlik ideali temeline dayanmaktadır. Teşkilatın etkisinin uzun süreli olmasında kardeşlik prensibinin önemi büyüktür. Zira kurum içindeki kişilerin iyi ve kötü günlerinde birbirlerine destek olmaları, teşkilatın devamı bakımından önemli olmakla birlikte Ahiliği de vazgeçilmez bir konuma yükseltmektedir.

### 3.3. Ahiliğin Kişinin Çalışmasına Önem Vermesi

Ahilikte önem verilen konulardan biri de kişinin geçimini sağlamak için çalışmasıdır. Kişinin çalışmasına mani bir engel olmadıkça çalışmasının evla olduğu ifade edilmektedir. Tembellik içinde oturmanın kötülendiği ifadeler bu bağlamda öne çıkartılmaktadır (Sülemî, 1977, s. 33).

Allah, insanı medeni yaratmıştır. Bu açıdan insanın temel ihtiyaçlarını karşılayabilmek için diğer insanlara ihtiyacı bulunmaktadır. Zira hiç kimse tek başına ihtiyaçlarını karşılayamaz. Toplum hayatının devamı bakımından demircilik, marangozluk gibi mesleklerin ise önemi büyüktür. Toplumun canlılığını devam ettirmesi bakımından sözü edilen farklı sanat ve meslek kollarının sürdürülmesi gerekmektedir. Böylelikle toplumun ihtiyaçlarını karşılamak mümkün olacaktır (Letâifü'l-Hikme'den naklen Bayram, 1995, s. 136-137). Dolayısıyla ahiler sanatkâr yönleriyle öne çıkmakta, kendi kazançlarını elde etmek için çalışmaktadır (Çağatay, 1997, s. 25).

Ahilerin meslek sahibi kişiler olması, başkasına muhtaç olmamak için çalışması ve gayret göstermeleri önemlidir. Ticaretin İslâmî temeller üzere bina edilmesinde büyük hassasiyet gösteren Ahilik ticaretin sağlam esaslar üzere gerçekleşmesi için de belli ilkeler ortaya koymaktadır. Teşkilatın hiyerarşik yapısı da iş gücüne ve emeğe dayalı ticaretin sağlam ilkeler çerçevesinde gelişmesini sağlamaktadır. Bu çerçevede farklı meslek dallarının bu yapı bünyesinde teşkilatlandığı görülmektedir (Özköse, 2011, s. 10).

Ahilik Anadolu'daki ticarî hayat üzerinde Müslümanların etkisini artırma konusunda dengeli, ölçülü ve ahlakî prensipler geliştirmektedir. Uzlaşmaya ve dayanışmaya dayalı yapısı ile zengin ile fakir, üretici ile tüketici arasında bir bağlantı kurmaktadır. Böylelikle fert ile toplum ve devletin iyi ilişkiler kurmasının önü açılmaktadır (Kızıler, 2015, s. 419).

Kişinin geçimini sağlayabilmesi için çalışmasını öngören Ahiliğin bu konudaki hassasiyetinin İslâmî referanslara dayandığı açıktır. Kur'ân'da çalışmanın ve emek harcamanın önemi beyan edilerek kişinin ancak bunların karşılığını göreceği beyan edilmektedir (en-Necm 53/39-41). Cuma namazı için çağrılınca alışverişin bırakılması ve namaza icabet edilmesi uyarısının hemen ardından namaz sonrası yeryüzüne



dağılarak Allah'ın lütfunun aranması emredilmektedir (el-Cuma 62/ 9, 10). Geminin yapımını gerçekleştiren Hz. Nuh (Hûd 11/37), ülkenin hazinelerinin başına getirilme teklifine olumlu yanıt veren Hz. Yusuf (Yûsuf 12/55), ücretle yardımcılık yapan Hz. Musa (el-Kasas 28/26), Allah'ın yardımıyla demiri yumuşatan Hz. Davud (Sebe' 34/10), kimsenin ulaşamayacağı bir hükümlanlık kendisine verilen Hz. Süleyman (Sâd 38/35-38) Kur'ân'da elinin emeği ile geçindiği zikredilen peygamberler arasındadır.

Peygamberleri örnek kabul eden ahilerin de peygamberler gibi çalışmaya ve emeğe dayalı bir hayat kurmaları önemlidir. Zira çalışmak ve geçimini sağlamak için emek harcamak, kişilerin dünya ile bağlantısını kurmakta; dünyadan el etek çekip uzaklaşmanın doğru olmadığını ortaya koymaktadır. Nihayetinde kişinin hayatını sürdürebilmesi için çalışmasına ihtiyaç vardır.

### 3.4. Ahiliğin Çok Yönlü Bir Yapıya Sahip Olması

Ahilikte ilim, ahlak ve eylem (çalışma) bir arada bulunmaktadır. Böylece Ahilikte hayatın bütün yönlerini kapsayan, tutarlı bir eğitim uygulanmaktadır. Ahiliğin sahip olduğu konumunu koruyabilme adına birtakım derslerle gençlerin eğitimini desteklediği görülmektedir. Ancak sözü edilen durum, temelden ya da uygulamadan yoksun bir ahlak eğitimi değildir. Bu derslerin kültür, zanaat ve askeri dersler başlığında ele alınması mümkündür (Kazıcı, 1978, s. 254). Usul ve erkân konusunda fütüvvetnâmelerde yer alan özenli ifadeler Ahilikte bireylerin eğitim ve terbiyesinde kuralların önemini ortaya koymaktadır (Tarsuslu Dâî, 2019, s. 40).

Ahilik, inanç ve ibadetleri merkeze almakla birlikte toplumun ahlakî yönden gelişimini öngören, dünyada helal kazancın elde edilebilmesi için çalışmayı, üretmeyi öğütleyen bir sistemdir. Ahilik malı biriktirmek, hırslı olmak değildir. Dinini satarak dünyaya tapmak da değildir. Her yana yönelmek ya da kaygı içinde kalmak da Ahilik değildir. Ahilik malını Hak yolunda harcamak, konuksuz kalmamak, avâm-havâs ayrımı yapmadan insanlara yaklaşmak, sözünde doğruluktan ayrılmamaktır. Ahînin her gece, her gece olmazsa cuma geceleri kitabını okuyarak fütüvvet ilmini öğrenmesi, hilimden ayrılmaması gerekmektedir. Öyle ki insanlarla kavgadan uzak durmalı, imtihan ederek onlara yaklaşmamalıdır. Böylece ahînin ahlakî meziyetleri kazanmasına önem verilmektedir. Bununla birlikte belli periyotlarla fütüvvetnâme okuması yaparak kişinin işin ilmini öğrenmesi istenmektedir (Tarsuslu Dâî, 2019, s. 17, 18).

Ahiliğin şartlarından bahsedilirken en önemli ahlakî ilke olarak cömertlik hususunun öne çıkartıldığı görülmektedir. Hatta sadece dünyada değil, kıyamet gününde dahi cömert olunması gerektiği üzerinde durulmaktadır. Ahiliğin ikinci şartı olarak beş vakit namaza devam etmek zikredilmektedir. Devamında ise ahînin hayâ ve edep sahibi olması gerektiğinden bahsedilmektedir. Dördüncü şart olarak dünyayı ve dünya zevklerini terk etmek istenmektedir. Diğer bir şart ise ahînin helal kazancı elde etmek için çalışmasıdır. Altıncı olarak ahînin ilim öğrenmesi gerekmektedir (Gölpınarlı, 1953, s. 27b, 28a, 28b, 29b, 30a, 30b).

Fütüvvetnâmelerde ahlakî hususlara özel bir önem verilmektedir. "*Fütüvvet dört şeydir: Gözün, kalbin, dilin ve bevan. Gözünü helal olmayana bakmaktan kork, dilinle sadece doğru söyle, kalbinde bir Müslümana karşı aldatma ve kin bulundurma, bevanın da şerre yönelmemesine dikkat et.*" (Sülemî, 1977, s. 76) denilmektedir. Fütüvvetin güzel ahlaktan ibaret olduğu beyan edilmektedir. Fakirlere yardım etmek, misafirperverlik, kimseyi incitmemek ve malı biriktirmemek ahîlerin sahip olması gereken özellikler arasında sayılmaktadır (Kuşeyrî, 2003, s. 306, 307). Su içerken, söz söylerken, kıyafet giyerken ya da evden çıkarken, yolda yürürken, eve girerken, otururken, misafirlikte, hasta ziyaretinde, hamamda, yatarken... Kısacası hayatın bütün alanlarını içeren bir edep manzumesinin sunulduğu görülmektedir (Gölpınarlı, 1953, s. 56a-59b).

Ahilikte önem verilen bir diğer husus işi layıkıyla, gereğiyle yerine getirmektir. Zira taklitle bir işin başarılı olması söz konusu olamaz. Hem muhakkik hem musaddık olmak gerekir. Dolayısıyla yapılan işin bilinmesinin yanı sıra bu işin doğrulukla sürdürülmesi de önem arz etmektedir (Tarsuslu Dâî, 2019, s. 43).

Ahiliğin eğitimi önceleyen sistemi içinde zamanın gereklerine ve insanların ihtiyaçlarına göre kurallarını düzenlenmesi de büyük bir öneme sahiptir. Ayrıca esnaf ve sanatkârların yetişmesinden malı temin etmesine kadar her hususun ve aşamanın ayrıntılı kurallarla belirlenmesi de bu teşkilatın etkisini ve değerini ortaya koymaktadır (Çağatay, 1997, s. 97). Ahilikte gençlerin erken yaşlardan itibaren belli bir terbiye ve olgunlukta yetiştirildiği görülmektedir. Bireyin eğitimi ve terbiyesi konusundaki takip edilen bu aşamalı ve ilkel metot önemlidir (Çağatay, 1997, s. 156).

Öğretilen değerlerin tatbik safhasının dikkate alınması ve kendi hiyerarşisi içinde bunun denetlenmesi nedeniyle Ahilikte bireysel ve toplumsal alanda kalıcı bir değişim sağlanmaktadır. Ahiliğin ahlaki eğitim ve eylemlerle birleştiren yapısı gereği takip ettiği yöntem oldukça değerlidir. Zira takip edilen metot öylesine tesirli olmuştur ki Anadolu'nun en ücra köşelerine kadar bu etkiyi görmek mümkündür. Böylelikle Anadolu'nun ahlaki, ticarî ve kültürel seviyesinde bir denge ve uyum sağlanabilmiştir.

#### 4. Ahilikteki Denge Anlayışında Kur'ânî Temeller

Bir teşkilatın ya da kurumun teşekkül etmesinde içinde bulunduğu toplum yapısının etkisi bulunmaktadır. Ahiliğin de vücut bulduğu toplumun temel değerlerinden ayrı düşünülmesi mümkün değildir. Bu bakımdan Ahiliğin temel dinamikleri arasında İslâm kültürünün ve inanç sisteminin bulunduğu açıktır. Ahiliğin temel özellikleri dikkate alındığında, bu teşkilatın hem dünyevî hem dinî bakımdan bireylerin ve dolayısıyla toplumun yetiştirilmesine öncelik verdiği görülmektedir. Ahilik, dünya ve ahiret işlerinde denge anlayışını benimsemektedir. Bu denge çerçevesinde din ve dünyaya ilişkin konuların birlikte ve uyum içinde ele alındığı görülmektedir.

Esasında ticaret gibi dünya hayatıyla ilgili bir konunun ahlaki bir temele dayandırılması ve ticarete dinî yönden anlam yüklenmesi, dünya ve ahiret hayatının birbiriyle olan yakın bağına işaret etmektedir. Ahilikte bu anlayışın geliştirilmesi sayesinde maddi ve manevi alanda bir dengenin kurulduğu gözlenmektedir. Ahiliğin dikkate aldığı bu denge anlayışında kuşkusuz İslâm'ın dünya ve ahiret konusundaki yaklaşımı etkilidir.

Kur'ân, dünya ve ahiret hayatının Allah'a ait olduğunu beyan etmektedir. “Âhiret de Allah'ındır, dünya da.” (en-Necm 53/25; el-Leyl 92/13). Hayatı ve ölümü yaratan da Yüce Allah'tır (el-Mülk 67/2). Bu açıdan inananların her iki âlemi birbirinden bağımsız değerlendirmemesi gerekmektedir. Zira dünya ve ahiret birbiriyle bağlantılı bir bütündür.

Yüce Allah, dünyada yaratılan ve insanın faydalanması için hazırlanan nimetlere de dikkat çekmektedir: “Yeryüzünü sizin için kullanışlı hale getiren O'dur. Üzerinde dolaşın ve Allah'ın rızkından yiyip için; (ama unutmayın ki) dönüş yalnız Allah'adır.” (el-Mülk 67/15) ayeti yeryüzündeki nimetlerin insanların kullanımına verildiğini hatırlatmaktadır (İbn'Atiyye, 2007a, s. 357). Allah'ın yeryüzünü insanların faaliyetleri için uygun kılması ve ziraata elverişli hale getirmesi; insanların da yeryüzünden helal olan kazancı elde etmeleri (Tabersî, 2005a, s. 58) Allah'ın insanlara verdiği nimetlerdendir. Bu bakımdan insan yeryüzünü Allah'ın kendisine bahşettiğini unutmamalıdır. Allah'ın nasip ettiği rızkı aramalı ve çalışmalıdır. Ancak ahirette Allah'ın huzuruna çıkacağını ve amellerinden sorguya çekileceğini de bilmelidir (Ateş, t.y., s. 534).

Dünyanın insanın zevkine uygun yaratıldığını ve Allah tarafından süslendiğini beyan eden bir ayette: “Biz, kimlerin daha güzel amel edeceğini deneyelim diye yeryüzündeki her şeyi oranın süsü yaptık.” (el-Kehf 18/7) buyrulmaktadır. Yeryüzünde bulunan cansız, bitki, hayvan ve diğer varlıkların; nehirlerin, ağaçların insanın hoşuna gitmesi itibarıyla yaratıldığı üzerinde durulmaktadır. Bütün bunlar insanların nasıl amellerde bulunacaklarına dair imtihan vesilesidir (Tabersî, 2005b, s. 237). Bu bakımdan dünyanın onu güzelleştiren nimetlerle donatılmasına rağmen (Zemahşerî, 1998a, s. 564), bir ibret vesilesi olduğu gerçeği unutulmamalıdır (İbn'Atiyye, 2007b, s. 566).

Ayetler dünya hayatında yaratılan türlü nimetlere dikkat çekmekle birlikte, dünyanın aldatıcı zevklerine karşı inananları uyarmaktadır. “Servet ve oğullar, dünya hayatının süsüdür; kalıcı olan iyi davranışlar ise Rabbinin nezdinde hem sevapça daha hayırlı hem de ümit bağlamaya daha lâyıktır.” (el-Kehf 18/46). Bu ayette dünya hayatında sadece mal ve evlat edinme amacındaki insanlara yönelik bir uyarı söz konusudur. Bütün bunların yok olup gideceği beyan edilmektedir. Oysa dünyanın hayırlarını arzulayan kimse için bu amellerin ahirette de ebedî fayda sağlayacağı beyan edilmektedir (Mâtürîdî, 2005a, s. 63). Mal, dünya hayatında güzellik ve fayda; oğullar ise güç ve kuvvet yönüyle öne çıkmaktadır. Şüphesiz söz konusu hususlara yönelik insanın zafiyeti de artmaktadır. Bu bağlamda Yüce Allah dünya hayatında bağlanan bu hususlardan hiçbir şeyin kalmayacağını beyan etmektedir. Dolayısıyla insanların mal ve evlatla övünmelerinin bir değeri yoktur (Kurtubî, 2006b, s. 291). Zira evlatlar ve mallar birer imtihandır (et-Tegâbün 64/14, 15). Oysa Allah'a itaat ve yapılan iyilikler daimdir, kalıcıdır (Tabersî, 2005b, s. 268). Dünya hayatının oyun ve eğlenceden ibaret olduğunu hatırlatan ayetler ise dünyanın aldatıcılığına karşı insanları uyarmaktadır (el-En'am 6/32; Muhammed 47/36; el-Ankebût 29/64).

Dünya hayatının aldaticılığına kanarak ahireti reddeden kişilerin ise ayetlerde tehdit edildiği görülmektedir: “Azgınlık yapan ve dünya hayatını ahirete tercih eden kişi; cehennem işte onun için tek barınaktır.” (en-Nâziât 79/37-39). Dolayısıyla tamamen dünyaya yönelmek yasaklanmaktadır. Dünya hayatında çok yaşamanın insanı azaptan koruyamayacağı hatırlatılmaktadır (el-Bakara 2/96). Buna rağmen Kur'ân'da insanların sonsuza kadar yaşama arzusuna da işaret edilmektedir (el-Hümeze 104/3).

Dünya hayatı konusunda bizi uyaran ayetlerde bizzat dünyanın değil, dünyada sergilenen tavrın eleştirildiği görülmektedir. Dünyevî işlere dalarak meşgul olmanın neticesinde ahireti unutarak bir hayat sürmek, oyun ve eğlenceye dalan kişinin durumuyla açıklanmaktadır. Mümin kimsenin hayatı ise salih amellerle doludur. Bu bakımdan onun hayatı oyun ve eğlence sayılmamaktadır (Râzî, 1981, s. 210). Aynı zamanda dünya hayatının ahiret karşısında kısalığı ve ahirete kıyasla sahip olduğu nitelik nedeniyle zevk ve geçicilik bakımından değersizliğine de işaret edilmektedir (Taberî, 2001c, s. 218); Kurtubî, 2006a, s. 360).

Yüce Allah, dünya ve ahiretin birbiriyle bağlantısına dikkat çekmektedir. Bu bakımdan yaşam döngülerini bu hayattan ibaret gören ve ahireti inkâr edenlerin bilgisizliğinden ve boş iddialarından bahsetmektedir (el-Câsiye 45/24). Kur'ân ayetleri, dünya ve ahiret hayatında bir dengeden söz etmektedir (Varlı, 2005). Dünya ve ahiret arasındaki bu denge, dünyanın ahiretle bağlantısı oranında anlam kazanmaktadır. Yeryüzüne yerleştirdiği dengeye işaret ederek insanın da bu dengeyi devam ettirmesi uyarısında bulunan Yüce Allah, “Sakin dengeyi bozmayın.” (Rahman 55/8) buyurmaktadır. Bu ümmetin orta ümmet olduğu hatırlatılarak (el-Bakara 2/143) dengeli tavra işaret edilmektedir.

Kur'ân dünya ve ahirette kazanan kimselerin duasına yer vererek her iki âlemde de iyiliğin istenmesini emretmektedir. “İnsanlardan öyleleri de vardır ki, ‘Ey rabbimiz! Bize bu dünyada da iyilik ver, öteki dünyada da iyilik ver; bizi cehennem azabından koru.’ derler. İşte kazandıklarından bir payı olanlar bunlardır. Allah, hesabı çok çabuk görür!” (el-Bakara 2/201, 202). Ayette dünya ve ahirette iyilik ve afiyet dilemek emredilmektedir. İyilik ve afiyet ile dünyada ilim, ibadet ve mal, ahirette ise cennet kastedilmektedir (Mâtürîdî, 2005b, s. 407; Mukâtil b. Süleymân, 2002a, s. 176; Taberî, 2001a, s. 545, 546). Buna mukabil ayetlerde dünya ve ahiret hayatının birbirinden ayrılmasına yönelik uyarı ifadeleri yer almaktadır (Âl-i İmrân 3/145; eş-Şûrâ 42/20).

“Dünya mükâfatını isteyenler bilsinler ki Allah nezdinde hem dünya hem ahiret mükâfatı vardır. Allah her şeyi iştikte, her şeyi görmektedir.” (en-Nisâ 4/134) ayetinde dünya ve ahiret nimetinin Allah katında olduğu hatırlatılmaktadır. Böylelikle ahireti unutup tamamen dünyaya meyiletmek yasaklanmaktadır. Oysa ahireti dileyen kimse hem dünya hem de ahiret nimetlerine erişecektir (Yazır, 1979, s. 1490). Öyleyse İslâm, dünyanın faydalarından ve güzelliklerinden istifade etmeyi yasaklamamaktadır. Ancak bütün bu hususların esas gaye edinilmesini, ahiretin unutulmasını kabul etmemektedir (Karaman vd., 2017, s. 158). Yüce Allah, ilahi vahyinde dünya ve ahiret hayatında dengenin sağlanması uyarısında bulunurken insanın dünya hayatını dışlamasına ve ondan uzaklaşmasına izin vermemektedir. Ayetler dünya hayatında çalışmanın önemine işaret etmekte, insanın ancak çalışmasının karşılığını göreceğini beyan etmektedir (en-Necm 53/39). Dünya ahiret için bir azık yeri olarak vasıflandırılmaktadır (el-Bakara 2/197). Bu bakımdan insanlar dünyadaki işlerine göre yaptıklarının karşılığını alacaklardır (Zemahşerî, 1998b, s. 413).

Kur'ân, kendisine dünya zenginliğinin bolca ihsan edildiği Karun'dan bahsetmektedir. Verilen nimetlere rağmen onun azgın tutumuna işaret etmektedir. Böylesi dengesiz bir tutuma karşı ayetler dünya ve ahiret hayatındaki dengeli tutumu emretmektedir. “Allah'ın sana verdiği ahiret yurdunu kazanmaya bak ve dünyadan nasibini unutma! Allah sana ihsan ettiği gibi, sen de insanlara ihsanda bulun. Yeryüzünde bozgunculuk çıkarmaya çalışma! Şüphesiz Allah bozguncuları sevmez.” (el-Kasas 28/77) buyrulmaktadır dünyada ahiret için hazırlık yapmanın gereği üzerinde durulmaktadır (Mukâtil b. Süleymân, 2002b, s. 355; Taberî, 2001b, s. 322, 323). Dünya hayatından nasibin unutulmaması ifadesi ile Allah'ın helal kıldığı yollarla yeterli zenginliğin aranması emredilmektedir (Taberî, 2001b, s. 324). Böylelikle dünyadayken insanlara iyilik edilmesi ve ahiretin unutulmaması istenmektedir. Allah Resulü'nün hayatı dikkate alındığında kendisinin dünya nimetlerinden yeterli ölçüde istifade ettiği görülmektedir (İbnü'l-Arabî, 2003, s. 512, 513). Hatta Hz. Peygamber, orta yolun tutulması yönünde uyarıda bulunarak (Buhârî, İmân 29) aşırıya gidenlerin helak olduğunu haber vermektedir (Nesâî, Menâsükü'l-Hac 217).

Dünya hayatının nimetlerinden uzaklaşmak suretiyle Allah'a yakın olacakları iddiasında bulunan ve böyle bir yol takip etmek üzere anlaşılan kimselere karşı Hz. Peygamber: “Allah'a yemin ederim ki, ben sizin

Allah'tan en çok korkanınız ve en çok sakınanınızım. Bununla beraber ben bazen oruç tutarım, bazen oruç tutmam (Gecenin bir kısmında) nafile namaz kılar, (bir kısmındaysa) uyurum. Ben, kadınlarla da evlenirim. Kim benim sünnetimden yüz çevirirse, o benden değildir.” (Buhârî, Nikâh 1) buyurmaktadır. Böylece Kur'ân'ı yaşayarak bize öğreten Hz. Peygamber, dünya ve ahiret hayatı konusunda dengeli bir davranış modeliyle bize örnek olmaktadır.

İslâm dininin amaçlarından biri de muhataplarının dünya ve ahiret mutluluğuna erişmesidir. Bu nedenle din adına dünya hayatında yaşanacak aşırılıklara müsaade edilmemektedir. Dünya nimetlerinden yararlanırken dengeli hareket etmenin gerekli olduğu uyarısında bulunan ayetler bu nimetlerden helal kılınanların haram sayılmaması, ölçülü ve dengeli bir şekilde bunlardan istifade etmenin gerekli olduğu üzerinde durmaktadır (el-Mâide 5/87, 88). İyiliği, infak etmeyi ve paylaşmayı emreden Kur'ân, gereksiz yere saçıp savurmayı ise yasaklamaktadır: “Akrabaya, yoksula ve yolcuya hakkını ver. Gereksiz yere de saçıp savurma! Çünkü savurganlar şeytanların dostlarıdır. Şeytan da rabbine karşı çok nankördür.” (el-İsrâ 17/26, 27).

“Ey Âdemoğulları! Her namaz kılacağınızda güzelce giyinin, yiyin için fakat israf etmeyin. Çünkü Allah israf edenleri sevmez.” (el-A'râf 7/31) ayetiyle israf etmeden ve haddi aşmadan Allah'ın helal kıldığı şeylerden yiyip içilebileceği beyan edilmektedir (Tabersî, 2005a, s. 155). Böylelikle İslâm, dünya ve ahiret arasında bağlantıyı sağlarken belirlediği denge ilkesini hayatın bütün yönlerine şamil kılmaktadır.

Ahiliğin ilkelerine bakıldığında dünya ve ahiret hayatı arasında bir denge anlayışının geliştirildiği görülmektedir. Bir taraftan çalışmaya, emek harcamaya, başkalarına muhtaç olmadan yaşamaya teşvik eden bu öğreti diğer taraftan ahiret hayatına dikkat çekmekte, dinî emirlerin yerine getirilmesini öğütlemektedir. Fütüvvet geleneği içinde kâfir ya da münafık kimse nasıl fütüvvete layık görülmezse yalan söyleyen, hırsızlık yapan, haram yiyen ve kibirlenen kimse de fütüvvetten uzak tutulmaktadır. Fütüvvetin bir ağaç gibi olduğu ve Tanrı'yı bilmekle eşdeğer görülen köke dayandığı üzerinde durulmaktadır. Ancak edep ve hayâ ile gelişip büyüyeceği ifade edilmektedir. Dolayısıyla iman ilkeleri üzerine bina edilen sistem, ahlakî meziyetlerle devam etmektedir (Gölpınarlı, 1953, s. 22a, 22b).

İslâm'ın “Dünyaya bağlanmamak ama bir yandan da dünyadan nasibini unutmamak” şeklindeki prensibini Ahilik sisteminde de görmek mümkündür. Ahînin dünyaya bağlanmaması istenmekte; bununla birlikte kendi emeğiyle geçinmesi, bir işinin olması, alçak gönüllülük etmesi, namazını kazaya bırakmaması, hayâ ehli olmasının gerekliliği vurgulanmaktadır. Bu ifadeler gerek dünya gerekse ahiret hayatını kuşatan bir anlayışı yansıtmaktadır (Gölpınarlı, 1953, s. 14a, 14b, 19b, 20a). Gerek ibadetlerin devamlı surette yerine getirilmesi konusundaki uyarılar gerekse helal kazancın elde edilmesi için çalışmaya teşvik eden uyarılar teşkilatın hem dünya hem de ahiret hayatına hitap eden yapısını göstermektedir (Gölpınarlı, 1953, s. 27b, 28a, 28b, 29b, 30a, 30b).

Çalışmanın gerekli olduğu üzerinde ısrarla duran Ahilik, bu konuda İslâm tarihinde öne çıkan şahsiyetleri örnek alarak onların yollarının takip edilmesi uyarısında bulunmaktadır (Gölpınarlı, 1953, s. 88). Bu bakımdan Ahilik, sanat sahibi olmayı, çalışmayı ve helal kazancı önceleyen bir anlayışı yerleştirmeye çalışmaktadır (Tarsuslu Dâî, 2019, s. 17, 18). Dolayısıyla dünya hayatıyla zaruri olan ilişkinin sağlanmaya çalışıldığı anlaşılmaktadır. Diğer yandan Ahilik ahlakî konulara yer vererek bireylerin dünya hayatına ve kazanmaya meyletmemesinin, erdemli ve tutarlı bir yol takip etmesinin önünü açmaktadır (Sülemî, 1977, s. 76; Kuşeyrî, 2003, s. 306, 307).

Ahiliğin dünya ve ahiret hayatında dengeli olmayı öğütleyen sistemi içinde ahiret için çalışmak ve ona hazırlık yapmak öncelenmektedir. Ancak ahiret için azık yeri olan dünyanın da Allah'ın rızasına uygun bir şekilde yaşanması konusunda azami gayret gösterilmektedir. Kur'ân'da ortaya konan öğreti de kişilerin hem dünya hayatıyla ilişkilerini olması gereken düzeyde devam ettirmeleri hem de ahiret yurdu için hazırlık yapmaları şeklindedir. Bu bakımdan Ahilik Teşkilatı'nın temellerinin Kur'ân ayetlerine dayandığı, ayetlerdeki dünya ve ahiret arasındaki uyumlu ve dengeli hayat emrinin bu teşkilat bünyesinde pratiğe aktarıldığı görülmektedir.

## 5. Sonuç

Ahilik, Anadolu'da ahlakî erdemlerin yerleşmesi, insanların dinî hassasiyete sahip olmaları, iş ve meslek edinmeleri bakımından büyük bir öneme sahiptir. Anadolu'nun kültürel kodlarının oluşumunda Ahiliğin

tesiri büyüktür. Bu teşkilat bünyesinde Anadolu'daki Türklerin sanat ve meslek sahibi olabilmelerinin yanı sıra ahlakî açıdan olgunluk kazanması da amaçlanmaktadır. Anadolu'da birlik ve dayanışma ruhunun yerleşmesi bu teşkilat sayesinde kolaylaşmıştır. Ahilerin eğitim ve terbiye metotlarını teşkilatın merkezine yerleştirmeleri vesilesiyle Anadolu'da köklü bir değişimi sağladıkları görülmektedir.

Yaşadığı şehir ve bölge farklılık arz etse de Anadolu insanının davranışlarında dikkat çeken bazı ahlakî meziyetler bulunmaktadır. Konukseverlik, yardımlaşma, birlikte yaşama, büyüğe hürmet ve yiğitlik gibi özelliklerin pek çok Anadolu insanında görüldüğü fark edilmektedir. Kuşkusuz sözü edilen bu durumda Ahiliğin önemli bir etkisi bulunmaktadır.

İslâm dini, muhataplarına dünya ve ahiret saadetini vaat etmektedir. İnsanın saadeti için her iki âlemde de bazı düzenlemeler öngörmektedir. Bu bakımdan İslâm, dünya ve ahiret dengesine değer vermektedir. Kur'ân ayetleri insanın dünya ve ahiret için çalışmasını emretmektedir. Hz. Peygamber örnek hayatıyla dünya ve ahiret arasında dengeli bir yaşam modeli sunmaktadır. Ahiliğin temel dinamiklerinden birisinin din olduğu, prensiplerin konulmasında Kur'ân ayetlerinin önemli bir referans kaynağı olduğu hakikati gözden kaçırılmamalıdır. Bu açıdan İslâm'daki dünya ve ahiret dengesi prensibinin Ahilikte dikkate değer bir örneği sunulmaktadır. Anadolu'nun kültürel kodlarının oluşumunda büyük bir tesiri olan ve yüzyıllar boyu bu coğrafyanın insanının yetişmesinde ve kalkınmasında önemli rol oynayan Ahiliğin dünya ve ahiret dengesi konusundaki prensipleri Kur'ân ayetlerine dayanmaktadır.

Modern dönemde sanayi toplumlarında maddi ilerleme ve kazanç merkezli bir sistem görülmektedir. Değer ölçüleri maddi kazanç ve kar üzerine kuruludur. Oysa Ahilikte kalkınmanın maddi ve manevi yönü birlikte değerlendirilmektedir. Bu durum dünya ve ahiret dengesiyle sağlanmaktadır. Günümüzde toplumsal hayat içinde bireyler arası ilişkilerin zayıflaması, dünya ve ahiret dengesinin sağlanamaması ise bireylerin ve toplumların hayatlarında problemlere neden olmaktadır. Ahlakî yozlaşma ya da tamamen dünyadan uzak durma arasında sıkışıp kalan modern dönem insanı için dünya ve ahiret dengesi büyük bir öneme sahiptir. Bu bakımdan Ahiliğin yüzyıllar öncesinde ortaya koyduğu tatbikatın günümüz insanların sorunlarına çözüm bulmada ilham olacağı açıktır.

## 6. Extended Abstract

Akhism constitutes an important basis of our cultural accumulation based on knowledge, wisdom and insight. It preaches tolerance, fraternity and solidarity and declares important principles for the creation of a virtuous society. It also supports and develops the people in the region it dominates in many ways. Considering its function, influence and scope, it is understood that the Akhism does not only have a commercial aspect. In this respect, it is a multidimensional organization.

The verses of the Qur'an do not express the world and the hereafter as two different realms that are independent of each other. Both form an interconnected whole. The Qur'an defines the world as the preparation period for the hereafter, as the first life, and the hereafter as the second life. In this respect, it is not considered right for a person to head towards one of the world or the hereafter and exclude the other.

It is possible to see the practical aspect of the Qur'an's principle of being balanced in life in this world and in the hereafter, in the Akhism in Anatolia. This organization following the footsteps of the prophets and, especially, of Prophet Muhammad, adopts the balanced attitude in the prophetic sunnah as a principle. It is important for the organization to give importance to both religion and vocational education and to prioritize their members or have a profession for the continuation of worldly life. On the other hand, they attach importance to moral education based on the principles of brotherhood, cooperation and solidarity, and also attach importance to the development of individuals in terms of spirituality. In this respect, the Akhism does not allow commerce to be devoid of spirituality. Due to its structure, the Akhism offers its members the ways of a happy, successful and productive life in the world and declares the principles of being one of the winners in the hereafter.

It is seen that the futuwatnames, which tell about the principles of futuwwa and point to its mystical aspect, are also the source of the basic principles of the Akhism. Considering the information in the futuwatnames, we can list the main characteristics of the organization as follows:

1. It is seen that the Akhism based on religious references. The verses of the Qur'an and the life of Prophet Mohammad are taken as the basis for the establishment of a balanced system between the life of this world and the hereafter in the Akhism. It is seen that there is a basis based on Islamic references in the discourse that the Ahism emphasizes as "preferring someone else over oneself".

2. As the name suggests, the Akhism was founded on the notion of brotherhood. The divine revelation that declares Muslims are brothers, foresees the unity of faith. Therefore, the Akhism shows that this brotherhood is a means of unity and material development by realizing the phenomenon of Muslim brotherhood.

3. One of the important issues in the Akhism is the work of a person to earn a living. It is stated that it is a good idea to work unless there is an obstacle preventing the person from working. Expressions in which sitting in laziness is condemned stand out in this context.

4. Science, morality and action coexist in the Akhism. Thus, a consistent education covering all aspects of life is applied in it. It is seen that the Akhism supports the education of young people with some lessons in order to maintain its position.

Considering the basic principles of the Akhism, it is seen that there are studies on both maintaining the life of this world and preparing for the life in the hereafter. Therefore, the aforementioned organization adopts the understanding of balance in the affairs of the world and the hereafter. It is understood that the issues related to religion and the world are handled together and in harmony within the framework of this balance.

In the modern era, a system based on material progress and profit is seen in industrial societies. Value measures are based on financial gain and profit. However, in the Akhism, the material and spiritual aspects of development are evaluated together. This is achieved by the balance of the world and the hereafter. Today, the weakening of interpersonal relations in social life and the inability to maintain the balance of the world and the hereafter lead to problems in the lives of individuals and societies. The balance of the world and the hereafter is of great importance for the modern era human being stuck between moral degeneration or being completely away from the world. In this respect, it is clear that the practice put forward by the Akhism centuries ago will be an inspiration to find solutions to the problems of today's people.

**Keywords:** Tafsir, Qur'an, Akhism, Balance, Trade.

### Kaynakça

- Ateş, S. (t.y.). *Yüce Kur'an'ın Çağdaş Tefsiri* (C. 1-12). Yeni Ufuklar Neşriyat.
- Bayram, M. (1991). *Abi Evren ve Abi Teşkilatı'nın Kuruluşu*. Damla Matbaacılık ve Ticaret.
- Bayram, M. (1995). *Tasavvufî Düşüncenin Temelleri (Abi Evren)*. Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Cahen, C. (1986). *İlk Ahiler Hakkında* (M. Öztürk, Çev.). 50(197), 591-602.
- Cevherî, İ. b. H. (1984). Fty. İçinde . Ahmed Abdülgafûr Attâr, *Es-Sıbâh tâcu'l-lüğa ve sıbahu'l-Arabîyye* (C. 6). Dâru'l-İlm li'l-Melâyîn.
- Cürcânî, A. b. M. b. A. (2007). El-fütüvvet. İçinde A. E. Hadr, *Kitâbu't-Ta'rîfât*. Dâru'l-Ma'rife.
- Çağatay, N. (1997). *Bir Türk Kurumu Olarak Ahilik* (2. bs). Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Ezherî, E. M. M. b. A. (t.y.-a). Ehl. İçinde 'Abdusselâm Muhammed Hârûn, *Tebzîbu'l-lüğa* (C. 7). el-Müessetü'l-Mısriyyetü'l-Âmmetü li't-Te'lîf ve'l-Enbâ' ve'n-Neşr.
- Ezherî, E. M. M. b. A. (t.y.-b). Fetâ. İçinde 'Abdusselâm Muhammed Hârûn, *Tebzîbu'l-lüğa* (C. 14). el-Müessetü'l-Mısriyyetü'l-Âmmetü li't-Te'lîf ve'l-Enbâ' ve'n-Neşr.
- Fîrûzâbâdî, E.-T. M. (2005a). El-ehîyye. İçinde *El-Kâmûsu'l-muhît*. Müessetü'r-Risâle.
- Fîrûzâbâdî, E.-T. M. (2005b). Fetâ. İçinde *El-Kâmûsu'l-muhît*. Müessetü'r-Risâle.
- Gölpınarlı, A. (1953). Burgâzî ve "Fütüvvet-Nâme"si. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, XV(1-4), 76-153.
- Güllülü, S. (1977). *Sosyoloji Açısından Abi Birlikleri*. Ötüken Neşriyat.
- Günay, Ü. (1998). Dinî Sosyal Bir Kurum Olarak Ahilik. *Erciyes Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 10, 69-78.
- Halil b. Ahmed. (2003). Fetâ (ftv). İçinde 'Abdulhamîd Hindâvî, *Kitâbu'l-'Ayn* (C. 3). Dâru'l-Kutubi'l-İlmiyye.

- İbn Batuta, Ş. E. A. M. et-Tancı. (1971). *İbn Batuta Seyahatnâmesi'nden Seçmeler*. Milli Eğitim Basımevi.
- İbn Fâris. (t.y.). Fty. İçinde 'Abdusselâm Muhammed Hârûn, *Mu'cemu mekâyisi'l-luğa* (C. 4). Dâru'l-Fikr.
- İbn Manzûr, E.-F. C. M. b. M. b. A. b. A. el-Ensârî er-Rüveyfî. (t.y.-a). Ehâ. İçinde 'Abdullâh 'Aliyyu'l-Kebîr, M. A. Hasbullâh, & H. M. eş-Şâzeli, *Lisânü'l-'Arab* (C. 1). Dâru'l-Me'arif.
- İbn Manzûr, E.-F. C. M. b. M. b. A. b. A. el-Ensârî er-Rüveyfî. (t.y.-b). Fetâ. İçinde 'Abdullâh 'Aliyyu'l-Kebîr, M. A. Hasbullâh, & H. M. eş-Şâzeli, *Lisânü'l-'Arab* (C. 37). Dâru'l-Me'arif.
- İbn'Atiyye, E. M. A.-H. b. Ğ. (2007a). *El-Muharraru'l-vecîz fî tefsîri'l-Kitâbi'l-Azîz* (C. 8). Vizâretü'l-Evkâf ve's-Şuûni'l-İslâmiyye.
- İbn'Atiyye, E. M. A.-H. b. Ğ. (2007b). *El-Muharraru'l-vecîz fî tefsîri'l-Kitâbi'l-Azîz* (C. 5). Vizâretü'l-Evkâf ve's-Şuûni'l-İslâmiyye.
- İbnü'l-Arabî, E. B. M. b. A. b. M. (2003). *Abkâmü'l-Kur'an* (C. 3). Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Karaman, H., Çağrıncı, M., Dönmez, İ. K., & Gümüş, S. (2017). *Kur'an Yolu Türkçe Meâl ve Tefsir* (C. 2). Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları.
- Karasoym, Y. (2003). *Abi Kelimesi ve Türk Kültüründe Ahilik*. 14(1).
- Kazıcı, Z. (1978). Esnaf Teşkilatı (Ahilik). *Diyanet İlmi Dergi*, XVII(3-4), 250-255.
- Kızıler, H. (2015). Osmanlı Toplumunun Sosyal Dinamiklerinden Ahilik Kurumu. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, IV(2), 408-423.
- Köprülü, F. (1999). *Osmanlı Devleti'nin Kuruluşu* (6. bs). Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Kurtubî, E. A. M. b. A. b. E. B. (2006). *El-Câmi' li-ahkâmî'l-Kur'an* (C. 13). Müessesetü'r- Risâle.
- Kuşeyri, A. (2003). *Kuşeyri Risalesi* (4. bs). Dergâh Yayınları.
- Mâtürîdî, E. M. M. b. M. b. M. (2005a). *Te'vilâtü Ehlî's-sünne Te'vilâtü'l-Mâtürîdiyye* (C. 9). Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Mâtürîdî, E. M. M. b. M. b. M. (2005b). *Te'vilâtü Ehlî's-sünne Te'vilâtü'l-Mâtürîdiyye* (C. 1). Dâru'l-Kütübi'l-İlmiyye.
- Mukâtil b. Süleymân, E.-H. (2002a). *Tefsîru Mukâtil b. Süleymân* (C. 1-5). Müessesetü't-Târîhi'l-'Arabî.
- Mukâtil b. Süleymân, E.-H. (2002b). *Tefsîru Mukâtil b. Süleymân* (C. 3). Müessesetü't-Târîhi'l-'Arabî.
- Ocak, A. Y. (1996). Türkiye'de Ahilik Araştırmalarına Eleştirel Bir Bakış. I. *Uluslararası Ahilik Kültürü Sempozyumu Bildirileri*, 129-138.
- Özköse, K. (2011). Ahilikte Ahlak ve Meslek Eğitimi. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, XV(2), 5-19.
- Öztürk, M. (2012). *Doğu'nun ortak mirası: Hacı Bektaş-ı Veli ve Bektaşilik, Ahmed Yesevi ve Yesevilik, Mevlana ve Mevlenilik, Ahiler ve Ahilik, Fütüvvetnameler, Nevruz, Fridensi, Şehriyar...* İlk Harf Yayınevi.
- Râğb el-İsfahânî, E.-K. H. b. M. b. el-Mufaddal. (2009). Eh. İçinde *Müfredâtü elfâzi'l-Kur'an* (4. bs). Dâru'l-Kâ'a, ed-Dâru's-Şâmiyye.
- Razavî, S. M. b. A. el-Hüseyn. (2014). *Fütüvvet- Nâme-i Kebîr*. Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları.
- Sühreverdî, A. A. (1966). *Avârifü'l-Ma'arif*. Dâru'l-Kitâbi'l-'Arabîyye.
- Sülemî, E. A. M. b. el-H. b. M. (1977). *Tasavvufu Fütüvvet* (S. Ateş, Çev.). Ankara Üniversitesi Basımevi.
- Taberî, E. C. M. b. C. b. Y. el-Âmülî. (2001a). *Câmi' u'l-beyân 'an te'vilî âyi'l-Kur'an* (C. 1-26). Dâru Hicr.
- Taberî, E. C. M. b. C. b. Y. el-Âmülî. (2001b). *Câmi' u'l-beyân 'an te'vilî âyi'l-Kur'an* (C. 18). Dâru Hicr.
- Tabersî, E.-İ. E. A. el-Fadl b. el-Hasen. (2005a). *Mecma'u'l-beyân fî Tefsîri'l-Kur'an* (C. 10). Dâru'l-'Ulûm.
- Tabersî, E.-İ. E. A. el-Fadl b. el-Hasen. (2005b). *Mecma'u'l-beyân fî Tefsîri'l-Kur'an* (C. 6). Dâru'l-'Ulûm.
- Taeschner, F. (1953). *İslâm Ortaçağında Futuvva (Fütüvvet Teşkilâtı)* (F. Işıltan, Çev.). 15(1-4), 3-32.
- Taeschner, F. (1972). *İslâm'da Fütüvvet Teşkilâtının Doğuşu Meselesi ve Tarihî Ana Çizgileri* (S. Yüksel, Çev.). 36(142), 203-235.
- Tarsuslu Dâ'î. (2019). *Manzum Fütüvvetnâme*. Türkiye Bilimler Akademisi.
- Varlı, A. (2005). *Kur'an'da Dünya Ahiret Dengesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri (Tefsir) Anabilim Dalı.
- Yazır, E. M. H. (1979). *Hak Dîni Kur'an Dili* (C. 3). Eser Neşriyat ve Dağıtım.
- Yûsuf Hâs Hâcib. (t.y.). *Kutadğû Bilig*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.

Zemahşerî, E.-K. M. b. Ö. b. M. el-Hârizmî. (1998a). *El-Keşşâf 'an bakā'iki ğavâmişî't-tenzîl ve 'nyûni'l-ekâvîl fî vüçûbi't-te'vîl* (C. 3). Mektebetü'l-'Ubeykân.

Zemahşerî, E.-K. M. b. Ö. b. M. el-Hârizmî. (1998b). *El-Keşşâf 'an bakā'iki ğavâmişî't-tenzîl ve 'nyûni'l-ekâvîl fî vüçûbi't-te'vîl* (C. 1). Mektebetü'l-'Ubeykân.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Türkiye’de Merkez Bankası Dijital Parasının Potansiyel Etkileri: SWOT Analiziyle Bir Değerlendirme

Zeynep KÜÇÜKKIRALI\*   
Kerim ESER AFŞAR\*\* 

## ÖZ

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası 15 Eylül 2021 tarihli basın duyurusunda Tübitak, Aselsan ve Havelsan ile birlikte “Dijital Türk Lirası İşbirliği Platformu” oluşturduğunu ilan etmiştir. Bu çalışmada henüz tasarım aşamasında olan merkez bankası dijital parasının (CBDC) Türkiye ekonomisi üzerindeki potansiyel etkileri SWOT Analizi ile değerlendirilmiştir. Çalışmanın amacı Dijital Türk lirasının, Türkiye ekonomisiyle ilgili veriler bağlamında güçlü/zayıf yönlerini tespit etmek, CBDC’ye yönelik olası fırsat ve tehditleri tartışmaktır. Çalışmanın bulgularına göre finansal kesimin tasarımına dahil olduğu “optimum” Dijital Türk Lirası, finansal sistemin verimliliğini ve güvenliğini pozitif etkileyecektir. Teknik altyapının zayıflığı ve TCMB başta olmak üzere finansal sistemin “yetersiz” dönüşümü, CBDC’nin genel kabul görmesini engelleyebilecek faktörlerdir. CBDC ihracıyla birlikte hayata geçirilen kurumsal reformlar, para politikasının etkinliğini artırabilir ve finansal kapsayıcılığın genişlemesiyle TCMB, “özel ödeme sistemleri” karşısında rekabet üstünlüğü kazanabilir. Bankacılık sektörünün CBDC karşısındaki “olumsuz tutumunun” ve toplum nezdinde oluşabilecek dijital veri mahremiyetiyle ilgili kaygıların Dijital Türk Lirasına yönelik ciddi tehditler olduğunu savunuyoruz. CBDC tasarımına ve bankacılık kesiminin konumuna bağlı olarak güçlü yönler zayıf yönler, fırsatlar tehditlere dönüşebilir. Bu nedenle CBDC tasarım çalışmalarının bankacılık kesimiyle ortak yürütülmesini bir politika önerisi olarak öne sürüyoruz.

**Anahtar Kelimeler:** Merkez Bankası Dijital Parası, SWOT Analizi, Merkez Bankacılığı, Finansal Kapsayıcılık

## Potential Effects of Central Bank Digital Currency in Turkey: An Assessment with SWOT Analysis

### ABSTRACT

The Central Bank of the Republic of Turkey announced in its press release dated September 15, 2021 that it has established a “Digital Turkish Lira Cooperation Platform” with Tübitak, Aselsan and Havelsan. In this study, the potential effects of the central bank digital currency (CBDC), which is still in the design phase, on the Turkish economy are evaluated with SWOT Analysis. The aim of the study is to identify the strengths/weaknesses of the Digital Turkish Lira in the context of data on the Turkish economy, and to discuss possible opportunities and threats to CBDC. According to the findings of the study, the “optimal” Digital Turkish Lira, in which the financial sector is included in its design, will positively affect the efficiency and security of the financial system. The weakness of the technical infrastructure and the “inadequate” transformation of the financial system, especially the TCMB, are factors that may hinder the general acceptance of the CBDC. Institutional reforms implemented with the CBDC issuance can increase the effectiveness of the monetary policy and with the expansion of financial inclusion, the TCMB can gain a competitive advantage over “private payment systems”. We advocate that the “negative attitude” of the banking sector towards the CBDC and the concerns about digital data privacy that may occur in the society are serious threats to the Digital Turkish Lira. Depending on the CBDC design and the position of the banking sector, strengths can turn into weaknesses, opportunities turn into threats. For this reason, we suggest that CBDC design works be carried out jointly with the banking sector as a policy proposal.

**Keywords:** Central Bank Digital Currency, SWOT Analysis, Central Banking, Financial Inclusion

### 1. Giriş

Para, geçmişten günümüze devam eden bir evrim sürecindedir. Kâğıt paranın metal parayı ikame etmesinin sonrasında günümüzdeki tartışmalar, kâğıt paranın kaydî para tarafından ikame edilemeyeceğine yöneliktir. Bu sorunun cevabı, finansal teknolojilerde yaşanan gelişmeler üzerinden tartışılabilir. Teknoloji, mevcut finansal sistemin oluşmasında ve paranın devam eden evrim sürecinde belirleyici bir role sahiptir. Kredi ve banka kartlarının yaygınlaşmasıyla başlayan kâğıt paranın ikame süreci, elektronik ödeme sistemleri ve mobil bankacılık gibi uygulamaların yaygınlaşmasıyla devam etmiştir. Günümüzdeyse, yüzyılın başlarından bu yana parasal ve finansal sistemi dönüştürmeye başlayan “dijital paralar”, paranın evrimi tartışmalarında odak noktası haline gelmiştir.

Dijital paralar, IMF (2020a) tarafından iki sınıfa ayrılmıştır; “Özel Dijital Paralar” ve “Merkez Bankası Dijital Paraları (CBDC)”. Özel dijital paralar, kripto para birimleri, stablecoinleri ve bunlar dışında kalan diğer tüm özel dijital paraları içerir. Kripto para birimleri, ilk kripto para birimi Bitcoin’in Nakamoto

\* Doktora Öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, kucukkiralizeynep@gmail.com

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi, eser.afsar@deu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 06.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 22.06.2022

(2008) tarafından tanıtılması sonrasında, sayıları binleri<sup>1</sup> aşan ve geniş kitlelerce benimsenmesiyle dikkat çeken blok zincir tabanlı dijital paralardır. Stablecoinler, kişiler veya özel kurumlarca çıkartılan ve değerleri bir fiat para<sup>2</sup> birimine, bir değerli madene ya da başka bir kripto para birimine endekslenen dijital paralar olarak karşımıza çıkar. CBDC’lerse, merkez bankaları tarafından fiat para birimlerinin dijital formları şeklinde çıkarılması planlanan, genellikle proje aşamasındaki dijital paralardır.

Özel dijital paralar, volatil olmamaları nedeniyle, özellikle stablecoinler, daha düşük maliyetli ve daha hızlı transfer sağlaması avantajlarıyla, geleneksel ödeme sistemlerine önemli bir alternatif oluşturmuştur. Ancak özel dijital paralar, genellikle düzenlemelere tabi değildir ve yasal bir güvence sunmamaktadır. Bu nedenle, ödeme sistemlerinde hâkim rol alma olasılığı nispeten düşüktür. Ancak, 2019 yılında Facebook (yeni adıyla Meta) kendi stablecoini Libra’yı çıkaracağını duyurmuştur. Diğer özel dijital paralarla karşılaştırıldığında Libra’nın, kullanıcılar tarafından güvenilir bulunarak benimsenmesi ve finansal sistemde hâkim rol alma potansiyeli oldukça yüksektir. Bu potansiyel ekonomi otoriteleri tarafından da görülmüş ve Libra projesi ABD dâhil birçok ülkeden sert tepki almıştır. Merkez Bankaları, Libra’nın parasal egemenliklerini tehdit edebileceği endişesiyle, CBDC olarak adlandırılan kendi dijital paralarını çıkarma çalışmaları başlatmıştır. Libra projesi tasfiye edilmiş olsa da<sup>3</sup>, CBDC’lerin gündeme gelmesinde itici güç oluşturması açısından kritik bir rol oynamıştır.

Bu çalışma kapsamında, CBDC’lerin tüm tasarımlarını kapsayacak şekilde bir SWOT analizi yapılarak, olası etkilerinin ortaya koyulması amaçlanmıştır. Çalışmanın temel motivasyonu, literatürdeki tartışmalar ışığında, CBDC’nin olası etkilerini Türkiye özelinde ele alarak, tasarım tercihleri bağlamında politika önerileri sunmaktır. Bunun yanında, SWOT analizi kapsamında belirlenen güçlü ve zayıf yönlerle fırsatlar ve tehditler, Türkiye’ye özel dinamikler değerlendirilerek sınıflandırılmıştır. Bu bağlamda çalışmanın literatüre katkı yapması beklenmektedir.

Çalışma yedi bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde CBDC’lerle ilgili genel bir çerçeve çizilmiş, ikinci bölümde genel bilgilere ve literatür taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde CBDC’lerin güçlü yönleri ele alınmış, dördüncü bölümdeyse zayıf yönleri ortaya koyulmuştur. Beşinci ve altıncı bölümlerde, sırasıyla fırsatları ve tehditleri incelenmiştir. Son bölümde sonuç ve genel bir değerlendirme yer almakta ve çalışma sonlanmaktadır.

## 2. CBDC: Kavramsal Çerçeve

CBDC’lerin olmadığı senaryoda, kâğıt paranın kaydı para tarafından tümüyle ikame edilmesini, dolaşımdaki paranın tümüyle özel bankalardaki vadesiz mevduatlar ve özel dijital paralar tarafından ikame edilmesi şeklinde ifade etmek mümkündür. Bu durumda, merkez bankalarının parasal ve finansal sistemdeki yönetim gücü ortadan kalkacaktır. CBDC’ler, merkez bankalarının finansal kontrol gücünü korumasının neredeyse tek olanaklı yoludur. Hatalı CBDC tasarımları, kâğıt paranın kaydı para tarafından tümüyle ikame edilmesine de neden olabilir. Bu bağlamda CBDC’lerin ekonomik etkileri, tasarım özellikleriyle doğrudan bağlantılı olacaktır.

CBDC’lerle ilgili genel kabul görmüş bir tasarım bulunmamaktadır. CBDC’lerin ne şekilde kullanıma sunulacağı (toptan, perakende), nasıl bir teknolojik altyapı kullanacağı (dağıtılmış defter teknolojisi (DLT), merkezi, yarı-merkezi), CBDC’lere nasıl ulaşılacağı (doğrudan merkez bankası veya bankalar aracılığıyla) gibi konular belirsizliğini korumaktadır. Birkaçı<sup>4</sup> hariç çoğu CBDC projesinin henüz kullanıma sunulmamış olması nedeniyle, ampirik bir analiz gerçekleştirmek olanaklı değildir.

Yapılan araştırmalardan hareketle, CBDC’lerin çeşitli alanlara etki edebilecek güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri ortaya koyulabilir. Şekil 1. CBDC’lerin etki edebileceği olası alanları göstermektedir. CBDC’ler işlem maliyetlerini düşürebilir, verimliliği ve güvenliğini artırabilir. Merkez bankalarının nakit para basmak yerine dijital paralarını ihraç etmesi, para basım ve dağıtım maliyetlerinden tasarruf edilmesine ve senyoraaj gelirlerinin artmasına olanak sağlayabilir. CBDC’ler işlemlerin izlenebilirliğini artırarak, kara

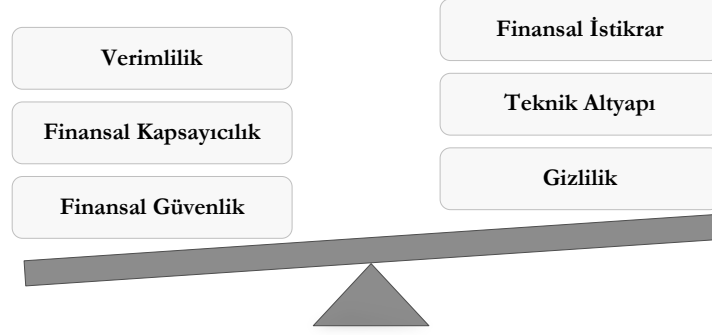
<sup>1</sup> Bkz. <https://coinmarketcap.com/all/views/all/>, Son Erişim Tarihi: 15 Şubat 2022

<sup>2</sup> Latince de fiat, “öyle olması gereken” anlamına gelir ve günümüzde “fiat para” denildiğinde parayı değerli kılan şeyin onu koruyan kural ve kuralı yapan hükümet olduğu anlaşılır.

<sup>3</sup> Libra projesinin adı Aralık 2020’de Diem olarak değiştirilmiş, Ocak 2022 itibarıyla ise projenin tasfiye edilmesi kararlaştırılmıştır. <https://www.diem.com/en-us/updates/stuart-levey-statement-diem-asset-sale/>. Son Erişim Tarihi: 03.02.2022

<sup>4</sup> Nijerya Merkez Bankası, 25 Ekim 2021’de eNaira’yı kullanıma sunmuştur. Bunun yanında Bahamalar, CBDC’sini çıkaran bir diğer ülkedir. <https://www.cbn.gov.ng/Out/2021/CCD/eNaira%20Launch%20Press%20release%20%20231021.pdf>, <https://cbdctracker.org/>, Son Erişim Tarihi: 14.02.2022.

para aklama ve terör finansmanının önlenmesi gibi avantajlar sağlamasının yanı sıra vergi kaçakçılığının da kolayca tespit edilmesine imkân verebilir. Bunun yanında, özel dijital paraları güvenlik sorunları nedeniyle kullanmayan kesimler için CBDC’ler, oldukça yüksek bir benimsenme potansiyeline sahiptir. Ancak bunların yanında CBDC’ler, bankaların aracılık rolünü kaybetmelerine neden olarak finansal istikrarı tehdit edebilir. Merkez bankalarının CBDC hesaplarını doğrudan yönetmesi, finansal sistemin merkez bankaları elinde tekelleşmesine neden olabilir. Bu denli bir merkezileşme, çeşitli teknik zorluklarla birlikte gizlilik ve güvenlik sorunları yaratabilir. Yerel CBDC’ye duyulan güvenin azalması, birden fazla CBDC’nin olduğu bir ortamda dijital para ikamesini (dolarizasyonu) kolaylıkla tetikleyebilir. Bunun yanında, teknoloji kullanımının düşük olduğu ülkelerde, teknolojiye erişememe veya teknik bilgi eksikliği gibi nedenlerle CBDC’lerin genel kabul görerek benimsenmesi zorlaşabilir.



**Şekil 1.** CBDC’lerin Olası Etki Alanları

**Kaynak:** Yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Uluslararası Ödemeler Bankası (BIS) tarafından yapılan ve 22’si gelişmiş 41’iyse gelişmekte olan ülkeden (GOÜ) oluşan araştırmaya göre, gelişmiş ve GOÜ’lerin CBDC’lerden beklentileri oldukça farklıdır. Gelişmiş ülkeler için finansal istikrar ve ödemelerin güvenliği perakende CBDC’lerin en önemli faydaları iken, finansal kapsayıcılık önem sırasında en sonda yer alır. GOÜ’ler için, finansal kapsayıcılık ve yurtiçi ödemelerdeki verimlilik en önemli unsurları oluştururken, uluslararası ödemelerin verimliliği önem sırasında en sonda bulunur (Barontini & Holden, 2019, s.10). Sonuç olarak, CBDC’lerin olası etkileri CBDC’lerin tasarımlarıyla birlikte çıkarıldıkları ülkeye göre de değişiklik gösterir.

Türkiye de dahil olmak üzere hem gelişmiş hem de gelişmekte olan birçok ülkenin merkez bankası, uluslararası rekabet gücünü korumak ve dijital finansal sistemle entegrasyon sağlamak amacıyla, kendi CBDC’leri üzerinde çalışmaktadır. CBDC’lerin tasarımlarının nasıl olacağı ile ilgili çok az bilgi paylaşılmasına rağmen, olası etkilerini inceleyen çalışmalar artmaktadır. Kshetri (2021) CBDC’lerin olası faydalarını ve risklerini ortaya koymuş, Lee vd. (2021) fayda ve risklerini dengelemek için CBDC tasarımlarının temel özelliklerini incelemiştir. Ozili (2022), CBDC’ye yönelik eleştirileri ve faydalı bulunan yönlerini belirleyerek literatürdeki ana araştırma temalarını ortaya koymuştur. Priyadarshini ve Kar (2021), CBDC’lerin potansiyel fayda ve risklerini inceleyerek Hindistan’da bir CBDC olasılığını tartışmıştır. Sandner (2020) CBDC’leri dijital Euro üzerinden ele almış, Li ve Huang (2021) ise Çin’in e-CNY’ını incelemiştir. Bunun yanında, Uluslararası Ödemeler Bankası BIS (2021a, 2021b), BIS’e bağlı olarak Auer vd., (2021), Uluslararası Para Fonu IMF (2020b, 2022), Ulusal Ekonomik Araştırmalar Bürosu NBER (2017), NBER’e bağlı olarak Allen vd., (2020), İngiltere Merkez Bankası BoE (2020) ve Amerika Merkez Bankası FED (2022) gibi çeşitli finansal kuruluşların ve merkez bankalarının raporları da CBDC’lerin olası etkilerini incelemiştir.

2020 yılında Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) bünyesinde Finansal İnovasyon Genel Müdürlüğü kurulmuş, merkez bankası dijital parasıyla ilgili çalışmalara başlanmıştır. TCMB’nin 15 Eylül 2021 tarihli basın duyurusunda Tübitak, Aselsan ve Havelsan ile birlikte “Dijital Türk Lirası İşbirliği Platformu” oluşturduğu ilan edilmiştir. Ancak, Türkiye’de CBDC’yi konu edinen literatür henüz çok az sayıda çalışmayı içermektedir. CBDC’leri finansal kapsayıcılık, ödeme güvenliği ve verimliliği, finansal istikrar ve para politikası uygulamaları açısından ele alan Kutlu ve Guven (2019), CBDC’lerin özelliklerini TOWS analizi ile incelemiş; Al ve Akyazı (2019), CBDC’lerin muhtemel etkilerini doğrudan bir CBDC tasarımı varsayımından hareketle analiz etmiş ve Koç (2020) da merkez bankalarının CBDC konusundaki

duruşları ele almıştır. CBDC’lerin kavramsal çerçevesini ele alan Acar ve Öztürk (2021), dünyada ve Türkiye’de CBDC’nin gelişimini incelemiş, Dömbekçi Özçelik (2021) ise CBDC’lerin ekonomik etkileriyle birlikte, dünyada ve Türkiye’de CBDC uygulamalarını derlemiştir.

Bu çalışma kapsamında, merkez bankaları ve uluslararası finansal kuruluşlar tarafından yayınlanan raporlar ve CBDC’leri araştıran literatürde yer alan çeşitli tasarım senaryolarına dayanarak, CBDC’lerin olası etki alanları araştırılmaktadır.

### 3. CBDC’lerin Güçlü Yönleri

SWOT analizi, yeni bir proje ya da girişimde içsel ve dışsal niteliklere dayanan kaynakların belirlenmesi, güçlendirici ve engelleyici faktörlerin ortaya koyulmasında sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Leigh, 2010). CBDC’lerin güçlü yönlerinin tespitiyle birlikte, içsel niteliklerinden kaynaklanan yetkinliği incelenebilir. CBDC’ler, finansal sistemde işlem maliyetlerini düşürebilir ve verimlilik artışı sağlayabilir. CBDC gibi bir dijital para birimi, işlemlerin izlenebilirliğini arttırarak yasa dışı işlemlerin önlenmesine katkı sağlayabilir. Dolayısıyla, CBDC’lerin finansal sistemin güvenliğini arttıracığı söylenebilir. Bunun yanında dijital para birimleri, para basma maliyetlerinin azalmasına da ciddi katkılar sağlayabilir.

#### 3.1. Finansal Sistemin Verimliliğinin Artması

CBDC’ler ödeme sistemleri için düşük maliyetlerle yüksek işlem verimliliği sağlar. Geleneksel finansal sistemde, özellikle uluslararası işlemlerde (swift, western union vb.), maliyetler yüksektir ve işlemlerin gerçekleşmesi için gereken süre uzundur. Dünya Bankası’na göre uluslararası para transferlerinde işlem maliyeti ortalama %6’dır<sup>5</sup> (World Bank, 2021, s.11). Kripto para birimleri ve stablecoinlerin yaygınlaşmasıyla birlikte, para transferlerinde düşük maliyetli ve hızlı alternatifler oluşmuştur. Ancak, bu para birimleri yasal olarak düzenlenmemiştir ve güvenlik sorunları barındırmaktadır. Buna karşılık CBDC’ler, merkez bankalarının güvencesine sahip olmasının yanı sıra hem ulusal hem uluslararası ödeme sistemlerinin maliyetlerini düşürerek verimliliği artırabilir.

Türkiye’deki ödeme sistemi, işlem maliyetleri açısından ele alındığında, transfer ücretlerinin nispeten yüksek olduğu söylenebilir. TCMB, Mart 2020 tarihinde elektronik fon transferi (EFT) ve havale ücretlerini tüketiciye olan maliyetlerini azaltmak amacıyla yeniden düzenlemiştir. Bu düzenlemeye göre, mobil veya internet bankacılığı aracılığıyla yapılan EFT işlemlerinde transfer ücreti, bin TL’ye kadar olan işlemlerde 1 TL’yi, bin ile elli bin TL arası işlemlerde 2 TL’yi, elli bin TL ve üzeri işlemlerde ise 25 TL’yi geçemez. Bu ücretler, çalışma saatleri içerisinde yapılan işlemleri kapsamakta ve finansal kuruluş ile tüketici arasındaki sözleşmede “geç işlem” sayılacak saatlerde yapılan işlemler için (EFT saatleri dışındaki FAST işlemleri dahil) yüzde elli artırımlı olarak uygulanabilmektedir. Havale ücretleri ise EFT ücretlerinin yarısı şeklinde uygulanır (TCMB, 2020). Buna göre, Türkiye’de özellikle mikro ödemeler açısından transferlerin görece olarak daha yüksek ücretlendirildiği söylenebilir. Bu bağlamda CBDC’ler, mikro işlemlerin maliyetlerini düşürme potansiyeli taşımaktadır. Diğer yandan, mesai saatleri dışında EFT işlemi yapılamaması ve işlemlerin nispeten uzun sürmesi, ödeme sistemlerinin verimsizliğine neden olmaktadır. TCMB tarafından Ocak 2021’de başlatılan FAST (Fonların Anlık ve Süreli Transferi) sistemi, 7/24 ve anında gerçekleşen EFT imkânı sağlamış ve ödemeler sistemindeki verimsizliği bir miktar azaltmıştır. Bunun yanında, alışveriş işlemlerinde “TR Karekod” kullanılarak ödeme yapılabilmesine yönelik çalışmalar sürmektedir (TCMB, 2022). Ancak, FAST sisteminin yalnızca sisteme katılmış olan bankalar üzerinden kullanılması ve işlem limitinin beş bin TL ile sınırlı olması verimlilik artışını kısıtlamaktadır.

CBDC’ler, 7/24 ve anında işlem olanağıyla düşük maliyetleri ve yüksek işlem verimliliğini finansal sistemin geneline yayabilir. Bu nedenle, CBDC’lerin verimliliğinin yüksek olması beklenmektedir. Bahsi geçen verimlilik, saniyede gerçekleştirilebilen işlem sayısıdır (transactions per second). Saniyede gerçekleştirilebilen işlem sayısı, ilk kripto para birimi olan ve kripto para piyasasının neredeyse yarısını oluşturan Bitcoin’in, ödeme işlemlerinde yaygın olarak kullanılamamasının önündeki en büyük engellerden biridir. Bitcoin işlemlerinde, saniyede yalnızca yedi işlem gerçekleşmektedir. Bu durum, ölçeklenebilirlik<sup>6</sup> sorunu olarak adlandırılır. CBDC’lerde ölçeklenebilirlik sorununun olmayacağı düşünülmektedir. Örneğin, Çin Merkez Bankası tarafından çıkarılması planlanan CBDC’nin (e-CNY) saniyede 220.000 işlem

<sup>5</sup> G8 ülkelerinden para transfer maliyeti ortalama %5,83 iken, G20 ülkelerinden para transfer maliyeti ortalama %6,37’dir.

<sup>6</sup> Dijital para biriminin işlem kapasitesi olarak tanımlanır.

gerçekleştireceği iddia edilmektedir (Global Times, 2019). CBDC’lerin yüksek kapasiteye sahip olması hem ulusal hem uluslararası ödemelerde yaygın kullanımının önünü açacaktır.

### 3.2. Finansal Sistemin Güvenliğinin Artması

CBDC’ler finansal sistemin güvenliğini pozitif yönde etkileyecektir. CBDC’lerle birlikte finansal işlemler, merkez bankaları tarafından izlenebilir hale gelecektir. Bu izlenebilirlik, kara para aklama, terör finansmanı, vergi kaçakçılığı veya genel olarak kayıt dışı ekonomi faaliyetlerinin hızlı ve kolayca takip edilebilmesini sağlayacaktır. Nakit kullanımı, kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin oluşmasına olanak sağlamaktadır ve bu işlemlerin takip edilmesi oldukça zordur. Türkiye, GSYİH’sının yaklaşık %25-30’u ile OECD ülkeleri arasında kayıt dışı ekonomi oranının en yüksek olduğu ülkelerden biridir. Kayıt dışı ekonominin büyüklüğü 1980’li yıllar itibarıyla küçülmüş olmasına rağmen, henüz çözüm sağlanamamış önemli bir sorun olmaya devam etmektedir (Atesagaoglu vd., 2017). Kayıt dışılığın ekonomilerin büyümesinde, kalkınmasında veya mali disiplinin sağlanmasında yarattığı negatif etki göz önüne alındığında, CBDC’lerin kayıt dışı ekonomik faaliyetleri önleyebileceği söylenebilir. CBDC’lerin nakdin yerini aldığı bir tasarımda, kayıt dışı nakit işlemler olanaksızlaşır ve otomatik önleyici bir mekanizma sağlanmış olur. Böylece, işlemlerin vergilendirilmesi sorunu ortadan kalkar ve vergi gelirlerinde artış sağlanabilir (Allen vd, 2020, s.6). CBDC’lerin vergi gelirleri üzerindeki pozitif etkisi, hem tahakkuk oranının artması hem de dijital cüzdanlar sayesinde tahsilatlara otomasyon kazandırılarak tahakkuk-tahsilat oranının artırılmasıyla sağlanabilir. Bunun yanında, kayıt dışı istihdam, kayıt dışı ücret ödemeleri veya rüşvet gibi yasa dışı faaliyetler de engellenebilir. Sonuç olarak CBDC’ler, ekonomik suçlarla mücadelede etkin olarak kullanılabilir (Kshetri, 2021, s.54). Zira CBDC’ler yasadışı nakit kullanımını azaltarak, finansal sistemin güvenliğine katkı sağlayabilir. Bunun yanında, CBDC’ler sahte para üretimi üzerinde de etkili olur. Sahte CBDC üretimi, teknoloji sayesinde mümkün olabilir, lakin bunların sahte nakit paralarla kıyaslandığında tespiti görece daha kolay olacaktır (Lee, Yan & Wang, 2021, s.59).

### 3.3. Para Basım Maliyetlerinin Düşmesi

CBDC’ler merkez bankalarının para basım maliyetlerini düşürebilir. CBDC projelerinde, nakit para basım, dağıtım, saklama ve operasyonel masrafların azalması temel motivasyon kaynaklarıdır. TCMB’nin 2020 yılındaki (dağıtım, saklama ve operasyonel masrafların hariç olmak üzere) banknot basım maliyeti 43 milyon TL olarak gerçekleşmiştir (TCMB, 2021, s.113). CBDC’lerin nakdin yerini aldığı bir tasarımda, para basım maliyetleri önemli ölçüde düşebilir. Bunun yanında, Türkiye’de nakit basım maliyetleri döviz kurlarına bağlıdır. Nakit basım maliyetlerinin, özellikle madeni paralar olmak üzere, nominal değeri daha düşük olan paralarda yüzdesel olarak daha yüksek olduğu bilinmektedir (bkz. Şekil 2). Girdi maliyetlerine bağlı olarak, basım maliyetleri paranın nominal değerini aşabilir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, nakit para basımının döviz kuru bağımlılığı girdi maliyetlerinin önemli bir tetikleyicisidir. CBDC’ler, basım maliyetlerinin döviz kuruyla bağıntıyı azaltma potansiyeli taşımaktadır. Bunun yanında, merkez bankasının nakit yerine dijital para arz etmesi, senyoraaj gelirlerinin artmasına olanak sağlayacaktır.

| Nominal Değer | Basma Maliyeti |
|---------------|----------------|
| 1\$ ve 2\$    | 6.2 sent       |
| 5\$           | 10.8 sent      |
| 10\$          | 10.8 sent      |
| 20\$          | 11.2 sent      |
| 50\$          | 11 sent        |
| 100\$         | 14 sent        |

Şekil 2. FED’in Banknot Bazında Para Basım Maliyetleri

Kaynak: federalreserve.gov<sup>8</sup>

<sup>7</sup> 2003 fiyatlarıyla hesaplanmış veridir. Bkz. TCMB Yıllık Faaliyet Raporu 2020 (2021, s.113).

<sup>8</sup> Bkz. How much does it cost to produce currency and coin?, [https://www.federalreserve.gov/faqs/currency\\_12771.htm](https://www.federalreserve.gov/faqs/currency_12771.htm).

FED’in banknot bazında para basım maliyetleri Şekil 2’de gösterilmiştir. FED’in 2021 yılı banknot üretim maliyetleriyse toplam 1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (FED, 2021, s.2). CBDC’ler para basım, dağıtım, saklama ve diğer operasyonel maliyetlerden tasarruf edilmesini sağlayacaktır. CBDC’lerin araştırma ve gelişme bütçesi, teknik ve teknolojik altyapının sağlanması için yapılan yatırımlar gibi yüksek batık maliyetler gerektireceği, lakin uzun vadede para basım maliyetlerini azaltacağı savunulmaktadır (Bilotta, 2021, s.4). Bunun yanında, özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından döviz dayalı girdi ihtiyacının ortadan kalkması, CBDC’lerin para basım maliyetlerini düşürme potansiyeli açısından bir diğer güçlü yönünü oluşturur.

#### 4. CBDC’lerin Zayıf Yönleri

Güçlü yönler, CBDC’lerin içsel niteliklerinden kaynaklanan yetkinliklerini yansıtırken, zayıf yönlerin tespit edilmesiyle bu yetkinliklerin gerçekleşmesi önündeki engeller ortaya koyulabilir. Türkiye’de CBDC’ler söz konusu olduğunda, yeterli teknik alt yapının sağlanamaması, CBDC’lerle birlikte değişecek olan merkez bankası görev ve sorumluluklarının istenilen düzeyde gerçekleşmemesi, internet altyapısının yeterli gelmemesi ve çeşitli nedenlerle başta Dijital Türk Lirası olmak üzere CBDC’lerin düşük bir oranda kabul görmesi, arzu edilen değerlerin elde edilmesi açısından zayıf yönleri oluşturan unsurlardır.

##### 4.1. Teknik Altyapı Yetersizliği

CBDC’ler, teknik altyapıdan kaynaklanan risklerle karşı karşıyadır. CBDC tasarımlarında, defter altyapısı, ölçeklenebilirliği, hesap, kimlik yönetimi ve dijital cüzdan sistemleri, gizlilik ve şeffaflık protokolleri gibi bir dizi teknik altyapının oluşturulması gerekir. CBDC’ler söz konusu olduğunda, teknik altyapı açısından siber güvenliğin sağlanması da kritiktir. Merkez bankaları, CBDC ağının siber saldırılara karşı güvenliğinin sağlanması amacıyla güçlü teknik ve teknolojik donanıma ihtiyaç duyar. Siber saldırılar, varlık kayıplarının yanı sıra hesap ve kimlik verilerinin çalınması gibi bilgi güvenliği açısından da tehdit oluşturur. Bu bağlamda CBDC’lerin olası tasarım hataları, merkez bankalarını siber saldırılara karşı savunmasız bırakabilir ve önemli sonuçlara neden olabilir. Özellikle doğrudan CBDC tasarımında, ilgili ülkenin tüm finansal sisteminin merkez bankası odağında merkezileşmesi, olası bir siber saldırı durumunda krizin tüm ülkeye yayılmasına neden olur. Merkez bankaları -özellikle de yeterli teknolojik kaynağa sahip olmayan ülkelerdekiler-, bu tür risklere karşı yeterli teknik uzmanlık geliştirmekte zorlanabilir (Allen vd., 2020, s.7).

Bunun yanında, CBDC’lerin olduğu finansal sistemin sağlıklı işlemesi açısından düzenleyici teknik çerçevenin iyi çizilmesi gerekir. CBDC tasarımlarına bağlı olarak, finansal sisteminin yasal temellerinin revize edilmesi zaruridir. Priyadarshini ve Kar’a (2021) göre, token tabanlı CBDC’ler, hesaba dayalı CBDC’lere göre daha derin değişimler meydana getirecektir. Bunun nedeni, hesaba dayalı CBDC’lerin, hesaba dayalı merkez bankası parasıyla benzer dinamiklere sahip olmasıdır. Buna karşın, token tabanlı CBDC’ler merkez bankaları açısından yeni bir alan oluşturmaktadır. Bu bağlamda, merkez bankalarının görev ve yetki tanımlamaları başta olmak üzere, finansal regülasyonların CBDC’lere göre yeniden düzenlenmesi gereklidir. Düzenleme eksiklikleri, CBDC’lerin etkinliğiyle birlikte, finansal sistemin işleyişini de olumsuz etkileyebilir.

Blok zincir tabanlı bir CBDC tasarımı, dağıtık defter yapısı nedeniyle merkezi bir tasarımdan daha güvenlidir. Aynı zamanda altyapı yetersizliklerinden kaynaklı siber güvenlik sorunlarının büyük bir çoğunluğu ortadan kaldırılabılır. Bankaların da dahil olduğu “çok katmanlı” bir blok zincir yapısı altında “%51 Saldırısı”, “Müşterini Tanı” protokolünün uygulandığı bir durumdaysa “Sybil Saldırısı” gibi siber güvenlik sorunları ortaya çıkmayacaktır. Merkezi bir defter teknolojisi, CBDC’nin altyapısal yetersizlikleri karşısında daha dayanıksızdır. TCMB’nin Dijital Türk Lirası ile ilgili basın duyurusunda “*blok zincir teknolojisi, dağıtık yapıların ödeme sistemlerinde kullanımı, anlık ödeme sistemleriyle entegrasyon gibi başlıklarda Dijital Türk Lirası Ar-Ge projesi kapsamında çeşitlilik gerektirebilecek testlerin yapılması da planlanmaktadır*” ifadesi, tasarımda blok zincirinin kullanılabilmesine dair bir ipucu vermektedir.

##### 4.2. Merkez Bankasının Görev ve Sorumluluklarının Değişmesi

CBDC’ler, tasarıma bağlı olarak merkez bankalarının görev ve sorumluluklarını değiştirir. Doğrudan CBDC modelinde, hanehalkı ve işletmelerin hesapları merkez bankaları tarafından yönetilir. Günümüz finansal sisteminde, bankalarda açılan hesapların sorumluluğu, ilgili bankaya aittir. Bankalar, hesap açılışları için gerekli evrakların temin edilmesi, işlenmesi ve saklanması yanı sıra, “Müşterini Tanı” (KYC) ve

“Kara Para Aklamayı Önleme” (AML) gibi çeşitli yasal prosedürleri de yerine getirir. Bunun devamında, müşterilerin talep ettiği işlemlerin gerçekleştirilmesi, oluşması halinde sorunların çözülmesi gibi müşteri hizmetlerine dayanan operasyonel süreçleri de organize ederler. Doğrudan CBDC modeli söz konusu olduğunda, sorumluluk yalnızca merkez bankasına aittir. Gerekli operasyonel süreçlerin yönetilebilmesi için, merkez bankalarının yeni bir yapılanmaya ihtiyacı olacaktır. Priyadarshini ve Kar’a (2021) göre bu durum, merkez bankalarının finansal sistemdeki rolünün artmasına neden olacaktır. Bu bağlamda CBDC’ler, merkez bankası bilançolarının genişlemesi endişelerine neden olmaktadır (Sandner, 2020). Doğrudan bir CBDC, finansal sistemin merkez bankaları elinde merkezileşmesine neden olabilir. Böyle bir merkezileşmeyle finansal sistemde kırılabilirliği artırabilir.

Dolaylı CBDC modeli incelendiğinde, doğrudan modelde olduğu kadar köklü bir değişim gerektirmeye de finansal sistemin yeniden yapılanması gerekecektir. Türkiye açısından değerlendirildiğinde TCMB Kanunu, CBDC’leri içerecek şekilde yeniden düzenlenmelidir. Bunun yanında, Türkiye’de finansal piyasaları düzenleyen ve denetleyen kurumların kanun ve mevzuatlarının (Bankacılık Kanunu, BDDK Mevzuatı, SPK Mevzuatı vb.) da CBDC’leri içerecek şekilde düzenlenmesi gerekecektir. Merkez Bankası’nın bu yeniden yapılanma sürecinin sağlıklı ilerleyebilmesi açısından uzman personel istihdamı kritiktir.

### 4.3. İnternet Altyapısının Yetersizliği

CBDC’ler internet altyapısından kaynaklanan sorunlara neden olabilir. CBDC’lerin kullanıma sunulmasıyla finansal sistemin sağlıklı işleyebilmesinin ön koşullarından biri, hızlı ve verimli internet bağlantısıdır. CBDC’lerin dolaşımı ve işlevselliği açısından internet altyapısı belirleyici olacaktır (Lee, Yan & Wang, 2021, s.59). İnternet altyapısının nispeten yetersiz olduğu gelişmekte olan ülkeler açısından CBDC’ler, teknik sorunlarla karşılaşılmasına neden olabilir (Priyadarshini & Kar, 2021, s.12). Özellikle CBDC’lerin nakdin yerini aldığı tasarımda, neredeyse<sup>9</sup> tüm finansal işlemlerin internet üzerinden gerçekleşecek olması nedeniyle, yeterli olmayan ülkelerin internet altyapısını geliştirmesi gerekir.

Türkiye’de, 18,1 milyon sabit internet ve 70 milyon mobil internet abonesi bulunmaktadır (BTİK, 2022, s.8). Nüfusa oranla internet yaygınlık oranı yüksektir. Ancak, Türkiye’de internet hızı nispeten düşüktür. Beş ilde yapılan hız ölçümleri sonucunda, en yüksek veri indirme hızı 9,9 mbps, en yüksek veri gönderme hızı ise 2,6 mbps olarak belirlenmiştir (BTİK, 2022, s.16). Veri indirme hızında 29.9 mbps, gönderme hızındaysa 8,5 mbps olan dünya ortalaması<sup>10</sup> göz önüne alındığında, Türkiye’de kullanılan internet, dünya ortalamasının gerisindedir. CBDC’ler söz konusu olduğunda, Türkiye’nin internet altyapısını geliştirmesi gerekir. Ek olarak merkez bankasının, internet bağlantısında olası nedenlerle (doğal afet, uzun süreli elektrik kesintisi, terör saldırısı, savaş vb.) kesinti yaşanması durumuna karşılık, acil durum planları geliştirmesi zaruridir.

Dijital ödemeler, genellikle çevrim içi gerçekleştirilir. Yeni bir CBDC tasarımının kapsayıcılığının artması bağlamında çevrim dışı ödemelerin sisteme dahil edilmesi, teknik bir problemin üstesinden gelecek ve çevrim dışı bulunan kullanıcıları da kapsayacaktır. Bu bağlamda Christodorescu vd. (2020), çevrim dışı bir CBDC modeli önermiştir. Ancak maaş ödemeleri ve sosyal yardımlar gibi transferlerin yapılabilmesi için internet bağlantısı zorunludur. Aksi halde CBDC’lerden beklenen faydalar ortaya çıkmayacaktır.

### 4.4. Genel Kabul Görmeme Olasılığı

Bireylerin teknik veya teknolojik bilgi eksikliği, teknolojiye olan güvensizliği veya farklı kullanım alışkanlıkları nedeniyle CBDC’lerin kabul görmemeleri, en zayıf yönü olarak öne çıkar. Günümüzde akıllı telefon ve internet kullanımı her ne kadar yaygınlaşmış olsa da bunların, özellikle çocuklar ve yaşlı kesimler tarafından kullanım oranı düşüktür. Dünya Bankası’na (2019) göre, dijital finansal çözümler yaşlı kesimleri desteklemenin bir yoludur. Ancak, yaşlı kesimin (düşük ve orta gelirli ülkelerde) yalnızca onda birinin aktif olarak internet kullandığı (World Bank, 2019, s.11-12) göz önüne alındığında, CBDC’lerin bu kesimlerce benimsenme olasılığı düşüktür. Lee vd.’e (2021) göre, CBDC’nin benimsenmesi ve verimli bir şekilde kullanılabilmesi için, bireylerin operasyonları anlaması ve sistemin güvenli olduğundan emin olması gerekir. Bu bağlamda, CBDC’ler yaşlı kesimlerin finansal olarak dışlanmasına neden olur.

<sup>9</sup> CBDC’lere NFC teknolojisinin entegre edilmesi durumunda, ödeme işlemleri internet olmadan da gerçekleştirilebilecektir.

<sup>10</sup> Ookla SpeedTest platformunun Şubat 2022’de yayınladığı uluslararası verilerinden yararlanılmıştır. Bkz. <https://www.speedtest.net/global-index>

Türkiye’de CBDC’lerin benimsenmesiyle ilgili, mobil bankacılık kullanım verileri referans alınarak çıkarımda bulunulabilir. Türkiye Bankalar Birliği’nin Aralık 2021 tarihli raporuna göre, mobil bankacılık kaydı bulunan ve en az bir kez giriş yapmış bireysel hesap sayısı 112 milyon 106 bindir. Ancak, son üç ayda en az bir kez giriş yapmış ve aktif kabul edilebilecek bireysel hesap sayısı incelendiğinde, bu sayının 72 milyon 405 bine düştüğü görülür. Aktif bireysel hesapların yaşlara göre dağılımı incelendiğindeyse, 18-55 yaş grubunun toplam içindeki payı yaklaşık %88, 56-65 yaş grubunun %8, 66 yaş ve üzeri grubun ise yalnızca %3’tür (Türkiye Bankalar Birliği, 2021a). Bu bağlamda Türkiye’de çıkarılması planlanan CBDC’nin yaşlı kesimler tarafından kabul görmeme olasılığı yüksektir.

Bunun yanında CBDC’ler, 5.2. numaralı başlıkta ayrıntılandırılacağı üzere, merkeziyetsiz özel dijital para birimlerine güvenli (yasal) bir alternatif oluşturmaktadır. CBDC’ler ile yapılan işlemler merkez bankaları tarafından izlenebilir, anonimlik ise sınırlıdır. Buna karşılık, kripto para birimlerinin çoğu merkeziyetsiz yapıdadır ve kullanıcılara “tam anonimlik” sağlamaktadır. Kripto para birimlerinin benimsenmesinin nedenlerinden biri de kullanıcıların merkezi bir kontrol mekanizması dışında işlem yapma istediğidir. Bu bağlamda CBDC’lerin, merkezi yapıları nedeniyle bu tip kullanıcılar tarafından benimsenme olasılığı düşüktür.

## 5. CBDC’lerin Fırsatları

SWOT analiziyle birlikte fırsatların tespit edilmesi, içsel niteliklerin dışsal faktörlerle bağlantısının kurulmasını ve elde edilmesi arzulan değere ek fayda unsurlarının ortaya koyulmasını sağlayacaktır. Türkiye’de CBDC’ler açısından, izlenebilirlik sayesinde para politikasının etkinliğini artırma olasılığı, giderek sayıları artan özel dijital paralara ve büyüyen özel dijital ödeme sistemlerine alternatif oluşturması ve finansal kapsayıcılığı artırma imkanına sahip olması, fırsat olarak değerlendirilebilecek unsurlardır.

### 5.1. Para Politikasının Etkinliğinin Artması

CBDC’lerin optimum tasarımıyla para politikasının etkinliği artacaktır. Kripto varlıklardan farklı olarak CBDC ile yapılan işlemler, ihraç eden merkez bankaları tarafından izlenir. CBDC’lerin kullanılması, işlemlerin izlenebilirliği sayesinde merkez bankalarının para politikası araçları için güçlü bir veri seti sağlar. Bu veriler, para arzının belirlenmesi gibi araçların kullanımında, kapsayıcı bir analiz yapılabilmesini ve böylece daha etkili bir para politikası yürütülmesini garanti altına alır. Lee, vd.’e (2021, s.58) göre CBDC’ler, enflasyon ve döviz kuru problemi yaşayan ülkeler açısından potansiyel bir çözüm aracıdır. Ticari bankaların para yaratma olanağını kaybettiği, para arzının yalnızca Merkez Bankaları tarafından kontrol edildiği bir CBDC tasarımında, para politikasının etkinliği artar. Bu bağlamda Türkiye, yüksek enflasyon ve döviz kuruyla mücadelede CBDC’nin potansiyellerinden yararlanabilir.

Bunun yanında faiz barındıran bir CBDC’nin çıkarılması, yeni ve doğrudan bir para politikası aracı haline gelerek, merkez bankalarının para arzı üzerindeki kontrolünü artırabilir (Sandner vd., 2021, s.15). Ancak bu potansiyel fayda, CBDC’lerin nakdin yerini aldığı durumda geçerli olur. CBDC’lerin aksine, nakit faiz taşımaz. Nakit kullanımda olduğu sürece, CBDC’ler aracılığıyla uygulanan politikalar nakit kullanımının azalmaması nedeniyle etkisiz kalabilir. Sonuç olarak CBDC’ler, izlenebilirlik sağlamasıyla politika yapıcılara veri sağlayarak para politikasının etkinliğini artırabilir ve faiz içerdiği durumda yeni ve doğrudan bir para politikası aracı haline gelebilir.

### 5.2. Özel Dijital Finansal Hizmetlere ve Özel Dijital Paralara Alternatif Olması

CBDC’ler, özel dijital paralara güvenli bir alternatif sağlar. Kripto para birimlerinin bilinirliği ve kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Türkiye’de kripto para birimlerinin bilinirlik oranı %70, kripto para birimi sahiplik oranı ise %18’dir (ING International Survey, 2018, s.7-9). Nakit paranın kullanımdan kalktığı durumda kripto para birimlerinin tercih edilip edilmeyeceğinin sorulduğu bir soruya Türkiye %46 ile en yüksek tercihi sunan ülke olmuştur (ING International Survey, 2019, s.15). Ancak kripto para piyasaları, yasal düzenleme ve denetlemeye tabi değildir. Yasal boşluk, blok zincir teknolojisinin sağladığı anonimlikle birleşmekte ve kripto para piyasalarını dolandırıcılık, kara para aklama, terör finansmanı, uyuşturucu ticareti gibi çeşitli yasa dışı işlemlerde kullanılabilir hale getirmektedir. CBDC’ler, spekülasyon amaçlı işlemler hariç olmak üzere, düşük maliyetli ve hızlı para transferi gibi avantajları nedeniyle, kripto para birimlerini kullanan bireyler veya kurumlar için güvenli bir alternatif oluşturur. Bunun yanında, CBDC’lerin çıkarılması kripto para piyasaları açısından dolaylı bir regülasyon anlamına gelir. CBDC



işlemlerinin izlenebilirliği, merkezi kripto para borsalarındaki işlemlerin takip edilebilmesini sağlayarak yasa dışı işlemlerin tespit edilmesini kolaylaştırabilir ve vergilendirme imkânı sunabilir.

CBDC’ler geleneksel ve finansal olmayan şirketler tarafından sunulan finansal hizmetlere karşı bir alternatif sunarlar. Son yıllarda, büyük teknoloji (BigTech) ve finans teknolojisi (FinTech) şirketlerinin finansal hizmetler alanındaki faaliyetleri artmıştır. FinTech şirketleri, finansal hizmetler alanında teknolojik inovasyonlar üreten, genellikle start-up (girişim) şirketleridir. BigTech şirketleriyse, bilgi teknolojisi sektörünün en büyük şirketlerini ifade ederler. Ancak, BigTech ve FinTech şirketlerini farklı kategoriler altında sınıflandırmak gittikçe zorlaşmaktadır. BigTech şirketleri, potansiyel vaat eden FinTech “start-up”larını satın alarak finansal hizmetler alanına daha fazla dâhil olmaya başlamıştır. BigTech şirketlerinin FinTech yatırımları, 2020 yılında 2,2 milyar, 2021 yılının ilk yarısında ise 1,2 milyar dolar olarak kaydedilmiştir (CBInsights, 2021, s11). Bu bağlamda, “BigTech” ifadesinin yerini “BigFinTech” almaya başlamıştır<sup>11</sup>.

BigFinTech şirketlerinin finansal faaliyetleri, ödeme, kredi ve sigorta işlemleri gibi çeşitli finansal hizmetleri kapsamaktadır. Bu şirketlerin, finansal kurumlarla iş birlikleri aracılığıyla sağladıkları finansal hizmetlerin yanı sıra, geleneksel finans ve bankacılık sisteminin dışında, kendi platformları üzerinden sağladıkları finansal hizmetler de mevcuttur. BIS verilerine göre, bu şirketlerin<sup>12</sup> finansal hizmet gelirleri, toplam gelirlerinin %11,3’ünü oluşturmaktadır (BIS, 2019, s.56-57). Ancak, finansal faaliyetlerinin büyüme hızları dikkate alındığında, yakın gelecekte gelirlerinin daha büyük bir kısmının finansal hizmet gelirlerinden oluşması beklenmektedir.

Ödeme hizmetleri, BigFinTech şirketlerinin finansal faaliyetlerinin başlangıç noktasını oluşturur. Özellikle Çin ve Hindistan gibi mobil ödeme pazarının büyüdüğü ülkeler, BigFinTech şirketlerinin bu alandaki hedef ülkeleri haline gelmiştir. Mobil ödemelerin büyüklüğü GSYİH’sının %16’sına karşılık gelen Çin’de, banka dışı kurumlar tarafından sunulan ödeme hizmetleri, gerçekleştirilen toplam mobil ödeme işlemlerinin %76’sını kapsamaktadır (Financial Stability Board, 2019, s.5-6). Alibaba ve Tencent şirketleri, Çin mobil ödeme pazarının %94’üne hâkim konumdadır (Carstens vd, 2021, s.4). Bunun yanında Facebook (yeni adıyla Meta), Hindistan ve Brezilya’da Whatsapp platformu üzerinden eşler arası (P2P) para transferi uygulamasına başlamıştır. Sosyal medya üzerinden para transferinin tercih edilip edilmeyeceğinin sorulduğu bir ankette, %43’lük bir oranla Türkiye en yüksek tercih oranına sahip ülkedir (ING International Survey, 2019, s.13). Böyle bir uygulama henüz Türkiye’de hayata geçirilmemiş olsa da bu istatistik geleneksel finansal sistemin dışında bir dijital ödeme sisteminin benimsenme olasılığını göstermesi açısından CBDC için bir fırsat olarak değerlendirilebilir.

BigFinTech şirketleri mobil ödeme hizmetlerinin yanı sıra, özellikle gelişmekte olan ekonomilerde bireylere ve küçük ve orta büyüklükteki işletmelere (KOBİ) eşler arası (P2P) kredi sağlayıcılar haline gelmiştir. Çin, BigFinTech kredileri açısından en büyük pazardır. Alibaba ve Tencent’in Çin’de sağladığı krediler 2018 yılında 363 milyar, 2019 yılında ise 516 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşmıştır (Cornelli vd., 2020). Eşler arası işlemler, geleneksel finansal kurumların aracılığını ortadan kaldırarak maliyetleri düşürmektedir. Bu bağlamda, BigFinTech şirketlerinin finansal alandaki konumu, daha kolay erişilebilir ve daha düşük maliyetli hizmetler sunmaları nedeniyle güçlenmektedir. Regülasyonların daha gevşek olduğu ve daha az rekabetçi bankacılık sektörünün bulunduğu gelişmekte olan ülkeler, bu şirketler için birincil hizmet alanları oluşturmaktadır (Frost vd., 2019). Bu hizmetler, tüketiciler açısından düşük maliyetli alternatif oluşturmalarının yanı sıra, geleneksel finansal piyasalardaki kredi puanı gibi yeterlilik kriterlerini sağlayamayan bireylerin de finansal hizmetlere erişimine imkân sağlar. Ancak hızla büyüyen BigFinTech sektörü, regülasyon boşlukları, tekellerin oluşması, rekabetin zayıflaması, geniş kullanıcı verilerinin bu şirketler elinde toplanması ve bu verilerin kötü niyetli ya da yanlış kullanılma olasılığı nedeniyle, finansal sistemin güvenliği üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu bağlamda CBDC’ler, BigFinTech tarafından sunulan finansal hizmetlere alternatif sağlayarak, merkez bankalarının parasal egemenliğini korumasını sağlayabilir. CBDC’ler, özellikle ödeme hizmetlerinde, düşük maliyet ve yasal güvenceyle güçlü bir rakip olacaktır.

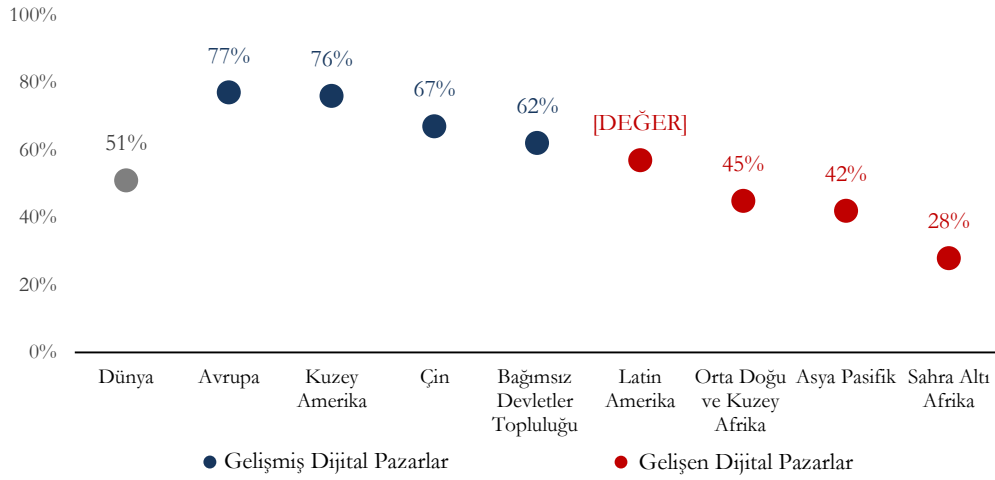
### 5.3. Finansal Kapsayıcılığın Artması

CBDC’ler, finansal kapsayıcılığın artmasına katkıda bulunacaktır. Dünya genelinde 1,7 milyar yetişkinin banka hesabı bulunmamaktadır. Finansal hizmetlere erişimi bulunmayan “bankasız nüfus”ün neredeyse

<sup>11</sup> Bkz. <https://www.undp.org/publications/towards-inclusive-sdg-aligned-governance-global-fintech-platforms-bigfintechs>.

<sup>12</sup> Apple, Google (Alphabet), Amazon, Facebook, Alibaba, Tencent, Samsung, Baidu, Grab, Kakao, Mercado Libre ve Rakuten şirketlerinin 2018 yılı verilerine göre hesaplanmıştır.

tamamı, az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde yaşamaktadır. Dünya Bankası verilerine göre, söz konusu bankasız nüfusun yaklaşık dörtte biri (480 milyon kişi), cep telefonu sahibidir ve internete erişimi bulunmaktadır (Demirgüç-Kunt vd., 2018, s.14). Geleneksel finansal hizmetlerin ulaşması zor veya pahalı olduğu bu bölgelerde, cep telefonları aracılığıyla ulaşılabilen mobil ödeme çözümleri yaygınlaşmıştır. Bunun yanında, son yıllarda teknoloji şirketlerinin dijital platformları üzerinden sunduğu finansal hizmetler de bankasız nüfusun finansal hizmetlere erişimini artırmaktadır. Ancak, bu dijital finansal hizmetler şu anda yalnızca özel şirketler tarafından sağlanmaktadır. Bu durum, ülkelerin temel finansal hizmetlerde özel sektöre bağımlı hale gelmesine neden olabilir (Bilotta, 2021, s.4). Özellikle az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, hizmet veren özel şirketlerin yabancı şirketler olması, ülkelerin parasal egemenliği için risk oluşturabilir. Priyadarshini ve Kar’a (2021, s.11) göre, finansal kapsayıcılığın artma olasılığı, gelişmekte olan ülkelerin CBDC’leri araştırmasında temel motivasyon kaynaklarından biridir. Bu bağlamda CBDC’ler, finansal hizmetlerin ulaştırılmadığı kırsal kesimlerin finansal sisteme dahil edilmesine yardımcı olabilir ve merkez bankalarının özel sektörle rekabetini güçlendirebilir.



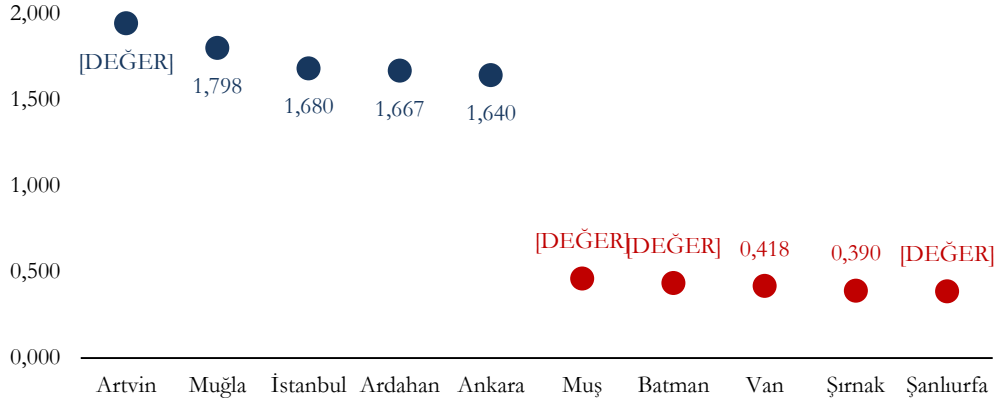
Şekil 3. Dünyada Mobil İnternet Kullanım Oranı, 2020

Kaynak: GSMA, 2021, s.15

CBDC’ler, teknolojiye erişimin düşük olduğu kesimleri de finansal sisteme dahil edecektir. Dijital finansal hizmetler, cep telefonunun yanı sıra internet erişimine de bağımlıdır. Şekil 3, dünyada mobil internet kullanım oranlarını göstermektedir. Şekilden de görüleceği üzere, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde mobil internet kullanım oranı görece düşüktür. Dolayısıyla bu hizmetler, teknolojiye erişimin düşük olduğu yoksul kesimler veya teknolojik altyapının yetersiz kaldığı kırsal kesimlerde erişilebilir değildir. CBDC’ler, internet erişimine gerek olmadan tasarlandığında, çevrimdışı ödeme imkânı sağlayabilir. Örneğin Çin Merkez Bankası’nın CBDC projesi e-CNY, “Yakın Alan İletişimi” (NFC) teknolojisini kullanmaktadır (Li & Huang, 2021, s.72). NFC teknolojisi, cihazlar arasında yakın mesafeli iletişim sağlayarak, internet bağlantısı gerektirmeden ödeme işlemlerinin gerçekleştirilmesini sağlar. Mobil internet kullanımının nüfusun her kesiminde yaygın olmadığı ülkelerde, yalnızca internet yoluyla erişilebilen bir CBDC tasarımı, toplumun geneline hitap edemez. Ancak NFC teknolojisinin kullanılması, internet kullanım oranı nispeten düşük olan gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere, CBDC’lerin finansal kapsayıcılık yeteneğini artırabilir.

Türkiye’de illere göre banka şubesi sayıları incelendiğinde, fiziki bankacılık hizmetlerinin kırsal kesimlere doğru yaygınlığının görece azaldığı söylenebilir. Şekil 4 kişi başına düşen banka şubesi sayısının en yüksek ve en düşük olduğu beş ili göstermektedir. Kişi başına düşen en yüksek şube sayısı ile en az şube sayısı arasında önemli bir fark bulunmaktadır. Buna göre, Türkiye’de daha kırsal kesimlerde yaşayan bireylerin, fiziki bankacılık hizmetlerine daha az erişiminin olduğunu söylemek mümkündür. Finansal sektörde dijitalleşme ile birlikte gelen mobil finansal hizmetler, fiziki hizmetlere ihtiyacı büyük ölçüde azaltmıştır. Bunun yanında, bazı bankalar şubeye ihtiyacı ortadan kaldırarak uzaktan hesap açma imkânı sunmaktadır. Ancak, Şubat 2022’de açılan 927 bin hesap içerisinde (toplu hesap açılışları hariç) uzaktan hizmetler doğrultusunda açılan hesapların oranı %28 ile sınırlı kalmıştır (Türkiye Bankalar Birliği, 2022).

Dolayısıyla, henüz bu hizmetin yaygınlık kazanmadığı, fiziki bankacılık hizmetlerine bağlılığın devam ettiği söylenebilir.



**Şekil 4.** Banka Şube Sayıları (10.000 Kişi Başına), 2021

**Kaynak:** Türkiye Bankalar Birliği (2021b, s.9-10) verileri kullanılarak yazarlar tarafından hesaplanmıştır.

Son olarak, CBDC’lerin kullanıma girmesiyle sosyal yardımların ulaştırılması kolaylaşabilir. Doğrudan merkez bankaları üzerinden ulaşılabilecek perakende bir CBDC tasarımında, bireylerin merkez bankaları nezdinde finansal veri kimlikleri oluşturulabilir. Bu bağlamda merkez bankaları, bireylerin finansal verilerini izleyebilir ve sosyal yardımları doğrudan ulaştırabilir. Bunun yanında, pandemi gibi olağandışı veya afet durumlarında da banka hesabı olmayan kişiler dahil olmak üzere, devlet yardımları hızlı bir şekilde ulaştırılabilir (IMF, 2020a, s.6). Sonuç olarak, bankasız nüfus dahil olmak üzere finansal hizmetlere erişimin düşük olduğu kırsal ve yoksul kesimler, CBDC’ler sayesinde finansal hizmetlere erişebilir.

## 6. CBDC’lerin Tehditleri

Tehdit unsurlarının tespit edilmesiyle başarıya ulaşmanın önündeki dışsal engeller ortaya koyulabilir. CBDC’ler açısından tehdit unsurlarının tespit edilmesi, tasarım kararlarında ve stratejik planlama aşamasında göz önünde bulundurulması gereken sonuçlar vermektedir. CBDC’ler sayesinde bankacılık sektörünün aracısızlaşabilir. Ayrıca CBDC’ler dijital dolarizasyonun tetikleyicisi olma ihtimalinin yanı sıra, gizlilik ve veri güvenliği endişelerine de neden olabilir.

### 6.1. Bankacılık Sektörünün Aracısızlaşması

CBDC’ler tasarım tercihlerine bağlı olarak bankacılık sektörünün aracısızlaşmasını sağlayabilecek olasılıklar meydana getirir. Perakende bir CBDC tasarımında, hesapların ve işlemlerin doğrudan merkez bankaları tarafından yönetilmesi durumunda, bankacılık sektörü aracılık rolünü kaybedebilir. CBDC’lerin doğrudan merkez bankaları üzerinden erişilebilir olduğu durumda, karşı taraf riski yoktur. Doğrudan merkez bankaları üzerinde yükümlülük oluşması nedeniyle, CBDC’ler ticari banka parasından daha az riskli olarak sınıflandırılacaktır. Bu nedenle, risk iştahının düştüğü dönemlerde veya kriz dönemlerinde bankalardan CBDC’lere transferle birlikte, hanehalkları ve firmaların herhangi bir sınırlama olmaksızın CBDC bulundurabilmesi, ticari bankaların mevduatlarının azalmasıyla sonuçlanacaktır (Lee vd., 2021, s.59). Ticari bankalardaki mevduatların azalması, likidite problemi yaratarak, bankaların başka kaynaklardan fon sağlamaya yönelmesine ve daha yüksek finansman maliyetlerine neden olabilir. Bunun yanında, bireylerin mevduatlarını ticari bankalarda tutma kararlarındaki en önemli faktörlerden biri, CBDC’lerin faiz taşıyıp taşımayacağı olacaktır. CBDC’lerin faiz taşıması durumunda, ticari bankalar ve merkez bankası arasında potansiyel bir rekabet ortaya çıkabilir. Ticari bankalar, mevduat hesaplarını cazip kılmak adına CBDC’den daha yüksek bir faiz oranı teklif etmek durumunda kalabilir. Bankaların finansman maliyetlerinin artması, borç verme maliyetlerini de artıracaktır. Bankalardan mevduat çıkışlarının yaşanması, likidite yapılarının bozulması, finansman maliyetlerinin artması, ödeme aracılığını kaybetmesi, hanehalkı ve firmaların borçlanma maliyetlerinin yükselmesi gibi unsurlar finansal istikrarın bozulmasına neden olabilir.

Bankacılık sektörü finansın dijitalleşmesiyle birlikte, hali hazırda yapısal bir dönüşüm içindedir. Son yıllarda küresel olarak, bankaların şube sayıları, özellikle dijitalleşmenin yüksek olduğu bölgelerde giderek azalmaktadır. Türkiye’deyse, Türkiye Bankalar Birliği’nin verilerine göre toplam banka şube sayısı 2015-2020 yılları arasında %11 oranında azalmıştır (Türkiye Bankalar Birliği, 2021b, s.10). PricewaterhouseCoopers (PwC) raporuna göre şube sayılarının yanı sıra, ATM kullanımını da küresel anlamda yaklaşık %60 oranında azalmıştır (Kayrouz, 2021, s.7). Söz konusu düşüşün en yüksek görüldüğü ülkeler, Kuzey Amerika ve Avrupa ülkeleridir. CBDC’lerle birlikte, bankaların şube sayılarındaki azalmanın derinleşmesi muhtemeldir. Özellikle bankaların aracılık rolünü kaybetmesiyle sonuçlanabilecek bir CBDC tasarımı, bankacılık sektöründe hızlı bir istihdam düşüşüne neden olabilir ve bu durum finansal istikrara olumsuz yansırabilir. Sonuç olarak CBDC’ler, tasarımlarına göre bankacılık sektörünü doğrudan etkileyecek ve finansal sistemde önemli değişikliklere neden olacaktır.

## 6.2. Dijital Dolarizasyonun Artması

CBDC’ler, hatalı bir tasarım durumunda “dijital dolarizasyon”a neden olacaktır. Dijitalleşme, küresel finansal piyasaların ve para birimlerinin uluslararası erişilebilirliğini artırır. Bu bağlamda dijitalleşme, merkez bankalarının yerel para birimlerinin, CBDC’ler aracılığıyla uluslararasılaşmasını hızlandıracaktır. Bilotta’ya (2021) göre e-CNY, Çin’in Yuanı uluslararasılaştırma yönündeki çalışmalarında stratejik öneme sahiptir. Brunnermeier vd. (2019) CBDC’lerin güçlü bir dijital ağa sahip olması durumunda, diğer ülke ekonomilerine nüfus edebileceğini savunmaktadır. Priyadarshini ve Kar (2021), faiz getiren CBDC’lerin sınır ötesi kullanımına izin verilmesi durumunda, uluslararası yayılma potansiyeline dikkat çekmektedir. Bu bağlamda CBDC’ler, para birimlerinin uluslararası kabul görmesi açısından ülkelere yeni bir yol sunar. Bu, gelişmekte olan ülkeler için hem bir potansiyel fırsat hem de bir tehdittir. Özellikle, dışa bağımlılığın yüksek ve enflasyonun istikrarsız olduğu gelişmekte olan ülkelerde, istikrarlı bir para biriminin erişilebilirliğinin artması, dijital dolarizasyonu tetikleyebilir. Türkiye’de hali hazırda dolarizasyon oranı yaklaşık %50 seviyesindedir. Bu nedenlerden ötürü, yabancı CBDC’lerin erişilebilirliği, Türkiye’de dijital dolarizasyona yol açabilir. Dijital dolarizasyon, para politikası etkinliğini kısıtlayarak, finansal istikrarsızlığı artıracaktır.

## 6.3. Mahremiyet ve Veri Güvenliği Endişeleri

CBDC’ler mahremiyet ve güvenlik endişelerine konu olmaktadır (Allen vd., 2020; Kshetri, 2021). CBDC tasarımlarında, gizlilik ve güvenlik endişeleriyle ilgili tartışılan en önemli başlıklar anonimlik ve şeffaflıktır. Nakit işlemler “tam anonim” şeklinde yapılmaktadır ve işlem yapan kişilerin gerçek kimliklerinin bildirilmesi ya da yapılan işlemlerin şeffaf olması gerekmemektedir. Bankalar veya dijital ödeme sistemleri aracılığıyla yapılan işlemlerdeyse, anonim işlemler mümkün değildir. İşleme aracılık eden kurum, işlem yapan kişilerin gerçek kimlik bilgilerine sahiptir ve işlem verilerini takip edebilir veya toplayabilir. İlk bakışta, anonimlik ve şeffaflık kavramları birbirleriyle çelişiyor gibi görünür. Ancak, CBDC’ler blok zincir tabanlı kripto para piyasalarında birlikte var olabilmektedir. Kripto para piyasalarında şeffaflık, yapılan işlemlerin herkesçe görüntülenebilmesini sağlarken, anonimlik sayesinde işlem yapanların gerçek kimliğine dair herhangi bir bilgi erişilebilir değildir (Hacker & Thomale, 2018, s.8-9). Sonuç olarak kripto para piyasalarında, işlem verileri gizli değilken, işlem yapanların verileri gizlidir ve güvenlikleri sağlanmaktadır. Ancak CBDC’ler söz konusu olduğunda, anonimlik ve şeffaflık kavramları, farklı bir bağlama oturmaktadır. Kripto para piyasalarındaki anonimlik, veri gizliliği ve güvenliği sağlamasına rağmen, bu piyasanın kara para aklama, terör finansmanı ve dolandırıcılık gibi yasa dışı işlerdeki kullanımını kolaylaştırmaktadır. Ancak, şeffaflık olmasına rağmen, işlemlerin kişilerin gerçek kimliğine dair bilgi içermemesi sayesinde, verilerin kötüye kullanımı olanaklı değildir. Öte yandan bu özellikleri CBDC’ler için incelediğimizde, tam anonimlik sağlanması durumunda merkez bankalarının yasa dışı işlemleri izleme, tespit etme veya önleme imkânı olmayacaktır. Bu nedenle, merkez bankalarının CBDC’lerde tam anonimlik sağlaması pek olası değildir. Şeffaflık konusundaysa, işlemlerinin herkesçe görüntülenebilmesinin veri gizliliği ve güvenliği konusunda endişe oluşturacak olması nedeniyle, yine merkez bankalarının şeffaf bir CBDC modeli benimsemeleri pek olası görünmemektedir.

CBDC’lerde, kripto para piyasalarında olduğu gibi kriptoloji kullanılarak, kullanıcı kimliklerinin dış aleme karşı anonim olması ancak, merkez bankaları tarafından izlenebilir kalmasıyla sağlanabilir. Bu durumda, kullanıcı kimliklerinin ve işlemlerinin merkez bankaları tarafından izlenebilirliği, kullanıcı mahremiyeti konusunda endişelere neden olmaktadır. Kshetri (2021), böyle bir CBDC tasarımında

kullanıcıların tüm finansal işlem verilerinin merkez bankaları elinde merkezileşeceğine ve bu verilerin hükümetler tarafından kötüye kullanılma ihtimaline dikkat çekmektedir. Allen vd. (2020), CBDC’lerin kullanıcılara mahremiyet sağlarken aynı zamanda, merkez bankalarına denetim yapabilecekleri kadar görünürlük de sağlaması gerektiğini savunmaktadır. ECB, “anonimlik kuponları” aracılığıyla bu soruna teknik bir çözüm önermiştir. Düşük bakiyeli işlemlerde anonimlik kuponları kullanılarak, nakit işlemlerde olduğu gibi tam anonimlik sağlanabilecek ve bu işlemlerin verileri hem dış alem hem de merkez bankaları tarafından izlenebilirliği ortadan kalkacaktır. Ancak, yüksek bakiyeli işlemlerde anonimlik kuponları kullanılamayacak, “Müşterini Tanı” ve “Kara Para Aklama ve Terörizmin Finansmanını Önleme” prosedürleri uygulanarak, işlemlerin merkez bankaları tarafından izlenebilirliği sağlanacaktır (European Central Bank, 2019). Çin e-CNY’sinde ise, farklı anonimlik derecesine sahip beş farklı cüzdan tipi tanımlanarak bu soruna çözüm getirilmektedir. Yasa dışı işlemlerin önlenmesi adına cüzdanların anonimlik derecesi arttıkça, işlem limitleri düşmektedir. Yüksek bakiyeli transferler için, işlem limitinin olmadığı, anonim olmayan cüzdanların kullanılması gerekecektir (Li & Huang, 2021, s.70). Bu bağlamda e-CNY, mikro ödemeler için nakitte olduğu gibi anonimlik sağlarken, işlem limitleri ve anonimliğin ters orantılılığı sayesinde yasa dışı kullanımları engellemektedir.

Sonuç olarak CBDC’ler farklı tasarımlarla, farklı derecelerde veri gizliliği ve güvenliği sağlayabilir. Bilotta (2021), CBDC’lerin tasarımında anonimlik ve şeffaflık konusunda alınacak kararların, teknik bir karardan ziyade politik bir karar olacağını iddia etmektedir. Merkez bankaları daha önce sahip olmadığı verilere erişebilecek, kullanıcıların finansal işlem bilgilerinin ötesinde, satın alma alışkanlıkları veya konum bilgileri gibi çeşitli kişisel verilere de erişebilecektir. Günümüzde, tüm dijital hizmet sağlayıcılarının (teknoloji şirketleri, dijital finansal hizmet sağlayıcıları, bankalar vb.) bu tür kişisel verileri topladığı, işlediği ve kâr amacıyla kullandığı bilinmektedir. Ancak, merkez bankalarının kâr odaklı kuruluşlar olmaması nedeniyle bu verileri, vergi kaçakçılığının ve diğer yasa dışı işlemlerin önlenmesi, kayıt dışı ekonominin azaltılması veya para politikasının etkinliğinin artırılması gibi daha sağlıklı parasal ve finansal bir sistem sağlamak amacıyla kullanması, iyimser senaryo altında daha muhtemeldir (Bilotta, 2021). Ancak merkez bankalarının detaylı kişisel verilere erişebilmesi, mahremiyetin aşınmasıyla hükümetler tarafından kötü niyetli kullanılacağı endişelerini de beraberinde getirmektedir.

Bunun yanında, kullanıcı verilerinin gizliliği ve güvenliği, uluslararası düzeyde de endişelere neden olabilir. Bir ülkede bireysel veya kurumsal kullanıcılar yabancı bir CBDC aldığı ve kullandığında, bu kullanıcıların verileri yabancı merkez bankaları tarafından izlenebilir. Bu durumun uluslararası düzeyde çeşitli güvenlik sorunlarına neden olabileceği göz önünde bulundurularak, CBDC’lerdeki veri gizliliği ve güvenliğinin yasal çerçevesi, hem yerel düzeyde hem de uluslararası düzeyde dikkatle belirlenmelidir.

## 7. Sonuç

Bu çalışmada Türkiye özelinde CBDC’lerin potansiyel etkileri ele alınmıştır. Covid-19 Pandemisi ve sonrasında uygulanan para politikaları, tüm dünyada merkez bankacılığının işlevlerinin yeniden tartışılmasına neden olmuştur. Özellikle Türkiye’de uygulanan para politikaları, enflasyonist konjonktörü ortadan kaldırmak için yetersiz kalmıştır. Bu nedenlerden ötürü bir taraftan dolarizasyon hız kazanmış, diğer yandan kripto para birimlerine yatırılan toplam parasal değerler süratle yükselmiştir. TCMB’nin tüm gelişmeler bağlamında kredibilitésinin azaldığını söylemek mümkündür.

Kanaatimizce TCMB’nin ihraç edeceği Dijital Türk Lirasının doğru bir tasarımla para politikasında ortaya çıkan sorunları çözerek, finansal istikrarı ve merkez bankası kredibilitésini pozitif etkileyebilmesi mümkündür. Görece basit tasarımlarla CBDC’leri hayata geçiren Bahamalar ve Nijerya’da kripto paraların kullanım oranlarının düştüğü ve finansal kapsayıcılığın arttığı görülmektedir. Ancak bu ülkelerin finansal sistemlerinde radikal değişimler göze çarpmamaktadır. Bu bağlamda CBDC ihracının, basit bir finansal inovasyon olarak değerlendirilmesi, beklenen pozitif etkilerin ortaya çıkmasını geciktirecektir.

SWOT analiziyle elde edilen bulgulara göre, Dijital Türk Lirasının tasarımına bağlı olarak başta TCMB yasası olmak üzere finansal sistemle ilgili mevzuatının CBDC’ye göre düzenlenmesi gerekmektedir. TCMB’nin yanında başta BDDK olmak üzere tüm düzenleyici otoritelerin de tasarım sürecine dahil olmaları, sürecin sağlıklı bir zeminde yürümesini kolaylaştırabilir. Diğer yandan banka temelli finansal sisteme sahip olan Türkiye’de bankaların CBDC tasarımı bağlamında sürece katılması, beklenen pozitif etkiler için gerekli olan bir ön koşuldur. Aksi halde Ekvator’da olduğu gibi bankaların süreçten dışlanması, dijital paranın genel kabul görmesini engelleyecektir.

CBDC, merkez bankalarına finansal sistemin tümünü denetleyebilecek bir güç vaat etmektedir. Kayıt dışı ekonominin önlenmesi ve optimum vergilendirme amaçlarıyla küçük çaplı ödemelerin bile takibinin yapılabilmesi, mahremiyetle ilgili kaygılar yaratarak, Dijital Türk Lirasının kabul görmesini engelleyebilir. Ödeme sistemleri bağlamında merkez bankaları, birbirleriyle ve büyük teknoloji şirketlerinin ödeme sistemleriyle rekabet etmek zorundadır. Henüz konsept aşamasında olan CBDC’lerin tasarım tercihleri, merkez bankalarının ödeme sistemleri alanındaki ayrıcalıklı konumlarını yeniden güçlendirebilir. Hatalı tasarımlarsa güçlü yönleri zayıf yönlere, fırsatlarıysa tehditlere dönüştürecektir. Çalışmanın Dijital Türk Lirası ile ilgili yapılacak yeni çalışmalarını teşvik etmesini umuyoruz.

### 8. Extended Abstract

Within the scope of this study, it is aimed to reveal the possible effects of CBDCs by making a SWOT analysis to cover all possible designs. The main motivation of the study is to present policy recommendations in the context of design preferences by considering the possible effects of CBDC to deal specifically with Turkey, in the light of all the discussions in the literature. In this context, it is expected that the study will contribute to the literature.

CBDCs are almost the only possible way for central banks to maintain their financial control. Incorrect CBDC designs can also cause to complete substitution of paper money by deposit money. In this context, the economic impact of CBDCs will be directly linked to their design. However, there is no generally accepted design for CBDCs. It is also not possible to perform an empirical analysis, because of most CBDC projects have not yet been issued. Therefore, within the scope of the study, the possible impact fields of CBDCs are investigated based on various design scenarios in reports published by central banks and international financial institutions and in the literature investigating CBDCs.

Based on the researches, the strengths and weaknesses, opportunities and threats of CBDCs that can affect various fields can be revealed. CBDCs can reduce transaction costs and increase efficiency and security. Besides that, it can spread low costs and high transaction efficiency throughout the financial system with its 24/7 and instant transaction opportunity. Issuing digital currencies instead of printing cash of Central Banks can ensure to save money on printing and distribution costs and increase seigniorage revenues. In developing countries, the exchange rate dependence on cash printing is an important trigger of input costs. In this context, CBDCs will eliminate the need for foreign exchange-based inputs, especially for developing countries. The use of cash ensures the formation of informal economic activities and these transactions are very difficult to follow. By increasing the traceability of transactions, CBDCs will enable the detection and prevention of money laundering, terrorist financing, tax evasion or the illegal and informal economy in general. These elements constitutes the strengths of CBDCs arising from their intrinsic qualities.

In spite of that, CBDCs face risks arising from the technical infrastructure. In CBDC designs, a set of technical infrastructures needs to constitute such as ledger infrastructure, scalability, account, identity management and digital wallet systems, privacy and transparency protocols. Central banks, especially in countries that do not have sufficient technological resources, may find it difficult to develop sufficient technical expertise against the risks arising from insufficient technical infrastructure. CBDCs will also change the roles and responsibilities of central banks, depending on its design. Central banks will need a new restructuring in order to manage the necessary operational processes. Besides that, the laws and regulations of the institutions that regulate and supervise the financial markets will need to be regulated to include CBDCs. Additionally, CBDCs can cause problems if the internet infrastructure is inadequate. The weakest aspect of CBDCs is that Not adopting of CBDCs due to individuals' lack of technical or technological knowledge, distrust of technology or different usage habit is shining out as the weakest aspect.

With the optimum design of CBDCs, the effectiveness of the monetary policy will increase. The use of CBDCs provides a powerful dataset for central banks' monetary policy tools, thanks to the traceability of transactions. These data ensure that a comprehensive analysis can be made in the use of tools such as money supply determination and thus a more effective monetary policy can be carried out. Besides that, the adoption potential of CBDCs is high for those who do not use private digital currencies due to security problems. CBDCs will also contribute to increase to financial inclusion. The prospect of increase to financial inclusion is one of the main motivations for developing country research into CBDCs. The use of technologies such as NFC with a CBDC can increase the financial inclusion capability of CBDCs,

particularly in developing countries with relatively low internet usage. These elements includes the opportunities of CBDCs arising from external factors.

However, besides that CBDCs can threaten financial stability by causing banks to lose their intermediary role. Depending on their design, CBDCs will directly affect the banking industry and cause significant changes in the financial system. Moreover, in cases where trust in the local CBDC decreases, it may result in triggering digital dollarization. Central Banks' direct management of CBDC accounts will cause to monopolize the financial system in the hands of central banks. Such centralization can bring with it various technical challenges, as well as privacy and data security issues. These elements related to CBDCs are considered as threats arising from external causes.

**Keywords:** Central Bank Digital Currency, SWOT Analysis, Central Banking, Financial Inclusion.

### Kaynakça

- Al, İ., & Akyazı, H. (2019). Merkez Bankası Dijital Parası ve Para Politikasına Yansımaları. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(3), 573-593.
- Allen, S., Çapkun, S., Eyal, I., Fanti, G., Ford, B. A., Grimmelmann, J., Juels, A., Kostianen, K., Meiklejohn, S., Miller, A., Prasad, E., Wüst, K. & Zhang, F. (2020). *Design choices for central bank digital currency: Policy and technical considerations*, NBER Working Paper Series No: 27634.
- Atesagaoglu, O. E., Elgin, C., & Oztunali, O. (2017). TFP growth in Turkey revisited: The effect of informal sector. *Central Bank Review*, 17(1), 11-17.
- Auer, R., Boar, C., Cornelli, G., Frost, J., Holden, H., & Wehrli, A. (2021). *CBDCs beyond borders, results from a survey of central banks*, BIS Papers No:116.
- Bank of England (2020). *Central Bank Digital Currency Opportunities, challenges and design*, <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/paper/2020/central-bank-digital-currency-opportunities-challenges-and-design.pdf>, [Accessed: 30 March 2022].
- Barontini, C. & Holden, H. (2019). *Proceeding with Caution-A Survey on Central Bank Digital Currency*, BIS Papers No: 101.
- BIS (2019). *Big tech in finance: opportunities and risks*, BIS Annual Economic Report.
- BIS (2021a). *Central bank digital currencies, system design and interoperability*, [https://www.bis.org/publ/othp42\\_system\\_design.pdf](https://www.bis.org/publ/othp42_system_design.pdf), [Accessed: 28 March 2022].
- BIS (2021b). *Central bank digital currencies, financial stability implications*, [https://www.bis.org/publ/othp42\\_fin\\_stab.pdf](https://www.bis.org/publ/othp42_fin_stab.pdf), [Accessed: 28 March 2022].
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (2022). *Türkiye Elektronik Haberleşme Sektörü Üç Aylık Pazar Verileri Raporu 2021 4. Çeyrek*, <https://www.btk.gov.tr/uploads/pages/pazar-verileri/ceyrek-raporu-2021-4-ceyrek-22-03-21-kurum-disi.pdf>, [Accessed: 14 February 2022].
- Bilotta, N. (2021). CBDCs for Dummies: Everything You Need to Know about Central Bank Digital Currency (And Why You Shouldn't Be Afraid of It). *Istituto Affari Internazionali Papers*, <https://www.iai.it/en/pubblicazioni/cbdc-dummies>, [Accessed: 10 February 2022].
- Brunnermeier, M. K., James, H. & Landau, J. P. (2019). *The digitalization of Money*, NBER Working Paper Series No: 26300.
- Carstens, A., Claessens, S., Restoy, F. & Shin, H. S. (2021). *Regulating big techs in finance*. BIS Bulletin No: 45.
- CBInsights (2021). *The Big Tech in Fintech Report: How Facebook, Apple, Google, and Amazon are Battling for The \$28.2T Market*, [https://www.cbinsights.com/reports/CB-Insights\\_Big-Tech-In-Fintech.pdf](https://www.cbinsights.com/reports/CB-Insights_Big-Tech-In-Fintech.pdf), [Accessed: 28 December 2021].
- Christodorescu, M., Gu, W. C., Kumaresan, R., Minaei, M., Ozdayi, M., Price, B., Raghuraman, S., Saad, M., Sheffield, C., Xu, M., & Zamani, M. (2020). *Towards a two-tier hierarchical infrastructure: an offline payment system for central bank digital currencies*, <https://doi.org/10.48550/arXiv.2012.08003>, [Accessed: 5 January 2022].
- Cornelli, G., Frost, J., Gambacorta, L., Rau, P. R., Wardrop, R. & Ziegler, T. (2020). *Fintech and big tech credit: a new database*, BIS Working Papers No: 887.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S. & Hess, J. (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion And The Fintech Revolution*, World Bank Publications.
- Dömbekçi Özçelik, B. (2021), Merkez Bankası Dijital Parası: Geleceğin Parası (Mı?), İçinde Şahin Karabulut (Ed.), Ulusal, Uluslararası ve Küresel Ölçekte Finans Uygulamaları (ss. 31-60), Gazi Kitabevi.



- European Central Bank (2019). *Exploring Anonymity in Central Bank Digital Currencies*, <https://www.ecb.europa.eu/paym/intro/publications/pdf/ecb.mipinfocus191217.en.pdf>, [Accessed: 5 May 2022].
- FED (2021). *2021 Currency Budget*, <https://www.federalreserve.gov/foia/files/2021currency.pdf>, [Accessed: 13 February 2022].
- FED (2022). *Money and Payments, The U.S. Dollar in the Age of Digital Transformation*, <https://www.federalreserve.gov/publications/files/money-and-payments-20220120.pdf>, [Accessed: 30 March 2022].
- Financial Stability Board (2019). *BigTech in finance: Market developments and potential financial stability implications*, <https://www.fsb.org/2019/12/bigtech-in-finance-market-developments-and-potential-financial-stability-implications/>, [Accessed: 17 February 2022].
- Frost, J., Gambacorta, L., Huang, Y., Shin, H. S. & Zbinden, P. (2019). *BigTech and The Changing Structure of Financial Intermediation. Economic Policy*, BIS Working Papers No: 779.
- Global Times (2019). *China May Slash Yuan/Greenback Usage Gap with Digital Currency Technology*, <https://www.globaltimes.cn/page/201912/1172326.shtml>, [Accessed: 10 February 2022].
- GSMA (2021). *The Mobile Economy 2021*, [https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2021/07/GSMA\\_MobileEconomy2021\\_3.pdf](https://www.gsma.com/mobileeconomy/wp-content/uploads/2021/07/GSMA_MobileEconomy2021_3.pdf), [Accessed: 17 January 2022].
- Hacker, P. & Thomale, C. (2018). Crypto-Securities Regulation: ICOs, Token Sales and Cryptocurrencies Under EU Financial Law. *European Company and Financial Law Review*, 15(4), 645-696.
- IMF (2020a). *Digital Money Across Borders: Macro-Financial Implications*, IMF Staff Reports.
- IMF (2020b). *A Survey of Research on Retail Central Bank Digital Currency*, IMF Working Paper No: 20/104.
- IMF (2022). *Behind the Scenes of Central Bank Digital Currency*, IMF Fintech Notes No: 2022/004.
- ING International Survey (2018). *Cracking the Code on Cryptocurrency Bitcoin Buy-in Across Europe, the USA and Australia*, <https://think.ing.com/reports/cracking-the-code-on-cryptocurrency>, [Accessed: 12 February 2022].
- ING International Survey (2019). *From Cash to Crypto: the Money Revolution*, <https://think.ing.com/reports/from-cash-to-crypto-the-money-revolution/>, [Accessed: 12 February 2022].
- Kayrouz, P. (2021). Central Bank Digital Currencies and the Future of Money -Part 1. *A three part series on the future of money from PwC Legal Middle East*, <https://www.pwc.com/m1/en/media-centre/2021/documents/central-bank-digital-currencies-and-the-future-of-money-part1.pdf>, [Accessed: 6 January 2022].
- Koç, S. (2020). Paranın Dijitalleşmesi ve Merkez Bankası Dijital Para Olasılığı. *Bitlis Eren Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Akademik İnceleme Dergisi*, 5(2), 196-204.
- Kshetri, N. (2021). The Economics of Central Bank Digital Currency. *IEEE Computer*, 54(6), 53-58.
- Kutlu, A., & Guven, A. (2019). *From an Emerging Economy Perspective: Central Bank Digital Currency Analysis of Turkey*, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3436386>, [Accessed: 21 February 2022].
- Lee, D. K. C., Yan, L. & Wang, Y. (2021). A Global Perspective on Central Bank Digital Currency. *China Economic Journal*, 14(1), 52-66.
- Leigh, D. (2009). SWOT analysis. In K. H. Silber, W. R. Foshay, R. Watkins, D. Leigh, J. L. Moseley, J. C. Dessinger (Ed.), *Handbook of Improving Performance in the Workplace: Volumes 1-3*. (pp. 115-140), Pfeiffer.
- Li, S. & Huang, Y. (2021). The Genesis, Design and Implications of China’s Central Bank Digital Currency. *China Economic Journal*, 14(1), 67-77.
- Nakamoto, S. (2008). Bitcoin: A Peer-To-Peer Electronic Cash System. *Decentralized Business Review*, 1(1): 1-9.
- NBER (2017). *CBDC and the Future of Monetary Policy*, NBER Working Papers No: 23711.
- Ozili, P. K. (2022). Central Bank Digital Currency Research Around the World: a Review of Literature. *Journal of Money Laundering Control*, Early View, [https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JMLC-11-2021-0126/full/html?utm\\_source=rss&utm\\_medium=feed&utm\\_campaign=rss\\_journalLatest](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JMLC-11-2021-0126/full/html?utm_source=rss&utm_medium=feed&utm_campaign=rss_journalLatest), [Accessed: 5 March 2022].
- Öztürk, N., & Acar, O. (2021). Paranın Dönüşümünde Yeni Bir Evre: Merkez Bankası Dijital Parası. *Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 85-104.



Priyadarshini, D. & Kar, S. (2021). *Central bank digital currency (CBDC): critical issues and the Indian perspective*. IEG Working Papers No: 444.

Sandner, P. G., Gross, J., Grale, L. & Schulden, P. (2020). *The digital programmable euro, Libra and CBDC: Implications for European banks*, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3663142](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3663142), [Accessed: 3 February 2022].

TCMB (2020). *Bankalarca Ticari Müşterilerden Alınabilecek Ücretlere İlişkin Usul Ve Esaslar Hakkında Tebliğ (Sayı: 2020/4)*, [https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/217dd206-5e42-4402-8fb0-d466b23e5acf/2022\\_4+say%C4%B1%C4%B1+Tebli%C4%9F+%C4%B0le+De%C4%9Fi%C5%9Fen+G%C3%BCncel+Ticari+M%C3%BC%C5%9Fteri+Tebli%C4%9Fi+%28%C4%B0nternet+Sitesinde+Yay%C4%B1mlanan%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-217dd206-5e42-4402-8fb0-d466b23e5acf-nWBd3Rl](https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/217dd206-5e42-4402-8fb0-d466b23e5acf/2022_4+say%C4%B1%C4%B1+Tebli%C4%9F+%C4%B0le+De%C4%9Fi%C5%9Fen+G%C3%BCncel+Ticari+M%C3%BC%C5%9Fteri+Tebli%C4%9Fi+%28%C4%B0nternet+Sitesinde+Yay%C4%B1mlanan%29.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-217dd206-5e42-4402-8fb0-d466b23e5acf-nWBd3Rl), [Accessed: 25 March 2022].

TCMB (2021). *Yıllık Faaliyet Raporu 2020*, <https://www3.tcmb.gov.tr/yillikrapor/2020/tr/>, [Accessed: 25 March 2022].

TCMB (2022). *FAST Sisteminin Alışverişlerde Ödeme Yöntemi Olarak Kullanılması Hakkında Basın Duyurusu*, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/ee288a18-1107-48a9-946f-e19e37411b6d/DUY2022-13.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-ee288a18-1107-48a9-946f-e19e37411b6d-nXTjpw7>, [Accessed: 25 March 2022].

Türkiye Bankalar Birliği (2021a). *Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri 2021 Aralık*, Rapor Kodu: DT22.

Türkiye Bankalar Birliği (2021b). *Türkiye'de Bankacılık Sistemi Seçilmiş Göstergelerin İllere ve Bölgelere Göre Dağılımı 2020*, Rapor Kodu: YT06.

Türkiye Bankalar Birliği (2022). *Uzaktan ve Şubeden Müşteri Edinim İstatistikleri Şubat 2022*, Rapor Kodu: DT26.

World Bank (2019). *The Role of Digital Financial Inclusion in Preparing for Older Age and Retirement*, [https://btca-production-site.s3.amazonaws.com/documents/395/english\\_attachments/The\\_Role\\_of\\_Digital\\_Financial\\_Inclusion\\_in\\_Preparing\\_for\\_Older\\_Age\\_and\\_Retirement.pdf?1562327924](https://btca-production-site.s3.amazonaws.com/documents/395/english_attachments/The_Role_of_Digital_Financial_Inclusion_in_Preparing_for_Older_Age_and_Retirement.pdf?1562327924), [Accessed: 25 February 2022].

World Bank (2021). *An Analysis of Trends in Cost of Remittance Services Remittance Prices Worldwide Quarterly*, [https://remittanceprices.worldbank.org/sites/default/files/rpw\\_main\\_report\\_and\\_annex\\_q321.pdf](https://remittanceprices.worldbank.org/sites/default/files/rpw_main_report_and_annex_q321.pdf), [Accessed: 2 February 2022].

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Geleneksel İktisattan Davranışsal İktisada: Tüketici Karar ve Tercihleri

Şerife Gamze ALBAYRAK\* 

## ÖZ

Geleneksel iktisat, insan davranışlarını incelemek ve kaynakların etkin bir şekilde dağılımını sağlamak olduğundan, tüketici kararlarının önemi doğrultusunda davranışsal iktisatta yerini ekonomik yazınında almıştır. Bu bağlamda davranışsal iktisat, davranış bilimleri ve mikroekonomi ilkelerini birleştirerek, insan davranışlarını anlamının teorik ve metodolojik yolunu sunmaktadır. Ekonominin temel varsayımı, bireylerin akılcı, istikrarlı ve çıkarlarını korumasıdır. Rasyonel davranarak mevcut bilgiler ışığında fayda maksimizasyonu amacıyla bireysel karar verme sürecine girmektedir. Davranışsal iktisadın ortaya çıkmasındaki ihtiyaç, geleneksel tüketici karar alma modellerinin tüketici karar ve davranışlarını açıklamada yetersiz olduğudur. Davranışsal iktisat, bireylerin akılcılığının sınırlı olduğunu kabul ederken, ekonomik davranışa uygulanabilecek bir teorik çerçeve sağladığı için, neo-klasik yaklaşımı mutlak olarak reddetmemektedir. Davranışsal iktisat, neo-klasik iktisattaki anormallikleri ve eksiklikleri tanımlamaktadır. Elde edilen bulgular, bireylerin, neo-klasik kar maksimizasyon amaçlarının rasyonel tercihleri göz ardı edebileceğini, ancak bunun yerine günlük karar verme sürecinde sezgisel yöntemlerden yararlanacaklarını göstermiştir.

Bireylerin rasyonel olduğu, sınırsız iradeye sahip olması ve bencil davranması ekonomik sistemin içine girildiğinde farklı standart olmayan tercihlere dönüşebilmektedir. Davranışsal ekonomi, insanların genel olarak ekonomik kararları nasıl aldıklarını anlamak için psikolojik bilimi kullanan bir araştırma alanıdır. Özellikle deneysel araştırmalar bireylerin akılcı olmadığını ispatlar niteliktedir ve davranışsal iktisat irrasyonel birey kavramını açıklamaya yönelmiştir. Bireylerin içinde buldukları psikolojik durum, sosyal etkenler ve çevresel faktörler kararlarını etkilemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Geleneksel İktisat, Davranışsal İktisat, Tüketici

## From Traditional Economics to Behavioral Economics: Consumer Decisions and Preferences

### ABSTRACT

Since traditional economics is concerned with examining human behavior and properly allocating resources, behavioral economics has taken its place in economics literature in accordance with the importance of consumer decisions. It provides a theoretical and methodological approach to understanding human behavior in this setting by merging the principles of behavioral economics, behavioral sciences, and microeconomics. The fundamental premise of finance is that people are logical, stable, and preserve their own interests. It enters the individual decision-making process rationally in order to maximize the advantage in light of the available data. Traditional consumer decision-making models are insufficient to describe consumer decisions and actions, necessitating the advent of behavioral economics. While behavioral economics understands that people's rationality is limited, it does not necessarily reject the neoclassical method because it provides a theoretical framework for analyzing economic activity. Behavioral economics describes the flaws and inconsistencies in neoclassical economics. Individuals with neoclassical profit maximization aims may disregard rational preferences, but they will instead employ heuristic methods in their daily decision-making process, according to the findings.

Individuals' rationality, free will, and selfishness can result in a variety of non-standard preferences when they enter the economic system. Behavioral economics is a branch of economics that studies how people make economic decisions in general using psychological science. Individuals are not rational, according to empirical data, and behavioral economics has tended to explain the concept of irrational individual. Individuals' decisions are influenced by their psychological state, social influences, and environmental factors.

**Keywords:** Traditional Economics, Behavioral Economics, Consumer

### 1. Giriş

Ekonominin temel aktörlerinden biri olan insan, klasik ve neo-klasik iktisatçıların değindiği gibi gerçek ekonomik hayatta da rasyonel bireyler midir? Birey iktisadi hayatta rasyonel ise ve bu durumda yaptığı tüm davranışlardan rasyonel olduğu varsayımı altında faydasını maksimize edebilecek temelinde hedonizm (hazcılık) bulunduğu davranışlarla hareket etmelidir. İktisat bilimi sosyal bir bilim olmasına karşın diğer sosyal bilimlerin aksine fen bilimlerinde daha fazla faydalanan insan davranışlarını, sosyolojik ve psikolojik durumlarını göz ardı eden bir bilim haline gelmiş, bu ise iktisat biliminin güvenilirliğini sadece cebirsel

\* Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, serife.albayrak@hbv.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 12.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 08.07.2022

işlemlerle sınırlı hale getirmiştir. Birçok iktisat ekolleri, iktisadi teorileri matematiksel formüller yardımıyla açıklasa da bireyin tüm davranışları bu matematiksel kalıplara oturtulamamıştır. İnsanoğlunun açıklanamayan birçok karmaşık ve farklı davranışları vardır. Bu yüzden ki bilim olma özelliğinin bir sonucu olarak diğer sosyal bilimlerin yakın ilişkiler içinde olmalıdır.

Son yıllarda popüleritesi artan davranışsal iktisat, iktisat biliminin sınırlarını genişletmeye çalışmış, insanı insan yapan bireysel ve toplumsal etkenleri göz önüne alarak yönünü değiştirmiştir. Her birey heterojen bir yapıya sahip olduğundan, temelinde beklentileri ve psikolojik dürtmeleri içinde bulundurduğu davranışlarla hareket etmektedir. Bu ise onların rasyonel kararlarını etkilemektedir. Hiç kuşkusuz ki son yıllarda yapılan çalışmalar buna olanak sağlamış ve birçok iktisatçıya yeni bir çalışma sahası geliştirmiştir. Özellikle son dönemlerde Nobel ödülü alan Daniel Kahneman ve Amos Tversky çalışmalarında rasyonellik ilkesi üzerine analizler yaparak beklenen fayda teorisine alternatif olarak beklenti teorisini tanımlayarak yeni bir boyut kazandırmıştır.

Çalışmada bu kapsam doğrultusunda, ilk olarak geleneksel iktisat ve rasyonel ilkesi açıklanmaya çalışılmış bunun tamamlayıcısı olan Davranışsal iktisat ve irrasyonel kavramları kıyaslanarak dünden bugüne iktisadın evrimi ve ilişkileri açıklanmaya çalışılmıştır.

## 2. Geleneksel İktisat ve Rasyonel Birey

İktisat, insanoğlunun varoluşundan en ilkel toplumlardan en modern toplumlara kadar insanlığın ilgi alanı olmuştur. Aristoteles tarafından kullanılan iktisat kavramı yunanca ev ve yönetim anlamına gelen “okios” sözcüğü ile yasa anlamına gelen “nomos” sözcüklerinin birleşiminden meydana gelir. Başlangıçta ev iktisadı olarak kullanılan kavram yüzyıllar içerisinde önce belli sınırlar ve bölgeler daha sonra ise devlet sınırları içerisinde milli iktisat kavramına dönüşmüştür.

En genel anlamıyla iktisat, bireylerin sınırsız ihtiyaçlarını kıt olan kaynakları en etkili şekilde kullanarak faydasını maksimum yapma çabasıdır. Mal ve hizmetlerin üretimi, bölüşümü ve tüketimi toplumsal yaşamın ekonomi alanını oluşturmaktadır. İktisat bilimini etkileyen en önemli aktörler tüketici, üretici ve devlettir. Burada dikkat edilmesi gereken husus birey, hanehalkı olarak adlandırılan sınıfın tüketici grubunun oluşturduğu bilinmektedir. Tüketici ise temelinde fayda sağlamayı hedefleyen ve bunun karşılığında fedakârlıkta bulunan kimsedir. Bu yüzden, çalışma konumuzun genelini oluşturan tüketici davranışları incelenerek, bireyin rasyonelliği, iktisat alanındaki etkisi araştırılacaktır. Geleneksel iktisat teorisi, tüketicilerin kararlarını zevk ve acıya göre değerlendirmiştir. (Dumludağ ve Ruben, 2015, s.37) . Rasyonel birey; tek gayesinin bireysel çıkarlar üzerine kurmuş, bu çıkarlar doğrultusunda faydasını maksimum yapmaya çalışmış, çevresindeki birey ve kurumlarla ilişkili, doğru ve kesintisiz bilgiye sahip olan kişidir. İktisat literatüründe, rasyonel ve rasyonel birey davranışları açıklanırken bazı varsayımlara göz önünde bulundurulmaktadır. Bireyler ekonomik hayat içinde her zaman ve her koşulda rasyonel olmakla beraber bireysel iradelerine hâkim olmaktadır. Bu durumda rasyonel olma durumu bireyler için faydayı en üst düzeye çıkaran bir yapıya sahiptir.

Genel şartlar doğrultusunda zaman veri iken mevcut kıt kaynakların etkinlik problemi iktisadın temelini ve konusunu oluşturmaktadır. Ekonomide modellerin zamansız olması söz konusu olup büyümeden söz edilmemektedir. Bireylerin amacı faydalarını maksimum yapacak şekilde davranışlarda bulunmaktır. Matematiksel ifadelerle marjinal değerlerin hesaplandığı ve azalan fayda teorisinin geçerli olduğu geleneksel iktisat teorisinde değişmeyen bir denge düzeyi olup, sıralı muhakeme söz konusudur. (Dow,1999) İktisatta kontrollü denemeler yapma olanakları son derece sınırlıdır; bu nedenle bir teorisinin ampirik gerekçelerle reddedilmesi olağanüstü zordur. İktisadi önermelerin kesin geçerli yasalar olarak değil de olasılıklı yasalar olarak görülmesi bu zorluğu daha da pekiştirmektedir.

Teoride iktisadın temelini ihtiyaçlar oluşturmaktadır. İhtiyaç, insanda tatmin duygusu oluşturan tüm duyguları olarak ifade etmektedir ve bireyler bu ihtiyaçlarını tatmin edebilmek için bazı fedakârlıkta bulunmalıdır. Özelliği açısından ihtiyaçlar sınırsızdır ve en temelinde teoride yaşanan rasyonel birey kavramı geleneksel iktisat teorisinde burada bile çelişmektedir. Birey rasyonel ise ihtiyaçları sınırsız olmalı mıdır? Amaç bireyin ihtiyaçları karşısında tatmin duygusu ise yani karşılığında fayda sağlamak ise bunu hangi amaçla yapmaktadır? Fayda ise mal ve hizmetlerin toplamından elde edilen tatmin derecesidir. Tüketici kendisine maksimum faydayı sağlayan mal ve hizmet bileşenini seçerek ihtiyaçlarını tatmin etmiş olmaktadır. Geleneksel İktisatta tüketici teorisi, belirsizlik durumlarında sonuç içeriği olmadığı için, John

von Neumann ve Oskar Morgenstern farklı durumlarda tüketicinin yapacağı tercihleri belirlemede kullanılacak başka bir teori geliştirmiştir. 1944 yılında Neumann ve Morgenstern'in oluşturduğu "Beklenen Fayda Teorisi'ne" 1953 yılında Leonard Jimmie Savage son halini vermiştir. Teoriye göre, bireyler, tercihte bulunurken toplam faydasına göre hareket etmektedir. Toplam Faydanın maksimum seviyede gerçekleşmesinin istenen en iyi sonuç olduğu söyleyen teoride bireylerin iktisadi davranışları da buna göre şekillenecektir. (Henderson ve Quandt, 1971, s.49).

Geleneksel iktisatta, bunun sonucu olarak bireyler, kendilerine en yüksek faydayı sağlayan alternatiflere yönelmesi "homo economicus'un "rasyonel bir davranış olarak tanımlanır ve "homo economicus" tam rasyoneldir. Böylece, bütün seçeneklere göre hareket ederek, tam bilgiye ulaşmak için en iyi kararı alabilmesi muhtemel olacaktır. Mükemmel rasyonellik olarak da ifade edilen tam rasyonelite; "tüm alternatifler içinden en iyi olanı seçme" yani bireylerin ne kazanıp, ne kaybedeceklerini hesaplayabilmeleri anlamına gelmektedir. Fakat gerçek ekonomik hayatta bireyler karar verirken duygusal, zihinsel ve sosyal olarak içinde buldukları durumlara göre karar vermektedir. Burada ise davranışsal iktisat teorilerini sunan sınırlı rasyonelite kavramı ortaya çıkmaktadır. Simon (1955) bireylerin kusursuz rasyoneliteden uzaklaşarak ekonomik kararlar alabileceğini, bunu ise sınırlı rasyonelite kavramıyla açıklamıştır Simon, duygularında ve psikolojik durumlarından uzaklaşarak karar veren bireylerin gerçekte irrasyonel kararlar aldığını savunmuş bu ise davranışsal iktisadın temelini oluşturmuştur.

Bu doğrultuda geleneksel ekonomistlerde piyasa aktörlerinin davranışlarını inceleyerek; fiyat, gelir, harcama tutarı, tasarruf ve tüketim eğilimi, yatırımlar arasındaki ilişkiyi analiz etmektedir. Davranışsal ekonomistler ise daha çok bu faktörlerin yanında ekonomide psikolojik ve dış etmenlerinde varlığında bahsetmekte olup, insanların motivasyonları, tutumları ve beklentileri gibi davranışlarını incelemektedir. (Katona, Harris, 1978, s.14).

## 2. Davranışsal İktisat ve İrrasyonel Birey

Davranışsal iktisat, çok yeni bir kavram olup hem iktisadın hem de psikolojinin görüşlerinden hareket etmektedir. Bu durum da, davranışsal iktisadın temel olarak hangi konuyla ilgilendiği ve geleneksel iktisattan ne farkı olduğunu açıklamaya çalışmalıyız. Geleneksel iktisatta bireylerin tümüyle rasyonel olduğu varsayımı yatmaktadır ve literatürde ilk paradoks burada karşımıza çıkmaktadır. Gerçekte birey irrasyonel (akıldışı) davranışlarıyla rasyonellikten büyük ölçüde uzaklaşmaktadır.

Davranışsal iktisat, geleneksel iktisadi kavramlara ilaveten insan psikolojisinin de mevcut olduğu bir kuramdır. (Eser & Toigonbaeva, 2011, s.289). Angner ve Loewenstein (2012), bireylerin ve kuruluşların nasıl karar aldıklarını analiz etmek üzere çeşitli yöntemler ve farklı deneysel kanıtlar kullanarak davranış ekonomisini bir yaklaşım olarak tanımlar.

Davranışsal iktisadın temel çıkış noktası tüketici karar ve eğilimlerinin gerçekte nasıl olacağını, bireylerin ekonomide farklı alternatifler karşısında nasıl hareket edeceğini gösteren daha gerçekçi bir yaklaşımdır. (Alm, 2010, s.636). Davranışsal iktisat, "Standart karar verme sürecinden sapmaların; standart olmayan tercihler, doğru olmayan inanışlar ve sistematik önyargılar olduğunu ileri sürmekte ve rasyonellik varsayımına psikolojik temelli matematiksel alternatifler önermektedir".(Eser ve Toigonbaeva, 2011, s.303). Davranışsal iktisadı geleneksel iktisadın varsayımlarına aykırı olan kanıtların ve ampirik olguların önemini vurgular. Birçok deneysel çalışma, bireylerin karar verme aşamasında sistematik ön yargılara eğilimli olduğunu, çünkü çıkarlarını daha da çok ön plana çıkaracak kararları her zaman vermediğini göstermiştir. Karar verme hataları, bireylerin kararlarında hatalar yapmasından dolayı da ortaya çıkar ve bu hatalar öngörülebilir (Laibson and List, 2015). Hatalar karmaşık yerel koşullar, standart dışı tercihler ve standart dışı inançlardan kaynaklanır. Üç tür standart dışı tercih vardır: Zaman tercihleri, risk tercihleri ve sosyal tercihler. Standart olmayan inançlar, bireylerin sistematik olarak kendinden fazla emin olmalarından ve bireylerin gelecekte ortaya çıkabilecek koşulları önceden tahmin edebilme becerilerinin yetersiz olmasından kaynaklanır. Congdon et al.(2011)'e göre, akılcılık ilkesinde yaşanan sapmalar, karar alma mekanizmalarına dair giderek daha gerçekçi görüşlerin ortaya çıkmasını desteklemiştir. Harvard'lı iktisatçı Al Roth, "Teoride, teori ve pratik arasında hiçbir fark yoktur, ama pratikte epey fark vardır" diyerek davranışsal iktisadın ekonomi alanındaki önemini özetlemiştir.

Adam Smith'in 1759 yılında yayınladığı "The Theory of Moral Sentiments" adlı çalışmasıyla Davranışsal İktisadın temellerini atmıştır. Smith, çalışmasında, birey davranış biçimlerinin rasyonellikten daha çok psikolojik sebepleri üzerine yoğunlaşmıştır. Özellikle tüketici tercih ve kararlarının eğilimleri, zamanlar arası seçim, zarardan kaçınma ve aşırı güven kavramlarıyla açıklamıştır. Bireylerin sosyal ortamlarda tercihlerinin değişmesi ve farklılığı tartışılan diğer konulardır. Bireyin fedakârlık, adalet ve piyasalarda güvenin nasıl oluşturulacağı gibi kavramlarla bağı oldukça kuvvetlidir. (Asraf, Camerer ve Loewenstein, 2005, s.132). George Katona davranışsal iktisat alanının ilk öncü araştırmacısıdır. 1951 yılında yayınladığı "Psychological Economics" adlı kitabında ekonomistleri, ekonomik sorunları analiz etmek için psikolojik görüşlere başvurmaya çağırılmaktadır. Davranışsal İktisat teorisinde bir diğer savunucu ise Herbert A. Simon'dur. 1947 yılında "Administrative Behavior" adlı yayınında örgütlerin aslında nasıl davrandıkları sorusu ile ilgilenmiştir. Simon, sınırlı kabiliyeti olan insanların alternatifler arasında tercih yaparken maksimumu, beklenen maksimumu ya da minimumu seçmesini optimizasyonun olası seçenekleri olarak göstermektedir. Tüketicileri her zaman akılcı davranışlar göstermeyeceği, tercih sürecinden tam bilgi sahibi olamayacağını ileri sürerek duyguları ile hareket edeceğini sınırlı rasyonel ile açıklamaktadır. (Simon, 1955, s.101) Diğer bir öncü ise Harvey Leibenstein'dir. 1966 yılında, kâr veya faydayı maksimize etmek için firmaların, tüketicilerin ve işçilerin gözlenen başarısızlıklarını tanımlayan bir kavram olan 'X-etkinsizliği' kavramı ile bizi tanıştırmıştır (Hattwick, 1989, s.142).

Davranışsal iktisadın önemli isimlerinden Nobel ödüllü Daniel Kahneman'a göre bireyin karar ve tercihlerinin her zaman en iyiyi temsil etmediğine dairdir. Birey davranışlarının yine toplumsal ortamda özellikle risk ve belirsizlik ortamında değişebildiğini irrasyonel kararlarda verebileceğine dair sonuçlar ortaya koymaktadır. Bu ise Geleneksel iktisatla çelişen bir durum olmakla beraber bireylerin fayda ve sistematik yapısına aykırı olmaktadır. (Altınöz, 2014, s.51). Kahneman gibi birçok isim tarafından yapılan çalışmaların geleneksel iktisat literatürüne aykırı bir rasyonellik ilkesinin gerçekçi olmadığını savunmuştur. (Savaş, 2007a, s. 40). Bu ise özellikle ekonomik karar verme sürecinde bilişsel önyargılar iktisattaki rasyonel ilkesine çok ciddi eleştiriler getirmektedir.

1970'lerin sonlarında beklenen fayda teorisinin teorik ve ampirik geçerliliğinin Daniel Kahneman, Amos Tversky, and Paul Slovic gibi psikologlar tarafından sorgulanması, bu teorisinin değişmesi ve yeni davranışsal ekonominin doğuşu için önemli bir atılım olmuştur. (Drakopoulos, Katselidis. 2017, s.9) Ayrıca karar verme mekanizması ve sürecinin nasıl işlediğine dair geçerli bir tanımlamanın olmaması, iktisatçı ve psikologların bir araya gelmesini ve Simon'un sınırlı rasyonellik modeli çerçevesinde araştırma yapmaya başlamalarını sağlamıştır. Herbert Simon gibi davranışsal iktisada katkı sağlayan George Katona, Harvey Leibenstein, Tibor Scitovsky gibi iktisatçılar çalışmalarında, ekonomik analizlerin psikoloji biliminden faydalanılarak yapılabileceğini göstermişlerdir. Simon ve Katona'nın öncü olduğu davranışsal iktisat furusu "eski" davranışsal iktisat olarak adlandırılmaktayken, 1980'lerin sonu 1990'ların başında "yeni" davranışsal iktisat doğmuştur. Buna göre, insanların inançlarının, duygularının ve sezgilerinin bir bütün olarak ele alınması ve tam anlamıyla anlaşılmasının, insan davranışlarının açıklanması ve öngörülmesinde önemli olduğu fikri ekonomistlerin hemfikir olduğu ortak bir nokta haline gelmiştir (Loewenstein, Angner, 2006, s.27).

Bireyler iktisadi bir karar alırken her zaman "akılcı" davranmayabilir. Kararlarını etkileyen birçok sosyal, psikolojik ve kültürel etken söz konusudur. Bu durum firmalar ve devlet için de bu geçerlidir. İnsanlar her zaman kar ya da fayda maksimizasyonuna göre, yani geleneksel iktisat varsayımına dayanan matematiksel veriler yeterli değildir. Burada irrasyonel birey devreye girmektedir. Davranışsal iktisat, bireyi şöyle tanımlamaktadır; "Her birey, aktör ya da ajan, içinde bulunduğu çevre ile ilgili kişisel düşüncelere sahiptir; aldığı bilgilerle tahminlerini bir araya getirir ve şekillendirir. Kolektif olarak ise bu bireyler, iletişim ağı içinde kalıcı ilişkileri yoluyla bir etkileşim halindedir ve bu, bilgi alışverişi için elzemdir. Finansal spekülasyonda olduğu gibi, fiyat pazarlığında da karşılıklı olarak bu kalıcı ilişki gözlenmektedir. Denge durumu, kendi kendine organize olan mekanizma ile interaktif ve dinamik olarak yer değiştirmektedir". (Walliser, 2008, s.1-2)

Önceden bahsettiğimiz üzere iktisadın tanımında yer alan sınırsız ihtiyaçlar tanımı rasyonel birey üzerinde yoğunlaşan iktisat kuramına aykırıdır ve ilk çelişki burada ortaya çıkmaktadır. Bugün iktisat bilimi geleneksel iktisat teorisinde genel kabul görmüş bazı varsayım ve teorileri sorgulamaya başlamış ve bu

kavramların başında rasyonellik ilkesi yer almıştır. Sadece davranışsal iktisat alanda yeterli olmayıp nöro-iktisat ve deneysel iktisat çalışmaları da rasyonellik varsayımındaki sapmaları ele almıştır. Davranışsal iktisat, iktisadi araştırmalarda gerçekliği arttırmak için psikoloji ile tamamlanması gerektiğini savunmaktadır. Bu geleneksel iktisat yaklaşımının temelinde yer alan fayda maksimizasyonu, denge ve etkinliği bütünüyle reddetmek anlamını taşımamaktadır. Burada insanın varoluşundan beri taşıdığı psikolojik göstergelerinde dikkate alınmasını savunmaktadır (Camerer ve Loewenstein, 2004, s.3).

Davranış iktisatta, bireysel davranışlar ve eylemler iki normatif faktörün etkileşiminden kaynaklanmaktadır.: (1) normatif tercihler, bireysel hedef ve faaliyetler yoluyla optimal refahı teşvik ettiğine inanılır, ve (2) tercihleri ortaya koyar, ancak bu karar her zaman optimal refahı desteklemeyebilir. Davranışsal önyargı her zaman mümkün olduğundan optimal refah her zaman sağlanamaz. (Coreman ve Prast, 2010) Mantıklı kararlar verebilmek için bireylerin, kapsamlı bilgiye, bilişsel becerilere ve tutarlı tercihlere, yani gerçek dünyada elde edilmesi zor olan tüm koşullara ihtiyaç sahip olması gerekmektedir. Sınırlı rasyonel olarak bilinen bu durum, kişilerin kendi çıkarlarını gerçekleştirememelerine yol açan eksik bilgileri sonucunda ortaya çıkar (Diamond and Vartiainen, 2007).

Sigmund Freud' a göre baskılanmış insan bilinçsiz davranışlar sergileyebilmekte, bu ise ekonomi aktörlerinin tüketim eğilimlerini etkilemektedir. İktisat insan varlığıyla ortaya çıkmış bir bilim dalı olup, ekonominin baş aktörlerinden tüketici üzerinde birçok teoriler geliştirmiştir. Tüketici, ekonomik davranışlarını psikolojisi üzerinden yön vermektedir. Bunu etkileyen faktörlerden ilki öğrenmedir. Öğrenme tüketicinin tecrübe ettiği davranışlardır. Bireyler öğrenme sayesinde tecrübe ederek davranışlarını değiştirebilmekte ve bu değişikliğin uzun dönemde devam ettiği görülmektedir.(Özkalp, 2004). Bireylerin tüketim kararı verip tüketimi gerçekleştirdiğinde koşullu olarak öğrenme edinimi elde etmektedir. Bu ise pazarlama stratejilerinde değişikliğe gidilmesine, tüketiciye yönelik farklı uyarıcıların belirlenerek satın alma tercihlerinin değişmesine neden olmaktadır. (İslamoğlu ve Altunışık, 2010). Diğer bir etken ise Edimsel Koşullanma olup, birey pozitif sonuç doğuran davranışlarını tekrarlamaya ya da negatif sonuçları olan davranışları bir daha yapmamayı öğrenme kavramı ile edinir.

Davranışsal iktisat insanların motivasyonunu, tutum ve beklentileri gibi davranışlarını etkileyen psikolojik faktörlere yönelikleri ekonomik değişkenleri analiz eder. Tüketici teorisinin temelini oluşturan fayda teorisi bu faktörlerin bazılarının öne çıkmasına neden olmaktadır.

*Sahip olma etkisi;* Bireylerin herhangi bir varlık üzerinden sahiplik hissini az da olsa belirmesi ve o varlık üzerinden karar verme hakkının doğması kararlarında rasyonel olmayan davranışların gerçekleşebilmesine neden olur. Bir varlığa olan talep sadece fayda sağlamaktan ziyade, tüketicinin farklı duygularını ortaya çıkartarak zenginlik ya da sahiplik gibi edinimlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. “Sahip olunan bir eşyayı bırakamama eğilimi olarak da tanımlanabilir. Statüko etkisi aslında kayıptan kaçınmanın bir uzantısı halindedir” (Sefil ve Çilingiroğlu, 2011, s.262).mal ve hizmetlere karşı duyulan bağlılık finans bedeli olsun ya da olmasın elde edilen değer yüksek olmasından kaynaklanır.

*Abartılı İndirgeme;* Tüketicinin amacı fayda sağlamak olup karşılığında elde ettiği hazrı erteleme gücü çekmektedir. Psikolojik olarak sağlayacağı tatmini hemen elde etme dürtüsüne girer. Anlık hazrın cazibesi olarak da elde edeceği hazrı uzun vadeli bir kazanım olarak değil de kısa vadeli bir kazanım olarak değerlendirmek istemektedir.

*Çerçeveleme Etkisi;* Aynı karar probleminin farklı sunumları, kişilerin çelişkili tercihlerde bulunmasına yol açar. Aynı olaylar karşısında tüketicilere farklı sunuluş içerikleri yine tüketiciler tarafında farklı algılanarak tepkilerini değiştirebilmektedir. Davranışsal iktisat teorilerinin çoğunda yer alan çerçeveleme etkisi, Kahneman ve Tversky tarafından gerçekleştirilen çalışmada ortaya atılmıştır.

*Sosyal tercihler teorisi;* Bireylerin ekonomik hayat içerisinde faaliyetlerini sürdürürken birbirleri arasında etkileşimini öngören, diğer bireylerin tercihleri ve edinimleri doğrultusunda hareket etmesini ifade eder. Geleneksel iktisadın varsayımlarından hareketle bireylerin bencil olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bireylerin içinde bulunduğu sosya çevre sonucunda tercihlerinin değişimi azami sosyal fedakârlık, karşılıklı ödün ilkesi, hakkaniyet ve diğer birbirine bağlı tercih türlerini içermektedir (Camerer, 1997, s.410).Bununla ilgili birçok deney ve laboratuvar çalışmaları sosyal tercihler teorisini doğrulamaktadır. Yapılan çalışmalar sonucunda, bireylerin toplum içindeki edinimleri ve etkileşimleri hakkaniyet kavramının önemini ortaya çıkarmıştır. Sosyal tercihler yaklaşımının büyük bölümünü oluşturan bir kısmını oluşturan “azami sosyal

fedakârlık kavramı, karşılıklı ödün ilkesi, hakkaniyetin kanıtı, ultiatom oyunu, diktatör oyunu, kamu malı oyunu ve güven oyunlarından elde edilmiştir.” (Camerer vd., 2003; 1225 Kahneman vd., 1986, s.290 -182;; 1352, Berg vd., 1995, s.131)

*Bandwagon Etkisi*; Sürü psikolojisi olarak da adlandırılan bu etki, bireylerin sırf başkaları yaptığı için bir şeyler yaptığı varsayımına dayanır. Tüketici davranışlarında, ihtiyaç, beklenti fayda teorine aykırı olan bu etki sırf diğerleri tüketimde bulundu için o malı ihtiyacı olmadığı halde talep etme isteğinden kaynaklanır. Veblen ve snop etkisine bağlı olan bu etki değişen koşullara uyum sağlama, sosyal kıyaslanma gibi sebeplerden kaynaklanmaktadır. Küresel rekabet ve gelişen dünya ekonomilerinde, yeni ve özellikli ürünlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu gelişme marka ve tüketim çılgınlığını tetikleyerek tüketicilerin sürü psikolojisi ile hareket etmesine neden olmuştur.

*Nöroiktisat*; Bireylerin karar alma sürecinde daha çok biyolojik olarak beynin çalışma mekanizmasının ve birey davranışlarının, beyindeki çeşitli loblarla bir araya getirerek, akılcılıktan sapmaların sebebinin insan beynindeki sınırların hareketlerinden kaynaklandığını açıklamaktadır. (Glimcher, 2009, s.10) Genel olarak nöro-iktisat, bireylerin ekonomik faaliyetler karşısında ortaya çıkan sorunlara karşı beynin farklı bölümlerinin tepkilerini ölçmeyle ilgilenmektedir. Bir başka ifadeyle iktisadi bir takım problemlere karşı beynin farklı kısımlarının nasıl tepki verdiği ve bu problemleri nasıl çözümlendiği ile ilgilenir. Rasyonel birey varsayımını sorguladıkları ve irrasyonel birey ile ilgili teorilerin önemini arttığı bir dönemde elde ettiği güçlü biyolojik kanıtlarla söz konusu iddialara sağlam bir temel oluşturma işlevi görmektedir (Rubinstein, 2008, s.486).

*Deneyel iktisat*; davranışsal iktisat teori ve modellerinin en önemli test etme yöntemlerinden biridir. (Akın, Urhan, 2009, s.13). Davranışsal İktisadın kurucularından sayılan George Katona (1901-198) ilk çalışması 1923 yılında Almanya’ da yaşanan yüksek enflasyonun bireyler üzerindeki psikolojik etkileri üzerine olmuştur. Deneyel iktisat, kontrollü bir ortamda ekonomi aktörlerinin aralarındaki ilişki boyutlarını ele alarak incelemiş, elde edilen veriler sonucunda iktisadın alt dalıdır. Deneyel iktisat metodolojik olarak üç yöntem kullanılır. Laboratuvar deneyleri, saha deneyleri ve çevrimiçi deneyler. Deneyel iktisat alanında yapılan çalışmaların çoğalmasının günümüzde önemini artması makro ve mikro iktisadın varlığını göz ardı etmemektedir. İktisadın yanı sıra psikoloji, biyoloji, matematik ve sosyoloji alanlarındaki kavramları kullanarak disiplinler arası özelliğe sahip olan deneyel iktisadın ünü, Vernon Smith’in 2002 yılında deneyel iktisat çalışmaları sayesinde aldığı Nobel Ekonomi Ödülü ile iktisatçılar arasında oldukça artmıştır. Vernon Smith’in ilk çalışmasını yaptığı dönem olan 1960’lardan günümüze deneyel iktisat adına yapılan projeler artmış ve ön plana çıkmıştır. Bu dönemde 100’den fazla deneyel iktisat projesi yayınlanmıştır. 1960’lı yıllardaki birçoğu oyun teorisi, bireysel seçimler ve piyasa mekanizmaları adına yapılan ilk deneyel çalışmalar incelenerek günümüzde de yeni versiyonlar halinde sunulmaktadır. (Yavuzaslan, 2018, s. 650)

### 3. İktisadın Evrimi

İktisatta evrimden bahsederken; bilginin nasıl değiştiği ve yayıldığıdır. İktisatta evrimden bahsedilmesi için gerekli görülen değişim-seçilim-kalıtım unsurlarının iktisadın süreçlere göre açıklanmasıdır. Biyolojik evrimden farklı olarak kavramlar iktisatta metafor olarak kullanılmaktadır.

Geleneksel iktisadi görüşe göre bireyler rasyonellik rasyoneldir ve bireyin tam bilgiye sahibi olduğu varsayılmaktadır. Tüketiciler karar ve davranışlarında fayda-maliyet analizi yaparak kendisine maksimum fayda sağlayan alternatifi seçmektedir. Buradaki ilk ve tek amaç en yüksek tatmin duygusuna ulaşmaktır. Buna bağlı olarak geleneksel iktisat, bireyin kararlarının tek amacının en yüksek haz seviyesine ulaşmasıdır. Sonuç olarak, geleneksel iktisat bireyin tercihlerini zevk ve acıya göre analiz etmiştir. (Aktan ve Yavuzaslan, 2020, s.111). Rasyonel birey; “kendisi, diğer insanlar ve kurumlarla ilgili tam, kesin, maliyetsiz bilgiye sahip, tek amacının bireysel çıkarlarını maksimize etmek olduğu bir dünyada yaşar.” (Akdere ve Boyacı, 2015, s.108). Birey davranışlarının benzer olduğunu varsayan ve herhangi bir durum karşısında bireylerin sürekli rasyonel davrandığı varsayımıyla hareket ederek rasyonel birey görüşünün gerçeği tam olarak yansıtmadığını göstermektedir.

Geleneksel iktisatta büyümeyi sağlayan “marjinal faydadır”. Ekonominin yarattığı gelişme ve yeniliği göz ardı ederek teknolojik yenilikleri ve değişimi inceleme dışı bırakmaktadır. Evrimci iktisat dinamik

modellerle ilgilenirken; neo-klasik iktisat statik modellerle ilgilenir. Neo-klasik iktisat “Walras Dengesini” temel alır. Walras dengesi geleneksel iktisadın adeta “Magna Cartası” gibidir (Hodgson, 2011, s.299) . Ekonomide geleneksel yaklaşımın fayda maksimizasyonu, denge ve verimlilik temelinde reddedilmesinden ziyade, geleneksel yaklaşımın her türlü ekonomik davranışlara uygun olarak torik bir çerçeveye dayandırarak kanıtlanabilir tahminler yapmaktadır. (Camerer & Loewenstein, 2004, s. 3) Geleneksel iktisadın yöntem ve varsayımlarını reddetmek, bebeği banyo suyuyla dışarı çıkarmak gibidir. Davranışsal ekonomistler bunu tavsiye etmez, uygulanması gereken farklılık gerçeğe uygunluk açısından politikayı açıklamak, tahmin etmek ve bilgilendirmek için psikolojiden yardım alınması gerektiğini savunmaktadır.

“Sosyal tercihler; risk ve belirsizlik tercihleri ve zamanlar arası karar verme, ücret-çaba ilişkisi, ücretin belirlenmesi, beşeri sermaye birikimi, arama davranışı, ücret ve kariyer hareketliliği veya zamanlararası hareketlilik, işgücü arzı kararları gibi konular özellikle davranışsal çalışma ekonomisinde deneysel çalışmalar yapılarak geliştirilen kavramlar arasında yer almaktadır.” (Çavuş, 2021, s.85-86).

Davranışsal iktisat, geleneksel iktisadi teorilerin varlığına karşı çıkmamakla beraber, bu teoriler ışığında temel varsayımları birey davranışlarına yönelik tutarlı, gerçek bulgulara göre yeni teorilerle gelişimini sağlamayı hedef almaktadır. Davranışsal iktisatçılar, bireylerin beklentilerini, uyum ve tercihleri gibi davranışlarını ekonomik hayatta gerçekleştirecekleri yatırım, tasarruf, harcama gibi temel kararlarına yönelik incelemektedir. Bunun yanında davranışsal iktisatçılar geleneksel iktisatçılardan farklı olarak deney ve gözlem gibi araştırmalar yapmaktadır. Geleneksel iktisadın temel sayısal verilerinden ve geleceğe yönelik tahmini verilerinde uzaklaşmışlardır (Katona ve Harris, 1978, s.14) Davranışsal iktisat, geleneksel ekonominin yetersizliğine işaret eder. Geleneksel ekonominin temel varsayımlarından uzaklaşmadan sezgilerle ve gerçekçiliğe yakın varsayımlarla teorileri tamamlamaktadır. Davranışsal iktisada geçişle beraber zaman analize girmiştir. Faydacılıktan söz edilmemektedir, matematiksel analizler yerini oyun kuramına bırakmıştır. Genel denge yerini çoklu dengeye bırakmış, sahip olma etkisi, abartılı indirgeme ve sosyal tercihler gibi eksikliklerin davranışsal iktisat ile beraber önemi artmıştır.

Bu ise davranışsal iktisadın, geleneksel iktisat ile tutarlı olmayan çeşitli araştırma teknikleri kullanmasına yol açmıştır. Deneysel yöntemler, örneğin ultimatòm oyunu uygulaması ve anketlerle bireylerin düşüncelerine yer vermesi bunların birkaçına örnektir. Oysaki geleneksel iktisatta temel görüş, bu tip anketlerden uzak durulması, bireylerin söylediklerinden çok yaptıkları üzerinde odaklanılmasıdır. Fakat davranışsal iktisat bu kuralı bozmuştur. Tomer (2007) ise davranışsal iktisadı ve geleneksel iktisadı karşılaştırırken, “bilimsel yaklaşım bakımından belirlediği darlık; iktisadi disiplinin kullandığı temel araştırma konusunun daraltılması, katılık; disiplinin kullandığı metodun esneklik ve faydacı olma özelliklerinin olmaması anlamına gelir. Hoşgörüsüzlük; disiplinin savunucularının diğer yaklaşımlara karşı açık görüşlü olmama halidir. Mekaniklik; Disiplinin savunucularının iktisada makineymiş gibi yaklaşması ve makine metaforuna dayalı kullanması durumudur. Ayrılık; iktisadi disiplinin diğer disiplinler ile entegre olması derecesini ifade etmektedir ve bireysellik; Bütün davranışlar ve olayların kişisel özelliklerden ve bireysel davranışlardan kaynaklandığının ölçütleri açısından, davranışsal iktisadın geleneksel iktisada göre daha zayıf değerlere sahip olduğunu ifade etmektedir” (Tomer,2007, s.476).

Davranışsal iktisadın en önemli avantajı elde edilen bulguların deneysel iktisat ile test edilme olanağının olması rasyonaliteden sapmaların deneylerle ampirik olarak test edilebilme olanağının olmasıdır. Geleneksel iktisatçılara göre, iktisat deneysel bir bilim değildir. Davranışçı ekonomistler başlangıçta deneysel verilerle çalışmalarını sürdürse de, deneysel ekonomiden çok farklı bağımsız bir teorinin varlığını kabul etmişlerdir. Davranışsal ekonomide araştırma tekniklerinden daha çok araştırma araçlarının psikolojik sezgilere göre uygulanması söz konusudur. Bu ise deneysel ekonomistlerin birçok davranışsal ekonomistleri aşırı sınırlayıcı olduğu sonucuna varmalarına neden olmuştur. Sonuç olarak, gerek deneysel ekonomistler gerek se davranışsal ekonomistler psikolojik gerçekçiliğin ekonomik uygulanabilirliğinde hem fikir olmuşlardır.

Davranışsal iktisatta farklılık, özellikle tüketicinin karar ve tercihleri üzerinde yoğunlaşmasıyla ilgilidir. Tercih, tüketicilerin eylemleri göz önünde bulundurarak bu eylemler arasında seçim yapmak için kullandığı bir süreçtir. Bu tercihin karar verme olasılığı, ekonomik hayatta tüketiciyi etkilemektedir. Tüketicinin tüketim kararı vermesi farklı olasılıklar doğrultusunda gerçekleşecektir ve psikolojik sezgileri burada ön



plana çıkacaktır. Geçmiş dönemlerde edindiği tecrübeler ya da önyargılar “bilginin laneti” olarak adlandırılır ve tüketim tercihlerini olumsuz etkileyebilmektedir.

Gerek Klasik-Neoklasik iktisatta gerek se Keynesyen iktisatta rasyonalite kavramına karşı birçok eleştiride bulunulmuştur. Bu eleştirilerin başında rasyonellik iktisadın temelini oluşturan varsayımlardan uzaklaştıkça anlamını yitirmektedir. Keynesyen iktisat, bireyin içinde bulunduğu belirsizlik ve riskten kaçınmaya yöneliktir. Eğer birey belirsizlik içinde is bu durumda eksik istihdam söz konusu olmaktadır. Keynesyen iktisat, denge kavramını Neo-klasik iktisattaki rasyonel davranış, istikrarlı seçimler varsayımı, kesin ve tam bilgi varsayımlarını değiştirerek eksik akılcılık, belirsizlik ve istikrarsız beklentiler üzerine şekillendirmiştir. Bu açıdan bakıldığında, eksik istihdam dengesinin varlığının olabileceğini vurgulamaktadır. Bunu “eksik akılcılık ve belirsizlik” olarak açıklamaktadır. (Güvel, 1998, s.166)

Davranışsal İktisadın tarihsel gelişimine bakıldığında Erken Dönem-Eski Davranışsal İktisatçılar ve Yakın Dönem- Yeni Davranışsal İktisatçılar olmak üzere sınıflandırılmaktadır. 20. yüzyılda Neo-klasik teoriye karşı çıkan psikolojinin de içinde bulunduğu bir davranışsal iktisadın varlığının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Eski davranışsal iktisatçıların ortak noktaları, yaptıkları çalışmalar ile birlikte psikoloji içerikli alternatif modeller oluşturma ve geleneksel iktisadın eksikliklerini gidermeye yönelik olmasıdır. Geleneksel iktisat davranışları açıklarken fayda fonksiyonunu kullanır, eski davranışsal iktisatçılar davranışları mümkün olduğunca doğru bir şekilde tanımlayan ampirik yasalar oluşturmaya çalışmışlardır. Neo-klasik yaklaşım rasyonalite ve fayda ya da kâr maksimizasyonu ile yakın bir bağlantı kurarken, eski davranışsal iktisatçılar gerçek davranışların etkilerini inceleyerek Neo-klasik iktisadın varsayımlarından ayrılmışlardır. (Sent, 2004, s.753)

#### 4. Sonuç

Çalışmanın amacı, geleneksel iktisadın metodolojik ve geniş kapsamlı teorik çerçevesinden ziyade, davranışsal ekonominin meşruluktan ve tartışmalardan uzaklaşarak, normal bir bilim olması hususudur.

Davranışsal iktisat, uzun zamandır geleneksel iktisat varsayımlarının açıklamak, tahmin etmek ve bilgilendirmek amacıyla sunduğu teze karşı çıkmaktadır. Bu çatışma, günümüzde her iki tarafın ekonomistleri açısından farklı fikirlerin doğmasına sebep olmuştur. Faydacılık açısından davranışsal iktisat geleneksel iktisada meydan okumaktan ziyade daha çok doğal bir gelişim sürecini temsil etmektedir. Geleneksel iktisat kendini kanıtlamaya ve istenen olması gereken sonuçları elde etmeye yönelik varsayımlara dayalı basit bir teoriler bütünüdür. Geleneksel iktisat literatüründe tüketim, “İnsan ihtiyaçlarının doğrudan doğruya giderilmesi için mal ve hizmetlerin kullanımı” olarak tarif edilmektedir. Tarih boyunca felsefi bir kavrama sahip olan tüketim, toplumların ya da grupların tüketim tercihlerinin toplumsal, psikolojik ve kültürel farklı sonuçları olmuştur.

Özellikle son yüzyılda ortaya çıkan tüketim tercihlerinin değişimi bireyleri ihtiyaç odaklı fayda amacından uzaklaştırarak farklı tüketim eğilimlerine yöneltmiştir. Hedonik tüketim ve “tüketim çılgınlığı” kavramlarının yaygınlaşması, geleneksel iktisat teorisinin temel varsayımı olan rasyonel birey tanımından uzaklaşmasına neden olmuştur. Tüketicilerin bireysellikten öteye geçerek sosyal varlık olması ve kalabalık içerisinde tüketim tercihlerinin değişmesi bunu beraberinde getirmiştir. Klasik tüketim kalıplarının dışına çıkmasına, bunu sağlayan davranışların sebep olduğu ve temelinde psikolojik faktörlerin etkili olduğu savunulmaktadır. Tüketicilerin farklı alternatif tüketim tercihlerinin mevcut tüketim tercihlerinden daha avantajlı olduğu halde bu seçeneği devam ettirmesi değişim isteğini tercih etmemesinden kaynaklanmaktadır. Rasyonel birey en iyi ve faydası en yüksek seçeneği tercih etmesi gerekirken gerçek ekonomik hayatın içinde farklı tercihlerde bulunması bunun kanıtıdır.

Kahneman ve Tversky (1979) yüksek riskli ortamlarda bireysel karar verme eylemi hakkında alternatif bir teori sunmuşlardır; bu teori insan davranışlarındaki çeşitli anormallikleri belirterek Von Neumann ve Morgenstern tarafından beklenen fayda hipotezinin ilkelerini ve aksiyomlarını ihlal etmektedir (1947). Bununla yüzleşen neoklasik teori olarak da bilinen beklenen faydalı hipotez, ilk başta idealize edilmiş akılcı bir insanın davranışını tasvir eden bir düzenleyici model olarak tasvir edilmiş, gerçek insanların davranışlarını açıklayan bir model olarak tasvir edilmiştir (Tversky ve Kahneman, 1986), tahmin edilebilir sonuçları bunlara ekleyerek sabit ve bilinen alternatifler arasında seçim yapan bir adam tarafından temsil

edilmiştir (Simon, 1959). Yine de Simon (1959) için, algının ve kavrayışın, karar verici ve çevresi arasında bir müdahale oluşturması halinde klasik model, en uygun olarak görülmemektedir

Kahneman ve Tversky (1979). Bu teorideki insan vücudundaki olumsuzlukları yetersiz olduklarında Von'dan yararlanmanın ve faydalanmalarını önleyemez (1947). Hayatta kalan teori da "ideal olarak seçilebilecek, ilk sayılabilen kullanılmış olarak bir seçimden yararlanılabilecek bir model olarak tanımlanmış, gerçek kullanıcıları açıklayan bir model olarak tanımlama (Tversky ve Kahneman, 1986), tahmin edilebilir sayılabilir. Sabit ve alternatifler arasında seçim yapan bir adam tarafından temsil edilmiştir (Simon, 1959). Yine de Simon (1959) için, algının ve kavrayışın, karar verici ve çevresi arasında bir müdahale oluşturması halinde klasik model, en uygun olarak görülmemektedir

Davranışsal ekonominin temel fikir ve yöntemlerinin büyük bir bölümü rasyonel tercih ilkelerinden sapmaların incelenmesi olarak ortaya çıkmıştır.

Günümüz ekonomisinde popüler ya da piyasa da dikkat çeken bir ürünün diğer şartlar sabitken fiyatının artması, tüketici profiline farklılığı ürünün talebinin artmasına sebep olmaktadır. Lüks mal endüstrilerinin büyümesi, tüketicilerin ihtiyaç-fayda ikileminden ziyade "haz" veren hedonistik seçimleri tercih etmesinden kaynaklanmaktadır.

Diğer bir önemli nokta ise, ekonomilerin yaşadığı kırılma ve hassasiyetin varlığıdır. Ekonomi aktörlerin karşılaştığı bu sorunlar tüketici ya da üretici ne olursa olsun toplumun her kesimini ilgilendirmektedir. Bu süreçte karşılaştıkları sorunların sonuçları, varsayımlardan öteye giderek psikolojik durumları tarafından daha çok etkilenmektedir. Ülkemiz de yaşanan pandemi süreci bunun bir kanıtı olmakla beraber, bu dönem içerisinde değişen tüketici karar ve tercihlerin geleneksel iktisadın temel varsayımı olan rasyonel birey kavramında çok uzaktadır. Olumsuz söylemlerin ve medyanın etkisi bireylerin farklı tüketim eğilimlerine iterek kasa önlerinde ya da benzin istasyonlarında uzun kuyrukları oluşturmasına yol açmaktadır. Geleneksel iktisat teorisinde tüketici, sadece tercihleri açısından değil tüketici dengesi, tasarruf ve yatırım kararları gibi durumlar karşısında da gerçeklikten çok uzaktadır.

İktisat sosyal bir bilimdir. Sosyal bilimlerin temel amacı, insanın varlığını, değişimini, kabul edilerek daha iyi anlaşılmasını sağlamaktır. Bunun için, yeni ve geçerli teorilerin geliştirilmesi oldukça önemlidir.

## 5. Extended Abstract

Are people, as one of the primary economic actors, rational individuals in real economic reality, as classical and neoclassical economists claim. If individuals are rational in economic life, they should engage in hedonism-based behaviors that maximize their benefit, assuming that all of their actions are rational. Although economics is a social science, unlike other social sciences, it has evolved into a science that emphasizes science while ignoring human behavior, sociological, and psychological conditions, limiting the reliability of economics to only algebraic operations. As a result of their scientific nature, it should have strong connection with other social sciences.

Adam Smith's defense in his book "The Wealth of Nations," published in 1776, is that economic action is driven by self-interest. In his book "The Theory of Moral Sentiments," published in 1759, he analyzed similar behaviors from a different perspective, feelings that cannot regulate behaviors such as passion, fear, and anger.

Individuals' flexible rational conduct, as well as the appeal of psychological elements, have been the focus of research. The emergence of complicated decision-making mechanisms, particularly in the economics, has drawn attention in the literature and led to the quest for alternative election models. Simon concurred with behavioral economists in the literature in 1955 by highlighting psychology's limited rationality, particularly its decision-making capacity. They contended that people's logical and rational decisions are actually exceedingly illogical and far from rational, and that they will activate even the most basic economic behaviors of consumers.

Behavioral economics turns to psychology and other social sciences as a definitive and fruitful alternative to optimization-based economic theories. It explains consumer behavioral changes without diverging from traditional economics theories and is based on genuine economic living realities. As a result, it has the potential to influence customer behavior and enable them to make suboptimal decisions.

While behavioral economics understands that people's rationality is limited, it does not necessarily reject the neoclassical method because it provides a theoretical framework for analyzing economics activity. Behavioral economics describes the flaws and inconsistencies in neoclassical economics. Individuals with neoclassical profit maximization aims may disregard rational preferences, but they will instead employ heuristic methods in their daily decision-making process, according to the findings.

The existence of hypothetical theories in traditional economics, as well as their shortcomings, demonstrate that they are far from flawless and weak. As a result, Behavioral Finance arose primarily as a result of deviations from the rational decision assumption.

Behavioral economics which should be seen as a separate field of study within economics, is critical for understanding the psychological and neurological aspects that govern consumer preferences. The competitive condition of today's economies is critical for businesses in terms of producing in accordance with customer demand trends.

The rational individual assumption of traditional economics was addressed in the present study, and the flaws were attempted to be explained using behavioral economics and irrational individual approaches. It has been determined that in their daily economic lives, individuals move away from the concept of rational individual in traditional economics theory and make consumer decisions based on their current situation and psychological considerations. At this point, the significance of behavioral economics is stressed by emphasizing the components of traditional finance that are missing in this research.

The study is also significant in that behavioral economics should be developed as a sub-branch of economics, as this is an unavoidable process within the context of changing global circumstances. The importance of the human aspect in economics, and when we look back in time, there are significant contrasts between today's consumer groups and purchase patterns. These discrepancies are viewed as an unavoidable end in terms of adapting to changing global conditions in the future.

Economics is a branch of social science. The primary goal of social sciences is to improve understanding of human existence, change, and acceptance. It is critical to establish novel and valid ideas for this end.

Another significant factor is the existence of the economies' fragility and vulnerability. These issues confronting economic actors affect all elements of society, whether they are consumers or producers. The outcomes of the challenges they face during this process go beyond assumptions and are influenced more by their psychological condition.

Although the pandemic seen both in our nation and throughout the world is evidence of this, shifting consumer decisions and preferences during this period are far from the concept of rational individual, which is the fundamental assumption of traditional economics. Negative discourses and the media impact consumers' consumption patterns, leading to long queues forming in front of cash registers or at gas stations. Traditional economic theory holds that the consumer is far from reality, not only in terms of preferences, but also of consumer balance, savings, and investment decisions.

**Keywords:** Traditional Economics, Behavioral Economics, Consumer

### Kaynakça

Akin, Z., & Urhan, B. (2009). İktisat Deneysel Bir Bilim Olmaya Mi Basliyor?(Is Economics Becoming An Experimental Science?) (No. 0904). *Tobb University Of Economics and Technology, Department Of Economics*.

Aktan, C. C., & Yavuzaslan, K. (2020). Davranışsal İktisat: Bireylerin İktisadi Karar Ve Tercihlerinde Zihinsel, Duygusal Ve Psikolojik Faktörlerin Analizi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 12(2), 100-120.

Alm, J. (2010). Testing Behavioral Public Economics Theories In The Laboratory. *National Tax Journal*, 63(4), 635-658.

Altınöz, Utku (2014), *Neoklasik İktisadın Eleştirisi, Post Otistik İktisat*, Efil Yayınevi, Genel Yayın No: 208, Eflatun Basım Dağıtım Yayıncılık, 1. Basım, Ankara.

Angner, Erik, and George Loewenstein (2012) "Behavioral Economics," In Uskali Mäki (Ed.) *Handbook Of The Philosophy Of Science: Philosophy Of Economics*, Amsterdam: Elsevier, Pp. 641-90. Doi:10.1016/B978-0-444-51676-3.50022-1.

- Angner, E., & Loewenstein, G. (2006). Behavioral Economics. Handbook Of The Philosophy Of Science: *Philosophy Of Economics*.
- Ashraf, N., Camerer, C. F., & Loewenstein, G. (2005). Adam Smith, Behavioral Economist. *Journal Of Economic Perspectives*, 19(3), 131-145.
- Camerer, C. (1997). Rules For Experimenting In Psychology and Economics, And Why They Differ. In *Understanding Strategic Interaction* (Pp. 313-327). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Camerer, C. F., & Loewenstein, G. (2003). Behavioral Economics: Past, Present, Future. In *Advances In Behavioral Economics*, Princeton, Princeton University Press. Chang, H.(2000). 'A Liberal Theory Of Social Welfare: Fairness, Utility, And The Pareto Principle', *Yale Law Review*.
- Çavuş, Ö. H. Davranışsal Çalışma Ekonomisi Alanında Güncel Gelişmeler. *Sgd-Sosyal Güvenlik Dergisi*, 11(2), 288-307.
- Diamond, P., & Vartiainen, H. (2007). *Behavioral Economics and Its Applications* (Pp. 1-336). Princeton, Nj: Princeton University Press.
- Dow, C. (1999). Major Recessions: Britain and The World 1920-1995. Oup Oxford.
- Drakopoulos, S. A., & Katselidis, I. (2017). The Relationship Between Psychology And Economics: *Insights From The History Of Economic Thought*.
- Dumludağ, D. Ve Ruben, E. (2015). Davranışsal İktisadın Gelişimi. *İktisat ve Toplum Dergisi*, 58, 4-9.
- Glimcher, P. W. (2009). Neuroeconomics: History. In *Encyclopedia Of Neuroscience* (Pp. 285-290). Elsevier Ltd.
- Güvel E. A. (1998), *Politik İktisat ve Akıl*, 1. Baskı, Alfa Yayınları: İstanbul, s.166.
- Hattwick, R.E. (1989). Behavioral Economics: An Overview. *Journal Of Business and Psychology*. 141-154
- Henderson, J. M., & Quandt, R. E. (1971). Microeconomic Theory: A Mathematical Approach. S.49
- Hodgson, D. L. (2011). *Being Maasai, Becoming Indigenous: Postcolonial Politics In A Neoliberal World*. Indiana University Press.
- İslamoğlu, H. ve R. Altunışık.(2008), *Tüketici Davranışları*. 2. Baskı, Beta Yayınları İstanbul
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. (1986). Fairness As A Constraint On Profit Seeking: Entitlements In The Market. *The American Economic Review*, 728-741.
- Katona, George & Donald J. Harris. (1978)“Behavioral Economics”, M. E. Sharpe, Inc. 21:4, September/October 14-18.
- Laibson, D., & List, J. A. (2015). Principles Of (Behavioral) Economics. *American Economic Review*, 105(5), 385-90.
- Lewis, A. (Ed.). (2008). *The Cambridge Handbook Of Psychology and Economic Behaviour*. Cambridge University Press.
- Özkalp, E. (2004). Örgütsel Öğrenme, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Örgütsel Bağlılık. *Örgütsel Davranış, Anadolu Üniversitesi Yayınları*, 85-100.
- Rubinstein, A. (2008). Comments On Neuroeconomics. *Economics & Philosophy*, 24(3), 485-494.
- Savaş, V. F. (2007). *Keynesyen İktisat Yıkılırken*. Nobel Yayın Dağıtım. 2007a,S. 40
- Sefil, S., & Çilingiroğlu, H. K. (2011). Davranışsal Finansın Temelleri: Karar Vermenin Bilişsel Ve Duygusal Eğilimleri.
- Sent, E. M. (2004). Behavioral Economics: How Psychology Made Its (Limited) Way Back Into Economics. *History Of Political Economy*, 36(4), 735-760.
- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model Of Rational Choice. *The Quarterly Journal Of Economics*, 69(1), 99-118.
- Toıgonbaeva, D., & Eser, R. (2011). Psikoloji ve İktisadın Birleşimi Olarak, Davranışsal İktisat, S. 289
- Tomer, J. F. (2007). What Is Behavioral Economics?. *The Journal Of Socio-Economics*, 36(3), 463-479.
- Yavuzaslan, K. (2018). Yeni İktisat Paradigmasında Bir Yöntem Olarak Deneysel İktisat. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(18), 641-657.

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Türkiye’de Çevresel Kuznets Hipotezi Geçerli Mi? Fourier Bootstrap ARDL Testinden Kanıtlar

Tunahan HACİİMAMOĞLU\* 

## ÖZ

Son yıllarda iklim değişikliği ve çevre kirliliği konuları gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ayrımı yapılmaksızın tüm ülkelerin öncelikli politika gündemi haline gelmiştir. Çünkü günümüzde artan nüfus ve ekonomik faaliyetler doğal kaynakların kontrolsüz kullanımına ve çevresel tahribata yol açarak sürdürülebilir kalkınma sürecini olumsuz etkilemekte, hatta telafisi mümkün olmayan çevre sorunlarına neden olmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın amacı 1970-2017 dönemi için çevresel Kuznets eğrisi (ÇKE) hipotezinin Türkiye için geçerli olup olmadığını Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde Fourier ARDL (FARDL) test yöntemi ile incelemektir. FARDL test sonuçlarından çevre kirliliği, gelir, küreselleşme ve dışa açıklık arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Sonuç itibarıyla çalışmada FARDL yöntemi ile elde edilen uzun ve kısa dönem gelir esneklik katsayıları karşılaştırılmış ve Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerli olduğu doğrulanmıştır. ÇKE hipotezinin geçerli olduğunun tespit edilmesi Türkiye’de sürdürülebilir kalkınma politikalarının uzun dönemde başarılı olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Sürdürülebilir Kalkınma, Ekonomik Büyüme, Çevresel Kuznets Hipotezi, Çevre Kirliliği, Fourier ARDL.

## Is the Environmental Kuznets Hypothesis Valid for Turkey? Evidence from Fourier Bootstrap ARDL Procedure

### ABSTRACT

Climate change and environmental pollution topics have become the priority policy agenda of all countries, regardless of developed and developing countries in recent years. Because, nowadays, increasing population and economic activities cause uncontrolled use of natural resources and environmental degradation, negatively affecting the sustainable development process, and even causing irreversible environmental problems. In this respect, the aim of the study is to examine whether the Environmental Kuznets Curve (EKC) hypothesis is valid for Turkey from the period 1970 to 2017, employing the Fourier ARDL (FARDL) test method within the framework of Narayan and Narayan (2010)’s approach. Based on the FARDL test results obtained, it has been determined that there is a long-term relationship between environmental pollution, income, globalization, and openness. As a result, in the study, the long and short-term income elasticity coefficients obtained by the FARDL method have been compared and it has been confirmed that the EKC hypothesis is valid in Turkey within the framework of the Narayan and Narayan (2010)’s approach. Determining that the EKC hypothesis is valid indicates that sustainable development policies in Turkey are successful in the long term.

**Keywords:** Sustainable Development, Economic Growth, Environmental Kuznets Hypothesis, Environmental Pollution, Fourier ARDL.

### 1. Giriş

İklim değişikliği ve çevre sorunları 21. yüzyılın en büyük sorunları olarak kabul edilmektedir. Küreselleşme, teknolojik gelişmeler ve dış ticaret sayesinde elde edilen kazanımlar ve verimlilik artışına rağmen insanın doğa üzerindeki talebi nedeniyle çevre kirliliği artarak devam etmektedir. Bu sorunun temelinde yer alan insan ve ekonomik faaliyetler çevre üzerindeki baskının ana unsurlarını oluşturmaktadır. Büyük ölçekli üretim ve tüketim süreci ekosistemi olumsuz etkilemekte, hatta telafisi mümkün olmayan ya da yüksek maliyetler gerektiren çevre sorunlarına yol açmaktadır (IPCC, 2014). Bu yüzden ekonomik faaliyetler ile çevre arasındaki etkileşim ve karmaşık ilişkiler araştırmacılar, uluslararası kuruluşlar ve politika yapıcılar tarafından yakından takip edilmekte, çevrenin sürdürülebilir kalkınma ile olan ilişkileri detaylı bir şekilde ele alınmaktadır.

Literatürde çevresel Kuznets eğrisi (ÇKE) hipotezine yönelik çalışmaların temeli, Kuznets (1955)’in ekonomik büyüme ve gelir eşitsizliği arasında ters-U biçiminde bir ilişkinin olduğu şeklindeki hipotezine dayanmaktadır. Kuznets eğrisi hipotezi, gelir eşitsizliğindeki artışların, gelir belirli bir düzeye ulaşıncaya kadar devam edeceğini, dönüm noktası sonrası ise gelirdeki artışların gelir eşitsizliğini azaltacağını ifade etmektedir (Kuznets, 1955). Küresel ısınma ve çevre kirliliği kaynaklı sorunların artması ile birlikte

\* Arş. Gör. Dr., Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, tunahan.haciimamoglu@erdogan.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 13.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 17.06.2022

Kuznets eğrisi hipotezi, 1990’lı yıllar itibarıyla gelir ve çevre kirliliği arasındaki ilişkiyi ifade etmek için kullanılmaya başlanmış ve ÇKE hipotezi olarak adlandırılmıştır. ÇKE hipotezi, ekonomi-çevre ilişkisini göz önünde bulunduran, daha düşük kalkınma düzeylerinde çevresel bozulmanın dönüm noktasına kadar artmaya devam ettiğini, çevre dostu üretim teknolojisinin kullanılması ve yapısal değişimler sayesinde artan ekonomik kalkınma ile çevresel bozulmanın o noktadan sonra azaldığını ifade eden ters-U şeklinde bir eğri olarak tanımlanmaktadır (Grossman ve Krueger, 1991; Shafik ve Bandyopadhyay, 1992; Grossman ve Krueger, 1995). Bu ters-U ilişkisi ise ilk kez Panayotou (1993) tarafından çevresel Kuznets eğrisi olarak adlandırılmıştır. ÇKE hipotezinin varlığının doğrulanması, uzun dönemde sürdürülebilir kalkınmada başarılı olduğunu göstermektedir.

ÇKE hipotezine ilişkin çalışmalarda gelir ile çevre kirliliği göstergeleri ilişkilendirilmekte ve çeşitli modeller kullanılarak ÇKE hipotezinin geçerliliği sınanmaktadır. Hipotezin geçerli olup olmadığı gelir değişkenleri aracılığıyla ikinci dereceden ya da kübik modeller kullanılarak test edilmektedir. Ancak ÇKE hipotezi test edilirken, ikinci dereceden veya kübik modeller kullanmak doğrusallık veya çoklu doğrusal bağlantı sorunlarına neden olabilmektedir (Yılancı ve Pata, 2020, s. 32684). Narayan ve Narayan (2010), kısa ve uzun dönem gelir esnekliği karşılaştırması ile bu sorunlardan kaçınılabileceğini ileri sürmüştür. Buna göre kısa dönem gelir esnekliğinin uzun dönem gelir esnekliğinden daha yüksek olması çevre kirliliğinin zamanla azalacağı anlamına gelmektedir. Bu durum ÇKE hipotezinin geçerli olduğunu ifade etmektedir. Diğer yandan Brown ve McDonough (2016), kısa ve uzun dönem katsayılar karşılaştırılarak ÇKE hipotezinin tespit edilemeyeceğini ileri sürmüş ve bu nedenle Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımını eleştirmişlerdir. Bu eleştirinin geçerliliği ise henüz kanıtlanamamıştır ve ÇKE hipotezinin geçerliliği bu yaklaşım çerçevesinde araştırılmaya devam etmektedir (Dong vd., 2018; Yılancı ve Pata, 2020).

Sürdürülebilir çevre ve kalkınma çalışmalarında en yaygın kullanılan bağımsız değişken kişi başına gelir değişkenidir (Uddin vd., 2016, s. 302). Bu çalışmalarda finansal kalkınma, ticari dış açıklık, küreselleşme, beşerî sermaye, kentleşme, doğrudan yabancı yatırımlar, enerji tüketimi gibi diğer açıklayıcı değişkenler de dikkate alınmaktadır. Ancak genel itibarıyla gelir, çevresel kalite göstergeleri üzerinde en anlamlı etkiye sahip değişken olarak öne çıkmaktadır.

Çalışmada kontrol değişkenleri olarak modele dahil edilen küreselleşme ve dış açıklığın çevre üzerinde üç etki mekanizması bulunmaktadır. Bu üç etki mekanizması sırasıyla ölçek etkisi, kompozisyon etkisi ve teknik etkidir. Ölçek etkisi, küreselleşme ve dış açıklığın dış ticaret kanalıyla ekonomik faaliyetleri ve enerji kullanımını artıracığı, bu artış neticesinde ise çevre üzerindeki baskının artacağı düşüncesine dayanmaktadır (Ahmed vd., 2019, s. 18566). Ayrıca Lemos ve Agrawal (2006), küreselleşmenin çok uzak pazarları birbirine bağladığından, talebi teşvik ettiğini ve bu sürecin doğal kaynak tüketimi ile atık üretiminde bir artışa neden olduğunu öne sürmüşlerdir. Kompozisyon etkisine göre küreselleşme ve dış açıklık, ülkelerin ürün ve üretim kompozisyonları üzerinde etkilidir. Bu süreçte ilgili ülkenin rekabet avantajı elde ettiği ürün yapısına bağlı olarak çevresel kirlilik artabilir (Cole, 2004). Çünkü uluslararası ticarete söz konusu bazı malları üretmek çevreye zarar vermekte ve kirliliğe yol açmaktadır. Teknik etkide ise serbest dış ticaret sayesinde ülkeler çevre dostu üretim tekniklerine ve daha yenilikçi teknolojiye kolay bir şekilde ulaşabilmekte ve bu durum çevre kirliliği üzerinde azaltıcı bir etki ortaya koymaktadır (Grossman ve Krueger, 1991, ss. 3-5).

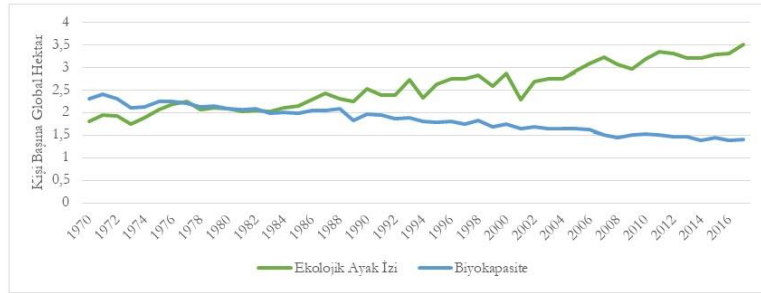
Bu çalışmanın amacı Türkiye’de 1970-2017 dönemi için ÇKE hipotezinin geçerliliğini Narayan ve Narayan (2010)’ın kısa ve uzun dönem gelir esnekliği karşılaştırması çerçevesinde Fourier ARDL testi ile incelemektir. Çalışma şu beş nedenden dolayı önemlidir: İlk olarak çalışmada sadece hava kirliliği boyutunu temsil eden ve bu yönü ile eleştirilen karbondioksit (CO<sub>2</sub>) değişkeni yerine daha kapsayıcı ve isabetli bir gösterge olan ekolojik ayak izi (EF) değişkeninin kullanılmasıdır. Zira sadece CO<sub>2</sub> değişkeni kullanılarak elde edilen bulgular çevresel politikalar açısından yanıltıcı olabilir. İkincisi çalışmada küreselleşme ve dış açıklık gibi iki önemli kontrol değişkeninin modele dahil edilmesidir. Çünkü bu iki göstergenin çevre üzerindeki etkisi ülkelerin gelişmişlik dinamiklerine bağlı olarak farklılık arz ettiği ve üzerinde bir uzlaş sağlanmadığı görülmektedir. Üçüncüsü çalışmada küreselleşme düzeyinin temsilinde çoğunlukla tercih edilen doğrudan yabancı yatırımlar ve dış ticaret vb. tek boyutlu göstergeler yerine küreselleşmenin ekonomik, sosyal ve politik boyutlarını kapsayan KOF küreselleşme endeksinin kullanılmasıdır. Dördüncüsü ampirik analiz için görece zayıf ve sapsmalı sonuçlar ortaya koyabilen geleneksel yöntemler

yerine Fourier ARDL testi gibi güncel ve gelişmiş bir yöntemin tercih edilmesidir. Son olarak beşincisi bu çalışmanın Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde EF değişkeni kullanılarak Türkiye için ÇKE hipotezinin test edildiği ilk çalışma olmasıdır.

## 2. Ekolojik Ayak İzi ve Türkiye’deki Durumu

Çevre kirliliğini temsil etmek için en sık başvurulan göstergelerden biri CO<sub>2</sub> emisyonudur (Dong vd., 2018; Hashmi ve Alam, 2019; Shahbaz ve Sinha, 2019). Buna göre 1965 yılında 11.189 milyon ton düzeyinde olan küresel karbondioksit emisyonu 2020 yılında yaklaşık olarak %188 artış göstererek 32.318 milyon ton düzeyine yükselmiştir (BP, 2021). Öte yandan CO<sub>2</sub> emisyonu havadaki karbon miktarını ölçmekte, su ve toprağa dair kirlilik boyutunu dikkate almamaktadır. Çevresel bozulmanın sadece hava kirliliği boyutunu dikkate alan CO<sub>2</sub> emisyonu ise bu yönü ile eleştirilmektedir (Solarin, 2019, s. 6167). Rees (1992) tarafından öne sürülen ve daha sonra Wackernagel ve Rees (1996) tarafından geliştirilen EF, çevresel kaliteyi/kirliliği temsil etmek için kullanılan bir diğer göstergedir. Çevresel kaynaklara yönelik insan talebini ve bu süreçte üretilen atıkları telafi etmek için ilgili çevresel kapasiteleri dikkate alan EF, hava, su ve toprak kirliliğini bir arada değerlendiren çok boyutlu bir kavramdır (Wackernagel ve Rees, 1996, ss. 9-10). Karbondioksit salımı ayak izine ek olarak tarım alanları ayak izi, otlak alanları ayak izi, balıkçılık alanları ayak izi, inşaat alanları ayak izi ve orman ürünleri ayak izi olmak üzere toplam 6 alt bileşenden oluşmaktadır (Lin vd., 2016; Ulucak ve Bilgili, 2018, s. 145). Bununla birlikte çevresel kapasiteyi gösteren biyokapasite ise mevcut doğal kaynak rezervi ya da bu kaynakların arzı olarak ifade edilmektedir.

Küresel ölçekte çevresel ayak izi değerleri sürekli bir artış eğilimi içindedir ve bu süreklilik sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasını oldukça zorlaştırmaktadır (Kihombo vd., 2021, s. 61235). Türkiye’de de buna benzer bir eğilim söz konusudur. Türkiye’de yıllar itibarıyla ekolojik dengenin seyri ekolojik ayak izi ve biyokapasite bağlamında Şekil 1’de gösterilmektedir.



Şekil 1. Türkiye’de Yıllar İtibarıyla Ekolojik Denge

Şekil 1’de Türkiye’nin 1970-2016 yılları itibarıyla ekolojik ayak izi ve biyokapasite gelişimi yer almaktadır. 1970 yılında kişi başına ekolojik ayak izi 1.797 global hektar (gha) iken, aynı yıl kişi başına biyokapasite değeri 2.311 gha seviyesindedir. 2016 yılına gelindiğinde ise kişi başına ekolojik ayak izi 3.301 gha düzeyine yükselmiş olup, aynı yıl kişi başına biyokapasite değeri 1.393 gha düzeyine düşmüştür. Türkiye’de ekolojik ayak izi, 2016 yılında biyokapasitenin iki katından fazla ölçülmüştür. 1970-1977 döneminde kişi başına biyokapasite kişi başına ekolojik ayak izinin üzerindedir. Bu dönem Türkiye’de ekolojik rezervin varlığına işaret etmektedir. 1983 yılında kişi başına ekolojik ayak izi ile kişi başına biyokapasite eşitlenmiş ve ekolojik denge sağlanmıştır. Fakat 1983-2016 yılları arasında ise kişi başına biyokapasite kişi başına ekolojik ayak izinin altında seyretmiştir. Bu yıllarda Türkiye için ekolojik açığın var olduğu diğer bir ifade ile doğal kaynak talebinin doğal kaynakların kendini yenileme kapasitesinin üzerinde seyrettiği söylenebilir.

## 3. Literatür Taraması

Grossman ve Krueger (1991, 1995), Shafik ve Bandyopadhyay (1992), Panayotou (1993, 1997), Selden ve Song (1994), Shafik (1994), Cropper ve Griffiths (1994) araştırmaları, ÇKE hipotezi literatüründe öncü çalışmalardır. Bu çalışmalarda gelir ile çeşitli çevre göstergeleri arasındaki ilişkiler incelenmiş ve ÇKE hipotezinin geçerliliği ampirik olarak test edilmiştir. Bu çalışmaların ardından birçok çalışmada çeşitli



dönem ve ülkeler için farklı analiz yöntemleri ve modeller kullanılarak ÇKE hipotezinin geçerliliği sınanmıştır. Bu çalışmaların büyük çoğunluğunda çevre kirliliği göstergesi olarak CO<sub>2</sub> emisyonuna yer verilmesine karşın (Wang vd., 2017; Bekhet ve Othman, 2018), son dönem çalışmalarda daha kapsayıcı bir gösterge olan EF verisi kullanılmaya başlanmıştır (bkz. Al-Mulali vd., 2015; Destek vd., 2018; Peng vd., 2019; Ahmed vd., 2020; Murshed vd., 2021; Sarkodie, 2021).

ÇKE hipotezinin geçerli olup olmadığının değerlendirildiği çalışmalar oldukça geniş bir literatürü kapsamaktadır. Bu çalışmada ise Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde ekolojik ayak izi dikkate alınarak Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerliliği ampirik olarak incelenmektedir. Bu doğrultuda literatür taraması bölümünde, ekolojik ayak izi bağlamında Türkiye için ÇKE hipotezinin test edildiği çalışmalara yer verilmiştir. Bu çalışmalar şu şekilde özetlenmiştir:

Acar ve Aşıcı (2017), Türkiye için 1961-2008 döneminde ekolojik ayak izi göstergeleri (üretim ayak izi, tüketim ayak izi, ihracat ayak izi ve ithalat ayak izi) ile gelir arasındaki ilişkiyi ÇKE hipotezi bağlamında eşbütünlük yöntemleri kullanarak araştırmışlardır. Tahminci sonuçlarında sadece üretim ayak izi ve gelir arasında ters U ilişkisinin var olduğu belirlenmiş, diğer bir ifade ile üretim ayak izi için ÇKE hipotezinin geçerliliği ispatlanmıştır.

Özcan vd. (2018), 1961-2013 yılları arası Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerli olup olmadığını bootstrap zamanla değişen nedensellik yöntemi ile test etmişlerdir. Test sonuçlarında bazı alt örnek dönemleri için ekonomik büyüme ile ekolojik ayak izi arasında çift taraflı ilişki tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulardan ekonomik büyümenin çevresel bozulma üzerindeki etkisinin pozitif ve tüm alt örnek dönemlerinde artan bir eğilime sahip olduğu görülmüştür. Bu bağlamda Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Destek ve Sarkodie (2019), Türkiye’nin de içinde bulunduğu 11 yeni sanayi ülkesinde 1977-2013 dönemi için ÇKE hipotezinin geçerliliğini araştırmışlardır. Genişletilmiş Ortalama Grup (AMG) tahmincisi sonuçlarına göre Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olmadığı görülmüştür.

Doğan vd. (2019), 1971-2013 dönem aralığında MINT (Meksika, Endonezya, Nijerya ve Türkiye) ülkeleri için ÇKE hipotezinin geçerliliğini ARDL sınır testi yardımıyla incelemişlerdir. Çalışmada Türkiye için ihracatın çevre kirliliği üzerinde azaltıcı bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgulardan Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerli olduğu sonucuna varılmıştır.

Doğan vd. (2020), BRICS-T (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin, Güney Afrika ve Türkiye) ülkelerinde 1980-2014 dönemi için ÇKE hipotezinin geçerli olup olmadığını test etmişlerdir. Çalışmada yatay kesit bağımlılığını ve panelin heterojen olma durumlarını göz önünde bulunduran ikinci nesil analiz yöntemleri kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre Türkiye’yi de kapsayan BRICS-T ülkelerinde ÇKE hipotezinin geçerli olmadığı tespit edilmiştir.

Köksal vd. (2020), 1961-2014 yılları arasında Türkiye’de ekolojik ayak izi üzerinde kayıt dışı ekonominin rolünü ÇKE hipotezi bağlamında araştırmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre Türkiye’de kayıt dışı ekonominin çevre kirliliğini olumsuz etkilediği ortaya konulmuştur. Sonuç itibarıyla Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna dair kanıtlara ulaşılmıştır.

Öcal vd. (2020), 1968-2016 dönemi için Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerliliğini ekolojik ayak izi, karbon ayak izi ve CO<sub>2</sub> olmak üzere üç farklı çevre göstergesi kullanarak, üç farklı model altında ARDL sınır testi yardımı ile incelemişlerdir. Üç modelde ekonomik büyüme ve ticari dışa açıklığın çevresel bozulmaya neden olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak hem kısa hem de uzun dönemde Türkiye için ÇKE hipotezinin varlığı doğrulanmıştır.

Godil vd. (2020), 1986-2018 yılları arası Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerli olup olmadığını Kantil Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif (QARDL) yaklaşımı ile sınamışlardır. Çalışma sonuçları Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca kontrol değişkenlerinden küreselleşmenin çevre kirliliği üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde Sharif vd. (2020), 1965Ç01-2017Ç04 döneminde Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olup olmadığını QARDL yöntemi ile araştırmışlardır. Elde edilen bulgulara göre Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sun vd. (2021), 1995-2015 dönem aralığında Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerliliğini aynı yöntemi (QARDL) kullanarak incelemişler ve benzer sonuçlar elde etmişlerdir. Farklı olarak çalışmada

çevre kirliliği göstergesi olarak CO<sub>2</sub> ve ekolojik ayak izi değişkenlerine yer vermişlerdir. Kantillerin büyük bir bölümünde iki değişken içinde Türkiye için ÇKE hipotezinin varlığı ispatlanmıştır.

Yurtkuran (2020), Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerliliğini 1973-2016 dönemi için ARDL yaklaşımı ile sınamıştır. Analiz sonuçlarına göre çevre kirliliğini azaltan tek faktörün ihracat olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan ekonomik büyüme ve temiz enerji kaynak kullanımının çevre kirliliğinin azaltılmasında bir araç olarak kullanılamayacağı tespit edilmiştir. Uzun dönem tahminci sonuçlarına göre Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğu kanıtlanmıştır.

Bulut (2021), 1976-2016 döneminde Türkiye için ÇKE ve kirlilik sığınağı hipotezlerinin (pollution haven hypothesis-PHH) geçerli olup olmadığını ARDL yaklaşımı ve Dinamik OLS (DOLS) yöntemleri ile analiz etmiştir. Analiz sonuçlarından ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna dair kanıtlara ulaşılırken, doğrudan yabancı yatırımlar ile çevre arasındaki pozitif etkileşimi ifade eden PHH’nin geçerli olduğuna dair kanıtlara ulaşamamıştır.

Koyuncu vd. (2021), 1990-2015 dönem aralığında Türkiye için ÇKE hipotezinin varlığını Eşiksel Otoresif (Threshold Autoregressive-TAR) model yardımı ile incelemişlerdir. Çalışmada Türkiye için kişi başına düşen gelir eşik değeri 9.340 ABD \$ olarak tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulardan Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğu ispatlanmıştır.

Literatürdeki çalışmalarda ekolojik ayak izi değişkeni dikkate alınarak farklı dönemler altında çeşitli analiz yöntemleri kullanılarak Türkiye ve Türkiye’nin dahil edildiği ülke grupları için ÇKE hipotezinin geçerliliği sınanmıştır. Bu çalışmalarda ARDL, QARDL, TAR, DOLS, AMG ve bootstrap zamanla değişen nedensellik yaklaşımları kullanılmıştır. Özcan vd. (2018), Destek ve Sarkodie (2019), Doğan vd. (2020) tarafından elde edilen sonuçlarda Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olmadığı ortaya konulmuştur. Acar ve Aşıcı (2017), Doğan vd. (2019), Godil vd. (2020), Köksal vd. (2020), Öcal vd. (2020), Sharif vd. (2020), Yurtkuran (2020), Bulut (2021), Koyuncu vd. (2021), Sun vd. (2021) çalışmalarından elde edilen bulgularda ise Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar ışığında Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğuna ilişkin çalışmaların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Literatür çalışmaları göz önüne alındığında Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde Fourier ARDL yöntemi kullanılarak Türkiye için ÇKE hipotezinin test edildiği ilk araştırma olma özelliğine sahip bu çalışmanın literatüre katkı sunması beklenmektedir.

#### 4. Veri Seti ve Model

Bu çalışmada 1970-2017 yılları arası Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olup olmadığı küreselleşme ve dışa açıklık kontrol değişkenleri dikkate alınarak, Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde FARDL yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada çevre kirliliği göstergesi olarak son dönem literatürde kullanımı yaygınlık kazanan ve CO<sub>2</sub> emisyonuna göre çevre kirliliğini daha iyi temsil ettiği düşünülen kişi başı ekolojik ayak izi verisi kullanılmıştır. Bu veriye Global Footprint Network (2021) sitesinin veri tabanından ulaşılmıştır. Gelir göstergesi olarak kişi başı GSYİH verisi kullanılmıştır. Bu veri Dünya Bankası’nın (World Bank) Dünya Kalkınma Göstergeleri (WDI) veri tabanından elde edilmiştir. Kontrol değişkenleri olarak küreselleşme ve dışa açıklık değişkenlerini temsilen sırasıyla KOF küreselleşme endeksi ve ticari dışa açıklık verileri kullanılmıştır. KOF küreselleşme endeksi verisine KOF Swiss Economic Institute (2021) sitesinden, ticari dışa açıklık verisine ise Dünya Bankası’nın Dünya Kalkınma Göstergeleri veri tabanından ulaşılmıştır. Türkiye’ye ait KOF küreselleşme endeksi verisi 1970 yılı ile başlayıp, kişi başı ekolojik ayak izi verisi 2017 yılı itibarıyla mevcut olduğundan analiz dönemi 1970-2017 yılları arasını kapsamaktadır. Tablo 1’de değişkenlere ait genel bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 1.** Değişkenlere Ait Genel Bilgiler

| Kısaltma | Açıklama                   | Birim         | Kaynak                       |
|----------|----------------------------|---------------|------------------------------|
| EF       | Kişi Baş Ekolojik Ayak İzi | Global Hektar | Global Footprint Network     |
| GDP      | Kişi Baş GSYİH             | 2015, ABD \$  | World Bank-WDI               |
| KOF      | Küreselleşme Endeksi       | Endeks        | KOF Swiss Economic Institute |
| TRD      | Ticari Dışa Açıklık        | GSYİH, %      | World Bank-WDI               |

Narayan ve Narayan (2010)'ın yaklaşımı takip edilerek oluşturulan tahmin modeli Eşitlik (1)'de gösterilmektedir:

$$\ln EF_t = \beta_0 + \beta_1 \ln GDP_t + \beta_2 \ln KOF_t + \beta_3 \ln TRD_t + u_t \quad (1)$$

Eşitlik (1)'de gösterilen  $\ln$  sembolü değişkenlerin logaritmalarının alındığını ifade etmektedir. Değişkenlerin logaritmik dönüşümü kullanılarak esnekliğin hesaplanması ve değişen varyans probleminin azaltılması amaçlanmıştır.  $u_t$  hata terimini,  $t$  indisi zaman boyutunu ( $T=48$ ) ve  $\beta_0$  sabit terimi temsil etmektedir.  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ ,  $\beta_3$  tahmin edilecek katsayı parametrelerini göstermektedir. ÇKE hipotezinin geçerli olması için gerekli koşul, gelir değişkeninin uzun ve kısa dönem katsayılarının anlamlı olması ve uzun dönem katsayı değerinin ( $\ln GDP$ ) kısa dönem katsayı değerinden ( $\Delta \ln GDP_t$ ) küçük olmasıdır. Aksi takdirde bu koşul sağlanmaz ise Narayan ve Narayan (2010)'ın yaklaşımı bağlamında ÇKE hipotezi geçerli olmayacaktır. Çalışmada zaman serisi analizleri için Eviews-12 ve Gauss-21 paket programları kullanılmıştır.

## 5. Yöntem

Eşitlik (1)'de oluşturulan tahmin modelinde uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin varlığı ve katsayı tahmini için Yılancı vd. (2020) tarafından geliştirilen Fourier Bootstrap ARDL yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntem sunduğu bazı avantajları dolayısı ile ön plana çıkmaktadır: i) Bu testte geleneksel eşbütünleşme testlerinde serilerin aynı dereceden durağan olmaları şartı esnetilmiştir. Diğer bir ifade ile bağımlı değişkenin  $I(1)$  olması şartıyla açıklayıcı değişkenler  $I(0)$  ya da  $I(1)$  olabilir. ii) ARDL eşbütünleşme testi hata düzeltme modeline dayandığı için geleneksel testlere göre daha tutarlı ve güçlü istatistiksel özelliklere sahiptir. iii) Test içsel yapısal kırılmalara izin vermektedir. iv) FARDL küçük örneklerde de güvenilir sonuçlar sunmaktadır (Yılancı ve Pata, 2020, s. 32688).

Eşitlik (1)'de yer alan denklem Pesaran vd. (2001) tarafından geliştirilen ARDL sınır testi ile test edilebilir. FARDL prosedürünü uygulamak amacıyla eşitlik (1), hata düzeltme modeli çerçevesinde yeniden yazılarak Eşitlik (2)'deki denklem elde edilmiştir (Yılancı vd., 2020, ss. 3-6):

$$\Delta \ln EF_t = \beta_0 + \beta_1 \ln EF_{t-1} + \beta_2 \ln GDP_{t-1} + \beta_3 \ln KOF_{t-1} + \beta_4 \ln TRD_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \phi' \Delta \ln EF_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \varphi' \Delta \ln GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \gamma' \Delta \ln KOF_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \delta' \Delta \ln TRD_{t-i} + e_t \quad (2)$$

Eşitlik (2)'de  $\Delta$  birinci fark operatörünü,  $p$  ise gecikme uzunluğunu temsil etmektedir.  $e_t$  sıfır ortalamalı ve sonlu varyanslı hata terimini göstermektedir. Uygun gecikme uzunluğu Akaike Bilgi Kriteri (AIC) ile belirlenmektedir.

Pesaran vd. (2001), bir eşbütünleşme ilişkisinin varlığı için F-testi ( $F_A$ ) ve t-testi ( $t$ ) kullanılarak  $H_{0A}$  ve  $H_{0t}$  sıfır hipotezlerinin reddedilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir:

$H_{0A} = \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4$ ; Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin bir gecikmeli değerlerinin birlikte anlamlılığını ifade etmektedir.

$H_{0t} = \beta_1$ ; Sadece bağımlı değişkenin bir gecikmeli değerinin anlamlılığını göstermektedir.

McNown vd. (2018), Pesaran vd. (2001) tarafından ileri sürülen mevcut testlere ek olarak üçüncü bir F-testi ( $F_B$ ) önermişlerdir:

$H_{0B} = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4$ ; Bağımsız değişkenlerin bir gecikmeli değerlerinin anlamlılığı sınanmaktadır.

Pesaran vd. (2001) ve McNown vd. (2018) tarafından ileri sürülen  $F_A$ ,  $F_B$  ve  $t$  test sonuçlarına göre dört farklı durum ortaya çıkmaktadır:

Durum (1):  $F_A$ ,  $t$  ve  $F_B$  anlamlı ise eşbütünleşme ilişkisi vardır.

Durum (2):  $F_A$ ,  $t$  ve  $F_B$  anlamlı değil ise eşbütünleşme ilişkisi yoktur.

Durum (3):  $F_A$  ve  $F_B$  anlamlı, ancak  $t$  anlamlı değilse dejenere (1) durumu ortaya çıkmaktadır.

Durum (4):  $F_A$  ve  $t$  anlamlı, ancak  $F_B$  anlamlı değilse dejenere (2) durumu ortaya çıkmaktadır.

Dejenere durumlar değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olmadığı anlamına gelmektedir. Özetle, durum (1) dışındaki tüm durumlar eşbütünleşme ilişkisinin olmadığını ifade etmektedir.

Gallant ve Souza (1991), bilinmeyen sayıda sert ve yumuşak yapısal kırılmayı daha iyi yakalamak için kukla değişken kullanmak yerine Fourier fonksiyonunu önermiştir. Fourier fonksiyonuna dair denklem Eşitlik (3)'te gösterilmektedir:

$$d(t) = \sum_{k=1}^n \alpha_k \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \sum_{k=1}^n b_k \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) \quad (3)$$

Eşitlik (3)'te  $\pi=3.1416$  olup,  $k$  seçilen frekans değerini ifade etmektedir.  $d(t)$ , deterministik trendi;  $t$ , trend terimini;  $T$  ise örnek boyutu temsil etmektedir. Ludlow ve Enders (2000) ve Becker vd. (2006) takip edilerek oluşturulan tek frekanslı denklem Eşitlik (4)'te şu şekildedir:

$$d(t) = \lambda_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \lambda_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) \quad (4)$$

Eşitlik (2), Fourier fonksiyonu ile genişletildiğinde nihai denklem Eşitlik (5)'teki gibi oluşmaktadır:

$$\Delta \ln EF_t = \beta_0 + \lambda_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \lambda_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_2 \ln EF_{t-1} + \beta_3 \ln GDP_{t-1} + \beta_4 \ln KOF_{t-1} + \beta_5 \ln TRD_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \phi' \Delta \ln EF_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \varphi' \Delta \ln GDP_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \gamma' \Delta \ln KOF_{t-i} + \sum_{i=1}^{p-1} \delta' \Delta \ln TRD_{t-i} + e_t \quad (5)$$

Eşitlik (5)'te frekans değeri ( $k$ ) tam sayı olması kırılmaların geçici olduğu, kesirli olması ise kırılmaların kalıcı olduğu anlamına gelmektedir.  $F_A$ ,  $F_B$  ve  $t$  için kritik değerler bootstrap simülasyonu ile hesaplanmıştır. McNown vd. (2018), bootstrap performansının ARDL sınır testinde kullanılan asimptotik testten daha iyi olduğunu açıklamışlardır.

## 6. Bulgular

FARDL test yaklaşımı değişkenlerin ikinci farklarında durağan olduğu ya da bağımlı değişkenin düzeyde durağan olduğu koşullarda kullanılamamaktadır. Dolayısıyla ilk aşamada bu koşulların kontrol edilmesi diğer bir ifade ile değişkenlerin durağanlık derecelerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda çalışmada Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) ve Phillips ve Perron (PP) birim kök testleri kullanılmıştır. Tablo 2'de ADF ve PP birim kök testlerine ait sonuçlar gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Birim Kök Test Sonuçları

| Değişkenler | ADF Birim Kök Testi |                     | PP Birim Kök Testi |                     |
|-------------|---------------------|---------------------|--------------------|---------------------|
|             | Düzye Değeri        | Birinci Fark Değeri | Düzye Değeri       | Birinci Fark Değeri |
| LnEF        | -0.443              | -7.000***           | -0.930             | -15.759***          |
| LnGDP       | -0.647              | -6.532***           | -0.703             | -6.532***           |
| LnKOF       | -0.837              | -6.317***           | -0.838             | -6.305***           |
| LnTRD       | -1.896              | -5.914***           | -1.897             | -5.988***           |

**Not:** \*\*\*, %1 anlamlılık düzeyini temsil etmektedir.

Tablo 2'de ADF ve PP birim kök test sonuçlarına göre LnEF, LnGDP, LnKOF ve LnTRD değişkenleri düzeyde birim köklüdür. Birinci farklarında ise değişkenlerin tamamının durağan olduğu görülmüştür. Sonuç itibarıyla değişkenlerin tümü için durağanlık düzeyi I(1) olarak belirlenmiştir.

Bu aşamanın ardından FARDL testi kullanılarak değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkinin incelendiği ikinci aşamaya geçilmektedir. Tablo 3'te FARDL eşbütünlüşme test sonuçları sunulmaktadır.

**Tablo 3.** FARDL Eşbütünlüşme Test Sonuçları

| Seçilen Model: FARDL (1, 1, 1, 0) |                           | k: 3 AIC: -3.73396 |        |        |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|--------|--------|
| Test İstatistiği                  | Bootstrap Kritik Değerler |                    |        |        |
|                                   | %10                       | %5                 | %1     |        |
| $F_A$                             | 6.461**                   | 4.617              | 5.555  | 7.854  |
| $t$                               | -4.912***                 | -3.444             | -3.898 | -4.799 |
| $F_B$                             | 8.614***                  | 4.809              | 5.961  | 8.556  |

**Not:** \*\*\* ve \*\* sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyini temsil etmektedir.

Tablo 3'te FARDL test sonuçlarına göre uygun frekans değeri 3 olarak belirlenmiştir. Uygun frekans değeri tam sayı olması eşbütünlüşme ilişkisinde kırılmaların geçici olduğunu göstermektedir. Ayrıca  $F_A$ ,  $t$  ve  $F_B$  test istatistikleri bootstrap kritik değerlerden mutlak değer olarak büyüktür.  $F_A$  test istatistiğinin %5 düzeyinde,  $t$  ve  $F_B$  test istatistiklerinin ise %1 düzeyinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu durum değişkenler arasında uzun dönemli ilişkinin var olduğunu ifade eden eşbütünlüşme ilişkisinin varlığını kanıtlamaktadır.

Eşbütünleşme ilişkisinin var olduğunun kanıtlanmasının ardından uzun ve kısa dönem tahmin sonuçlarına geçilmektedir. Tablo 4’te uzun ve kısa dönem tahmin sonuçlarına yer verilmektedir. Tablo 4’te panel (a), FARDL yaklaşımına dayalı uzun dönem tahmin sonuçlarını göstermektedir. Uzun dönem tahmin sonuçlarına göre odak değişken konumundaki lnGDP’nin çevre kirliliği göstergesi lnEF üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır. Buna göre lnGDP’de meydana gelen %1’lik bir artış çevre kirliliği üzerinde %0.605’lik bir artışa neden olmaktadır.

Kontrol değişkenleri lnKOF ve lnTRD’nin ise uzun dönemde çevre kirliliği üzerindeki etkisinin sırasıyla pozitif ve negatif anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda lnKOF’te görülen %1’lik bir artışın çevre kirliliği üzerinde %0.374’lük bir artışa neden olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgu, Türkiye’de küreselleşmenin çevre üzerinde ölçek etkisine sahip olduğunu göstermektedir. Daha açık bir ifade ile Türkiye’de küreselleşme sürecinin, ekonomik faaliyetleri artırarak çevre üzerindeki baskıyı artırdığı, kaynakların kontrolsüz ve aşırı kullanımına yol açtığı düşünülmektedir. Türkiye’de küreselleşmenin çevre kirliliğini artırdığı sonucu, Godil vd. (2020)’nin çalışma sonucu ile uyumludur. Diğer yandan lnTRD’de ortaya çıkan %1’lik bir artışın ise çevre kirliliği üzerinde %0.086’lık bir azalmaya neden olduğu görülmüştür. Ulaşılan bu bulgu, Türkiye’de dışa açıklığın çevre üzerinde teknik etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Teknik etkide serbest dış ticaret sayesinde ülkelerin çevre dostu üretim tekniklerine ve yenilikçi teknolojiye daha kolay ulaşabilmelerinin çevre kirliliği üzerinde azaltıcı bir etki ortaya koyduğu ileri sürülmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de ticari açıklık sayesinde çevre kirliliğinin ve çevre üzerindeki baskının azaldığı sonucuna varılmıştır. Bu sonuç, Doğan vd. (2019)’nin çalışma sonuçları ile uyumlu iken, Öcal vd. (2020)’nin çalışma sonuçlarının aksinedir.

**Tablo 4.** Uzun ve Kısa Dönem Tahmin Sonuçları

| Değişkenler   | Katsayı   | Standart Hata | p-değeri |
|---|-----------|---------------|----------|
| FARDL Uzun Dönem Katsayı Tahmini                      |           |               |          |
| Panel (a)   |           |               |          |
| lnGDP   | 0.605***  | 0.147         | 0.000    |
| lnKOF   | 0.374**   | 0.168         | 0.032    |
| lnTRD   | -0.086**  | 0.037         | 0.027    |
| c (Sabit)   | -7.828*** | 1.771         | 0.000    |
| FARDL Hata Düzeltme Modeli Kısa Dönem Katsayı Tahmini |           |               |          |
| Panel (b)   |           |               |          |
| $\Delta \ln GDP_t$                                    | 1.212***  | 0.124         | 0.000    |
| $\Delta \ln KOF_t$                                    | 0.062     | 0.282         | 0.827    |
| $\gamma_1 \sin$                                       | 0.313***  | 0.056         | 0.000    |
| $\gamma_1 \cos$                                       | 2.131***  | 0.289         | 0.000    |
| $ECT_{t-1}$   | -0.912*** | 0.124         | 0.000    |

**Not:** \*\*\* ve \*\* sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeyini temsil etmektedir.

Uzun dönem tahmin bulgularının incelenmesinin ardından Tablo 4’te kısa dönem tahmini için FARDL yaklaşımına dayalı hata düzeltme modeli tahmin edilmiştir. Panel (b)’de kısa dönem tahmin sonuçlarına yer verilmektedir. Kısa dönemde lnGDP’de meydana gelen %1’lik bir artışın çevre kirliliği üzerinde %1.212’lik bir artışa yol açtığı belirlenmiştir. Diğer yandan lnKOF için anlamlı herhangi bir ilişkiye ulaşılamamıştır. Hata düzeltme terimi ( $ECT_{t-1}$ ) katsayısı, kısa dönemde görülen bir dengesizliğin düzeltilmesi için ne kadar zamana gerek duyulduğunu diğer bir ifade ile bir şok karşısında değişkenlerin ne kadar hızlı dengeye yöneleceğini göstermektedir. Bu katsayının negatif işaretli ve anlamlı olması beklenmektedir. Çalışmada  $ECT_{t-1}$  katsayısının negatif (-0.912) ve %1 düzeyinde anlamlı olduğu görülmüştür. Bu durum, kısa dönemde ortaya çıkan sapmaların %91’inin bir sonraki dönemde düzeltilerek uzun dönem dengesine çok hızlı bir şekilde döndüğünü ifade etmektedir.

Uzun ve kısa dönem lnGDP katsayıları karşılaştırıldığında uzun dönem katsayının kısa dönem katsayıdan küçük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda Türkiye’de kısa dönemde çevre üzerindeki baskının uzun dönemde azaldığı ifade edilebilir.

## 7. Sonuç

Bu çalışmada Türkiye’de 1970-2017 yılları arası ÇKE hipotezinin geçerliliği Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı çerçevesinde FARDL test yöntemi ile incelenmiştir. FARDL eşbütünleşme test sonuçlarına göre değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin var olduğu belirlenmiştir. Ayrıca negatif ve anlamlı olduğu tespit edilen hata terimi katsayısı, eşbütünleşme ilişkisinin var olduğunu desteklemektedir. Uzun ve kısa dönem tahmin sonuçlarına göre FARDL modelinde 1.212 olarak belirlenen kısa dönem gelir esnekliğinin uzun dönemde azalarak 0.615’e düştüğü görülmüştür. Uzun dönem gelir esnekliğinin kısa dönem gelir esnekliğinden daha küçük olması Narayan ve Narayan (2010)’ın yaklaşımı bağlamında Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerliliğini doğrulamaktadır. Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerli olması, sürdürülebilir kalkınma politikalarında uzun dönemde başarılı olunduğunu göstermektedir. Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerli olduğu sonucu, Acar ve Aşıcı (2017), Doğan vd. (2019), Godil vd. (2020), Köksal vd. (2020), Öcal vd. (2020), Sharif vd. (2020), Yurtkuran (2020), Bulut (2021), Koyuncu vd. (2021), Sun vd. (2021)’nin çalışma sonuçları ile paralellik gösterirken, Özcan vd. (2018), Destek ve Sarkodie (2019), Doğan vd. (2020)’nin çalışma sonuçları ile örtüşmemektedir.

Ampirik bulgularda Türkiye’de çevre kalitesinin iyileştirilmesi ve sürdürülebilir kalkınma için kişi başı gelir ve ticari dışa açıklık düzeylerinin artırılmasının önem arz ettiği görülmüştür. Diğer yandan küreselleşmenin çevre kirliliği üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Türkiye’de kişi başı gelir ve kalkınma seviyelerinin toplumda çevresel farkındalığı oluşturacak düzeye henüz ulaşamamış olması, küreselleşmenin çevre üzerindeki olumsuz etkisinin nedeni olarak ifade edilebilir. Tüm bu sonuçlar ışığında Türkiye için bazı politika önerilerinde bulunulabilir: ÇKE hipotezinin geçerli olması iktisadi politikalarda doğal kaynakların ve çevre faktörünün dikkate alınmayacağı anlamına gelmemelidir. Aksine Türkiye, gelecek nesiller için büyük öneme sahip sürdürülebilir kalkınma ve çevre politikalarını merkeze almalı ve bu politikalarda ısrar etmelidir. Bu doğrultuda çevre dostu ve yenilikçi teknoloji transferleri ile çevreye en az zarar veren üretim yapısı benimsenmelidir. Fosil kaynak payını azaltıcı, yerli ve temiz kaynak payını artırıcı politika adımları atılmalıdır. Dolayısıyla yenilenebilir enerji tüketimini artırmak amacı ile alt yapı, teknoloji ve AR-GE yatırımlarına hız verilmelidir. Türkiye’de artan nüfus ve ekonomik büyümeye bağlı olarak artan doğal kaynak talebi kaynakların aşırı ve kontrolsüz kullanımına neden olmamalı, mevcut doğal kaynaklardan verimli bir şekilde yararlanılmalıdır. Toplumda çevre kalitesinin iyileştirilmesi için çevresel farkındalık oluşturulmalı ve bu farkındalık sadece sera gazına neden olan havadaki karbon emisyonları ile sınırlı kalmamalıdır. Su ve karaya dair tahribatın da farkında olunmalı, su ve karadaki çevre kirliliğinin azaltılması için yeni stratejiler geliştirilmelidir.

Bu çalışmada sadece kişi başı ekolojik ayak izi üzerinden Türkiye’de ÇKE hipotezinin geçerliliği test edilmiştir. İlerleyen çalışmalarda karbondioksit salımı ayak izi, tarım alanları ayak izi, otlak alanları ayak izi, balıkçılık alanları ayak izi, inşaat alanları ayak izi ve orman ürünleri ayak izinden oluşan ekolojik ayak izi alt bileşenleri dikkate alınarak Türkiye için ÇKE hipotezinin geçerli olup olmadığı incelenebilir.

## 8. Extended Abstract

Accordingly, the EKC hypothesis is defined as a U-shaped curve, which considers the relationship between economy and environment, and which states that environmental degradation increases up to the turning point at lower development levels and decreases after that point with increasing economic development thanks to the use of environmentally friendly production technology and structural changes (Grossman and Krueger, 1991, 1995; Shafik and Bandyopadhyay, 1992). While testing the EKC hypothesis, the variable of income is associated with environmental pollution indicators. The validity of the hypothesis is tested using quadratic or cubic models through income variables. However, while testing the EKC hypothesis, using cubic or quadratic models may cause linearity or multi-collinearity problems (Yılcıncı and Pata, 2020, p. 32684). Narayan and Narayan (2010) argued that these problems can be avoided by comparing short-run and long-run income elasticity.

Accordingly, the fact that short-term income elasticity is higher than long-term income elasticity means that environmental pollution will decrease over time. This indicates that the EKC hypothesis is valid. The aim of this study is to test the validity of the EKC hypothesis using the Fourier co-integration method

within the framework of Narayan and Narayan (2010)'s short- and long-term income elasticity comparison for the 1970-2017 period of Turkey.

For the existence of long-term co-integration relationship and coefficient estimation, the Fourier Bootstrap ARDL method developed by Yılanıcı et al. (2020) was used. This method comes to the forefront due to some advantages it offers: i) In this test, the requirement in traditional co-integration tests that the series are equally stationary has been bent. In other words, the explanatory variables can be I(0) or I(1) provided that the dependent variable is I(1). ii) Since ARDL co-integration test is based on error correction model, it has more consistent and powerful statistical features compared to traditional tests. iii) The test allows for intrinsic structural breaks. iv) FARDL also provides reliable results in small samples (Yılanıcı and Pata, 2020, p. 32688).

In the study, according to the FARDL test results, it was determined that there was a long-term relationship between the variables, in other words, the variables were co-integrated. After determining the cointegration relationship, long and short-term coefficient estimation was made. According to the long-term estimation results, the effect of income, which is the essential variable, on environmental pollution was found to be positive and significant. Accordingly, a 1% increase in income causes an increase of 0.605% in environmental pollution. It was determined that the control variables, globalization, and openness, have positive and negative effects on environmental pollution in the long run, respectively. In the context of these findings, it is thought that the globalization process in Turkey increases the pressure on the environment by increasing economic activities and leads to uncontrolled and excessive use of resources. On the other hand, trade openness allows easier access to environmentally friendly production techniques and innovative technology. It can be stated that Turkey's utilization of these opportunities thanks to the commercial openness, has a reducing effect on environmental pollution.

It was determined that a 1% increase in income in the short term led to a 1.212% increase in environmental pollution. When the long-term and short-term income coefficients were compared, it was concluded that the long-term coefficient was less than the short-term coefficient. This result shows that the EKC hypothesis is valid for Turkey within the framework of Narayan and Narayan (2010)'s approach. In this context, it can be stated that the pressure on the environment in the short-term decreases in the long term.

In the findings obtained from the empirical analysis, it was seen that it is important to increase the per capita income and trade openness levels for the improvement of environmental quality and sustainable development in Turkey. On the other hand, it was determined that globalization has a negative effect on environmental pollution. The fact that per capita income and development levels in Turkey have not yet reached the level that will create environmental awareness in the society can be expressed as the reason for the negative impact of globalization on the environment. In the light of all these results, some policy suggestions can be made for Turkey: The fact that the EKC hypothesis is valid should not mean that the environmental factor can be ignored in the policies to be implemented. Structural reforms that increase per capita income should be implemented, and barriers to liberate foreign trade should be removed. Costs should be reduced through practices such as tax reductions, subsidies and increasing credit opportunities in renewable energy, and bureaucratic issues should be kept to a minimum. The efficiency of the existing areas should be checked before the natural resource demand, which increases due to the increasing population and economic growth in Turkey, is met directly from a new biological area.

**Keywords:** Sustainable Development, Economic Growth, Environmental Kuznets Hypothesis, Environmental Pollution, Fourier ARDL.

### Kaynakça

- Acar, S., & Aşıcı, A. A. (2017). Nature and Economic Growth in Turkey: What Does Ecological Footprint Imply?. *Middle East Development Journal*, 9(1), 101-115.
- Ahmed, Z., Asghar, M. M., Malik, M. N., & Nawaz, K. (2020). Moving Towards a Sustainable Environment: The Dynamic Linkage Between Natural Resources, Human Capital, Urbanization, Economic Growth, and Ecological Footprint in China. *Resources Policy*, 67, 101677, 1-11.

Ahmed, Z., Wang, Z., Mahmood, F., Hafeez, M., & Ali, N. (2019). Does Globalization Increase the Ecological Footprint? Empirical Evidence from Malaysia. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(18), 18565-18582.

Al-Mulali, U., Weng-Wai, C., Sheau-Ting, L., & Mohammed, A. H. (2015). Investigating the Environmental Kuznets Curve (EKC) Hypothesis by Utilizing the Ecological Footprint as an Indicator of Environmental Degradation. *Ecological Indicators*, 48, 315-323.

Becker, R., Enders, W., & Lee, J. (2006). A stationarity test in the presence of an unknown number of smooth breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 27(3), 381-409.

Bekhet, H. A., & Othman, N. S. (2018). The Role of Renewable Energy to Validate Dynamic Interaction between CO<sub>2</sub> Emissions and GDP toward Sustainable Development in Malaysia. *Energy Economics*, 72, 47-61.

British Petroleum (BP). (2021). *Statistical Review of World Energy*. <https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>, [Erişim Tarihi: 22.12.2021].

Brown, S. P., & McDonough, I. K. (2016). Using the Environmental Kuznets Curve to Evaluate Energy Policy: Some Practical Considerations. *Energy Policy*, 98, 453-458.

Bulut, U. (2021). Environmental Sustainability in Turkey: An Environmental Kuznets Curve Estimation for Ecological Footprint. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 28(3), 227-237.

Cole, M. A. (2004). Trade, the Pollution Haven Hypothesis and the Environmental Kuznets Curve: Examining the Linkages. *Ecological Economics*, 48(1), 71-81.

Cropper, M., & Griffiths, C. (1994). The Interaction of Population Growth and Environmental Quality. *The American Economic Review*, 84(2), 250-254.

Destek, M. A., & Sarkodie, S. A. (2019). Investigation of Environmental Kuznets Curve for Ecological Footprint: The Role of Energy and Financial Development. *Science of the Total Environment*, 650, 2483-2489.

Destek, M. A., Ulucak, R., & Dogan, E. (2018). Analyzing the Environmental Kuznets Curve for the EU Countries: The Role of Ecological Footprint. *Environmental Science and Pollution Research*, 25(29), 29387-29396.

Dickey, D. A., & Fuller, W. A. (1979). Distribution of the Estimators for Autoregressive Time Series with a Unit Root. *Journal of the American statistical association*, 74(366a), 427-431.

Dogan, E., Taspinar, N., & Gokmenoglu, K. K. (2019). Determinants of Ecological Footprint in MINT Countries. *Energy & Environment*, 30(6), 1065-1086.

Dogan, E., Ulucak, R., Kocak, E., & Isik, C. (2020). The Use of Ecological Footprint in Estimating the Environmental Kuznets Curve Hypothesis for BRICST by Considering Cross-Section Dependence and Heterogeneity. *Science of the Total Environment*, 723, 138063, 1-9.

Dong, K., Sun, R., & Dong, X. (2018). CO<sub>2</sub> Emissions, Natural Gas and Renewables, Economic Growth: Assessing the Evidence from China. *Science of the Total Environment*, 640, 293-302.

Gallant, A. R., & Souza, G. (1991). On the Asymptotic Normality of Fourier Flexible Form Estimates. *Journal of Econometrics*, 50(3), 329-353.

Global Footprint Network (GFN). (2021). *Ecological Footprint*. <https://www.footprintnetwork.org/>, [Erişim Tarihi: 10.11.2021].

Godil, D. I., Sharif, A., Rafique, S., & Jermittiparsert, K. (2020). The Asymmetric Effect of Tourism, Financial Development, and Globalization on Ecological Footprint in Turkey. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(32), 40109-40120.

Grossman, G. M., & Krueger, A. B. (1991). Environmental Impacts of a North American Free Trade Agreement. *NBER Working Papers Series*, 1-39.

Grossman, G. M., & Krueger, A. B. (1995). Economic Growth and The Environment. *The Quarterly Journal of Economics*, 110(2), 353-377.

Hashmi, R., & Alam, K. (2019). Dynamic Relationship among Environmental Regulation, Innovation, CO<sub>2</sub> Emissions, Population, and Economic Growth in OECD Countries: A Panel Investigation. *Journal of Cleaner Production*, 231, 1100-1109.



- Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). (2014). *Fifth Assessment Report (AR5)*. <https://www.ipcc.ch/report/ar5/IPCC>, [Erişim Tarihi: 17.11.2021].
- Kihombo, S., Ahmed, Z., Chen, S., Adebayo, T. S., & Kirikkaleli, D. (2021). Linking Financial Development, Economic Growth, and Ecological Footprint: What is the Role of Technological Innovation?. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(43), 61235-61245.
- KOF Swiss Economic Institute. (2021). *KOF Globalisation Index*. <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html>, [Erişim Tarihi: 10.11.2021].
- Koyuncu, T., Beşer, M. K., & Alola, A. A. (2021). Environmental Sustainability Statement of Economic Regimes With Energy Intensity and Urbanization in Turkey: A Threshold Regression Approach. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(31), 42533-42546.
- Köksal, C., Işık, M., & Katircioğlu, S. (2020). The Role of Shadow Economies in Ecological Footprint Quality: Empirical Evidence from Turkey. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(12), 13457-13466.
- Kuznets, S. (1955). Economic Growth and Income Inequality. *The American Economic Review*, 45(1), 1-28.
- Lemos, M. C., & Agrawal, A. (2006). Environmental Governance. *Annual Review Environment and Resources*, 31, 297-325.
- Lin, D., Hanscom, L., Martindill, J., Borucke, M., Cohen, L., Galli, A., ... & Wackernagel, M. (2016). Working Guidebook to the National Footprint Accounts: 2016 Edition. *Oakland: Global Footprint Network*.
- Ludlow, J., & Enders, W. (2000). Estimating Non-linear ARMA Models Using Fourier Coefficients. *International Journal of Forecasting*, 16(3), 333-347.
- McNown, R., Sam, C. Y., & Goh, S. K. (2018). Bootstrapping the Autoregressive Distributed Lag Test for Cointegration. *Applied Economics*, 50(13), 1509-1521.
- Murshed, M., Rahman, M., Alam, M. S., Ahmad, P., & Dagar, V. (2021). The Nexus between Environmental Regulations, Economic Growth, and Environmental Sustainability: Linking Environmental Patents to Ecological Footprint Reduction in South Asia. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(36), 49967-49988.
- Narayan, P. K., & Narayan, S. (2010). Carbon Dioxide Emissions and Economic Growth: Panel Data Evidence from Developing Countries. *Energy Policy*, 38(1), 661-666.
- Öcal, O., Altınöz, B., & Aslan, A. (2020). The Effects of Economic Growth and Energy Consumption on Ecological Footprint and Carbon Emissions: Evidence from Turkey. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 667-681.
- Ozcan, B., Apergis, N., & Shahbaz, M. (2018). A Revisit of the Environmental Kuznets Curve Hypothesis for Turkey: New Evidence from Bootstrap Rolling Window Causality. *Environmental Science and Pollution Research*, 25(32), 32381-32394.
- Panayotou, T. (1993). Empirical Tests and Policy Analysis of Environmental Degradation at Different Stages of Economic Development. *International Labour Organization*.
- Panayotou, T. (1997). Demystifying the Environmental Kuznets Curve: Turning a Black Box into a Policy Tool. *Environment and Development Economics*, 2(4), 465-484.
- Peng, B., Li, Y., Elahi, E., & Wei, G. (2019). Dynamic Evolution of Ecological Carrying Capacity Based on the Ecological Footprint Theory: A Case Study of Jiangsu Province. *Ecological Indicators*, 99, 19-26.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289-326.
- Phillips, P. C., & Perron, P. (1988). Testing for a Unit Root in Time Series Regression. *Biometrika*, 75(2), 335-346.
- Rees, W. E. (1992). Ecological Footprints and Appropriated Carrying Capacity. *Environment and Urbanization*, 4(2), 121-130.
- Sarkodie, S. A. (2021). Environmental Performance, Biocapacity, Carbon & Ecological Footprint of Nations: Drivers, Trends and Mitigation Options. *Science of the Total Environment*, 751, 141912, 1-10.
- Selden, T. M., & Song, D. (1994). Environmental Quality and Development: Is There a Kuznets Curve for Air Pollution Emissions?. *Journal of Environmental Economics and Management*, 27(2), 147-162.

Shafik, N. (1994). Economic Development and Environmental Quality: An Econometric Analysis. *Oxford Economic Papers*, 757-773.

Shafik, N., & Bandyopadhyay, S. (1992). Economic Growth and Environmental Quality: Time-Series and Cross-Country Evidence (Vol. 904). *World Bank Publications*, 1-50.

Shahbaz, M., & Sinha, A. (2019). Environmental Kuznets Curve for CO<sub>2</sub> Emissions: A Literature Survey. *Journal of Economic Studies*, 46(1), 106-168.

Sharif, A., Baris-Tuzemen, O., Uzuner, G., Ozturk, I., & Sinha, A. (2020). Revisiting the Role of Renewable and Non-Renewable Energy Consumption on Turkey's Ecological Footprint: Evidence from Quantile ARDL Approach. *Sustainable Cities and Society*, 57, 102138, 1-12.

Solarin, S. A. (2019). Convergence in CO<sub>2</sub> Emissions, Carbon Footprint and Ecological Footprint: Evidence from OECD Countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 26(6), 6167-6181.

Sun, Y., Duru, O. A., Razzaq, A., & Dinca, M. S. (2021). The Asymmetric Effect Eco-innovation and Tourism towards Carbon Neutrality Target in Turkey. *Journal of Environmental Management*, 299, 113653, 1-9.

Uddin, G. A., Alam, K., & Gow, J. (2016). Does Ecological Footprint Impede Economic Growth? An Empirical Analysis Based on the Environmental Kuznets Curve Hypothesis. *Australian Economic Papers*, 55(3), 301-316.

Ulucak, R., & Bilgili, F. (2018). A Reinvestigation of EKC Model by Ecological Footprint Measurement for High, Middle and Low Income Countries. *Journal of Cleaner Production*, 188, 144-157.

Wachernagel, M., & Rees, W. (1996). Our Ecological Footprint: Reducing Human Impact on the Earth. *New Society Publishers*, 1-29.

Wang, Y., Zhang, C., Lu, A., Li, L., He, Y., Tojo, J., & Zhu, X. (2017). A Disaggregated Analysis of the Environmental Kuznets Curve for Industrial CO<sub>2</sub> Emissions in China. *Applied Energy*, 190, 172-180.

World Bank (WB). (2021). *World Development Indicators*. <https://databank.worldbank.org/> [Erişim Tarihi: 11.12.2021].

Yilanci, V., Bozoklu, S., & Gorus, M. S. (2020). Are BRICS Countries Pollution Havens? Evidence from a Bootstrap ARDL Bounds Testing Approach with a Fourier Function. *Sustainable Cities and Society*, 55, 102035, 1-12.

Yilanci, V., & Pata, U. K. (2020). Investigating the EKC Hypothesis for China: The Role of Economic Complexity on Ecological Footprint. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(26), 32683-32694.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# News Production and Consumption Practices in Online Journalism: A Cross-Platform Review

Gülhanım KARAOĞLU\* 

## ABSTRACT

Internet-based technologies, which mark a revolutionary period in journalism, have revealed new understandings in journalism. This change in the news media has affected the established forms of production and consumption, and has transformed traditional relations and understandings. Expanding information distribution capacities and reader expectations growing, differentiating and specializing necessitate using new communication technologies more effectively. Social media platforms and online environments, which provide additional channels to reach the reader, both open new areas for news producers and reveal different usage patterns from traditional media for consumers.

The study investigates the trends in news production, distribution, and consumption in different social media platforms as an alternative field. In the study, Twitter, Instagram, and Telegram platforms were discussed, and content production, distribution, and consumption styles were examined in the context of journalism, based on the assumption that Telegram is an alternative channel for creating public opinion, increasing interaction and creating their brands for journalists. In this context, Twitter, which functions more as a news sharing application, Instagram, which has increased in popularity in recent years, and Telegram, which stands out with its bot and channel creation features, are evaluated. The shares on the Cia Medya Telegram channel, Cia Haber Instagram page and Cia Haber Twitter page, which constitute the sample of the research, were analyzed by content analysis method, and it was concluded that the Telegram platform is used more actively in content production, distribution and interaction.

**Keywords:** Online Journalism, Social Media Journalism, Telegram, Instagram, Twitter.

## Çevrimiçi Gazetecilikte Haber Üretim ve Tüketim Pratikleri: Platformlar Arası Bir İnceleme

### ÖZ

Gazetecilikte devrimsel bir döneme işaret eden internet tabanlı teknolojiler, habercilikte yeni anlayışları ortaya çıkarmıştır. Haber medyasındaki bu değişim, yerleşik üretim ve tüketim biçimlerini etkilemiş, geleneksel ilişkileri ve anlayışları dönüştürmüştür. Genişleyen bilgi dağıtım kapasiteleri ve büyüyen, farklılaşan, özelleşen okur beklentileri, yeni iletişim teknolojilerini daha etkili biçimde kullanmayı gerektirmektedir. Okura ulaşmada ek kanal sağlayan sosyal medya platformları ve çevrimiçi ortamlar, hem haber üreticileri için yeni alanlar açmakta, hem de tüketiciler açısından geleneksel medyadan farklı kullanım kalıpları ortaya çıkarmaktadır.

Çalışmanın amacı, alternatif bir alan olarak farklı sosyal medya platformlarında haber üretimi, dağıtımı ve tüketimindeki eğilimleri araştırmaktır. Çalışmada Telegram'ın, kamuoyu oluşturulmasında, etkileşimin artırılmasında ve gazetecilerin kendi markalarını yaratmasında alternatif bir mecra olduğu varsayımından hareketle, Twitter, Instagram ve Telegram platformları ele alınmış, habercilik bağlamında içerik üretim, dağıtım ve tüketim biçimleri incelenmiştir. Bu bağlamda daha çok haber paylaşım uygulaması olarak işlev gören Twitter, son yıllarda popülaritesi artan Instagram ile bot ve kanal oluşturma özellikleriyle ön plana çıkan Telegram uygulamaları karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir. Araştırmanın örneklemini oluşturan Cia Medya Telegram kanalı, Cia Haber Instagram sayfası ve Cia Haber Twitter sayfasında yer alan paylaşımlar içerik analizi yöntemiyle incelenmiş; Telegram platformunun içerik üretiminde, dağıtımında ve etkileşimin sağlanmasında daha aktif kullanıldığı sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Çevrimiçi Gazetecilik, Sosyal Medya Gazeteciliği, Telegram, Instagram, Twitter.

### 1. Introduction

The increasing use of the internet in human life covers many areas of daily practice. The transition to digital communication and information technologies has also opened a revolutionary period in the field of journalism. In addition to the emergence of new professional fields that require technological competence in the news industry, "field definitions have been made with rich index distinctions between online journalism and traditional journalism" in the academic dimension (Boyer, 2010, p. 80). The structural features of the news product and the technological features of the medium used in the transmission are interrelated. While the video-based television format largely excludes news that do not contain visual elements, radio journalism shapes the contents with indirect and short narrative technique, and in the

\* Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, gul.kucukalkan@atauni.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 13.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 29.07.2022

newspapers the page arrangement of the news is done within the field. The form of storytelling and transmission in these formats generally tends to be fixed. Internet-based technologies, on the other hand, as a factor shaping journalism practices and news consumption patterns, have influenced both journalists and readers in terms of production, distribution, consumption and participation. Due to the multiple content, speed, archiving and interaction features offered by the online environment, digital journalism is a more advantageous field than traditional journalism in many respects. The news content includes various media elements such as text, sound, picture, graphic, video and also provides a transition between different texts. It reduces the speed factor, which is among the basic principles of journalism, to the moment and becomes the primary news source for more and more people. It provides users with the opportunity to access content anywhere at any time and replaces a two-way interactive model instead of a one-way information flow model.

The new media, which determines the broadcasting strategies of news organizations, has also opened up alternative areas. Especially the convergence of communication and the increase in the use of mobile media have directed journalism practices to this field. With the increasing use of smart phones, many activities such as video calls, file sharing and meeting organization have started to be carried out with these technologies, this situation necessitated the use of social media and messaging applications. This technological and sociological change is also the driving force of innovation processes in the field of journalism. In order to reach an audience that consumes content through mobile technologies, content production for mobile devices and mobile journalism have been the priority area (López-García et al. 2019, p. 10). Moving journalism to interactive social media platforms that allow simultaneous and two-sided content sharing, as well as mobile sites (making websites compatible with the mobile view) and mobile applications, is an important pillar of integration into new ways of engaging with audiences. Social media, which millions of people use to connect to the world, has revealed radical new ways of interacting, and has changed social practices and the fabric of the social world (Hansen, et al. 2010, p. 11-12). This change, which is reflected in the news media, has made social media platforms an alternative and functional area in journalism.

In the context of "platforms such as Twitter, Facebook and Instagram as a rising and popular trend in the collection, production, distribution and consumption of news and information" (Kuyucu, 2020, p. 72), social media and journalism studies gain more importance with the increasing use of internet and mobile technology. According to the Digital 2022 Global Overview Report published in partnership with We Are Social and Hootsuite, the average daily time spent on the Internet in Turkey is 8 hours, and more than half of this time (4 hours 16 minutes) is spent on mobile devices. In this context, the study aims to consider social media journalism, production, and distribution practices in Turkey from a cross-platform perspective and to evaluate the consumption patterns of news content by social media users in the context of platforms. The literature of field is very rich in terms of Twitter and Instagram-oriented studies. However, compared to other platforms, the number of studies dealing with Telegram in the sample of Turkey is low (Küçükvardar, 2021; Akgün et al., 2021). In this context, it is thought that the study will contribute to the field. Telegram, distinguished from other messaging applications with its bot and channel creation features, and ranking 13th in social media world usage rates (Digital 2022 Global Overview Report, 2022), is assumed as an alternative channel for creating public opinion, increasing interaction and creating their own brands for journalists. Based on this assumption, Twitter, Instagram and Telegram platforms were discussed in the study, and content production, distribution and consumption styles were compared in the context of journalism.

## 2. Online Journalism

In parallel with the development acceleration of information and communication technologies, there have been new trends in the news media. Internet technologies, which have largely reshaped traditional journalism practices, have revealed and strengthened digital/online news media as an alternative field. At the point where technology has come, the diversification of online journalism and the possibility of the reader's choice have opened up space for personalized news formats. Thematic, interest-oriented,

narrower scoped journalism practices have emerged, and as networked platforms have diversified, the skills required by journalism have also diversified.

Online journalism or digital journalism is a type of journalism in which news content is created and distributed online, operating through internet-based technologies. "Online journalism is a contemporary form of journalism in which editorial content, particularly news, analysis and content related to current issues is published" (Apuke and Omar, 2021, p. 1). At Law Insider (Dictionary of Legal Definitions), online journalism is defined as "news writing through internet-based technologies; collection of information and images; the arrangement of news-oriented or informative materials, including news, information, opinions, photographs or audio-visual data, for the purposes of production, broadcast, transmission and distribution." While applications on social media platforms such as blogs, news sites, Twitter and Facebook are referred, offline applications such as digital cameras and mobile phones, which are indispensable tools for online news production, are also considered as complementary platforms of this field (Song & Lin, 2012, p. 400). Since, in the digital age, journalism practices, norms and forms have been transformed and diversified with formats such as innovative videos, podcasts, snap stories, and interactive channels (Beizer, 2018).

With the emergence of online journalism in the late 1990s, the news production process is defined by multimedia, hypertextuality and interaction features (Song & Lin, 2012, p. 400). Inputs such as sound, moving and still images, text, graphics, each of which are separate formats in traditional broadcasting, are converted into a common digital form consisting of 0 and 1 in new technologies. This technological convergence "enables content sharing between newsrooms and integrated management of content produced by different newsrooms" (Domingo, 2006, p. 76). Hypertext with multiple links can be said to "dissolve the basic linearity that characterizes written and printed texts from the very beginning" (Dahlgren, 1996, p. 65). Thus, the necessity of following the text from beginning to end, as in the storytelling logic of traditional mass media, is eliminated. With hyperlinks and reference points, it is possible to go from text to text, from part to part. Thanks to the links that allow versatile reading, other texts and related contents can be accessed through key concepts. Thanks to hypertextuality, the reader determines this non-linear, flexible reading style. While the characteristic of traditional mass media based on one-way notification and transmission causes a clear distinction between the sender and the receiver, the participatory nature of digital technologies blurs this distinction and allows interaction. The interaction feature, which shortens the distance between the journalist and the reader by providing feedback, shows the potential of digital technologies in terms of increasing civic participation and strengthening the public opinion. In addition to these features, digitalization offers unlimited and indefinite archiving opportunities. While archiving and searchability of media were previously dependent on time and space, thanks to digital technologies, both the archive capacity has increased and it has become easier for anyone with technological access and usage proficiency to scan and access recorded information. This transformation, which provides diversity in sources, content and news forms, has led to changes in the logic of journalism.

The early view of the process, which started with the presence of large news organizations in the digital environment in the 1990s, is the publication of digital samples of newspapers. By the 2000s, online newspapers emerged and the speed of news transmission brought digital journalism ahead of traditional media (Orellana-Rodriguez & Keane, 2018, p. 75-76). With the use of social media platforms and mobile devices that can connect to the internet, there has been a revolutionary transformation.

### 3. Social Media Journalism

Digital platforms, which are an important area in terms of alternative media, not only provide access to more news sources compared to traditional media, but also support participatory culture by increasing interaction. In this context, social media platforms are popular alternative fields in journalism with their features such as speed, diversity, diffusion, access and interaction, despite the disadvantages such as the reliability of the source, misinformation, the fact that the news does not pass editorial control, and the boundaries of news-advertisement-entertainment become more vague. Online journalism refers to the production and distribution of news content, especially by journalists, via the internet, emphasizing a

professional field as in the traditional -print, audio, visual-media. The distinction between professional journalism and individual initiatives becomes blurred due to the growing popularity of social media and its commercialization through advertising and clicks. Anyone with mobile technologies has the potential to produce news content and spreads it easily, especially through social media platforms. However, online journalism is a different journalism practice than citizen journalism. While citizen journalism is run by amateurs, online journalism emphasizes professional reporting practices. Thus, the important role of journalists in identifying, collecting, filtering, producing and distributing news continues (Singer et al., 2011, p. 27). In this context, social media journalism is also discussed within the framework of the journalism profession in the study.

The term social media refers to “computer-based technologies that facilitate the sharing of ideas, thoughts and information through virtual networks and communities” (<https://www.investopedia.com>), “the forms of electronic communication in which users form online communities to share information, ideas, personal messages and other content (such as videos)” (<https://www.merriam-webster.com>). Its main characteristic is that it allows fast and two-sided sharing of user-generated content and interaction in the online environment. Social media applications, most of which are free and easy to use, are the primary working tool for the journalist as the dominant communication tool of the age, while they become the first news source for the reader (Laor & Galily, 2020, p. 1). Social media offers journalists advantages such as reaching new readers, increasing the number of visitors, publishing content freely regardless of corporate policies, discovering the trends of news consumers, capturing breaking news; eyewitness shares; first-hand reports, and reaching potential people they may want to interview (Zubiaga, 2019, p. 2). Social media “provides opportunities to build and expand audiences, increase geographic reach, respond to news events and issues faster than ever before, and engage with news consumers more quickly and directly” (Bowd, 2016, p. 129). In addition, the social media field, where the professional and personal boundaries are blurred, brings the journalist's credibility into question. Ancak haber ile kişisel görüş ve yorum ayrımının netliğini kaybetmesi olumsuz sonuçlar doğursa da geleneksel medyada olmayan kaynak çeşitliliği sayesinde sosyal medya platformları ve farklı haber mecraları, ek bilgi katmanları yaratarak okura geniş bir yelpaze sağlamaktadır. Therefore, the norms of transparency and objectivity of traditional journalism maintains its importance in gaining the trust of users who have the ability to access the primary source and verify the news, and access various up-to-date content on different platforms, and keeping their interests alive (Liang et al., 2016, p. 254-255). Trust and attention are also important factors for individual journalists who want to create their own brand. Because online environments and social media platforms are strong alternative areas for individual initiatives against the institutional structure of traditional journalism.

Social media, where one-way journalism practices evolve into two-way conversations, challenges the traditional mass communication concept. The facility of users to provide instant feedback, make comment, make change or contribute to news content has broken the closed model of traditional media (Adornato, 2018, p. 20). Interaction, which redefines the journalist-reader relationship, has also changed the role of news consumers. Instead of passively consuming news content produced by others, consumers participate in the production, distribution and shaping of news. Having fundamentally changed the capacity of individuals to be active participants in the public sphere instead of being passive readers, listeners or viewers (Benkler, 2006, p. 212), social networks create networked public spaces by creating clusters of connections that challenge the dominance of mass media (186). Social media is characterized by engagement, openness, conversation, community, and connectivity. This technology, which allows geographically dispersed individuals to connect without a central coordination, is an area where news production is enriched, diversified and restructured with the contributions of user experiences (Hermida, 2012, p. 310-311). In this context, the characteristics of social media journalism can be listed as follows:

- providing a continuous, fast and updatable content flow,
- users' interaction in various ways such as likes, comments, re-sharing and their participation in the news process as an active buyer,
- shortening the distance between the journalist and the target audience,
- the possibility of direct access to the news source and the diversity of sources,

- the creation of geographically dispersed, networked public spaces,
- thematic journalism for self-made private publics,
- being an area where journalists who want to operate individually outside the corporate organization can create their own brands.

Certain conditions of cyberspace are also effective in journalism and reader practices. Media logic, which refers to certain forms and processes that organize the work done in a given setting, will also change according to the environment and type of media production and consumption (Dahlgren, 1996, p. 63). In this context, Telegram, Twitter and Instagram platforms, which make the relationship between the journalist and the reader direct, offer different journalism and reader experiences within the framework of their features, usage practices and purposes.

### 3.1. Telegram

Telegram is a free instant messaging application that allows users to share content such as audio, photo, video, text files. It differs from other messaging applications with its bot and channel creation features. Channels used to reach large audiences are chat rooms open to participants up to 200,000 members, allowing subscribers to send messages. The bot helps organize content, search for information, and interact. Thus, it facilitates the gathering of individuals with similar goals, thoughts and interests. Thanks to bots, even if there is no invitation link, a Telegram group can be found and joined. Bots supported in Telegram since 2015 are small programs placed in chats or channels that can perform certain functions. On this platform, which allows the sharing of videos and all kinds of documents up to 2 GB, various emojis can be added to original posts, comments can be made and content can be shared again. There is also a view counter that indicates all views of the content.

Telegram messaging application is one of the fastest growing areas in terms of audience and content in the development process of mobile social networks. Apart from its privacy and encryption features, one of the most important reasons for the rise of the application is the change in Whatsapp policies. Facebook's assertion that sharing user information is a necessity for the use of Whatsapp has led many people to Telegram. Pavel Durov, the founder of Telegram, stated that this is the biggest digital migration in human history (Durov, January 14th, 2021). The outstanding features of Telegram are that it is not connected with other platforms, it has the opportunity for open discussion and the capacity to collect feedback, and that it provides the direct access to the channel manager. In addition, it is an alternative field for individual journalism activities and thematic journalism that want to create their own public opinion and brand.

### 3.2. Twitter

Twitter is a free online social networking service that allows posts that can contain photos, videos, text and links. Twitter's most distinctive feature is the character limit. Since the posts are limited to 280 characters, the posts should be prepared as concisely as possible. If there is a wide range of content, it is possible to publish content in series with consecutive tweets. On the site, which allows the posts to be sent to the followers, users can browse according to their interests, follow them and create filters by removing the topics they do not want to see. The forms of interaction on Twitter are retweet, reply, like and forward. Retweet (RT) and retransmission are used to re-share the current post on the same or a different channel and forward it to the followers, a heart icon is used to like the post, and a reply icon is used to add a comment to the original post. For private communication open only to the sender and receiver, a direct message (DM) is sent to the user.

Twitter, which is a mixture of instant messaging and blogging, has concise content and a large audience. Constantly updating the flow, providing direct access to the shares of news sources, reaching the target audience related to categorized news contents, interacting with short contents and feedbacks make Twitter a high potential area in news dissemination. So, most of the trending topics on Twitter are news content (Kwak et al., 2010). The Twitter platform is an important tool in journalism due to the simultaneous collection and verification of information, creating a channel for news sites, providing a self-

selected target audience, involving users in the content and ensuring branding (Orellana-Rodriguez & Keane, 2018, p. 77).

### 3.3. Instagram

Instagram, a photo and video sharing application, is a free social media platform that allows text sharing in the form of description or comments. The distinctive feature of this platform, which is becoming more and more popular, is that it is completely based on visuals. In addition to the main feed updated with the latest posts from the users followed, there is a discover page that lists content for the interests. In the application that allows text sharing in the form of subtitles, descriptions or comments, the forms of interaction are likes, comments and retransmissions. Users can also chat privately via the direct messaging system. By adding hashtags, connections between accounts, people and texts can be established. Stories, which are posts that are customizable via filters and viewable within 24 hours, are another way to connect on Instagram. With the Instagram Live feature, which allows live broadcasting, it is possible to message during the broadcast, and short or long videos can be shared with the Instagram Reels and IGTV application.

Instagram is an important resource in online journalism because, in addition to the increasing number of users, it adds a different dimension to news transmission with live streams and stories, diversifies the possibilities of interaction, updates the stream according to relevance, and users are exposed to content by chance (Valeriani & Vaccari, 2016, p. 1859). Although users' habits are not directly linked to news consumption, allowing the news media to provide an alternative access to viewers requires journalists to be active on Instagram (Vázquez-Herrero et al. 2019, p. 10).

## 4. Results and Discussion

In the study, Twitter, Instagram and Telegram platforms were discussed, and their content production, distribution and consumption styles were examined in the context of journalism, based on the assumption that Telegram is an alternative channel for creating public opinion, increasing interaction and creating their own brands for journalists. Telegram, which ranks 13th in social media usage rates in the world, is compared with Twitter, which stands out especially in the sharing of news content, and Instagram, which is defined as the most favorite social media platform by users around the world (Digital 2022 Global Overview Report, 2022).

Telegram uses search filters that make it easy to access channels, groups, media, links and documents. The words media, news and newspaper were searched in Telegram, and Cia Medya, one of the news channels with the highest number of subscribers and present on all three platforms, was chosen as a sample. The fact that Cia Medya news channel, which has 44276 subscribers as of March 23, 2022, has carried out branding through social media platforms instead of traditional journalism, and the absence of a news site is another factor in determining it as a sample. In this context, the contents shared on Cia Medya Telegram channel, Cia Haber Instagram page and Cia Haber Twitter page between 20-24 March 2022, which were determined by random sampling, were evaluated by content analysis method.

While the Cia Haber Instagram page was created on March 23, 2019, the Twitter account joined in August 2020, and the Telegram channel was created on December 19, 2020. As of March 24, Telegram Cia Media channel has 44,194 subscribers, Twitter Cia News has 2,831 followers, and Instagram Cia News has 210,000 followers.

**Table 1.** Number of Content Shared by Platforms

|                  | Telegram | Twitter | Instagram |
|------------------|----------|---------|-----------|
| March 20th, 2022 | 43       | 7       | 13        |
| March 21st, 2022 | 36       | 4       | 16        |
| March 22nd, 2022 | 36       | 9       | 16        |
| March 23th, 2022 | 36       | 10      | 18        |
| March 24th, 2022 | 43       | 9       | 17        |
| Total            | 194      | 39      | 80        |



The number of daily content shared by platforms is given in Table 1. Accordingly, while an average of 38.8 news were shared on the Telegram platform in a 5-day period, this number is 7.8 on Twitter and 16 on Instagram. The most content sharing was made via Telegram, and 185 of the total 194 shares were news. 9 shares are advertisements, online surveys, questions to measure user opinion, and chat posts. The news contents were generally shared without comment, personal comments were included in 5 news, and users' opinions were asked in 1 news. There is no content other than news on Twitter, where a total of 39 content is shared. On the other hand, 78 of Instagram posts are news, 1 is advertisement and 1 is promotion of another news page.

While 109 of the news shared on the Telegram platform contain only text, 59 news with photos and 17 news with videos were shared. All of the content on Twitter and Instagram is visual, and 4 of the Instagram posts contain videos. It is thought that the possibility of sharing without the use of visual elements is effective in the high number of news content in Telegram. Thus, short contents or information related to previously given news can be given quickly and easily without adding or editing visual elements. This is one of the advantages of Telegram over other image-based platforms

**Table 2.** Daily Total Likes/Emoji Rates by Platforms

|                  | Telegram | Twitter | Instagram |
|------------------|----------|---------|-----------|
| March 20th, 2022 | 6.466    | 6       | 40.453    |
| March 21st, 2022 | 4.911    | 2       | 40.410    |
| March 22nd, 2022 | 3.919    | 6       | 40.004    |
| March 23th, 2022 | 3.721    | 9       | 59.500    |
| March 24th, 2022 | 2.783    | 9       | 36.718    |
| Total            | 21.800   | 32      | 217.085   |

The forms of interaction on Twitter and Instagram platforms are in the form of liking and commenting. However, in Telegram, emojis that indicate reaction and emotional states such as likes, anger, laughter, applause can be added to the original post, apart from comments. Also, there is no icon indicating a like. Table 2. shows the daily likes and emoji rates of the shared content. Accordingly, while the daily average of the expressions left on Telegram posts is 4.360, the 5-day average of the number of likes is 6.4 for Twitter and 43.417 for Instagram. The platform with the highest interaction through likes is Instagram. This figure corresponds to 20.6% of the users on the Cia Haber Instagram page, which had 210 thousand followers on March 24. On the other hand, on the Cia Medya Telegram channel, which had 44,194 subscribers on the same date, it is seen that 9.8% of the subscribers participate in the content with emoji on average daily. Like the number of posts on Twitter, the number of likes for the content are also very low. On the Cia Haber Twitter page, which has 2,831 followers, the interaction provided by the followers through the likes is 0.2%. In addition, a total of 2 content was retweeted once in a 5-day period. The daily likes/emoji percentages of the content shared on Telegram, Twitter, and Instagram platforms according to the number of followers/subscribers are given in Table 3.

**Table 3.** Daily Likes/Emoji Rates by Number of Followers/Subscribers

|                  | Telegram % | Twitter % | Instagram % |
|------------------|------------|-----------|-------------|
| March 20th, 2022 | 14.6       | 0.2       | 19.2        |
| March 21st, 2022 | 11.1       | 0.07      | 19.2        |
| March 22nd, 2022 | 8.8        | 0.2       | 19          |
| March 23th, 2022 | 8.4        | 0.3       | 28.3        |
| March 24th, 2022 | 6.2        | 0.3       | 17.4        |

According to the data in Table 3, the platform with the highest likes/emoji ratio is Instagram, while Telegram ranks second. The platform with the lowest interaction via likes/emoji was Twitter. The fact that Instagram is in the first place can be associated with the fact that this platform is based on visuality and seeing. Accordingly, liking a post is also an expression of seeing the post. Considering within the framework of interaction, it is seen that Instagram serves this purpose more. However, when it is considered in the context of reaching a wider user base, it is not possible to clearly say which platform is

in the first place. Because although there is a view counter that indicates the number of times Telegram posts are viewed within the platform, there is no such feature in other social media channels. Telegram content was viewed by an average of 8,757 users per day.

**Table 4.** Daily Comment Rates by Platforms

|                  | Telegram | Twitter | Instagram |
|------------------|----------|---------|-----------|
| March 20th, 2022 | 5.621    | 1       | 2.195     |
| March 21st, 2022 | 4.911    | 0       | 1.822     |
| March 22nd, 2022 | 2.833    | 0       | 2.633     |
| March 23th, 2022 | 2.079    | 0       | 3.319     |
| March 24th, 2022 | 1.391    | 0       | 1.265     |
| Total            | 16.835   | 1       | 11.234    |

The daily number of comments shared by Cia Haber/Cia Medya on Telegram, Twitter and Instagram platforms is given in Table 4. On the Twitter platform, which stands out with news sharing, a total of 1 comment was made on the contents of the Cia News page. However, the total number of comments made on the Telegram channel in a 5-day period is 16,835, and the total number of comments on the posts on the Instagram page is 11,234. Therefore, higher interaction was achieved on Telegram and Instagram platforms. Considering the number of comments, followers and subscribers, it is seen that direct participation in the Telegram channel is higher. The ratio of daily comments to followers/subscribers by platforms is as in Table 5.

**Table 5.** Daily Comment Rates by Number of Followers/Subscribers

|                  | Telegram % | Twitter % | Instagram % |
|------------------|------------|-----------|-------------|
| March 20th, 2022 | 12.7       | 0.03      | 1,04        |
| March 21st, 2022 | 11.1       | 0         | 0.8         |
| March 22nd, 2022 | 6.4        | 0         | 1,2         |
| March 23th, 2022 | 4.7        | 0         | 1,5         |
| March 24th, 2022 | 3.1        | 0.03      | 0,6         |

When the ratio of daily comments between platforms to the number of followers/subscribers is analyzed, it is seen that the channel with the highest comment interaction is Telegram. When we look at the comments made on the Cia Medya Telegram channel, it is seen that there is a bone mass that regularly comments, these subscribers living in different cities both comment on the content, expand the news context with related topics, and also respond to the comments of other users and the channel admin. On Instagram, which ranks second in the interaction provided through comments, comments are more directly related to the content. From this point of view, it can be said that Telegram and Instagram platforms are more effective than Twitter as samples. It has been seen that the Telegram channel is an advantageous channel in creating public opinion, with subscriber comments mainly in the form of mutual conversation and chat. Also on Instagram followers were invited to the Telegram page a total of 4 times, almost every day for a content. This is an indication that page administrators care about the Telegram channel and are more active on this platform.

## 5. Conclusion

Digital technologies have brought various areas that make online communication possible, such as chat rooms, blogs, social media platforms. These interactive environments have changed the conditions for the dissemination of information, and in this context, new trends have emerged in the field of journalism. Online journalism, which offers many opportunities against the mainstream media, has reshaped the forms of source, production, distribution and consumption. One of the most important driving forces of this transformation is social media platforms. Fast, updateable and interactive social media, which changes traditional practices for news providers, is increasingly becoming a primary source for consumers as well. Because, in addition to traditional journalism, conducting journalism activities only through social media platforms without a news site or internet page provides an alternative space for both professionals and

readers. Thus, journalists who do not have a corporate identity have the opportunity to create their brands. At the same time, the reader catches an alternative consumption and participation area with the practice of use and interaction.

Online journalism and reader practices vary according to the type, characteristics and purposes of use of digital media. For this purpose, the production, distribution and consumption differences between the journalism activities carried out on Telegram, Twitter and Instagram platforms were examined. The research discusses news shares and reader participation of Cia Medya, which has reached a significant number of followers and is branded in online journalism on three platforms. Accordingly, the media where the most content is shared is the Cia Medya Telegram channel. The fact that visual elements are not as dominant as Instagram and Twitter in Telegram, which stands out mainly as a messaging application, allows instant sharing of even short information and content without visual editing. Because all of the Instagram and Twitter shares contain images, as opposed to Telegram posts that contain only text. In addition, it was concluded in the research that there are advertisements, surveys, reader opinions, and personal comments among Telegram shares, apart from news content. This situation is thought to be effective because the number of content and interaction through comments are higher than on other platforms.

Cia Haber Instagram page is the platform with the highest likes/emoji rates according to the number of followers/subscribers. It is seen that the most effective medium for providing interaction through likes is Instagram, which is based on visuals. The high number of likes allows the content to fall into "discover" and to be reached by those who are not followers of the page. Thus, the reader takes an active role in the news distribution. However, even if Instagram does not include information about the number of times visual content other than videos has been viewed, even if it has been "discovered", news distribution is only followed through likes and comments interactions. In the Cia Medya Telegram channel, it was observed that the interaction levels of the users based on comments were higher. In Telegram, which allows the formation of a more closed group among channel subscribers compared to Instagram and Twitter, comments are both aimed at news content, expanding the content, and are carried out mutually as a discussion room. Shares of subscribers that contain personal comments and information about each other also reveal that the participants show continuity. In addition, unlike other social media platforms, the view counter in Telegram provides information about the size of the audience reached regardless of the number of emojis/likes and comments. This feature provides an advantage over Instagram and Twitter channels in following the news distribution. From this point of view, it is thought that the Telegram platform is an effective alternative field in creating public opinion in social media journalism. The results support the assumption that Telegram application is an alternative and powerful medium for creating public opinion, increasing interaction and creating their own brands for journalists. In the research, it was concluded that Cia Medya, which has reached a significant number of followers and has become a brand in online journalism, shares more content on Telegram than other platforms, the interaction level of users is higher on this platform, the participants show continuity and the potential to form public opinion is high.

In this context, it provides a preliminary idea that Telegram, as an important area in online journalism, is more active and interactive.

From this point of view, the study, as a matter of fact, foresees studies dealing with following topics Telegram specifically:

- current and potential journalism practices in reaching the news source, creating content, disseminating the news, interacting with the reader, creating public opinion and creating a brand;
- the communication styles of networked individuals who prefer social media as their primary source of news, come together online for a specific purpose, and the cyber public spaces they reveal, and the dynamics that affect the acquisition, attention and participation of information;
- how civil society and the power of public discourse are affected.

## References

Adornato, A. (2018). *Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide*. California: CQ Press.

Akgün, A. C., Paltun, D., & Abanoz, M. (2021). Süperpanoptik iktidar: Whatsapp Türkiye gizlilik ilkesi uygulaması örneği özelinde bir inceleme. *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yeni Düşünceler Hakemli E-Dergisi*, 15, 78-95.

Apuke, O., & Omar, B. (2021). The ethical challenges and issues of online journalism practice in Nigeria: What do professionals and academics think? *Technology in Society*, 67, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101713>

Beizer, J. (2017). A longer view on the pivot. Predictions for journalism 2018. NiemanLab. <https://www.niemanlab.org/2017/12/a-longer-view-on-the-pivot/>

Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.

Bowd, K. (2016). Social media and news media: Building new publics or fragmenting audiences? . In M. Griffiths, & K. Barbour (Eds.), *Making Publics, Making Places* (pp. 129–144). University of Adelaide Press. <http://www.jstor.org/stable/10.20851/j.ctt1t304qd>.

Boyer, D. (2010). Digital expertise in online journalism (and anthropology). *Anthropological Quarterly*, 83(1), 73–95. <http://www.jstor.org/stable/20638700>

Cia Haber Instagram Account. (20-24 March 2022).

Cia Haber Twitter Account. (20-24 March 2022).

Cia Medya Telegram Channel. (20-24 March 2022).

Dahlgren, P. (1996). Media logic in cyberspace: Repositioning journalism and its publics. *Javnost-the public*, 3(3), 59-72. <https://doi.org/10.1080/13183222.1996.11008632>

Dollarhide, M. (2021). Social Media. In Investopedia . Retrieved 02 20, 2022, from <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media.asp>

Domingo, D. (2006). *Inventing Online Journalism. Development of the Internet as a News Medium in Four Catalan Online Newsrooms*. Barcelona: Universidad Autónoma.

Durov, N. (2021, October 14). Telegram Open Network Durov's Channel. Retrieved 03 01, 2022, from <https://t.me/s/durov>

Hansen, D., Shneiderman, B., Smith, M., & Himelboim, I. (2010). *Analyzing Social Media Networks With NodeXL: Insights From A Connected World*. Cambridge: Morgan Kaufmann Publishers.

Hermida, A. (2012). Social journalism: Exploring how social media is shaping journalism. *The Handbook Of Global Online Journalism*, 12, 309-328. <https://doi.org/10.1002/9781118313978.ch17>

Küçükvardar, M. (2021). Haber ajanslarının anlık mesajlaşma servisi kullanımı üzerine bir inceleme: Telegram örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(4), 1757-1778. <https://doi.org/10.21547/jss.915740>

Kuyucu, M. M. (2020). Social media and journalism. In H. Babacan, M. Eraslan, & A. Temizer (Eds.), *Academic Studies In Social Sciences* (pp. 72-85). Montenegro: Ivpe Cetinje.

Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010). What is Twitter, a social network or a news media? *Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web*, 591-600. <https://doi.org/10.1145/1772690.1772751>

Laor, T., & Galily, Y. (2020). Offline vs online: Attitude and behavior of journalists in social media era. *Technology in Society*(61), 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101239>

Law Insider. (n.d.). Online Journalism Definition. Retrieved 02 21, 2022, from <https://www.lawinsider.com/dictionary/online-journalism>

Liang, L., Zhou, D., Yuan, C., Shao, A., & Bian, Y. (2016). Gender differences in the relationship between internet addiction and depression: A cross-lagged study in Chinese adolescents. *Computers in Human Behavior*, 63, 463-470. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.05.007>

López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, A., Westlund, O., & Canavilhas, J. (2019). Mobile journalism: Systematic literature review. *Comunicar Media Education Research Journal*, 27(1), 9-18. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-01>

Merriam-Webster.(n.d.). Social Media. Retrieved 02 20, 2022, from: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>

Orellana-Rodriguez, C., & Keane, M. (2018). Attention to news and its dissemination on twitter: A survey. *Computer Science Review*, 29, 74-94. <https://doi.org/10.1016/j.cosrev.2018.07.001>

Singer, J., Domingo, D., Heinonen, A., Hermida, A., Paulussen, S., Quandt, T., & Vujnovic, M. (2011). *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers*. John Wiley & Sons.

Song, Y., & Lin, A. (2012). A genre-aware approach to online journalism education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 51, 400-404. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.179>

Valeriani, A., & Vaccari, C. (2016). Accidental exposure to politics on social media asonline participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom. *New Media & Society*, 18(9), 1857-1874. <https://doi.org/10.1177/1461444815616223>

Vázquez-Herrero, J., Direito-Rebollal, S., & López-García, X. (2019). Ephemeral journalism: News distribution through instagram stories. *Social Media+Society*, 5(4), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305119888657>

We Are Social. (2022). *Digital 2022 Global Overview Report*. Retrieved 09 03, 2022, from <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>

Zubiaga, A. (2019). Mining social media for newsgathering: A review . *Online Social Networks and Media*, 13, 1-24. <https://doi:10.1016/j.osnem.2019.100049>

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Ameliyat Klinik Hizmet Sunumunda Maliyet Hacim Kâr Analizi: Özel Bir Göz Hastanesinde Vaka Çalışması

Enver BOZDEMİR\*   
Yusuf KARAŞİN\*\* 

## ÖZ

Bu çalışmanın amacı, ameliyat klinik hizmet sunumunda katlanılan giderleri ile elde edilen gelir arasında ilişki kurarak karlılığın tespit edilmesinde maliyet-hacim-kâr analiz tekniği kullanılarak yöneticilere faydalı bilgiler sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda hizmet üretim giderleriyle elde edilen gelirin miktar ve tutar olarak karşılanıp karşılanmadığı ortaya konulmuştur. Bu çalışmada özel bir göz hastanesinin ameliyathane biriminin 2019 yılı verileri esas alınmıştır. Toplamda yıl içerisinde 137 farklı işlemin yapıldığı tespit edilmiştir. Örneklem sınırlamasına gidilmemiş olup, araştırma kapsamında tüm işlemler örneklem olarak kullanılmıştır. Maliyet unsurları ise ilk madde ve malzeme, personel ve genel üretim giderlerinden ilgili birime düşen kısmı kapsama dâhil edilmiştir. Ameliyathane birimine ilişkin finansal veriler ilgili hastanenin muhasebe ve mutemet biriminden elde edilerek doküman analizine tabi tutularak Maliyet-Hacim-Kar analizi yapılmıştır. Bu işlemlerin toplamda 16.755.500,48 ₺ gelir ve 10.795.697,28 ₺ gidere neden olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda göz hastanesinin ameliyathane biriminin kar elde ettiği tespit edilmiştir. Buna rağmen bazı işlemlerde zarar da edildiği ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Göz Hastanesi, Ameliyathane Hizmeti, Maliyet-Hacim-Kâr Analizi

## Cost-Volume Profit Analysis in Surgical Clinical Service Delivery: A Case Study in a Private Eye Hospital

### ABSTRACT

The aim of this study is to provide useful information to the managers by using the cost-volume-profit analysis technique in determining the profitability by establishing a relationship between the expenses incurred in the surgical clinical service delivery and the income obtained. For this purpose, it has been revealed whether the income obtained with the service production expenses is covered in terms of amount and amount. In this study, the data of the operating room unit of a private eye hospital for 2019 were taken as basis. In total, it was determined that 137 different transactions were made during the year. There was no sample limitation, and all procedures were used as samples within the scope of the research. Cost elements, on the other hand, are included in the scope of the relevant unit from the initial material and material, personnel and general production expenses. Financial data related to the operating room unit was obtained from the accounting and fiduciary unit of the relevant hospital and subjected to document analysis, and a Cost-Volume-Profit analysis was performed. It has been determined that these transactions cause a total of 16,755,500.48 ₺ income and 10,795.697,28 ₺ expenses. As a result of the analysis, it was determined that the operating room unit of the eye hospital made a profit. Despite this, it was revealed that some transactions were also damaged.

**Keywords:** Eye Hospital, Operating Room Service, Cost-Volume-Profit Analysis

### 1. Giriş

Sağlık kuruluşlarında sunulan hizmetlerin çok farklı olmasının bir sonucu da karmaşık bir yapıda olmalarından kaynaklıdır. Bu karmaşıklık da maliyetlerin yapısında karışıklığa sebebiyet vermektedir. Sağlık kurumları işlemleri arasında; hasta teşhis, tanı, tedavi ve muayene gibi tıbbi fonksiyonların yanı sıra yardımcı hizmet üretimi, destek ve genel yönetim hizmetleri yer almaktadır. Bu durumdan dolayı finansal olarak ortaya koyulan faaliyetlerin değerlendirilmesi, maliyet kontrolünün sağlanması ve azaltılması, karlılığın ölçülmesini içeren bir maliyet analizi yapılarak bir yönetim sistemi oluşturulmalıdır.

Yöneticiler, kendilerine tahsis edilen kaynakların etkin ve verimli kullanabilmeleri için sunulan hizmetin maliyetiyle elde edilen gelir arasında ilişki kurarak karlılığı hesap etmeleri gerekir. Bu kârlılık hesaplamasında katlanılan maliyet unsurlarına karşılık ne kadar tutar veya miktar hizmet sunulmalıdır ki başabaş noktasına ulaşılabilir? Sorusuna cevap aramak durumundadırlar. Başka bir ifadeyle elde edilen gelir ile gerçekleşen maliyetler arasındaki ilişkinin derecesinin tespiti önemli bir durumdur. Bu durum da Maliyet Hacim Kâr (MHK) analizi ile yapılmaktadır.

\* Prof. Dr., Düzce Üniversitesi, enverbozdemir@duzce.edu.tr

\*\* Öğr. Gör., İstanbul Esenyurt Üniversitesi, yusufkarasin@esenyurt.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 14.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 11.08.2022

MHK analizi, satış hacminde olan değişimlerin maliyetlere ve kâra olan etkisi analizinde kullanılan bir yöntemdir (Yuan, 2009; Yunker ve Yunker, 1982; Gaspenski, 2005; Webster, 2004). Bu analiz sayesinde satış miktarı, satış fiyatı, sabit ve değişken maliyetlerin kâr üzerindeki etkilerinin analizi yapılmaktadır. Bu da mali veriler hakkında kurum yöneticilerinin daha yüksek seviyede bilgisinin olmasını sağlamaktadır.

Çalışmanın amacı, önemli bir yer olarak görülen ameliyathane biriminin maliyet-hacim-kar analizini yaparak elde edilen gelir ile maliyetlerin karşılanıp karşılanmadığını ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda Özel Bir Göz Hastanesinin, 2019 yılı verileri esas alınarak ameliyathane ünitesinde gerçekleşen maliyet ve gelirlerin MHK analizi tekniği ile bir değerlendirmesi yapılmıştır. İlgili göz hastanesinde MHK analizi yapılmasının sebepleri, hastanenin satış hacminin belirlenmesi, hizmetin fiyat durumunda değişiklik olmasında durumunda ortaya çıkacak kar miktarının belirlenmesidir (Asih ve Eng,2021).

Çalışmada öncelikle Özel Bir Göz Hastanesinin Ameliyathane biriminde gerçekleşen maliyetler tespit edilmiştir. Bu birimde gerçekleşen maliyetlerin çeşitli dağıtım anahtarları yardımıyla dağıtımı sağlanmıştır. Aynı zamanda gerçekleşen maliyetler yapısı gereği sabit ve değişken olarak iki kısma ayrılmıştır. Daha sonra ilgili birimde elde edilen gelirler tespit edilerek gelirlerin hangi kalemlerden elde edildiği ve bunların dağılımı yapılmıştır

## 2. Kavramsal Çerçeve ve Literatür Taraması

MHK analizi Jaedicke ve Robichek (1964) tarafından geliştirilip, alanyazına kazandırılmıştır (Yunker ve Yunker,1982, s. 21). Maliyet hacim kar analizi ile ilgili bilimsel alanda çeşitli tanımlamalar mevcuttur. MHK analizini Lulaj ve İseni (2018) kardaki, satış hacmindeki, maliyet ve fiyatlarda meydana gelen değişimi inceleyen teknik olarak Aslan ve Yılmaz (2018), maliyetler, faaliyet seviyesi, fiyatlar ve kar arasındaki ilişkinin sistematik olarak incelenmesidir şeklinde tanımlamaktadır MHK analizi, bir işletmenin satış hacminde meydana gelen değişimin maliyete ve kara etkisini ölçmede kullanılan bir tekniktir (Gapenski; 2005, s. 128-129, Webster; 2004, s. 90). MHK analizi, satış hacmi, değişken maliyet, sabit maliyet ve satış fiyatı değişkenlerinden en az üçünün bilindiğinin varsayıldığı modeldir (Yuan,2009, s. 1155). Kısaca, MHK analizi satış miktarı, satış fiyatı, sabit ve değişken maliyetlerin kar üzerindeki etkisinin incelenmesi olarak tanımlanmaktadır (Lazol, 2004, s. 38). Maliyet hacim kar analizinin vurguladığı nokta maliyetler, satış fiyatı ve fiyat arasındaki ilişkilere (Dabor ve ark., 2013, s. 2). MHK analizi, işletme ile çevresi arasındaki ilişkileri ortaya koymak için kullanılan ve yaygın olan analiz türlerinden birisidir (Ravichandran, 1993, s. 379) MHK analizinin yapılma sebepleri arasında; hedeflenen gelire ulaşılması için satış hacmini belirlemek, ürünün/hizmetin fiyatının düşmesi veya satış hacminin artması durumunda elde edilen kar, yeni ekipman kurulduğuna veya işçilik maliyeti azaltıldığında karda meydana gelen artış, ürün/hizmetin satış karması değişikliğinde karın etkilenme durumunu belirlemek yer almaktadır (Asih ve Eng,2021, s. 785).

MHK analizinin formülasyonu şu şekildedir;

Toplam Kar=Satış Hacmi(Birim Satış Fiyatı-Birim Değişken Maliyet)-Toplam Sabit Maliyet (Yuan, 2009, s. 1156).

Maliyetlerin günden güne artması, devlet tarafından sağlık harcamalarının sürekli olarak kontrol altına alınmak istenmesi gibi nedenlerle sağlık kurumu yöneticileri için karar alma aşamasında maliyet unsurlarının kullanımı ihtiyacı daha da artmıştır. Bu durumu sağlamanın bir yolu da MHK analizidir (Kısakürek ve ark., 2011, s. 44). Sağlık kurumları için maliyetin kontrol edilmesi hayati bir öneme sahip olmakla birlikte sunulan hizmetin karmaşık olmasından dolayı da oldukça güç bir durumdur (Ahmed ve Rawabbeh, 2005, s. 53-54 ). MHK analizi, faaliyet planlanmasında bir yönetim muhasebesi aracıdır. Bu yöntem sayesinde tüketilen kaynaklar ile üretilen ürün veya hizmetin maliyeti, miktarı ve satış fiyatı ile ilgili bilgiler elde edilebilmektedir( Köse ve ark., 2015, s. 146).

MHK analizinin çeşitli sektörlerde hizmet veren işletmelerde uygulanabilirliği alanyazında yer almaktadır. Bu çalışmalara aşağıda yer verilmiştir;

Le vd.(2020) tarafından alana kazandırılan çalışmada, Vietnam'da yer alan devlet üniversitelerinin MHK analizini kullanım durumunun belirlenmesi amaçlanmıştır. Ortaya çıkan sonuç, üniversitelerin karar vermeden MHK analizini kullandığı ancak kullanılan bu analizin maliyet bilgilerinden yoksun kalmasından dolayı yetersiz olduğu şeklindedir.

Clementine (2016) tarafından alana kazandırılan çalışma Ruanda'da sanitasyon işlemi yapan kurum üzerinden gerçekleştirilmiştir. Kurumun başabaş noktasına gelebilmesi için gereken satış hacminin 24.171.593,689 Ruanda Frangı olması gerektiği tespit edilmiştir.

Asih ve Eng (2021) tarafından alana kazandırılan çalışmada Malezya'da sabit disk üretimi gerçekleştiren bir şirketin MHK analizi yapılmıştır. Çalışmada ortaya çıkan sonuç, şirketin başabaş noktasına gelmesi için 9 birim üretim yapmasıdır. Alanyazına yer alan çalışmalara bakıldığında MHK analizinin eğitim, üretim vd. hemen tüm sektörlerde uygulanabilir olduğunu görmek mümkündür.

Sağlık sektörünün çeşitli birimlerinde uygulanan ve bilimsel alana kazandırılan maliyet hacim kar analizleri çalışmaları bulunmaktadır. Bu çalışmalar aşağıdaki gibidir;

Manjunatha ve Rajini (2022),sağlık sektöründeki MHK analizini alana kazandırmışlardır. Çalışmada, Hindistan'da bulunan Özel Şehir Hastanesinin 2016-2020 yılları arasındaki verileri baz alınmıştır. Yıllar arasında kar veya zarar durumunun da olduğu tespit edilmiştir. Her sene ortaya çıkan katkının gelir ile orantılı olduğu, en büyük katkı payına sahip olan yılın ise 2020 yılı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda, MHK analizinin kuruma maliyetler hakkında bilgi verdiği, başabaş noktasının belirlenmesinde yol gösterici olduğu tespit edilmiştir. Çalışma kapsamına getirilen önerilerden birisi, bu tür çalışmaların alanyazında daha fazla yer almasıdır.

Younis ve ark.(2010) tarafından alana kazandırılan çalışma, işgal altında bulunan topraklardaki sağlık kurumlarının MHK analizini ortaya koymayı amacı taşımaktadır. Bu doğrultuda, Filistin'in Nablus şehrindeki Rafıdy Hastanesi örneklem olarak alınmıştır. Çalışmada ortaya çıkan sonuç, ilgili hastanenin maliyetinin %70'nin sabit maliyet, %30'unun değişken maliyetlerden oluştuğu, toplam maliyetlerin %86'sını yatan hastaların, %14'ünü ayaktan tedavi gören hastaların oluşturduğu şeklindedir. Ayrıca, birkaç departmanın tüm birimlerin maliyetlerini karşılamak için yeterli ücreti talep ettiklerini, böylece başabaş noktasının oluştuğu tespit edilmiştir.

Bozdemir ve Akaytay (2017), bir kamu hastanesinin radyoloji ünitesindeki MHK analizini alana kazandırmışlardır. Çalışmada 2015 yılı verileri baz alınmıştır. Yapılan analiz sonucunda radyoloji ünitesindeki toplam maliyetin toplam gelirden düşük olduğu ve hastanenin karda olduğu tespit edilmiştir.

Ocak ve arkadaşları (2004), tarafından yapılan çalışmada tomografi biriminin kar marjı %71 olarak hesaplanmış ve sonuç olarak tomografi fiyatlarının gerçek fiyatlar üzerinden değerlendirilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

Karasioğlu ve Çam (2008), tarafından yapılan çalışmada ise bir devlet hastanesinin Kardiyoloji bölümündeki maliyet verileri kullanılmıştır. Yapılan çalışma sonucunda, birim muayene maliyetinin daha yüksek olduğu görülmektedir.

Kısakürek ve Biçer (2011), tarafından yapılan çalışmada, Sivas ilinde bulunan bir devlet hastanesinde MHK analizi MR ünitesinde uygulanmıştır. Yapılan inceleme sonucunda hastaların düşük maliyeti bulunan hizmeti yüksek fiyata aldıkları ve sağlık kuruluşu tarafından yapılan ücretlendirmenin maliyet esasına göre yapılmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ağırbaş ve ark (2012) tarafından yapılan çalışmada, üçüncü basamak bir hastanenin FTR kliniğinin verileri kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda yapılan ücretlendirmenin gerçek tutarı yansıtmadığı, bu nedenle bir maliyet çalışması yapılmasının uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

Bozdemir ve Öcel (2016), tarafından yapılan çalışmada ise bir Eğitim-Araştırma hastanesinin Manyetik Rezonans (MR) cihazı üzerindeki MHK analizi incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, ilgili hastanenin MR hususunda dış kaynak kullanımı yapması koşulunda daha karlı bir faaliyet sürdüreceği sonucuna ulaşılmıştır

Keleş (2021), tarafından yapılan çalışmada, hizmet birimlerinin karlılığının gerçeğe uygun bir şekilde belirlenmesi, sunulan hizmetin doğru bir şekilde fiyatlandırılması ve alternatif karar almada MHK analizinin önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu çalışmanın da sağlık sektöründe uygulanan MHK analizleri için bir örnek olması amaçlanmakta ve beklenmektedir.

### 3. Kapsam ve Yöntem

Bu çalışma, özel bir göz hastanesinin ameliyathane birimine ait mali nitelikteki verileri içermektedir. Çalışmaya konu olan hastane adının geçmesini istemediği için "Özel Bir Göz Hastanesi" olarak ifade



edilmiştir. Söz konusu hastane İstanbul ilinde yer almaktadır. Hizmet verilen bina yaklaşık 10.000 m<sup>2</sup> kapalı alanda 7 katlıdır. Toplam da sağlık ve diğer personeller dâhil bağımlı 120 çalışana hizmet sunumu gerçekleştirmektedir. Bina hastanenin mülkiyeti konumunda değildir. Bu hastanenin İstanbul ili dışında da şubesi bulunmaktadır. Göz hastalıkları alanında önde gelen ve hastalar tarafından tercih edilirliliği çok yüksek bir kurum durumundadır. Bir vakıf bünyesinde sağlık hizmeti sunmaktadır. Göz hastalıkları ile ilgili tüm işlemler modern teknoloji kullanılarak yapılmaktadır.

### 3.1. Araştırmanın Metodolojisi

Bu araştırmada ele alınan metodoloji aşağıdaki şekilde gibidir.



Şekil 1. Araştırmanın Metodolojisi

### 3.2. Araştırmanın Verileri

Bu çalışmaya ait veriler, ilgili göz hastanesindeki muhasebe departmanındaki müdür ve çalışanlardan alınmış olup olgusal ve birincil veri niteliğini taşımaktadır. Söz konusu hastaneye ait ameliyathane birimlerinin maliyet analizleri ve verilerin elde edilmesi sürecinde doküman analizi yöntemi kullanılmıştır.

### 3.3. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacı, ameliyathane biriminin MHK analizini yaparak, sunulan hizmetlerden elde edilen gelir ile maliyetlerinin karşılanıp karşılanmadığını ortaya koyarak hastane yöneticilerine daha doğru kararlar alabilmesi için bilgi sağlamaktır.

Bu amaç doğrultusunda ilgili göz hastanesinin 2019 yılı verileri esas alınarak ameliyathane biriminin MHK analizi belirlenecektir.

### 3.4. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Araştırmanın evreni, göz hastanesi ameliyathane biriminin 2019 yılında gerçekleşen farklı faaliyet türüne ait ameliyat işleminden oluşmaktadır. Araştırma evreninin tamamı örneklem olarak kullanılmıştır. Maliyet unsurları ise ilk madde ve malzeme, personel ve genel üretim giderlerinden ilgili birime düşen kısmı kapsama dâhil edilmiştir.

Bu çalışmada göz hastanesinin ameliyathane biriminin karlılığını ve katkı payını tespit edebilmek için MHK analiz yöntemi kullanılarak maliyetlerinin objektif olarak belirlenebileceği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca ilgili birimin toplam katkı payı ve oranı, başabaş noktası, güvenlik payı ve güvenlik oranının saptanması ve brüt kâr marjının tespiti yapılmıştır.

### 3.5. Maliyetlerin Belirlenmesi

Özel Göz Hastanesi Ameliyathane biriminin 2019 yılına ait maliyetlerin belirlenmesinde, mevcut hastanenin tüm maliyet kalemleri incelenerek maliyet analizleri yapılmıştır.

Maliyetler hizmet maliyetlerine yüklenme biçimlerine göre direkt ve indirekt olmak üzere iki kısma ayrılmaktadır. Direkt maliyetler, ameliyathane ünitesi ile direkt ilişkisi bulunan maliyet olduğundan herhangi bir dağıtım anahtarı kullanılmadan yüklenmiştir. Endirekt maliyetler ise niteliklerine göre çeşitli dağıtım anahtarları yardımı ile dağıtımı gerçekleştirilmiştir.

Maliyet unsurlarının ilk I. dağıtım olarak maliyet (gider) merkezleri olan esas hizmet üretim gider yerlerine, yardımcı hizmet üretim gider yerlerine ve faaliyet gider yerlerine dağıtımı yapılır. Daha sonra II. dağıtım olarak yardımcı gider yerlerinde toplanan maliyetlerin, çeşitli dağıtım yöntemlerine (basit, kademeli, matematik ve çapraz dağıtım yöntemleri) göre esas hizmet üretim gider yerlerine dağıtımı yapılır. Son III. dağıtım olarak da esas hizmet üretim gider yerlerinde toplanan maliyetler verilen hizmet nitelik ölçü birimlerine (hasta, gün, dakika vb.) göre birim maliyet olarak hesaplanır. Söz konusu birimde maliyet dağıtımında yardımcı hizmet üretim gider yerleri olarak dikkate alınarak basit dağıtım yöntemi uygulanmış olup buna göre maliyet hesaplaması yapılmıştır.

Ameliyathane birimine ilişkin hizmet üretim gider çeşitleri ve maliyet etkenleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Ameliyathane Birimine İlişkin Birinci Aşama Maliyet Etkenleri

| Ameliyathane Birimine Ait Hizmet Üretim Gider Çeşitleri | Birinci Aşama Maliyet Etkenleri |
|---|---------------------------------|
| Ameliyathanede Kullanılan İlk Madde ve Malzeme          | Harcanan Tutar                  |
| Çalışanlara Ödenen Sabit Ücret                          | Personel Sayısı                 |
| Yemek Gideri  | Öğün Sayısı                     |
| Su-Isınma-Elektrik Gideri                               | m <sup>2</sup>                  |
| Kira Gideri   | m <sup>2</sup>                  |
| Bakım-Onarım, Kalibrasyon- Tamirat ve Amortisman Gideri | Harcanan Tutar                  |
| Hastane Bilgi ve Yönetim Sistemi Kullanım Gideri        | Harcanan Tutar                  |
| Giyecek Yardımı Gideri                                  | Harcanan Tutar                  |
| Değişken İşçilik Gideri                                 | Çalışma Sayısı                  |

Çalışma kapsamında değerlendirilen hastanenin ameliyathane ünitesinin maliyet verileri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.

#### 3.5.1. İlk Madde ve Malzeme Giderleri

Ameliyathane ünitesinde 2019 yılı içerisinde 136 farklı işlem yapılmıştır. Yıl içerisinde her bir işleme ait toplam 5.100.000,00 ₺ değerinde ilk madde ve malzeme giderine katlanılmıştır.

#### 3.5.2. Personel Ücret Giderleri

Personel giderleri hekim ücret giderleri ile hemşire ve diğer personel giderleri şeklinde iki farklı kısımda incelenmiştir.

##### 3.5.2.1. Hekim Ücret Giderleri

Söz konusu hastanenin ameliyat biriminde faaliyet gösteren tüm hekimler bağımsız çalışan hekimlerden oluşmaktadır. Başka bir ifadeyle hastane ameliyat işlemlerinin yapılmasında hekimlik hizmet alımı yöntemine başvurmuştur. Yapılan ameliyat işlemlerinde maliyet unsurları içerisinde personel gideri en yüksek orana sahiptir.

Hastanenin hekimlik hizmet alımına başvurmasının en önemli nedeni bu kadar yüksek gidere sahip olan hekimlik hizmet bedellerinin sabit gider olmaktan ziyade değişken gidere dönüştürmek hastanenin karlılığı açısından önemli bir husustur.

SGK ile anlaşmalı olan özel hastaneler veya özel üniversite hastaneleri (vakıf üniversitesi hastaneleri) 23/05/2015 tarihinde 6645 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnemelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanununun 49. maddesi ile 5510 Sayılı Kanuna eklenen 10. ek madde kapsamında hekimlerden fatura karşılığı hizmet alımı yapabilmektedir.

Özel hastanelerin yardımcı hizmet üretim unsurlarını dış kaynaktan temin etmenin yanısıra esas faaliyet konularına giren muayene, teşhis ve tedavi hizmetlerini de (Anestezi ve Reanimasyon uzmanlık alanı gibi) dış kaynak kullanarak gerçekleştirdikleri görülmektedir. Bu kapsamda faaliyet gösteren hekimlerden alınan hizmetin niteliği fatura düzenlenerek yapıldığı için bu durum “hekimlik iş gücü” hizmet alımı şeklindedir. Hekimlerin sunmuş oldukları faaliyetlerden dolayı fatura düzenleyebilmeleri için herhangi bir sağlık kuruluşuna hizmet akdi ile bağımlı olarak çalışmaksızın kendi nam ve hesaplarına ya serbest meslek faaliyeti ya da herhangi bir şirket ortağı olmaları gerekir (Bozdemir, 2020: 88).

Söz konusu hekimlerle elde edilen ameliyat satış gelirinin %30’u ödenmektedir. Yıl içerisinde tüm hekimlere ödenen tutar 3.180.600,00 ₺’dir.

### 3.5.2.2. Diğer Personel Giderleri

Ameliyathanede hemşire, diğer sağlık personeli ve idari personel (hekim ücret giderleri hariç) olmak üzere yıl içerisinde aylar itibarıyla gerçekleşen giderler aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Ameliyathane Personel (Hekim Hariç) Giderleri

| Dönem   | Çalışan Sayısı | Toplam Brüt Ücret (1) | Değişken İşçilik Maliyeti (2) | Toplam İşveren Maliyeti (3) = (1)+ (2) |
|---------|----------------|-----------------------|-------------------------------|--|
| 2019/01 | 12             | 40.704,60 ₺           | 22.574,08 ₺                   | 63.278,68 ₺                            |
| 2019/02 | 12             | 40.704,60 ₺           | 21.489,28 ₺                   | 62.193,88 ₺                            |
| 2019/03 | 12             | 51.558,60 ₺           | 34.192,21 ₺                   | 85.750,81 ₺                            |
| 2019/04 | 12             | 51.558,60 ₺           | 18.216,90 ₺                   | 69.775,50 ₺                            |
| 2019/05 | 13             | 54.958,60 ₺           | 20.501,49 ₺                   | 75.460,09 ₺                            |
| 2019/06 | 13             | 54.958,60 ₺           | 25.294,62 ₺                   | 80.253,22 ₺                            |
| 2019/07 | 13             | 54.958,60 ₺           | 16.951,29 ₺                   | 71.909,89 ₺                            |
| 2019/08 | 13             | 54.958,60 ₺           | 26.400,75 ₺                   | 81.359,35 ₺                            |
| 2019/09 | 14             | 57.517,00 ₺           | 25.985,63 ₺                   | 83.502,63 ₺                            |
| 2019/10 | 14             | 57.517,00 ₺           | 23.424,34 ₺                   | 80.941,34 ₺                            |
| 2019/11 | 14             | 57.517,00 ₺           | 20.888,80 ₺                   | 78.405,80 ₺                            |
| 2019/12 | 14             | 57.517,00 ₺           | 21.049,89 ₺                   | 78.566,89 ₺                            |
| Toplam  | 156            | 634.428,80 ₺          | 276.969,28 ₺                  | 911.398,08 ₺                           |

### 3.5.3. Genel Hizmet Üretim Giderleri

Ameliyat birimde meydana gelen genel hizmet üretim giderleri aşağıdaki gibidir.

#### 3.5.3.1. Yemek Gideri

Ameliyathane ünitesinde yılın tüm zamanında ameliyat yapılmaktadır. Ameliyathane ünitesinde çalışan personele araştırmaya konu olan hastane tarafından hafta içi yemek verilmektedir. 2019 yılı için kişi başı yemek ücreti anlaşma gereği 16,2 ₺ dir. Ameliyathane çalışanlarına günde 1 öğün (öğlen yemeği) yemek verilmektedir. 2019 yılı içerisinde 261 çalışma günü bulunmaktadır. Aşağıdaki tabloda araştırmaya konu olan özel dal hastanesinin ameliyathane ünitesinde çalışan personelin 2019 yılındaki çalışma dönemleri ve yemek giderleri yer almaktadır. Toplamda ilgili hastanenin yemek gideri 659.959,20 ₺ dir.

#### 3.5.3.2. Su- Isınma ve Elektrik Gideri

Araştırmaya konu olan hastane 10.000 m<sup>2</sup> kapalı alana sahip olup, Ameliyathane Ünitesi 700 m<sup>2</sup> kapalı alana sahiptir. Hastane su-ısınma ve elektrik gideri 2020 yılı için toplamda 780.000 ₺ dir. Bu tutar tüm hastane için geçerli tutar olup, ameliyathane ünitesi için (700 m<sup>2</sup> 10.000 m<sup>2</sup> ‘ye oranlandığında) su-ısınma ve elektrik gideri tutarı 54.600 ₺ dir.

#### 3.5.3.3. Bakım-Onarım, Kalibrasyon-Tamirat Gideri

2019 yılı için Ameliyathane Birimi Bakım-Onarım, Kalibrasyon- Tamirat gideri 50.000 ₺ dir.

### 3.5.3.4. Amortisman Gideri

Ameliyathane ünitesinde birden fazla farklı nitelikte tıbbi cihaz kullanımı söz konusudur. Bu cihazların ortalama ekonomik ömürleri 10 yıl olarak öngörülmektedir. Cihazların toplam maliyet bedeli 6.000.000 ₺ olup bunların yıllık amortisman gideri 600.000 ₺ dir.

### 3.5.3.5. Hastane Bilgi ve Yönetim Sistemi Kullanım Gideri

Ameliyathane Birimi, Hastane Bilgi ve Yönetim Sistemi için yıllık kullanım gideri 30.000 ₺ dir.

### 3.5.3.6. Giyecek Yardımı Gideri

Ameliyathane Birimi, giyecek yardımı gideri yıllık 10.000 ₺ dir.

### 3.5.3.7. Kira Gideri

Araştırmaya konu olan hastane 10.000 m<sup>2</sup> kapalı alana sahip olup, Ameliyathane Ünitesi 700 m<sup>2</sup> kapalı alana sahiptir. Hastane kira gideri 2019 yılı için toplamda 2.850.000 ₺ dir. Bu tutar tüm hastane için geçerli tutar olup, ameliyathane ünitesi için (700 m<sup>2</sup> 10.000 m<sup>2</sup> 'ye oranlandığında) kira gideri tutarı 199.500 ₺ dir.

## 3.5.4. Maliyet Unsurları ve Maliyet Hacim Kâr (MHK) Analizi

Yukarıda elde edilen maliyet unsurları aşağıdaki tabloda özet olarak sunulmuştur.

**Tablo 3. Maliyet Unsurları ve Toplam Tutarlar**

| Maliyet Unsurları   | Tutar (₺)            |
|---|----------------------|
| <b>SABİT MALİYETLER (1)</b>                                       | <b>2.460.497,28</b>  |
| Ameliyathane Birimi İşçilik Sabit Maliyeti<br>(Yardımcı Personel) | 911.398,08           |
| Yemek Maliyeti  | 659.599,20           |
| Kira Maliyeti   | 199.500,00           |
| Bakım, Kalibrasyon ve Tamirat<br>Ödemesi Tutarı                   | 50.000,00            |
| Amortisman Tutarı   | 600.000,00           |
| HBYS Kullanımı Maliyeti   | 30.000,00            |
| Giyecek Maliyeti  | 10.000,00            |
| <b>DEĞİŞKEN MALİYETLER(2)</b>                                     | <b>8.335.200,00</b>  |
| Hekim Maliyeti  | 3.180.600,00         |
| Elektrik-Su-Isınma Maliyeti                                       | 54.600,00            |
| İlk Madde ve Malzeme  | 5.100.000,00         |
| <b>SABİT+ DEĞİŞKEN TOPLAM (3)= (1)+ (2)</b>                       | <b>10.795.697,28</b> |
| <b>Birim Başına Sabit Gider<sup>1</sup></b>                       | <b>150,08 ₺/adet</b> |
| <b>Birim Başına Değişken Gider<sup>2</sup></b>                    | <b>508,42 ₺/adet</b> |

Tablo 3'de maliyet unsurları fonksiyonel açıdan ilk madde ve malzeme, işçilik giderleri ve genel üretim giderleri olarak esasen üç kısma ayrılarak hesaplamalar yapılmıştır. Ancak MHK analizinde maliyetlerin hacimlerine (davranış biçimleri) göre ayrılarak yapılması gerektiği için söz konusu maliyetler hacimlerine göre sabit ve değişken olarak iki ayrı kısımda gösterilmiştir. Maliyet yapısı olarak toplam sabit giderleri 2.460.497,28 ₺ ile % 23 değişken giderler ise 8.335.200,00 ₺ ile %77 orana sahip olduğu tespit edilmiştir. Değişken giderlerin toplam giderler içerisinde fazla olmasının en önemli nedeni hekimlik giderlerinin bu gider unsurunda yer almış olmasından kaynaklanmaktadır. Bu maliyet davranış biçimi özellikle satış gelirlerinin azalması durumunda hastane yöntemini finansal açıdan zor durumda kalmamasını sağlayacaktır.

<sup>1</sup> Birim başına sabit gider; toplam sabit gider tutarının Tablo 4'de yer alan Eşdeğer İşlem sayısını toplamına bulunmasıyla bulunmuştur. Birim başına sabit gider= 2.460.497,28 ₺/16394,3 =150,08 ₺

<sup>2</sup> Birim başına değişken gider ise; toplam değişken gider tutarının Tablo 4'de yer alan Eşdeğer İşlem sayısını toplamına bulunmasıyla bulunmuştur. Birim başına değişken gider= 8.335.200 ₺ /16394,3 =508,42 ₺

Başka bir ifadeyle sabit giderleri değişken giderlere oranla daha fazla olan işletmeler kriz dönemlerinde veya satışların düşmesi durumunda finansal açıdan daha fazla sıkıntı yaşayabilir (Bozdemir, 2019:286).

**Tablo 4<sup>3</sup>. Ameliyathane Birimi MHK Analizi**

| Toplam Ameliyat Sayısı (1) | Ortalama Ameliyat Süresi (dk) (2) | Dönüştürülmüş Katsayısı (3)=(2)/15 | Eşdeğer İşlem Sayısı (4)=(1)*(3) | Değişken Gider İşlem Maliyeti (5)=508,42 ₺*(3) | Toplam Değişken Gider İşlem Maliyeti (6)=(1)*(5) ₺ | Toplam Değişken Gider İşlem Maliyeti (7)=150,08₺*(3) | Toplam Sabit Gider İşlem Maliyeti (8)=344,09 ₺*(1)*(7) | Toplam Gelir (9) ₺ | Katkı Payı (10)=(9)-(6) ₺ | Brüt Kar (11)=(10)-(7) ₺ | Katkı Oranı (12)=(10)/(9) |
|----------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|--|--|--|--|--------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|
| 8616                       | 5264                              | 350,93                             | 16394,3                          | 178421,5                                       | 8.335.190,01                                       | 52.668,07 ₺  | 2.460.456,54   | 16.755.500,4       | 8.420.310,4               | 8.367.642,4              |                           |

Çalışma kapsamına alınan sağlık kuruluşunun Ameliyathane Ünitesi 2019 yılına ait toplam katkı payı, katkı oranı ve brüt kar fonksiyonu hesaplanması aşağıdaki gibidir.

#### 3.5.4.1. Toplam Katkı Payının ve Oranının Tespit Edilmesi

Katkı payı, kuruluşun elde etmiş olduğu gelirden değişken maliyetin çıkarılmasıyla elden edilen mali tutardır. Bu tutarın MHK analizi yapılan tüm işlemlerin toplamı için yapılması ise toplam katkı payını oluşturur. (Bozdemir ve Özel,2016; Bozdemir ve Akaktay,2017). Formülizasyonu aşağıdaki gibidir;

$$\text{Toplam Katkı Payı} = \text{Toplam Satış Tutarı (Toplam Gelir)} - \text{Toplam Değişken Maliyet}$$

$$\text{Toplam Katkı Payı} = 16.755.500,48 \text{ ₺} - 8.335.190,01 \text{ ₺} = \mathbf{8.420.310,47 \text{ ₺}}$$

Toplam katkı payı hesaplandıktan sonra, MHK analizinde katkı oranı hesaplanmaktadır. Katkı oranı ise, toplam katkı payının, toplam satış tutarını bölünmesidir (Bozdemir ve Özel,2016; Bozdemir ve Akaktay,2017). Formülizasyonu aşağıdaki gibidir;

$$\text{Katkı Oranı} = \text{Toplam Katkı Payı} / \text{Toplam Satış Tutarı}$$

$$\text{Katkı Oranı} = 8.420.310,47 \text{ ₺} / 16.755.500,48 \text{ ₺} = 0,5025 = \mathbf{\%50}$$

#### 3.5.4.2. Brüt Kar Fonksiyonunun Hesaplanması

Katkı oranı hesaplandıktan sonra brüt kar hesaplanır. Brüt kar, katkı oranının toplam satış tutarı ile çarpımının toplam sabit maliyetten çıkarılmasıdır (Bozdemir ve Özel,2016; Bozdemir ve Akaktay,2017). Formülizasyonu aşağıdaki gibidir;

$$\text{Brüt Kar} = \text{Katkı Oranı} * x - b; \text{ (x= toplam satış tutarı), ( b = toplam sabit maliyet)}$$

$$\text{Brüt Kar} = (0,5025 * 16.755.500,48 \text{ ₺}) - 2.460.546,54 \text{ ₺} = 8.419.638,99 \text{ ₺} - 2.460.546,54 \text{ ₺} = \mathbf{5.959.092,45 \text{ ₺}}$$

Yapılan analiz çalışmasında, göz hastanesi ameliyathane ünitesi 2019 yılında 5.959.092,45 ₺ kar elde etmiştir.

Bu çalışmada Ameliyathane ünitesi 2019 yılına ait katkı payı ve oranı ile brüt kar fonksiyonu hesaplandıktan sonra göz hastanesinin 2019 yılı Ameliyathane ünitesine ait Başa başnoktasının tutar olarak tespiti, Güvenlik payı ve oranı ile kar marjı belirlenmiştir. Bu oranlar aşağıdaki gibidir.

#### 3.5.4.3. Tutar Olarak Başa baş Noktasının Tespiti

Başabaş noktası, toplam sabit maliyetin katkı oranına bölünmesi sonucunda ortaya çıkan mali değerdir. Bu değer de kuruluşun karı 0 olup, bunun altındaki satışlarda zarar, üstündeki satış tutarında ise kar ortaya çıkmaktadır(Bozdemir ve Özel,2016; Bozdemir ve Akaktay,2017). Formülizasyonu aşağıdaki gibidir;

$$\text{Başa Baş Noktası Satış Tutarı} = \text{Toplam Sabit Maliyet} / \text{Katkı Oranı}$$

$$\text{Başa Baş Noktası Satış Tutarı} = 2.460.456,24 \text{ ₺} / 0,5025 = \mathbf{4.896.430,32 \text{ ₺}}$$

<sup>3</sup> Çalışmada kullanılan verilerin detaylı hali Kaynakça bölümünden sonra Tablo 6'da verilmiştir.

### 3.5.4.5. Güvenlik Payı ve Güvenlik Oranının Saptanması

Güvenlik payı, gerçekleşen satış tutarının başa baş noktasından çıkarılması sonucundaki tutardır (Bozdemir ve Özel,2016; Bozdemir ve Akaktay,2017). Formülizasyonu aşağıdaki gibidir;

Güvenlik Payı (GP) = Gerçekleşen Satış Tutarı - Başa Baş Noktasındaki Satış Tutarı

$$\text{Güvenlik Payı (GP)} = 16.755.500,48 \text{ ₺} - 4.896.430,32 \text{ ₺} = \mathbf{11.859.070,16}$$

Güvenlik oranı ise güvenlik payı hesap edildikten sonra bulunur. Güvenlik payının, gerçekleşen satıl tutarına bölünmesiyle ortaya çıkan yüzde güvenlik oranını verir (Bozdemir ve Özel,2016; Bozdemir ve Akaktay,2017). Formülizasyonu aşağıdaki gibidir;

Güvenlik oranı (GO) = Güvenlik payı / Gerçekleşen Satış Tutarı

$$\text{Güvenlik oranı (GO)} = 11.859.070,16 / 16.755.500,48 = 0,7077 = \mathbf{\%70}$$

### 3.5.4.5. Kâr Marjının Belirlenmesi

MHK analizinde en son kar marjı belirlenir. Kar marjı güvenlik oranının katkı oranı ile çarpılması sonucuna ortaya çıkan değerdir tutardır (Bozdemir ve Özel,2016; Bozdemir ve Akaktay,2017). Formülizasyonu aşağıdaki gibidir;

Kâr Marjı = Güvenlik Oranı \* Katkı Oranı

$$\text{Kar Marjı} = 0,7077 \times 0,5025 = 0,3554 = \mathbf{\%35}$$
 olarak hesaplanmıştır.

## 4. Tartışma

Aşağıdaki tabloda 137 işlem birimi içerisinde zarar eden, en az katkı payı olan, en çok katkı payı olan ve en çok yapılan işlemler yer almaktadır. Bunun genel görünümü Tablo 5'te yer almaktadır.

**Tablo 5.** Yapılan İşlemlerin MHK Analizi Açısından Genel Görünümü

| Zarar Eden İşlemler                      | En Az Katkı Payı Olan İşlemler                   | En Çok Katkı Payı Olan İşlemler  | En Çok Yapılan İşlemler  |
|--|--|--|--|
| Ameliyat Ön Tetkik Ücreti,               | Konjonktiva Plastiği, Greftli,                   | Lasik-Lasek (FS 200) (Çift Göz)  | Ameliyat Ön Tetkik Ücreti  |
| Lokal Anestezi                           | İntraorbital yabancı cisimlerin çıkarılması      | Vitroretinal cerrahi Tüm işlemler  | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Acrysof IQ)            |
| Kapakta kist ve şalazyon ameliyatı       | Kapak veya konjonktiva biyopsisi                 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Panoptix )                     | Lasik-Lasek (FS 200) (Çift Göz)  |
| Punktum tıkaçı koyulması                 | Pnömatik Retinopeksi (3..Basamak                 | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Acrysof IQ) (Komplike) | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Acrysof IQ) (Komplike) |
| Revizyon                                 | Deri veya mukoza grefti kullanarak soket onarımı | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Acrysof IQ)            | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Tecnis)                |
| Botoks                                   |  | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Acrysof IQ)                    | Kapakta kist ve şalazyon ameliyatı                                       |
| Kist veya benign tümör çıkarılması       |  | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Acrysof Toric)                 | Lokal Anestezi   |
| Xlantalazma (Küçük)                      |  | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Panoptix Toric)                | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Sensar)                |
| Silikon takılması                        |  | Blefaroplasti (Kapak Estetiği)   | Blefaroplasti (Kapak Estetiği)   |
| Punktoplasti                             |  | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Tecnis)                        | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Acrysof IQ)                    |
| Ön Kamara Lavajı                         |  |  |  |
| Korneadan Sütür Alınması                 |  |  |  |
| Trikiasis (kırpık alınması),             |  |  |  |
| Konjonktivadan kist ve tümör çıkarılması |  |  |  |
| Konkreasyon küretajı, lol Değişimi       |  |  |  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| Sütür alınması   |  |  |  |
| Blefaroplasti (Tek Göz, Tek Kapak)   |  |  |  |
| Kapak Kesisi Sütürasyonu, 1 cm'den fazla   |  |  |  |
| Xlantalmazma (Büyük) Kapak Kesisi Sütürasyonu(1 cm'e kadar)                            |  |  |  |
| Pterijum ameliyatı   |  |  |  |
| Subkonjonktival ve subtenon enjeksiyon, Konjonktiva örtmesi,                           |  |  |  |
| Konjektivaşelazis,   |  |  |  |
| Kornea Kesisi Sütüre Edilmesi  |  |  |  |
| Kapsül içine sekonder intaoküler lens implantasyonu, Lasik- Lasek (Çift Göz) dışıdır.) |  |  |  |
| Fakoemülsifikasyon ve intraoküler lens imp. (Clareon IOL                               |  |  |  |
| Kantoplasti,   |  |  |  |
| Siklokrioterapi  |  |  |  |
| Botox (İç Rek. Botox Uygulaması),  |  |  |  |
| Jet Plazma   |  |  |  |
| Limbal kök hücre transplantasyonu  |  |  |  |
| Tarsorafi  |  |  |  |
| Korneal Punktur ve Kapak tümörü ameliyatı  |  |  |  |

Yapılan analiz sonucunda ilgili göz hastanesinin ameliyathane ünitesinde 37 biriminde zarar ettiği görülmektedir. Ancak bu zarar içeren bunca kaleme rağmen 5.959.092,45 ₺ faaliyet karı ve %35 oranında kar marjının olması diğer kalemlerde kuruluş için ciddi oranda pozitif yön var demektir. Bu pozitiflik de kar ile ilgilidir. Zarar edilen birimlerin aslında gelir kalemi yüksek operasyonlar için gerekli olduğu ve bir arada düşünülme durumunda olduğu şeklinde yorumlanmaktadır. Görünüşte birim olarak zarar ediliyor gibi görünse de karlılığı yüksek olan bir başka operasyon için öncelik teşkil ettiğinden dolayı zarar eden birimlerde yer alan işlemlerin devam ettirilmesi esastır. Kuruluşun karlılığını arttırmak için yüksek kar marjı içeren işlemleri daha iyi tanıtmaları gerektiği ve bu yönde çalışmalar sürdürmesi önerilmektedir.

## 5. Sonuç

Özel bir göz hastanesinin ameliyathane ünitesi verileri dikkate alınarak yapılan bu çalışmada dönem içerisinde ilgili birimde toplam 137 kalem ameliyat türü gerçekleştirilmiştir. Bu ameliyatlardan elde edilen gelir 16.755.500,48 ₺, toplam gider 10.795.646, 55 ₺ ve faaliyet karı 5.959.092,45 ₺ olarak tespit edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda ilgili göz hastanesinin ameliyathane ünitesinde 137 farklı işlem gerçekleştirilmektedir. Bunlardan 37 biriminde zarar ettiği görülmektedir.

Alanyazında özellikle sağlık kuruluşunda yapılan MHK analizleri incelendiğinde, bu çalışmanın da alanyazında yer alan çalışmalara benzer sonuçlar içerdiği sonucuna ulaşılmaktadır. Bozdemir ve Akaktay (2017), Bozdemir ve Öcel (2016), Ağırbaş ve ark. (2012), Ocak ve ark.(2004), Clementine (2016) çalışmalarında da kar marjının olduğu ve kuruluşun kar yaptığı görülmektedir. Bu çalışmada da ilgili sağlık kuruluşu 5.959.092,45 ₺ faaliyet karı ve %35 oranında kar marjı oranına sahiptir. Bu durum da bu çalışmanın alanyazında daha önceden yapılmış olan ve bu çalışmanın ortaya çıkarılmasında öncülük teşkil eden çalışmalarla ortak yönüdür.

Son yapılan değişiklikler hariç tutulursa Sağlık Uygulama Tebliği (SUT)'ndeki fiyatların uzun süredir güncellenmiyor oluşu, sağlık kuruluşlarının gelirlerinin büyük bir payının SUT fiyatlarına göre düzenleniyor olması ve sağlık kuruluşları arasında rekabet koşullarının artış göstermesi gibi sebeplerden dolayı sağlık kuruluşları yöneticileri karlılık artışı için maliyetleri kontrol altında tutmak istemektedirler. Bu da birim bazlı olarak MHK analizindeki başabaş noktasının tespit edilmesi hususunu zorunlu hale getirmektedir.

Hastane yöneticileri, MHK analizinden faydalanabilmek için giderleri sabit ve değişken kısımlara ayırarak iki grupta incelemelidir. Her birim için gelir ile değişken maliyetler karşıladıktan sonra katkı payını ve daha sonrasında bu katkı payından da sabit maliyetleri düşürerek brüt karı hesap etmeleri önemlidir. Bu hesaplama da katkı payı yüksek olan işlemlere özellikle hasta sayısının azaldığı durumlarda daha fazla önem vermelidir.

Dal hastanesi statüsünde bulunan özel bir göz hastanesinin ameliyathane ünitesinde MHK analizi yapılan bu çalışmanın alana katkı sunması amaçlanmakta ve beklenmektedir. Alandaki yapılan diğer çalışmaların aksine bu çalışmanın daha çok işlem gören bir üniteye yapılması bu çalışmanın güçlü yönlerindedir. Bu çalışmanın alanda yapılacak diğer çalışmalara yol göstermesi beklenmektedir.

Bu çalışma, sağlık sektörü yöneticilerine sağlık kuruluşunun içerisinde yer alan kaynakları daha etkin kullanabilmeleri ve maliyetleri kontrol altına alınmasını sağlamaktadır. Benzer çalışmaların sağlık kuruluşunun tamamında veya başka birimler içinde yapılması önerilmektedir.

## 5. Extended Abstract

Cost-Volume-Profit analysis is an analysis method that can be applied to a whole or a unit of a business. Thanks to this method, it is very easy to reach the conclusion that which transactions are profitable and which are harmful in the whole or in a unit of the enterprise. This helps the manager of the business in making a decision. Cost-Volume-Profit analysis method can be applied in almost every field of production and service businesses. In this study, an example of a health institution providing service production is presented. In this study, the operating room unit of a private eye hospital providing health care production was subjected to Cost-Volume-Profit analysis. The reason for choosing the operating room unit in this institution is that the cost-volume-profit analysis method is not very convenient to be applied in other units in the eye hospital. The aim of this study is to use the cost-volume-profit analysis technique in determining profitability by establishing a relationship between the expenditures made in surgical clinical service provision and the income obtained. It is anticipated that this situation will provide useful information to health institution managers. Based on this purpose, it is essential to determine whether the income obtained with the service production expenses will be met financially and in amount. The data of the operating room unit of a private eye hospital included in this study were taken as a basis for 2019. When the data of the year 2019 are examined, it is concluded that there are 137 different procedures in the relevant health institution. In other words, there were 137 different procedures in the operating room unit of the eye hospital, which was included in the study between 01.01.2019 and 31.12.2019. There was no sample limitation in this study. That is, the entire research universe was used as a sample. After processing the entire research population as a sample, the cost elements of the relevant eye hospital were determined. The cost elements of the eye hospital included in the research consist of first material and material expenses, personnel expenses and general production expenses. These suite elements were evaluated within the scope of the relevant unit. Financial data regarding the operating room unit of the eye hospital were obtained from the accounting and fiduciary unit of the hospital. After the procurement process was completed, these data were subjected to document analysis. After the document analysis, Cost-Volume-Profit analysis was applied to the data. In 2019, it was concluded that the operating room unit of the eye hospital earned a total income of 16,755,500.48 ₺. Apart from this income, the expense amount of the operating room unit of the eye hospital in 2019 was calculated as 10,795.697.28 ₺. These calculated expenses are divided into variable and fixed expenses. It has been concluded that 8,335,190,01 ₺ of the total expenses calculated as 10,795.697.28 ₺ are variable expenses. Among the total expenses calculated as 10,795.697.28 ₺, the fixed cost is 2,460,456.54 ₺. When the calculated fixed and variable expense ratios are examined, it is seen that the variable expense is approximately 4 times higher. There are various reasons for this situation. At the beginning of these reasons, the biggest item that



constitutes variable expenses is physicians and physicians are paid a certain percentage in the relevant health institution. In the eye hospital included in the research, physicians receive 30% of the relevant surgery as a fee. There are basically two reasons for this situation. The first reason is that the health institution wants to reduce its risk during periods of crisis and surgery. The second reason is that physicians will work for a lower wage if they work with a fixed salary. It is possible to say that there is a mutual benefit from this situation. The operating room unit contribution of the eye hospital in 2019 was calculated as 8,420,310,47 ₺. The contribution rate calculated in response to this contribution is 50%. The gross profit of the operating room unit of the eye hospital in 2019 was calculated as 5.959.092.45 ₺. During the relevant period, the head-to-head point was calculated as 4.896,430.32 ₺. According to this result, the operating room unit of the eye hospital loses up to 4.896,430.32 ₺, and the one above 4.896.430,32 ₺ makes a profit. The margin of safety calculated in the relevant period is 11,859.070,16 ₺. The calculated collateral rate is 70%. As a final result, the 2019 profit margin of the operating room unit of the eye hospital was calculated as 35%. Profit is obtained in 99 of the 137 different procedures performed in the eye hospital, and loss in 37 of them. As a result of the analysis, it was revealed that the hospital in question made a profit in the operating room unit. On the other hand, it was observed that some of the transactions made a profit, while others made a loss. It has been observed that loss-making transactions are a part of transactions that make a positive contribution to the unit. The hospital in question should focus on transactions with a higher contribution to profitability. It should also reduce transaction costs below the breakeven point.

**Keywords:** Eye Hospital, Operating Room Service, Cost-Volume-Profit Analysis

#### Kaynakça

6645 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun. 23/05/2015 tarih ve 29335 nolu Resmi Gazete.

Ağırbaş, İ., Gök, H., Akbulut, Y. ve Önder, Ö. R. (2012). Hastanelerde Maliyet Analizi ve Tıbbi Rehabilitasyon Hizmetlerinde Birim Maliyet Hesaplanması. *Journal of Physical Medicine & Rehabilitation Sciences/ Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyon Bilimleri Dergisi*, 58, 103-108.

Ahamd, A. ve Rawabdeh, A. (2005). Health care cost containment strategies: the Jordanian experience. *The International journal of health planning and management*, 20(1), 53-66.

Asih, H. M., & Eng, C. K. Cost-Volume-Profit Analysis for Uncertain Capacity Planning: A Case Study Paper.

Aslan, T. ve Yılmaz, E. (2018). Bulanık Mantık Yöntemi İle Belirsizlik Şartlarında Faaliyet-Hacim-Kar Analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 534-553.

Bozdemir, E. (2019), Sağlık İşletmelerinde Maliyet Muhasebesi ve Analizi, Gazi Kitabevi, Ankara.

Bozdemir, E. (2020), Özel Hastanelerde Hekimlik Hizmet Alımı Uygulamasının Mali Açından Analizi, *Konuralp Tıp Dergisi* 2020;12(1): 87-96.

Bozdemir, E. ve Öcel, Y. (2016). Hastanelerde Dış Kaynak Kullanımının Maliyet Minimizasyonu Açısından Analizi: Bolu İzzet Baysal Eğitim ve Araştırma Hastanesi Manyetik Rezonans (MR) Cihazı Örneği/The Analysis Of Outsourcing In Hospitals In Terms Of Cost Minimization: Bolu İzzet Baysal. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3).1051-1070.

Bozdemir, E., & Akaytay, A.(2017). Bir Kamu Hastanesi Bilgisayarlı Tomografi Ünitesinin Maliyet Hacim Kar Analizi. *Mediterranean International Congress on Social Sciences (MECAS)*.105-127

Clementine, I. (2016). *Cost Volume Profit Analysis and Financial Forecast of Water and Sanitation Corporation Rwanda* (Doctoral dissertation).

Dabor, E. L., Otor, J. I., & Erah, D. O. (2013). The cost-volume profit model: A discuss. *Accounting Frontiers*, 4(2), 68-80.

Ganpensi, L. C. (2005). Healthcare Finance: An Introduction To Accounting And Financial Management, 3<sup>rd</sup> Ed., USA: AUPHA.

Karasioğlu, F. ve Çam, V. A. (2008). Sağlık İşletmelerinde Maliyet Analizi: Karaman Devlet Hastanesinde Birim Muayene Maliyetlerinin Hesaplanması. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 15-24.

Keleş, D. Sağlık Kurumlarında Maliyet Yönetimi: Hastane İşletmeleri İçin Maliyet-Hacim-Kâr Analizi Üzerine Örnek Bir Uygulama. *Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(1), 1-11.

Kısakürek, M. M. ve Biçer, E. B. (2011). Maliyet Hacim Kar Analizinin Bir Hastane İşletmesi MR Ünitesinde Uygulanması. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(2), 281-306.

Kısakürek, M. M., Yılmaz, A. ve Kılıç, E. (2011). Cumhuriyet Üniversitesi Hastanesi Anjiyo Ünitesi Maliyet-Hacim-Kar Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 42-59.

Köse, T., Durukan Köse, S. ve Uyar, B. (2015). Özel Bir Hastanenin Tomografi Ünitesinde Maliyet-Hacim-Kâr Analizleri. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(1), 145-173.

Lazol, İ. (2004). Maliyet Muhasebesi (Ekin Kitapevi, 2. Baskı, Bursa).

Le, O. T. T., Tran, P. T. T., Tran, T. V., & Nguyen, C. V. (2020). Application Of Cost-Volume-Profit Analysis In Decision-Making By Public Universities In Vietnam. *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 7(6), 305-316.

Lulaj, E. ve İseni, E. (2018). Role of Analysis CVP (Cost-Volume-Profit) as Important Indicator for Planning and Making Decisions in the Business Environment. 15th International Conference on Social Sciences Leuven, 13-14 July 2018, 1, 343-360

Manjunatha, T., & Rajini, H. (2022). Analysis Of Cost Volume Profit Analysis in Private Hospitals In India: Evidence From City Central Hospital Pvt. Ltd. *Asian Journal of Advances in Research*, 35-38.

Ravichandran, R. (1993). A decision support system for stochastic cost-volume-profit analysis. *Decision Support Systems*, 10(4), 379-399.

Saffet, O., Gider, Ö., Top, M. ve Akar, Ç. (2004). Muğla Devlet Hastanesi Tomografi Ünitesi Maliyet-Hacim-Kâr Analizi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 7(1), 3-38.

Webster, W. H. (2004). *Accounting for managers*. The McGraw-Hill Companies

Younis, M. Z., Jaber, S., Smith, P. C., Hartmann, M., & Bongyu, M. (2010). The determinants of hospital cost: A cost-volume-profit analysis of health services in the Occupied Territories: Palestine. *International Journal of Pharmacy Practice*, 18(3), 167-173.

Yuan, F. C. (2009). The use of a fuzzy logic-based system in cost-volume-profit analysis under uncertainty. *Expert Systems with Applications*, 36(2), 1155-1163.

Yunker, J. A., & Yunker, P. J. (1982). Cost-volume-profit analysis under uncertainty: An integration of economic and accounting concepts. *Journal of Economics and Business*, 34(1), 21-37.

**Tablo 6.** Detaylı MHK Analizi Tablosu

| Sıra No | Ameliyat Türü                      | TAS (1) | OA S (dk) (2) | DK <sup>4</sup> (3)= (2)/15 | EİS (4)=(1)*(3) | DGİM (5)=50 8,42*(3) | TDG İM (6)=(1)*(5) ₺ | SGİM (7)=15 0,08*(3) | TSG İM (8)= 344,09 ₺*(1)*(7) | TG (9) ₺   | KP (10)= (9)-(6) ₺ | BK (11)= (10)-(7) ₺ | K O <sup>5</sup> (12)= (10)/(9) |
|---------|------------------------------------|---------|---------------|-----------------------------|-----------------|----------------------|----------------------|----------------------|------------------------------|------------|--------------------|---------------------|---------------------------------|
| 1       | Add-on Trifokal Sulkosa imp.       | 1       | 35            | 2,33                        | 2,33            | 1.186,31             | 1.186,31             | 350,19               | 350,19                       | 6.700,00   | 5.513,69           | 5.163,50            | 0,82                            |
| 2       | Amnion Zarı ile Yüzeysel rek.      | 3       | 37,5          | 2,5                         | 7,50            | 1.271,05             | 3.813,15             | 375,20               | 1.125,60                     | 7.990,00   | 4.176,85           | 3.801,65            | 0,52                            |
| 3       | Blefaroplasti (Kapak Estetiği)     | 185     | 40            | 2,67                        | 493,33          | 1.355,79             | 250,820,53           | 400,21               | 74,039,47                    | 606,478,21 | 355,657,68         | 355,257,46          | 0,85                            |
| 4       | Blefaroplasti (Tek Göz, Tek Kapak) | 1       | 42,5          | 2,83                        | 2,83            | 1.440,52             | 1.440,52             | 425,23               | 425,23                       | 341,29     | 1,099,23           | 1,524,46            | 3,22                            |
| 5       | Botoks                             | 60      | 40            | 2,67                        | 160,00          | 1.355,79             | 81,347,20            | 400,21               | 24,012,80                    | 58,485,00  | 22,862,20          | 23,262,41           | 0,39                            |
| 6       | Botox (İç Rek. Botox Uygulanması)  | 3       | 45            | 3                           | 9,00            | 1.525,26             | 4.575,78             | 450,24               | 1.350,72                     | 4.680,00   | 104,22             | 346,0               | 0,022                           |

<sup>4</sup> Araştırma yapılan hastanenin Ameliyat Ünitesindeki Ameliyat Türlerinin aynı birimden olabilmesi için bu ameliyat türleri için dönüştürme katsayısı kullanılmıştır. Araştırma yapılan hastanenin Ameliyathane Ünitesindeki 137 birim Ameliyatın Dönüştürülmüş Toplam Üretim Miktarı Tablo 4'da gösterilmektedir. Sütun alınması işlemi en kısa süren işlem (15 dk.) olduğu için bu işlem ölçü alınarak dönüştürme katsayısı uygulanmıştır.

<sup>5</sup> Virgülden sonra 2 rakam ele alınmıştır.

Ameliyat Klinik Hizmet Sunumunda Maliyet Hacim Kâr Analizi: Özel Bir Göz Hastanesinde Vaka Çalışması

|    |  |     |      |       |          |          |            |        |            |              |            | 2          |      |
|----|--|-----|------|-------|----------|----------|------------|--------|------------|--------------|------------|------------|------|
| 7  | Dakriosistorinostomi (DSR), eks.   | 88  | 45   | 3     | 264,00   | 1.525,26 | 134.222,88 | 450,24 | 39.621,12  | 292.201,53   | 157.978,65 | 157.528,41 | 0,54 |
| 8  | Dakriosistorinostomi (DSR), eks kom  | 2   | 45   | 3     | 6,00     | 1.525,26 | 3.050,52   | 450,24 | 900,48     | 9.626,48     | 6.575,96   | 6.125,72   | 0,68 |
| 9  | Dekolman ameliyatları, sörklaj   | 8   | 45   | 3     | 24,00    | 1.525,26 | 12.202,08  | 450,24 | 3.601,92   | 38.105,62    | 25.903,54  | 25.453,30  | 0,67 |
| 10 | Delici göz yaralanmaları tamiri (Koneal ve/veya sklerol)                           | 6   | 40   | 2,67  | 16,00    | 1.355,79 | 8.134,72   | 400,21 | 2.401,28   | 21.456,28    | 13.321,56  | 12.921,35  | 0,62 |
| 11 | Deri veya mukoza greftiyle sok.ona   | 1   | 40   | 2,67  | 2,67     | 1.355,79 | 1.355,79   | 400,21 | 400,21     | 3.000,00     | 1.644,21   | 1.244,00   | 0,54 |
| 12 | Dissizyon-lens aspirasyonu ile birlikte ön vitrektomi                              | 7   | 42,5 | 2,83  | 19,83    | 1.440,52 | 10.083,66  | 425,23 | 2.976,59   | 14.129,70    | 4.046,04   | 3.620,81   | 0,28 |
| 13 | Dissizyon-lens aspirasyonu ile birlikte ön vitrektomi ile birlikte int. lens Sens. | 1   | 45   | 3     | 3,00     | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24     | 4.390,80     | 2.865,54   | 2.415,30   | 0,65 |
| 14 | Dissizyon-lens aspirasyonu ile birlikte ön vitrektomi ile birlikte int. lens       | 3   | 45   | 3     | 9,00     | 1.525,26 | 4.575,78   | 450,24 | 1.350,72   | 13.602,40    | 9.026,62   | 8.576,38   | 0,66 |
| 15 | Ektropiyum için cerrahi girişim  | 6   | 35   | 2,33  | 14,00    | 1.186,31 | 7.117,88   | 350,19 | 2.101,12   | 9.181,19     | 2.063,31   | 1.713,12   | 0,22 |
| 16 | Entropiyum için cerrahi girişim  | 34  | 32,5 | 2,167 | 73,67    | 1.101,58 | 37.453,61  | 325,17 | 11.055,89  | 62.314,49    | 24.860,88  | 24.535,71  | 0,39 |
| 17 | Enükleasyon veya evisserasyon  | 11  | 45   | 3     | 33,00    | 1.525,26 | 16.777,86  | 450,24 | 4.952,64   | 59.404,48    | 42.626,62  | 42.176,38  | 0,71 |
| 18 | Fakoemülsifikasyon ve intraoküler lens imp. (Eyhence)                              | 12  | 42,5 | 2,83  | 34,00    | 1.440,52 | 17.286,28  | 425,23 | 5.102,72   | 56.555,60    | 39.269,32  | 38.844,09  | 0,69 |
| 19 | Fakoemülsifikasyon ve intraoküler lens imp. (Clareon IOL)                          | 2   | 35   | 2,33  | 4,67     | 1.186,31 | 2.372,63   | 350,19 | 700,37     | 2.234,60     | -          | -          | -    |
| 20 | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Sensar)                          | 186 | 32,5 | 2,167 | 403,00   | 1.101,58 | 204.893,26 | 325,17 | 60.482,24  | 281.284,49   | 76.391,23  | 76.066,06  | 0,27 |
| 21 | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Sensar) (Komplike)               | 17  | 35   | 2,3   | 39,67    | 1.186,31 | 20.167,33  | 350,19 | 5.953,17   | 33.389,00    | 13.221,67  | 12.871,49  | 0,39 |
| 22 | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Acrysof IQ)                      | 727 | 35   | 2,33  | 1.696,33 | 1.186,31 | 862.449,79 | 350,19 | 254.585,71 | 1.413.340,93 | 550.891,14 | 550.540,95 | 0,38 |
| 23 | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Acrysof IQ) (Komplike)           | 421 | 37,5 | 2,5   | 1.052,50 | 1.271,05 | 535.112,05 | 375,20 | 157.959,20 | 1.189.222,64 | 654.110,59 | 653.735,39 | 0,55 |
| 24 | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Tecnis)                          | 267 | 37,5 | 2,5   | 667,50   | 1.271,05 | 339.370,35 | 375,20 | 100.178,40 | 540.361,77   | 200.991,42 | 200.616,22 | 0,37 |
| 25 | Fakoemülsifikasyon ve intraocular lens lens imp. (Tecnis) (Komplike)               | 130 | 40   | 2,67  | 346,67   | 1.355,79 | 176.252,27 | 400,21 | 52.027,73  | 380.076,08   | 203.823,81 | 203.423,60 | 0,53 |
| 26 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Clareon)                                 | 1   | 50   | 3,33  | 3,33     | 1.694,73 | 1.694,73   | 500,27 | 500,27     | 6.572,80     | 4.878,07   | 4.377,80   | 0,74 |
| 27 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Eyhence)                                 | 4   | 45   | 3     | 12,00    | 1.525,26 | 6.101,04   | 450,24 | 1.800,96   | 20.234,00    | 14.132,96  | 13.682,72  | 0,69 |
| 28 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Panoptix Toric)                          | 63  | 50   | 3,33  | 210,00   | 1.694,73 | 106.768,20 | 500,27 | 31.516,80  | 491.716,15   | 384.947,95 | 384.447,68 | 0,78 |
| 29 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Panoptix)                                | 121 | 50   | 3,33  | 403,33   | 1.694,73 | 205.062,73 | 500,27 | 60.532,27  | 891.729,47   | 686.666,74 | 686.166,47 | 0,77 |
| 30 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Acrysof IQ)                              | 177 | 40   | 2,6   | 472,00   | 1.355,79 | 239.974,24 | 400,21 | 70.837,76  | 744.652,56   | 504.678,32 | 504.278,11 | 0,67 |
| 31 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Acrysof IQ) (DR)                         | 94  | 37,5 | 2,5   | 235,00   | 1.271,05 | 119.478,70 | 375,20 | 35.268,80  | 364.544,90   | 245.066,20 | 244.691,00 | 0,67 |

Ameliyat Klinik Hizmet Sunumunda Maliyet Hacim Kâr Analizi: Özel Bir Göz Hastanesinde Vaka Çalışması

|    |   |     |      |       |        |          |            |        |           |            |            |            |       |
|----|---|-----|------|-------|--------|----------|------------|--------|-----------|------------|------------|------------|-------|
| 32 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Acrysof Toric)      | 83  | 45   | 3     | 249,00 | 1.525,26 | 126.596,58 | 450,24 | 37.369,92 | 515.569,60 | 388.973,02 | 388.522,78 | 0,75  |
| 33 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Acrysof Toric) (DR) | 28  | 42   | 2,8   | 78,40  | 1.423,58 | 39.860,13  | 420,22 | 11.766,27 | 161.135,90 | 121.275,77 | 120.855,55 | 0,75  |
| 34 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Amo Symhony Toric)  | 15  | 45   | 3     | 45,00  | 1.525,26 | 22.878,90  | 450,24 | 6.753,60  | 100.310,40 | 77.431,50  | 76.981,26  | 0,77  |
| 35 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Amo Symhony)        | 18  | 45   | 3     | 54,00  | 1.525,26 | 27.454,68  | 450,24 | 8.104,32  | 120.357,20 | 92.902,52  | 92.452,28  | 0,77  |
| 36 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Tecnis Toric)       | 1   | 45   | 3     | 3,00   | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24    | 6.092,80   | 4.567,54   | 4.117,30   | 0,74  |
| 37 | Femtosaniye lazer ile katarakt cerrahisi (Tecnis)             | 121 | 40   | 2,67  | 322,67 | 1.355,79 | 164.050,19 | 400,21 | 48.425,81 | 503.171,62 | 339.121,43 | 338.721,22 | 0,67  |
| 38 | Frontale asma teknikleri, ptozis                              | 7   | 40   | 2,67  | 18,67  | 1.355,79 | 9.490,51   | 400,21 | 2.801,49  | 28.288,20  | 18.797,69  | 18.397,48  | 0,66  |
| 39 | Glokomla kombine katarakt ameliyatları                        | 8   | 40   | 2,67  | 21,33  | 1.355,79 | 10.846,29  | 400,21 | 3.201,71  | 33.381,76  | 22.537,54  | 22.135,25  | 0,67  |
| 40 | Göz yaşı yolları entübasyonu                                  | 6   | 35   | 2,33  | 14,00  | 1.186,31 | 7.117,88   | 350,19 | 2.101,12  | 12.049,75  | 4.931,87   | 4.581,68   | 0,40  |
| 41 | Her iki gözde birer rektusa geriletme ve/veya rezeksiyon      | 19  | 37,5 | 2,5   | 47,50  | 1.271,05 | 24.149,95  | 375,20 | 7.128,80  | 73.712,22  | 49.562,27  | 49.187,07  | 0,67  |
| 42 | İki gözde rektusa geriletme Komp.                             | 7   | 40   | 2,6   | 18,67  | 1.355,79 | 9.490,51   | 400,21 | 2.801,49  | 30.220,62  | 20.730,11  | 20.329,90  | 0,68  |
| 43 | İol Değişimi  | 3   | 30   | 2     | 6,00   | 1.016,84 | 3.050,52   | 300,16 | 900,48    | 1.200,00   | 1.850,52   | 2.150,68   | 1,54  |
| 44 | Jet Plazma  | 1   | 32,5 | 2,167 | 2,17   | 1.101,58 | 1.101,58   | 325,17 | 325,17    | 1.100,00   | -1,58      | 326,75     | 0,001 |
| 45 | Jons Tüpü   | 1   | 45   | 3     | 3,00   | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24    | 8.300,00   | 6.774,74   | 6.324,50   | 0,81  |
| 46 | Kantoplasti   | 1   | 37,5 | 2,5   | 2,50   | 1.271,05 | 1.271,05   | 375,20 | 375,20    | 1.228,22   | -42,83     | 418,03     | 0,03  |
| 47 | Kapak Kesisi Sütürasyonu, 1 cm'e kadar                        | 1   | 30   | 2     | 2,00   | 1.016,84 | 1.016,84   | 300,16 | 300,16    | 472,47     | 544,37     | 844,53     | 1,15  |
| 48 | Kapak Kesisi Sütürasyonu, 1 cm'den fazla                      | 2   | 32,5 | 2,167 | 4,33   | 1.101,58 | 2.203,15   | 325,17 | 650,35    | 1.029,12   | 1.174,03   | 1.499,21   | 1,14  |
| 49 | Kapak rekonstrüksiyonu , greft veya flep ile                  | 8   | 42,5 | 2,83  | 22,67  | 1.440,52 | 11.524,19  | 425,23 | 3.401,81  | 27.617,38  | 16.093,19  | 15.667,97  | 0,58  |
| 50 | Kapak tümörü ameliyatı  | 8   | 35   | 2,33  | 18,67  | 1.186,31 | 9.490,51   | 350,19 | 2.801,49  | 9.833,25   | 342,74     | 7,44       | 0,03  |
| 51 | Kapak veya konjonktiva biyopsisi                              | 1   | 37,5 | 2,5   | 2,50   | 1.271,05 | 1.271,05   | 375,20 | 375,20    | 2.185,00   | 913,95     | 538,75     | 0,41  |
| 52 | Kapakta kist ve şalazyon ameliyatı                            | 263 | 30   | 2     | 526,00 | 1.016,84 | 267.428,92 | 300,16 | 78.942,08 | 169.942,73 | 97.486,19  | 97.786,35  | 0,57  |
| 53 | Kapsül içine sekonder intaoküler lens implantasyonu           | 1   | 30   | 2     | 2,00   | 1.016,84 | 1.016,84   | 300,16 | 300,16    | 800,00     | 216,84     | 517,00     | 0,27  |
| 54 | Kataraktta fako+ IOL (Tecnis Multifokal)                      | 2   | 35   | 2,33  | 4,67   | 1.186,31 | 2.372,63   | 350,19 | 700,37    | 5.798,52   | 3.425,89   | 3.075,71   | 0,59  |
| 55 | Kataraktta fako+ IOL (Tecnis Toric)                           | 1   | 45   | 3     | 3,00   | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24    | 7.000,00   | 5.474,74   | 5.024,50   | 0,78  |
| 56 | Kataraktta fako+ IOL (Acrysof Toric Lens)                     | 80  | 40   | 2,67  | 213,33 | 1.355,79 | 108.462,93 | 400,21 | 32.017,07 | 326.532,51 | 218.069,58 | 217.669,36 | 0,66  |
| 57 | Kataraktta fako+ IOL (Amo Symphony Toric)                     | 5   | 37,5 | 2,5   | 12,50  | 1.271,05 | 6.355,25   | 375,20 | 1.876,00  | 17.815,56  | 11.460,31  | 11.085,11  | 0,64  |
| 58 | Kataraktta fako+ IOL (Amo Symphony)                           | 8   | 45   | 3     | 24,00  | 1.525,26 | 12.202,08  | 450,24 | 3.601,92  | 41.138,50  | 28.936,42  | 28.486,18  | 0,70  |
| 59 | Kataraktta fak+ IOL(Panoptix Toric)                           | 35  | 45   | 3     | 105,00 | 1.525,26 | 53.384,10  | 450,24 | 15.758,40 | 225.126,16 | 171.742,06 | 171.291,82 | 0,66  |

Ameliyat Klinik Hizmet Sunumunda Maliyet Hacim Kâr Analizi: Özel Bir Göz Hastanesinde Vaka Çalışması

|    |   |     |      |       |          |          |            |        |           |              |             |            |       |
|----|---|-----|------|-------|----------|----------|------------|--------|-----------|--------------|-------------|------------|-------|
| 60 | Katarakta fako+ IOL (Panoptix)                          | 78  | 42   | 2,8   | 218,40   | 1.423,58 | 111.038,93 | 420,22 | 32.777,47 | 429.190,48   | 318.151,55  | 317.731,33 | 0,74  |
| 61 | Kaş Ptozisi   | 2   | 35   | 2,33  | 4,67     | 1.186,31 | 2.372,63   | 350,19 | 700,37    | 4.600,00     | 2.227,37    | 1.877,19   | 0,48  |
| 62 | Keratoplasti  | 7   | 60   | 4     | 28,00    | 2.033,68 | 14.235,76  | 600,32 | 4.202,24  | 104.564,29   | 90.328,53   | 89.728,21  | 0,86  |
| 63 | Kist veya benign tümör çıkarılması                      | 44  | 30   | 2     | 88,00    | 1.016,84 | 44.740,96  | 300,16 | 13.207,04 | 33.700,41    | -11.040,55  | -11.340,71 | 0,32  |
| 64 | Konjektivaşelazis                                       | 1   | 30   | 2     | 2,00     | 1.016,84 | 1.016,84   | 300,16 | 300,16    | 750,00       | -266,84     | -567,00    | 0,35  |
| 65 | Konjonktiva Plastigi, Greftli                           | 10  | 32,5 | 2,167 | 21,67    | 1.101,58 | 11.015,77  | 325,17 | 3.251,73  | 11.514,25    | 498,48      | 173,31     | 0,04  |
| 66 | Konjonktiva kesisi sutureasyonu                         | 1   | 35   | 2,33  | 2,33     | 1.186,31 | 1.186,31   | 350,19 | 350,19    | 2.990,00     | 1.803,69    | 1.453,50   | 0,60  |
| 67 | Konjonktiva örtmesi                                     | 2   | 40   | 2,67  | 5,33     | 1.355,79 | 2.711,57   | 400,21 | 800,43    | 2.408,24     | 303,33      | 703,55     | 0,12  |
| 68 | Konjonktivadan kist ve tümör çıkarılması                | 12  | 42,5 | 2,83  | 34,00    | 1.440,52 | 17.286,28  | 425,23 | 5.102,72  | 15.091,20    | -2.195,08   | -2.620,31  | 0,14  |
| 69 | Konkreasyon küretajı                                    | 3   | 30   | 2     | 6,00     | 1.016,84 | 3.050,52   | 300,16 | 900,48    | 1.000,00     | -2.050,52   | -2.350,68  | 2,05  |
| 70 | Kornea Kesisi Suture Edilmesi                           | 2   | 35   | 2,33  | 4,67     | 1.186,31 | 2.372,63   | 350,19 | 700,37    | 2.162,62     | -210,01     | -560,19    | 0,09  |
| 71 | Korneadan Suture Alınması                               | 4   | 30   | 2     | 8,00     | 1.016,84 | 4.067,36   | 300,16 | 1.200,64  | 275,00       | 3.792,36    | 4.092,52   | 13,79 |
| 72 | Korneal Punktur   | 5   | 32,5 | 2,167 | 10,83    | 1.101,58 | 5.507,88   | 325,17 | 1.625,87  | 5.725,00     | 217,12      | -108,06    | 0,03  |
| 73 | Lasek (Çift Göz)  | 11  | 37,5 | 2,5   | 27,50    | 1.271,05 | 13.981,55  | 375,20 | 4.127,20  | 38.110,00    | 24.128,45   | 23.753,25  | 0,63  |
| 74 | Lasik (Çift Göz)  | 3   | 45   | 3     | 9,00     | 1.525,26 | 4.575,78   | 450,24 | 1.350,72  | 10.450,00    | 5.874,22    | 5.423,98   | 0,56  |
| 75 | Lasik-Lasek (FS 200) (Tek Göz)                          | 21  | 45   | 3     | 63,00    | 1.525,26 | 32.030,46  | 450,24 | 9.455,04  | 64.650,00    | 32.619,54   | 32.169,30  | 0,50  |
| 76 | Lasik-Lasek (FS 200) (Çift Göz)                         | 422 | 45   | 3     | 1.266,00 | 1.525,26 | 643.659,72 | 450,24 | 190.012,8 | 2.010.490,00 | 1.366.830,2 | 1.366.380  | 0,67  |
| 77 | Lasik -Lasek (Tek Göz)                                  | 3   | 35   | 2,33  | 7,00     | 1.186,31 | 3.558,94   | 350,19 | 1.050,56  | 7.750,00     | 4.191,06    | 3.840,87   | 0,54  |
| 78 | Lasik- Lasek (Çift Göz) dışıdır                         | 1   | 37,5 | 2,5   | 2,50     | 1.271,05 | 1.271,05   | 375,20 | 375,20    | 1.150,00     | 121,05      | 496,25     | 0,10  |
| 79 | Lens Ekstraksiyonu, İntrakapsüler                       | 8   | 40   | 2,667 | 21,33    | 1.355,79 | 10.846,29  | 400,21 | 3.201,71  | 18.035,92    | 7.189,63    | 6.789,41   | 0,39  |
| 80 | Lens Ekstraksiyonu ve İntraoküler lens implantasyonu    | 11  | 37,5 | 2,5   | 27,50    | 1.271,05 | 13.981,55  | 375,20 | 4.127,20  | 22.681,90    | 8.700,35    | 8.325,15   | 0,38  |
| 81 | Lens Ekstraksiyonu, ekstrakapsüler                      | 15  | 35   | 2,33  | 35,00    | 1.186,31 | 17.794,70  | 350,19 | 5.252,80  | 31.123,46    | 13.328,76   | 12.978,57  | 0,42  |
| 82 | Levator Prosedürleri, Ptozis                            | 65  | 40   | 2,67  | 173,33   | 1.355,79 | 88.126,13  | 400,21 | 26.013,87 | 166.940,94   | 78.814,81   | 78.414,59  | 0,47  |
| 83 | Levator Prosedürleri, Ptozis (Komplike)                 | 1   | 45   | 3     | 3,00     | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24    | 3.697,97     | 2.172,71    | 1.722,47   | 0,58  |
| 84 | Limbal kök hücre transplantasyonu                       | 3   | 32,5 | 2,167 | 6,50     | 1.101,58 | 3.304,73   | 325,17 | 975,52    | 3.379,49     | 74,76       | -250,41    | 0,02  |
| 85 | Mekula Dejenerasyonu için Fotodnmik Tedavi Uygulamaları | 13  | 45   | 3     | 39,00    | 1.525,26 | 19.828,38  | 450,24 | 5.853,12  | 72.370,00    | 52.541,62   | 52.091,38  | 0,72  |
| 86 | Orbita dekompresyon operasyonu                          | 1   | 45   | 3     | 3,00     | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24    | 6.790,93     | 5.265,67    | 4.815,43   | 0,77  |
| 87 | Orbitotomi  | 1   | 35   | 2,33  | 2,33     | 1.186,31 | 1.186,31   | 350,19 | 350,19    | 2.891,42     | 1.705,11    | 1.354,92   | 0,58  |

Ameliyat Klinik Hizmet Sunumunda Maliyet Hacim Kâr Analizi: Özel Bir Göz Hastanesinde Vaka Çalışması

|     |   |     |      |       |        |          |            |        |           |              |            |            |        |
|-----|---|-----|------|-------|--------|----------|------------|--------|-----------|--------------|------------|------------|--------|
| 88  | Otogrefli Pterijum ameliyatı                                  | 68  | 32,5 | 2,167 | 147,33 | 1.101,58 | 74.907,21  | 325,17 | 22.111,79 | 112.122,75   | 37.215,54  | 36.890,36  | 0,33   |
| 89  | PTK Çift Göz  | 1   | 40   | 2,667 | 2,67   | 1.355,79 | 1.355,79   | 400,21 | 400,21    | 3.450,00     | 2.094,21   | 1.694,00   | 0,60   |
| 90  | Pnömatik Retinopeksi (3..Basamak)                             | 3   | 35   | 2,33  | 7,00   | 1.186,31 | 3.558,94   | 350,19 | 1.050,56  | 4.800,00     | 1.241,06   | 890,87     | 0,25   |
| 91  | Pterijum ameliyatı  | 7   | 32,5 | 2,167 | 15,17  | 1.101,58 | 7.711,04   | 325,17 | 2.276,21  | 7.201,40     | 509,64     | 834,81     | 0,07   |
| 92  | Punktoplasti  | 14  | 30   | 2     | 28,00  | 1.016,84 | 14.235,76  | 300,16 | 4.202,24  | 7.952,50     | 6.283,26   | 6.583,42   | 0,79   |
| 93  | Punktum tıkaçı koyulması                                      | 74  | 30   | 2     | 148,00 | 1.016,84 | 75.246,16  | 300,16 | 22.211,84 | 43.365,00    | 31.881,16  | 32.181,32  | 0,73   |
| 94  | Pupilloplasti   | 4   | 40   | 2,67  | 10,67  | 1.355,79 | 5.423,15   | 400,21 | 1.600,85  | 10.842,11    | 5.418,96   | 5.018,75   | 0,49   |
| 95  | Rektuslara gerileme ve rez., aynı göz                         | 65  | 42,5 | 2,83  | 184,17 | 1.440,52 | 93.634,02  | 425,23 | 27.639,73 | 244.987,97   | 151.353,95 | 150.928,73 | 0,61   |
| 96  | Rektus geril ve rez.,aynı göz kom                             | 27  | 45   | 3     | 81,00  | 1.525,26 | 41.182,02  | 450,24 | 12.156,48 | 114.014,58   | 72.832,56  | 72.382,32  | 0,63   |
| 97  | Rektuslara gerileme veya rezeksiyon, her biri                 | 1   | 45   | 3     | 3,00   | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24    | 4.950,00     | 3.424,74   | 2.974,50   | 0,69   |
| 98  | Revizyon  | 57  | 15   | 1     | 57,00  | 508,42   | 28.979,94  | 150,08 | 8.554,56  | 277,67       | 28.702,27  | 28.852,35  | 103,36 |
| 99  | Ring Takılması  | 7   | 37,5 | 2,5   | 17,50  | 1.271,05 | 8.897,35   | 375,20 | 2.626,40  | 28.270,00    | 19.372,65  | 18.997,45  | 0,68   |
| 100 | Sekonder Orbita İmplantasyonu                                 | 1   | 40   | 2,67  | 2,67   | 1.355,79 | 1.355,79   | 400,21 | 400,21    | 4.150,00     | 2.794,21   | 2.394,00   | 0,67   |
| 101 | Siklokrioterapi   | 1   | 25   | 1,667 | 1,67   | 847,37   | 847,37     | 250,13 | 250,13    | 704,12       | 143,25     | 393,38     | 0,20   |
| 102 | Silikon takılması   | 24  | 20   | 1,33  | 32,00  | 677,89   | 16.269,44  | 200,11 | 4.802,56  | 8.845,00     | 7.424,44   | 7.624,55   | 0,83   |
| 103 | Silikon yağı çıkarılması                                      | 24  | 32,5 | 2,167 | 52,00  | 1.101,58 | 26.437,84  | 325,17 | 7.804,16  | 37.072,77    | 10.634,93  | 10.309,76  | 0,28   |
| 104 | Skleral fiksasyon ile sekonder intraoküler lens implantasyonu | 26  | 37,5 | 2,5   | 65,00  | 1.271,05 | 33.047,30  | 375,20 | 9.755,20  | 53.104,19    | 20.056,89  | 19.681,69  | 0,37   |
| 105 | Soket revizyonu   | 4   | 45   | 3     | 12,00  | 1.525,26 | 6.101,04   | 450,24 | 1.800,96  | 21.465,68    | 15.364,64  | 14.914,40  | 0,71   |
| 106 | Subkonjonktival ve subtenon enjeksiyon                        | 1   | 20   | 1,33  | 1,33   | 677,89   | 677,89     | 200,11 | 200,11    | 150,00       | 527,89     | 728,00     | 3,51   |
| 107 | Sütür alınması  | 4   | 15   | 1     | 4,00   | 508,42   | 2.033,68   | 150,08 | 600,32    | 450,00       | 1.583,68   | 1.733,76   | 3,51   |
| 108 | Tarsorafî   | 5   | 30   | 2     | 10,00  | 1.016,84 | 5.084,20   | 300,16 | 1.500,80  | 5.163,39     | 79,19      | 220,97     | 0,01   |
| 109 | Topo- Guided + Cross  | 6   | 45   | 3     | 18,00  | 1.525,26 | 9.151,56   | 450,24 | 2.701,44  | 35.850,00    | 26.698,44  | 26.248,20  | 0,74   |
| 110 | Trabekülektomi  | 26  | 40   | 2,67  | 69,33  | 1.355,79 | 35.250,45  | 400,21 | 10.405,55 | 86.399,96    | 51.149,51  | 50.749,29  | 0,59   |
| 111 | Trikiasis (kırpık alınması)                                   | 11  | 30   | 2     | 22,00  | 1.016,84 | 11.185,24  | 300,16 | 3.301,76  | 8.665,00     | 2.520,24   | 2.820,40   | 0,29   |
| 112 | Vitrektomi REOP   | 16  | 42,5 | 2,83  | 45,33  | 1.440,52 | 23.048,37  | 425,23 | 6.803,63  | 52.660,00    | 29.611,63  | 29.186,40  | 0,56   |
| 113 | Vitrektomi ,anterior  | 53  | 35   | 2,33  | 123,67 | 1.186,31 | 62.874,61  | 350,19 | 18.559,89 | 100.360,66   | 37.486,05  | 37.135,87  | 0,37   |
| 114 | Vitrektomi ,pars plana  | 51  | 45   | 3     | 153,00 | 1.525,26 | 77.788,26  | 450,24 | 22.962,24 | 399.083,46   | 321.295,20 | 320.844,96 | 0,80   |
| 115 | Vitrektomi ,pars plana (Komplike)                             | 1   | 45   | 3     | 3,00   | 1.525,26 | 1.525,26   | 450,24 | 450,24    | 8.736,25     | 7.210,99   | 6.760,75   | 0,82   |
| 116 | Vitroretinal cerrahi , Tüm işlemler                           | 117 | 45   | 3     | 351,00 | 1.525,26 | 178.455,42 | 450,24 | 52.678,08 | 1.130.507,03 | 952.051,61 | 951.601,37 | 0,84   |

Ameliyat Klinik Hizmet Sunumunda Maliyet Hacim Kâr Analizi: Özel Bir Göz Hastanesinde Vaka Çalışması

|     |   |      |      |        |          |          |              |             |              |              |             |             |       |
|-----|---|------|------|--------|----------|----------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------|
| 117 | Vitroretinal cerrahi , Tüm işlemler (Komplike)                        | 8    | 55   | 3,67   | 29,33    | 1.864,21 | 14.913,65    | 550,29      | 4.402,35     | 101.734,18   | 86.820,53   | 86.270,23   | 0,85  |
| 118 | Vitroretinal cerrahi , Tüm işlemler (PPV)                             | 2    | 50   | 3,33   | 6,67     | 1.694,73 | 3.389,47     | 500,27      | 1.000,53     | 21.421,00    | 18.031,53   | 17.531,27   | 0,84  |
| 119 | Xlantalazma (Büyük)   | 13   | 30   | 2      | 26,00    | 1.016,84 | 13.218,92    | 300,16      | 3.902,08     | 12.400,00    | 818,92      | 1.119,08    | 0,06  |
| 120 | Xlantalazma (Küçük)   | 24   | 25   | 1,67   | 40,00    | 847,37   | 20.336,80    | 250,13      | 6.003,20     | 11.250,00    | 9.086,80    | 9.336,93    | 0,80  |
| 121 | Yüksek miyopide negatif lens implantasyonu (Yüksek Hipermetrop Toric) | 1    | 60   | 4      | 4,00     | 2.033,68 | 2.033,68     | 600,32      | 600,32       | 12.500,00    | 10.466,32   | 9.866,00    | 0,83  |
| 122 | Yüksek miyopide negatif lens implantasyonu                            | 7    | 55   | 3,67   | 25,67    | 1.864,21 | 13.049,45    | 550,29      | 3.852,05     | 70.900,00    | 57.850,55   | 57.300,26   | 0,81  |
| 123 | Ön Kamara Lavajı  | 9    | 25   | 1,67   | 15,00    | 847,37   | 7.626,30     | 250,13      | 2.251,20     | 1.600,00     | 6.026,30    | 6.276,43    | 3,76  |
| 124 | Ön kamara veya sulkosa sekonder intraoküler lens implantasyonu        | 14   | 32,5 | 2,167  | 30,33    | 1.101,58 | 15.422,07    | 325,17      | 4.552,43     | 24.637,62    | 9.215,55    | 8.890,37    | 0,37  |
| 125 | Intraorbital yabancı cisimlerin çıkarılması                           | 1    | 35   | 2,33   | 2,33     | 1.186,31 | 1.186,31     | 350,19      | 350,19       | 2.000,00     | 813,69      | 463,50      | 0,40  |
| 126 | lol çıkarılması   | 14   | 35   | 2,33   | 32,67    | 1.186,31 | 16.608,39    | 350,19      | 4.902,61     | 25.643,86    | 9.035,47    | 8.685,29    | 0,35  |
| 127 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Alcon Fako+ IQ)                           | 13   | 37,5 | 2,5    | 32,50    | 1.271,05 | 16.523,65    | 375,20      | 4.877,60     | 29.670,60    | 13.146,95   | 12.771,75   | 0,44  |
| 128 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Alcon Fako+ Toric)                        | 3    | 45   | 3      | 9,00     | 1.525,26 | 4.575,78     | 450,24      | 1.350,72     | 12.545,00    | 7.969,22    | 7.518,98    | 0,63  |
| 129 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Alcon Femto+IQ)                           | 4    | 35   | 2,33   | 9,33     | 1.186,31 | 4.745,25     | 350,19      | 1.400,75     | 13.810,00    | 9.064,75    | 8.714,56    | 0,65  |
| 130 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Alcon Femto+Toric)                        | 2    | 40   | 2,67   | 5,33     | 1.355,79 | 2.711,57     | 400,21      | 800,43       | 12.020,00    | 9.308,43    | 8.908,21    | 0,77  |
| 131 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Fako+ Panoptix)                           | 7    | 45   | 3      | 21,00    | 1.525,26 | 10.676,82    | 450,24      | 3.151,68     | 43.400,00    | 32.723,18   | 32.272,94   | 0,75  |
| 132 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Fako+ Tecnis)                             | 3    | 35   | 2,33   | 7,00     | 1.186,31 | 3.558,94     | 350,19      | 1.050,56     | 6.670,00     | 3.111,06    | 2.760,87    | 0,46  |
| 133 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Femto+ Panoptix Toric)                    | 6    | 50   | 3,33   | 20,00    | 1.694,73 | 10.168,40    | 500,27      | 3.001,60     | 45.390,00    | 35.221,60   | 34.721,33   | 0,77  |
| 134 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Femto+ Panoptix)                          | 29   | 50   | 3,33   | 96,67    | 1.694,73 | 49.147,27    | 500,27      | 14.507,73    | 209.970,00   | 160.822,73  | 160.322,47  | 0,76  |
| 135 | Şeffaf lens ekstraksiyonu ( Femto+Symphony)                           | 7    | 50   | 3,33   | 23,33    | 1.694,73 | 11.863,13    | 500,27      | 3.501,87     | 51.330,00    | 39.466,87   | 38.966,60   | 0,76  |
| 136 | Ameliyat Ön Tetkik Ücreti   | 3384 | 15   | 1      | 3.384,00 | 508,42   | 1.720.493,28 | 150,08      | 507.870,72   | 373.010,00   | 1.347.483,2 | 1.347.633   | 3,61  |
| 137 | Lokal Anestezi  | 240  | 15   | 1      | 240,00   | 508,42   | 122.020,80   | 150,08      | 36.019,20    | 4.101,26     | 17.919,54   | 118.069,62  | 28,75 |
|     | TOPLAM  | 8616 | 5264 | 350,93 | 16394,3  | 178421,5 | 8.335.190,01 | 52.668,07 ₺ | 2.460.456,54 | 16.755.500,4 | 8.420.310,4 | 8.367.642,4 |       |

TAS: Toplam Ameliyat Sayısı, OAS: Ortalama Ameliyat Süresi, DK: Dönüşüm Katsayısı, EIS: Eşdeğer İşlem Sayısı, DGİM: Değişken Gider İşlem Maliyeti, TDGİM: Toplam Değişken Gider İşlem Maliyeti, SGİM: Sabit Gider İşlem Maliyeti, TSGİM: Toplam Sabit Gider İşlem Maliyeti, TG: Toplam Gelir, KP: Katkı Payı, BK: Brüt Kar ve KO: Katkı Oranını ifade etmektedir.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Yiyecek Fotoğrafçılığının Grafik Tasarım Bağlamında Değerlendirilmesi

Bayram BOZHÜYÜK\* 

## ÖZ

Bir reklam yüzeyinde ürünün ya da hizmetin ne olduğu günümüzde genelde fotoğrafik görsellerle ifade edilmektedir. Bu bağlamla reklam fotoğrafçılığı işinin reklam tasarımının ana fikrinin belirlenmesinde önemli rolü vardır. Reklam fotoğrafçılığı, fotoğraf çekim yöntemlerinin ve teknolojilerinin tamamından yararlanan bir alandır. Yiyecek fotoğrafçılığı da reklam fotoğraflarının bir kısmını oluşturur. Gıda ve gastronomi alanında faaliyet gösteren ister dünya çapında olsun, ister yerel olsun birçok marka ürünlerini öncelikle görsel materyallerle tanıtmaktadır. Dolayısıyla gıda fotoğrafçılığı gıda konusunda markalaşma için büyük öneme sahiptir. Fakat reklamı yapılan ürün sadece fotoğraf çekimiyle yeterli kalmamaktadır. Reklamın çekimleri; yapılan çekimin işlenmesinden, tasarım ve yayın sürecine kadar birçok grafik düzenlemeden geçmektedir.

Birçok reklam çekiminde olduğu gibi yiyecek konusunda yapılacak reklam çekimlerinde çekimin yayınlanacağı mecra önemlidir. Bu yüzden yiyecek çekimlerinde ürünün yayınlanacağı reklamın gösterim şekli değişmektedir. Dolayısıyla yiyecek fotoğraflarının içerik bağlamında niteliğini ve çekim şeklini yayınlanacak mecraya göre grafik anlatım kuralları şekillendirmektedir. Bu araştırmada gastronomi alanında çekilen bazı reklam fotoğraf örnekleriyle grafik tasarım öğelerinin birlikte değerlendirilmesi yapılmıştır. Değerlendirme kapsamında dünyanın değişik yerlerinden gıda temalı reklam çalışmaları seçilmiştir. Seçilen görsellerdeki grafik ve fotoğraf temaları ayrıştırılmak suretiyle elde edilen bilgiler reklam ve yiyecek fotoğrafçılığı arasındaki ilişkiyi açıklamayı amaçlamaktadır. Ayrıca bu araştırma yiyecek fotoğrafçılığı ve grafik alanındaki literatüre katkı sağlamak amacıyla hazırlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Grafik, Gastronomi, Fotoğraf, Reklam

## Evaluation of Food Photography in the Context of Graphic Design

### ABSTRACT

What the product or service is on an advertising surface is usually expressed with photographic images. In this context, the advertising photography business has an important role in determining the main idea of the advertising design. Advertising photography is a field that utilizes all photographic methods and technologies. Food photography is also part of advertising photography. Many brands operating in the field of food and gastronomy, whether they are worldwide or local, introduce their products primarily with visual materials. Therefore, food photography is of great importance for branding food. However, the advertised product is not sufficient only for a photoshoot. Advertising shots; It goes through many graphic arrangements from the processing of the shot to the design and publishing process.

As with many commercial shoots, the medium where the shooting will be broadcast is important in advertising shoots on food. For this reason, the way of displaying the advertisement in which the product will be published in food shootings changes. Therefore, the graphic expression rules shape the quality and shooting style of food photographs in the context of the content, according to the medium to be published. In this research, some examples of advertising photographs taken in the field of gastronomy and graphic design elements were evaluated together. Within the scope of the evaluation, food-themed advertising works from different parts of the world were selected. The information obtained by separating the graphic and photographic themes in the selected images aims to explain the relationship between advertising and food photography. In addition, this research has been prepared to contribute to the literature in the field of food photography and graphics.

**Keywords:** Graphic, Gastronomy, Photography, Advertisement

### 1. Giriş

Gıda maddelerinin veya yiyeceklerin tanıtım faaliyetleri çok çeşitli amaçlarla yürütülmektedir. Bir yiyecek tanıtımı hangi amaçla yapılırsa yapılsın fotoğraf tanıtımın temel öznesi konumundadır. Gastronomi odaklı yayınlarda fotoğraf, ürünün tanıtımında temel özne olsa da bu öznenin renk bilgisi, çekim açısı, yaratılacak imaj ve mecranın görüntünün ele alınış yöntemleri göz önünde bulundurulduğunda grafik tasarımın fotoğrafı etkilediği unutulmamalıdır. Bir ürünün hangi mecrada hangi amaçla yerleştirilmesi gerekliliği temel esastır. Bu esasa göre kadrajın kullanımı belirlenmektedir. Görsel dünyada gastronomi odaklı görüntüler çok farklı amaçlarla kullanılmaktadır. Bunlardan en geleneksel olanı belgesel fotoğrafçılığı amaçlı kullanımdır. Bir kültüre ait bir gıda ürününün hazırlanışında, yetişmesinde ve

\* Öğr. Gör. Dr., Gaziantep Üniversitesi, byram27@hotmail.com  
Makalenin Gönderim Tarihi: 19.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 31.05.2022

üretmesinde kültürel göstergelerin fotoğraflanması fotoğraf makinesinin küresel çapta kullanıldığı ilk zamanlardan beri süregelmiştir. Bunun yanında bir gıda ürününün reklam faaliyetlerinde kullanılması amacıyla da gastronomi odaklı görüntüler elde edilmektedir. Reklam amacıyla elde edilen gıda fotoğrafları ajans ve yiyecek stilistlerinin ortak çalışmalarını gerektirmektedir. Ayrıca 21. yüzyılın başlarında geliştirilmiş sosyal medya araçlarında yiyecek temalı görseller de gıda fotoğrafçılığını popüler hale getirmiştir. Yapılan literatür taramasında reklam fotoğrafçılığı ya da yiyecek fotoğrafları hakkında az sayıda yayın bulunmasının yanında bu iki alanı birleştiren çok az bilgi bulunmaktadır. Araştırma bu özelliğiyle yeni bilgiler sunduğundan grafik, fotoğraf ve yiyecek alanlarına disiplinler arası bir katkı sağlamaktadır.

Gastronomi fotoğrafçılığında belgesel fotoğraf ya da sosyal medya fotoğrafçılığının çekim davranışları bir kenara konulacak olursa reklam fotoğrafçılığı alanında anlatılması gereken önemli noktalar ve bilinmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Reklam fotoğrafçılığının gastronomi görselleri elde etmek için kullanılmasında grafik yöntem ve farklı görsel kurallar bulunmalıdır. Bir derginin kapak tasarımında veya dergi içerisinde yer alan görsellerin çekimi ile bir afişin, stok fotoğrafın, yemek kitabının ya da internet reklamlarının çekimler arasında dikkat edilmesi gereken bazı durumlar üzerinde durulmalıdır. Bu araştırma bu konuda örneklerle bilgi vermek amacıyla ortaya konulmuştur.

Araştırmada önce reklam fotoğrafçılığı hakkında kısaca bazı temel bilgiler verilmiştir. Reklam fotoğrafçılığı alanında yapılmış yayınlar incelenerek aktarılmıştır. Bu yayınlardaki bilgiler makalede gıda fotoğrafçılığı ekseninde örneklerle değerlendirilmiştir. Araştırmanın ikinci aşamasında gıda fotoğrafçılığı hakkında bilgi verilerek gastronomi ve yiyecek fotoğrafçılığına değinilmiştir. Gastronomi fotoğrafçılığının doğrudan elde edilen yiyecek fotoğrafları arasında belli başlı farklar bulunmaktadır. Araştırmanın ikinci kısmında bu farklara değinilmiştir. Hangi çekim türü gastronomi fotoğrafını kapsar, hangi ürün yiyecek fotoğrafıdır? sorusunun cevabı verilmektedir.

Bir gıda ürününün tanıtım çalışmalarında fotoğrafın tasarımın merkezinde olmasına rağmen çekilecek fotoğrafın bazı görsel şartları taşıması gerekmektedir. Araştırmanın üçüncü kısmında ise makalede bahsedilen grafik ve gastronomi/gıda fotoğrafçılığı ilişkisini açıklamak için farklı mecralardaki örnekler incelenmiştir. Araştırmanın üçüncü kısmında gastronomi/gıda fotoğrafçılığı ile görsel tasarım arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bunu yaparken örneklerdeki fotoğraf öğeleri ile grafik öğeler ayrıştırılmış veya fotoğraf üzerinde yapılan işlemler anlatılmıştır. Gıda fotoğrafçılığının reklam çalışmalarında kullanılması için mecraların farklılığı üzerinde durulmuş ve çeşitli çeşitli reklam yayınlarından gözlemlenen sonuçlar anlatılmıştır. Bu sayede reklam ile gıda fotoğraflarının birleştiricisi olan grafik alanının görsel iletişim materyalleri oluşturmadaki önemi ortaya konulmuştur.

## 2. Reklam çalışmalarında Fotoğrafın Kullanımına Bakış

19. yüzyılda sanayi devrimi birçok alanda insanın üretim alışkanlığı ve sosyal yaşamına etki etmesinin yanında camera obscura/fotoğrafın icadı görsel iletişim alanında da değişim başlatmıştır. 19. yüzyılın başlarında fotoğrafın icadıyla beraber görüntü odaklı çalışmalar hız kazanmıştır. Buna ek olarak 19. yüzyıldan itibaren fotoğraf makinelerinin gelişimi ve yaygınlaşması da çok hızlı olmuştur. Fotoğraf, bilimsel amaçlarla kullanılmasının yanında sanatsal ve görsel işler alanında da çalışma alanı açmıştır. Bu bağlamda fotoğrafın reklam amaçlı kullanımının ilk örnekleri 1850'lerde görülmeye başlanmıştır. Ancak dönemin teknolojik kısıtlamaları nedeniyle yaygınlaşamamıştır (Göçmen, 2016, s. 94). O dönemlerde reklam çalışmalarında illüstratif anlatımlar halen yaygın bir şekilde kullanılmaya devam edilmiştir. Alan Campbell-Swinton, görüntülerin elektronik iletimi ve alımı için katot ışın tüplerinin kullanımıyla 1903 civarında deneyler yapmaya başlamış ve 1908'de Nature'a yazdığı bir mektupta, tamamen elektronik bir televizyon üretme yönteminin teorik temelini tanımlamıştır (Alan Archibald Campbell-Swinton, 12.04.2022). Bu durum görüntülerin ekrana aktarılmasının önünü açarak günümüz dijital görüntülerin temelini atmıştır. Gazetelerde fotoğrafların basılmaya başlanması fotoğrafı reklam materyali amacıyla kullanılmasını tekrar gündeme getirmiştir. Ardından I. Dünya savaşından sonra ortaya çıkan Dada hareketine ait sanatçılar kolaj çalışmalarıyla fotoğrafın dönemin sanat anlayışına dahil olmasında etkili olmuştur. 1920'lerden sonra birçok tasarımcı afişlerinde fotoğraflardan yararlanmaya başlamıştır. Bunlar arasında Jan Tschichold, László Moholy-Nagy, John Heartfield gibi isimler bulunmaktadır. 1930'larda fotoğrafın reklamda kullanılmaya başlaması yaygınlaşmaya başlamıştır. 1930'ların modernist estetiği fotoğrafı artık birçok alanda işlevsel olarak görmüştür. 20. Yüzyıl boyunca da modernist yaklaşım, fotoğrafı görüntülerin hızlı

üretilebilmesindeki ve günlük basında çabuk basılabilmesindeki avantajlardan yararlanmıştır (Dahlgren, 2007, s. 144).

20. yüzyılın basılı görsel medyası fotoğrafik görüntülere dayanmıştır. Birçok dergi, ansiklopedi ve reklam çalışmalarında fotoğraf temel unsur haline dönüşmüştür. Bu yüzden medya fotoğrafçılığı ve reklamcılık fotoğrafın bütün çekim türleri ve dallarından yararlanır hale gelmiştir. 20. Yüzyılın sonlarına doğru bilgisayar teknolojilerin gelişmesi görüntüde dijitalleşmeyi arttırmış, sonrasında ise fotoğraf reklamın önemli bir birleşeni haline gelmiştir. Dijital fotoğraf teknolojisindeki gelişmeler fotoğrafı farklı bağlamda önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle de bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler fotoğrafın hem üretim hem de tüketim biçimlerini etkilemiştir. Bunu yanında, iletişim teknolojilerinin ve özellikle internet, çoklu ortam gibi “yeni” medyaların etkileşimli kullanımının gelişmelere etkisi büyüktür (Ürper, 2012, s. 38). Reklam çalışmalarında fotoğrafın ve hatta sonrasında reklam filmlerin yaygınlık kazanması reklamı yapılan nesnenin ürünü doğrudan tüketiciye iletmesinde kolaylık sağladığından fotoğrafik görüntüler, reklam kampanyalarında olmazsa olmaz bir hale gelmiştir.

Günümüzde bir reklam kampanyası mesaj ve mesajı destekleyici görsel unsurlardan oluşmaktadır. Herhangi bir reklam kampanyasında görsel öğelerin en başında gelen fotoğraf, tasarım yüzeyinin tamamında temel unsur olabilmektedir. Fotoğrafın tasarım yüzeyinde görsel elemanlarla birlikte sunumu mesajın açık bir biçimde algılanmasına, dikkat çekmesine ve görsel anlatımın desteklenmesini sağlamak için kullanılmaktadır. Bu haliyle fotoğraf, reklamda bir bütünün parçası konumundadır (Ürper, 2012, s. 66). Özellikle bilgisayar tekniklerinin gelişimi ve dijital fotoğraf reklam çalışmalarında fotoğrafın kullanımını daha yaygın ve esnek hale getirmiştir. Grafik amaçlı işlev gören piksel tabanlı yazılımlar görüntüler üzerinde tasarımcıları hâkimiyetini kolaylaştırmıştır. Teknolojinin sunduğu olanaklar fotoğrafın salt sunumu yerine onun işlenmesini, birkaç fotoğrafın aynı yüzeyde kullanılmasını kolaylaştırmıştır. Bu durum reklamcılık alanında yaratıcı çözümlerin artmasını sağlamıştır. Dolayısıyla dijital fotoğrafçılık, reklam fotoğrafçılarında, moda fotoğrafçılarında, belgesel fotoğrafçılarında ve grafik tasarımcılara çok yardımcı olabilmektedir (Allers, 1997, s. 5-6).

Dijital teknolojilerin ve internet sayesinde stok fotoğrafçılığı, fotoğrafın ticarileşmesine ve tasarımcıların daha zengin arşivlere ulaşmasını sağlamıştır. Zaten stok fotoğrafçıları tasarım, reklamcılık ve ana akım kültürler kapsamında satın alınabilecek birçok şeyin görselini hazırlamaktadırlar (Ehlen, 2018, s. 8). Göz alıcı stok görselleri oluşturmak için reklam fotoğrafçıları da çok çeşitli fotoğraf tekniklerine hâkim olmaları gerekir (Brown ve Sappe, 1989, s. 4). Bu duruma ek olarak stüdyo ortamında üretilmiş fotoğraflar stok fotoğrafları ile desteklenerek zengin içerikler oluşmasına katkı sunmaktadır. Hem stok fotoğrafların kullanılması hem de stüdyo ortamında kurgusal görüntülerin oluşturularak reklamda kullanılması reklam fotoğrafçılığının eklektik bir yapısının olduğunu göstermektedir. Burada görüntülerin birleştirilmesi, uyumlanması, işlenmesi, uygun imajlara göre tipografinin kullanılması reklam fotoğraflarını grafik tasarımın çalışma alanına taşımaktadır. Dijital teknolojilerin görüntü odaklı işlere uyarlanmasıyla yiyecek ve içecek fotoğrafçılığına bir zamanlar yalnızca kitaplarda, dergilerde veya diğer basılı medya türlerinde rastlanmasına rağmen, bugünün dünyasında televizyon programları, web siteleri, bloglar ve sosyal medya aracılığıyla yaygın olarak erişilebilir durumdadır. Fotoğrafın interaktif medya aracılığıyla paylaşımı çok popüler hale gelmektedir ve bu alanda yemek ortak ve yaygın bir tema olmaktadır (Cankül, Ari ve Okumuş, 2021, s.2).

Fotoğrafik görüntülerin içeriğinde taşıdığı nesnellik bilimsel alanlarda kullanılmaktadır. Fakat camera obscura ilk çıktığı zamandan itibaren görüntülerde manipülasyonlar yapılabiliyordu. Günümüzde de reklam için fotoğrafın çekildiği andan yayınlandığı ana kadar, film veya videodaki hareketli resimlerde olduğu gibi çizimlerde ve fotoğraflarda da akla gelebilecek her türlü değişiklik yapılabilir (Pettersson, 2002, s. 3). Hatta bilgisayar grafiği işleme teknolojisinin muazzam gelişimi ile fotogerçekçi bilgisayar grafiği görüntülerini gerçek görüntülerinden ayırt etmenin zor olduğu işler dahi vardır (Gajanan ve Mankar, 2017, s. 654). Fotoğrafların reklamcılık ve dolayısıyla grafik alanına girmesi gerçeklik sorununu da gündeme getirmiştir. Çeşitli grafik programları vasıtasıyla işlenen görüntülerdeki manipülasyon oranları ne kadar fazla ya da az olması gerektiğinin limitleri bilinmemektedir. Çünkü her görüntünün kendisi içerisinde değerlendirilecek özellikleri bulunmaktadır. Grafik ortamında oluşturulan görüntülerden yeni görüntü oluşturmak reklamcılığın kullandığı ifade biçimi haline gelmiştir. Reklam amaçlı işlemde geçmiş grafik görüntülerle fotoğraf üretmek birçok alanda olduğu gibi yiyecek fotoğraflarında yapılmaktadır.

### 3. Gastronomi ve Yiyecek Fotoğrafçılığı

Gastronomi kelimesinin etimolojik kökeni eski Yunancadan gelmesine rağmen, bir çalışma alanı olan gastronomi gıda ile ilgili birçok yan alanlarla da bağlantılıdır. Bu bağlamda yeme-içme ile ilgili tüm kural ve normları ifade eden gastronomi kültür, tarih, yetenek ve tecrübe ile harmanlanmıştır (Aksoy, 2015'den akt. Küçükkömürler, Şirvan, Sezgin, 2018, s. 79). Ayrıca gastronomi, yerel kimliği güçlendirme, kültürlerarası etkileşimi artırma ve yerel ekonominin gelişmesini sağlama yönünden yerel halka katkı sağlamaktadır (Yılmaz, 2017, s. 172). Gastronomi, barındırdığı birçok anlamsal ve uygulamalı özelliklerinden dolayı çalışma alanı geniş bir alandır. Dolayısıyla görsel iletişimin ve fotoğrafın da çalışma alanına da girmektedir.

“Belgesel Fotoğraf” tanımı, gelecekteki hafıza için olayları, kişileri ve ortamları alaka ve önemle kaydetmek için kullanılan fotoğraf türünü ifade eder (Pinho, 2017, s. 2). Belgesel fotoğraf yoluyla bir kültürün incelenmesi, o belirli kültürün anlaşılması için değerli olabilecek görsel kanıtlar taşımaktadır (Kuntjara, 2011, s. 79). Bir bölgedeki yeme içme kültürünün gösterilmesi, belgelenmesi amacıyla fotoğrafın kullanılması da genellikle belgesel niteliği taşımaktadır. O halde bir görüntünün gastronomi fotoğrafı özelliği taşıması için yiyeceğin üretimi veya gıda maddesinin bulunduğu veya üretildiği tarihsel, coğrafi, kültürel ve etnik göstergelerin kadrajın içerisinde olması gerekmektedir. Bu konuda birçok üretilmiş görsel bulunmaktadır. Görsel 1’de görüldüğü üzere Tayland’da sandal üzerinde sokak lezzetlerinin satıldığı bir anın karesi gastronomi fotoğrafı özelliği taşımaktadır (Görsel 1).



**Görsel 1.** Tayland’dan bir gastronomi belgesel fotoğraf örneği.  
(Kaynak: <https://travelingasikbackpacker.wordpress.com>)

Görsel 2’de Hindistan Amritsar’da Altın tapınak yakınında hamur işi ile uğraşan insanların fotoğrafı görülmektedir. Bu fotoğraf belge niteliği taşıdığı gibi gastronomi fotoğrafı kapsamında da değerlendirilmektedir (Görsel 2).



**Görsel 2.** Hindistan/Amritsar.  
(Kaynak: <https://foodandroad.com/food-travel>)

Görsel 1 ve 2’deki fotoğraflar Asya ülkelerinde çekilmiştir. Asya ülkeleri görsellik açısından etnik içerikli görüntüler elde etmek için zengin bir bölge olsa da gastronomi konusunda bu örnekler gibi Dünya’nın

birçok coğrafyasından yemek konulu belgesel görüntüler çekilmiştir/çekilmektedir. Görsel 3'te Dag Johansen'e ait National Geographic için çekilmiş fotoğrafta yiyeceğin sunumu ile kültürel imgeler bulunmaktadır. Sandalye, sofrta örtüsü, ürünlerin içeriği ve yanında kullanılan içecek ve arka plandaki deniz ege mutfağını betimleyen bir gastronomi fotoğrafıdır (Görsel 3). Görsel 3'teki fotoğraf herhangi bir endüstriyel veya doğrudan reklam amacı olarak çekilmemiştir. Bir coğrafi işaretli yiyeceği tanımlamak için belgelenmek amacıyla çekilmiştir.



**Görsel 3.** Adventures at the Greek Table.

(Kaynak: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/tripit-adventures-at-the-greek-table>)

Yemek fotoğrafçılığı, yiyeceklerin çekici natürmort fotoğraflarını oluşturmak için kullanılan bir natürmort fotoğrafçılığı türüdür. Ürünleri reklamlarda, dergilerde, ambalajlarda, menülerde veya yemek kitaplarında kullanılan ticari fotoğrafçılığın bir uzmanlık alanıdır (What is Food Photography?). Gastronomi dergileri ve yemek kitapları için yapılan fotoğraf çekimlerinde genellikle bir yemek tarifi geliştiricisi, bir aşçı, yemek stilisti ve fotoğrafçı bulunur (Maehashi, 2014, s. 69). Yemek fotoğrafları yemek trendinin görünümü ve hissettikleriyle ilgilidir. Yemek fotoğraflarında fotoğrafçılar estetik açıdan arzulanır olanı yaratma peşindedir (Tınmaz ve Yılmaz, 2019, s. 428). Salt yemek fotoğrafçılığı ile gastronomi fotoğrafçılığı arasında farklar bulunmaktadır. Yemek fotoğrafları reklam ve tanıtım amaçlı kullanılmaktadır. Yemek fotoğrafları sosyal medyanın kullanımıyla popüler bir hale gelse de profesyonel çekim stüdyoları endüstriyel amaçlı üretimler için daima öncelikli konumdadır. Çünkü burada yemeğin salt sunumu sırasında estetik kurallar söz konusudur ve çekilen görüntüler tüketiciyi ikna etmek amacıyla yapılmaktadır. Görsel 4'teki örnekte yiyeceğin özenli bir şekilde servisi ve etrafında diğer yan ürünlerle çekilmiş hali görülmektedir. Bu tür bir kadrajlama yiyecek/yemek fotoğrafına örnektir (Görsel 4).



**Görsel 4.** Yiyecek fotoğrafı örneği.

(Kaynak: <https://sortedmedia.com.au/wp-content/uploads/2020/06/DSC0903-scaled.jpg>)



Örneklerden yola çıkıldığında görüldüğü gibi bir yiyeceğin kadrajlanma ve görsel açıdan konunun işlenme şekli, çalışılan yiyeceğin ve çevresindeki göstergelerin gastronomi amaçlı belgesel bir fotoğraf mı olduğunu yoksa yiyecek fotoğrafı mı olduğunu anlatmaya yetmektedir.

#### 4. Yiyecek Fotoğrafçılığının Grafik Üretim ile İlişkisi

Grafik disiplinler arası çalışmayı gerektiren bir alandır. Fotoğraf ve yiyecek alanındaki çalışmaların sunumu ve görselleştirilmesinde grafik üretim güncel reklamcılıkta kullanılmaktadır. Çekilen görüntü ister raw çekim olsun jpeg olsun çeşitli görüntü işleme programları kullanılmaktadır. Burada ilk başta hemen görüntü işleme işleminde fotoğraflara grafik müdahale başlamaktadır. Yiyecek fotoğrafçılığında grafik müdahale hem ürünün çekiminden sonraki aşamada hem de ürünün yerleştirileceği mecraya uyarlamada, görsel bir tasarım üretmede devreye girmektedir. Bu aşamada yiyecek fotoğraflarını iki ayrı aşamada değerlendirmek gerekmektedir. Birinci aşama yiyecek stilistleri ile beraber yemeğin üretildiği yerde çalışmanın tamamını fotoğraf çekimiyle bitirmektir. İkincisi ise görüntülerin parça parça çekilip ya da bazı yerlerinin bilgisayar modelleri kullanılarak yeni bir görüntü oluşturmak şeklindedir. Aslında iki durumda da sunulan görüntü simülasyon bir görüntüdür (Görsel 5). Yemek fotoğrafçılığında simülasyon var olan bir yemeği fotoğrafta yemek olarak sunmak değil, var olmayan nesneyi yapay üretimle yemek olarak sunmaktadır. Yapay olarak üretilen ve birer simülakra dönüşen yemekler insanlar tarafından yemek olarak algılanır (Tınmaz ve Yılmaz, 2019, s. 433). Bu fikirle bir organik gıdayı tanıtmak için illüstrasyonların fotoğraflardan daha etkili olduğunu da düşünülebilir. Benzer şekilde, organik gıda, varsayımsal mevcudiyet mesafesini arttırdığından yiyeceği somut işlemeyen daha fazla modellenmiş temsili de kullanılmaktadır (Vermeir, Roose, 2020, s.29).



**Görsel 5.** Grafik ve fotoğrafik görüntülerin reklam alanında kullanılmasına bir örnek.

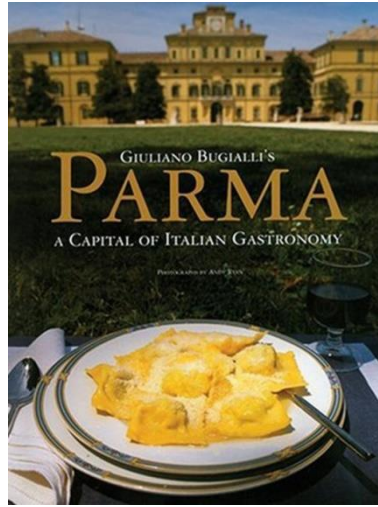
(Kaynak: <https://ianknaggs.com/2017-award-winning-photographers>)

Grafik ortamda çalışılmış gıda ürünleri görsel 5'teki gibi reklam işleri için tabii ki kullanılabilir. Fakat bazen yiyecek reklamlarında gerçeklik sorununu ve tüketici haklarıyla ilgili sorunlar da bulunmaktadır. Çünkü bir ürünü anlatan bir afiş ya da menüdeki görüntü ile sunulan hizmet arasında bazen farklar bulunabilmektedir.

Ambalajlı ürünlerin fotoğrafının çekilmesi genelde problemlidir. Çünkü çips, kraker gibi ürünlerin ambalaj yüzeylerinin parlaklığı, kırıksıklığı ve ambalajın vakumdan kaynaklı şekilsizlikleri reklam fotoğrafı için elverişli değildir. Bu yüzden ambalajlı ürünlerin fotoğraflarının çekimi tercih edilmemektedir. Bunun yerine ambalaj tasarımları grafik tabanlı programlar yardımıyla üç boyutlu ortamda çalışılıp gerekli mecrada yayını yapılmaktadır. Dolayısıyla ambalajlı ürünlerin tamamı grafik imgelerden oluşmaktadır denilebilir.

İster görüntülerden üretilmiş bir yiyecek görüntüsü olsun, ister direkt fotoğrafla çekilerek üretilmiş yiyecek görüntüsü olsun iki durumda da grafik tasarım uygulama ve teknikleri sadece görsellerin işlenmesinde kullanılmamaktadır. Fotoğraflar grafik tasarımcılar tarafından çeşitli tasarım alanlarında kullanılması için birer materyaldir.

Dergi kapağı tasarımları için üretilen görseller incelendiğinde grafik ve tipografik öğelerin yerleşim alanları çekim aşamasında hesaba katılmalıdır. Ayrıca yemek ve dergi tasarımlarında gastronomi fotoğrafı kapsamında kültürel nesnelere de kullanılır (Görsel 6). Görsel 6'da "İtalyan Gastronomisinin Başkenti Parma" isimli kitapta yerleşim incelendiğinde görüntünün ağırlık merkezi denilen alt kısımda o yöreye ait bir masa düzeni bulunmakta aynı zamanda arka planda Parma'daki Ducal Palace görülmektedir. Kente ait bu yapı ile coğrafi ve kültürel bir gönderme yapılmak istenmiştir. Bu anlamda kitap kapağındaki fotoğrafı kategorize etmek gerekirse gastronomi fotoğrafı denilebilir. Buna ek olarak çekilen fotoğrafın kadrajı incelendiğinde yiyecek aşağıda saray ise üstte konumlandırılmış orta alanda çimenlik alandan faydalanılarak boşluk bırakılmıştır. Bu boşluk alan fotoğrafta grafik alandır. Boşluk alanda kitap adı ve bilgilerinin olduğu tipografik bir düzenleme bulunmaktadır.



**Görsel 6.** Bir yemek kitabındaki yiyecek çekimi ve arka plandaki kültürel öğelerin gösterilmesi.  
(Kaynak: <https://www.amazon.com/Capital-Italian-Gastronomy-Giuliano-Bugialli/dp/B000UP2AN0>)

Dergi kapaklarında da yazı ve grafik alan oluşturulması için kadraj alanında boşluklardan yararlanır. Görsel 7'deki dergi kapağı incelendiğinde yiyecek fotoğrafının tamamı değil sadece kesiti alınmıştır (Görsel 7). Yemeğin olduğu zemin grafik alan olarak ayrılmıştır. Konu başlıklarının olduğu metinler tabağın eksenine göre yerleştirilmiştir. Tasarımda renklerin kullanımı da yine fotoğraftaki ağırlıkta olan tonlarla uyum içerisinde. Ayrıca fotoğrafın sunduğu eksen etrafında yazı dizilimi yerleştirme birçok dergi tasarımında kullanılan bir yöntemdir.



**Görsel 7.** Bir yemek dergisi örneği.  
(Kaynak: <https://covers.magazinecloner.com/covers/176854.jpg>)

Dergi sayfa tasarımlarında da fotoğraf ve grafik yerleşimler uyum içerisinde olmalıdır. Fotoğraf grafik alanlarının destekleyicisi olmalıdır. Görsel 8'deki dergi sayfa tasarımı incelendiğinde sol sayfadaki yazıların eğimli yazılmasının sebebi sayfaya dinamik bir görüntü kazandırmak içindir (Görsel 8). Bunun için sol sayfadaki ürünlerin diziliminde de eğik kadraj kullanılmıştır. Sağ sayfada yazı bloğu ve metin yazarının grafikleri incelendiğinde yine tabağın eksenine göre yapıldığı anlaşılmaktadır. Sayfalardaki ürünlerin ve zeminin renk seçimleri yine sayfa tasarımıyla ve yazıların renkleriyle bütün oluşturmaktadır. Fotoğrafın kendisi sayfanın tamamını kapsayarak tasarım yüzeyin dönüşmüştür. Buna benzer birçok dergi sayfası yerleşimi ile karşılaşılmaktadır.



**Görsel 8.** Bir yemek dergisindeki sayfa düzeni örneği.

(Kaynak: <https://admin.isubscribe.co.uk/legacy/images/news/BBCGoodFood.png>)

Görsel 9'daki reklam pano tasarımları incelendiğinde soldaki ürünlerin ışık ve gölgelerinin daha parlaklaştırıldığı neredeyse keskin gölgelerin fotoğrafta görünmediği bir müdahale görülmektedir. Ayrıca bardakların üzerindeki ve içlerindeki buzlu görüntü ise abartılı bir biçimde sunulmuştur. Hatta fotoğraftaki nesnelerin yerleşimleri konusunda da yapay bir görünüş vardır. Bu görüntünün kurgulanmış birleştirilmiş bir grafik kompozisyon olma ihtimali vardır. Sağdaki üründe ise yiyeceğin içinde yine yoğun grafik müdahale vardır. Işık ve gölge unsurları yumuşatılmıştır. Görüntünün odak merkezi ürüne yöneltilmiştir. Arka planın bulanık görünümü yazılar için zemin oluşturmuştur (Görsel 9).

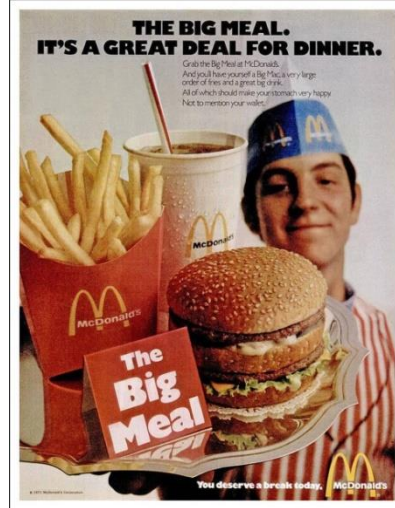


**Görsel 9.** Bir yemek dergisi örneği.

(Kaynak: [https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project\\_modules/max\\_1200/d36c2c87014351.5dab10217e8b5.jpg](https://mir-s3-cdn-cf.behance.net/project_modules/max_1200/d36c2c87014351.5dab10217e8b5.jpg))



Görsel 10'daki reklam çalışması güncel özellikler taşıma da bu görüntünün oluşmasında da grafik tasarım öğelerinin yerleşim yerlerine göre fotoğraf uyarlanmıştır. Ayrıca fotoğraf incelendiğinde ayrı iki görselden oluştuğu veya tepsinin üzerindeki ürünlerin maket olabileceği tahmin edilebilir. Çünkü tepsi üzerindeki ürünlerin görüldüğü açıdan çekilebilmesi için düz bir alana gerek vardır. Arkadaki restoran çalışanının tepsiyi bu şekilde eğik tuttuğu sırada ürünlerin bu şekilde devrilmeden dik durması mümkün görünmemektedir (Görsel 10).



Görsel 10. Bir yemek dergisi örneği.

(Kaynak: <https://pbs.twimg.com/media/C4UCerpWYAEmZCX.jpg>)

TV reklamları için üretilen ürün görsellerinde de fotoğrafta olduğu gibi birçok müdahale uygulanmaktadır. Bu müdahaleler grafik düzenlemelerden oluşmaktadır. Görsel 11'deki reklam çekiminin bir anı görülmemektedir. Görüntü şekli fotoğrafik bir kadraj şeklindedir (Görsel 11). Yazıların yerleşimi, soldaki logonun ürünün yanında gösterilmesi, en alttaki açıklama metni incelendiğinde grafik düzenleme ile görüntü arasında uyum vardır. Ayrıca TV, internet gibi mecralardaki yiyecek reklamlarında animasyonlarda olabilmektedir. Bu görüntülerin tamamı grafik uyarlamadır.



Görsel 11. Bir yemek dergisi örneği.

(Kaynak: <https://images-cdn.ispot.tv/ad/OHh8/default-large.jpg>)

Yiyecek fotoğraflarına en yoğun gerek duyulan alan menü tasarımlarıdır. Her işletmenin kendi yiyecek yelpazesini yiyeceğin üretimi, içeriği ve fiyat bilgilerin olduğu menülerin olması gerekmektedir. Menülerde bazen bütün ürünler sergilenmektedir, bazen de işletmenin öne çıkan özel ürünlerinin sadece görselleri yerleştirilmektedir. Her iki durumda da çekilen ürün fotoğrafları menünün belirlenen grafik alanına

yerleştirileceği için kesilerek yerleştirilmesi, efektlenmesi veya farklı ebatlarda çalışılması gerekmektedir. Görsel 12'deki menü çalışmasında görüleceği üzere ürünlerin boyutlarının farklı ölçülerde yerleştirilmiştir. Ayrıca bazı ürünlerin tabaklarının etrafları kırılmış veya bulanıklaştırılarak metin için alan oluşturulmuştur. Fotoğraflar menü sütunlarına hizalanmıştır.



Görsel 12. Bir yemek dergisi örneği.

(Kaynak: <https://zmenu.com/florida-restaurant-downey-online-menu/>)

## 5. Sonuç

Gastronomi alanında üretilen görseller belirli estetik kurallara göre oluşturulmaktadır. Ortaya konulan ürünün etkili görünmesi genelde fotoğrafın temel kompozisyon ilkelerinin yanında yiyecek stiliği alanında çalışmalar yapan kişilerin düzenleme ve materyal kullanımlarını düşündürmesinin yanında grafik tasarımın etkisi de yadsınmaz. Çünkü ürünün çekiminden sonra ürünü reklam formatına sokan renk ve yerleşim gibi imajlarla güçlendiren grafik alanında yapılan işlemlerdir. Burada kastedilen şeyden grafik tasarımın sadece bilgisayar desteği olduğu çıkarılmamalıdır. Grafik ve görsel iletişimin mesajı vermede kullanmış olduğu estetik kurallar, düşünce ve yaratıcılık ürünün oluşmasını sağlamaktadır.

Araştırma yiyecek temelli görsellerin hazırlanışı ve kategorize edilmesi bağlamında önemli bilgiler vermektedir. Ayrıca araştırmanın temel önerisi olan yiyecek görsellerinin grafik işleminden geçerek izleyiciye sunulması fikri üzerinde durulmuştur. Bu fikri desteklemek amacıyla sunulan örneklerde görüldüğü üzere yiyecek fotoğrafları salt fotoğraflardan oluşmamaktadır. Çünkü nihayetinde çekilen yiyecek fotoğrafları belgelemek veya yayınlanmak için oluşturulmaktadır. Bu yüzden çekilen görsellerin işlenmesi, gerekli mecralara yerleşimi ve etkili reklam yüzü oluşturulması önemlidir. Hatta bazı görseller tamamıyla grafik modellemelerden de ibaret olabilir. Bu yüzden sonuç olarak grafik tasarımın gastronomi alanında her türlü mecranın (menü, afiş, kitap, dergi, vs.) üretiminde görüntülerin işlenmesinde rolü bulunmaktadır. Bu yüzden gastronomi alanında çalışan kişilerin grafik ve görsel iletişim alanında bilgi sahibi olmalarının daha güçlü imajlar ve yiyecek tasarımı üretmede yararı vardır. Bu araştırma ele aldığı konu kapsamında (grafik ve yiyecek fotoğrafçılığı arasındaki ilişki) literatüre disiplinler arası yeni bir anlayış sunmaktadır. Ayrıca sadece gastronomi alanında değil, görsel çalışmaların olduğu birçok alanda grafik tasarımın görüntüleri güçlendirip dönüştürmesinde temel işlevi bulunmaktadır.

## 6. Extended Abstract

Advertising photography makes use of all types of photography. In this context, the photographs prepared for the promotion of food are also included in the working area of the advertising shoot. Food photos are divided into different areas according to the meaning they contain in the context of the content. While gastronomy photographs are taken with cultural objects or during the production phase,

food photography focuses on the direct presentation of the product. Both situations are used for images of food-themed advertisements.

There is a perception that a photoshoot produced for an advertisement image is sufficient to make an advertisement. However, the use of food photos as an advertising image does not end with just a photoshoot. The photo of the product goes through many graphic processes from the stage of shooting to the publication. In this context, the scope of food photography is not enough to be explained only with photography knowledge. There are several graphic-based processes such as brightening the image, editing it, and bringing it to the standards required for advertising. Sometimes a graphics-based process is used to create a new image of many images, not just one-to-one processing of the captured product. Therefore, manipulation of photographs is also included in the field of graphic studies. Photo manipulation is also a method used for advertising designs. Therefore, creating new images from the images created in the graphic environment is also used in food advertisements.

In addition to processing the photograph, the process of adding food photos taken for an advertisement or a book to the design surfaces is also included in the working area of graphic design. Here, the main problem of the business is how the food photo will be designed and published according to which medium. Because the presentation of a product as an advertisement object, besides being just a photograph, enters the field of graphic and visual communication. Graphic design is an interdisciplinary field that is needed wherever there is an image. In this context, food photography goes through a series of graphic stages until it becomes advertising material. This research focuses on the role of graphic design in the field of food photography and was conducted to explain the effects of graphic arrangements in food advertisements. While explaining this situation, many sources and visuals were used. In the first part of the article, information about advertising photography and working areas is given. There is also a chronological review of the use of photography in advertising in the first part of the article. It has been emphasized that photography has started to be used more in the field of advertising with the increase of digital techniques. Then, under the title of food photography, the scope and usage areas of gastronomy and food photography are explained with visual examples. The first three of these examples are photographs taken for documentary purposes in the field of gastronomy. The other example describes the directly drawn form of the food. In the fourth part of the study, the relationship between various food photography and graphic production was emphasized, and the harmonization of food photographs prepared according to media with graphics was examined with examples. Among these examples, there are books, magazines, page layouts, posters, TV images, and menus in which food images are used. The importance of graphic and visual communication in food advertisements and some methods are emphasized in the light of the examples in the lecture in this section. The information obtained is compiled and presented in the results section. In addition, there is not much information in the literature on the field of food photography. Therefore, it is thought that this research will also contribute to the field of food photography.

**Keywords:** Graphic, Gastronomy, Photography, Advertisement

#### Kaynakça

Alan Archibald Campbell-Swinton. [https://en.wikipedia.org/wiki/Alan\\_Archibald\\_Campbell-Swinton](https://en.wikipedia.org/wiki/Alan_Archibald_Campbell-Swinton). [Accessed: 12.April.2022]

Allers, I. (1997). *Advertising Photography*. Central University of Technology.

Brown, Ted ve Sappe, Hoyt (1989). *Commercial Photography*. University of Georgia College of Education Division of Voational Education.

Cankül, D.,Ari, O., Okumus, B. (2021). The Current Practices of Food And Beverage Photography And Styling In Food Business. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. 12 (2), 287-306. Doi: 10.1108/JHTT-02-2020-0052.

Ehlen, S. (2018). *A Beginner's Guide to Stock Photography*. Great Escape Publishing.

Dahlgren, A. (2007). Commercial Realism: Concepts on Photography in Advertising in the 1930s, *Konsthistorisk Tidskrift*, 76 (3), 135-146. doi: 10.1080/00233600701544682.

Gajanan, Birajdar ve Vijay H. Mankar. (2017). Computer Graphic and Photographic Image Classification using Local Image Descriptors. *Defence Science Journal (DSJ)*. 67 (6), 654-663. doi: 10.14429/dsj.67.10079.

Kuntjara, A. (2011). A Method of Documentary Photography and its Application in a Student Project of Acculturation in Bali. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*. 11 (2), 79-85.

Küçükömürler, S., Şirvan, N. B. & Sezgin, A. C. (2019). Dünyada Ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi. *Uluslararası Turizm Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi*. 2(2). 78-85. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ijtebs/issue/42202/507858>.

Maehashi, N. (2014). *The Food Photography Book*. Recipe Tin Eats.

Öztürk Göçmen, P. (2016). Görsel Hikaye Anlatımı Bağlamında Basılı Reklamlarda Fotoğraf Kullanımı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*. 0 (17). 91-105. doi: 10.18603/std.73179

Pettersson, R. (2002). Image Manipulation. Media And Education (Nis.) *Poznan Symposium, University of Adam Mickiewicz* (s. 20 – 23)

Pinho, H. (2017). *Developing A Documentary Photography Project*. MH Media Press.

Tinmaz, O. ve Yılmaz, H. (2019). Yemek Fotoğraflarına Ve Yemek Stilistiğine Eleştirel Bir Bakış. (Nis.) *Kocaeli Üniversitesi, International Gastronomy Tourism Studies Congress, Bildirileri* içinde (s. 27-438).

Ürper, O. (2012) *Dijital Teknoloji Çağında Reklam Fotoğrafçılığı*. Say Yayınları.

Vermeir, I., Roose, G. (2020). Visual Design Cues Impacting Food Choice: A Review and Future Research Agenda. *Foods*. 9. 1-59. doi:10.3390/foods9101495.

What is Food Photography. <https://www.marcusmeisler.com/sacramento-food-photographer>. [Accessed: 12.April.2022]

Yılmaz, G. (2017). Gastronomi ve Turizm İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 14 (2). 171-191. doi: 10.24010/soid.335117

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Self-mentions and Attitude Markers in Turkish Research Article Abstracts

Buse ŞEN ERDOĞAN\* 

## ABSTRACT

Metadiscourse markers are analyzed in many different languages in detail. This study focuses on two interactional metadiscourse markers: attitude markers and self-mentions in Turkish RA abstracts. In the study, two different scientific area, namely social sciences and natural sciences are compared regarding the use of attitude markers and self-mentions in RA abstracts. There are two questions to answer. The first one is related to the features of abstracts defined in the literature. Since RA abstracts are defined as an objective summary of an article, it is expected not to encounter attitude markers and self-mentions frequently. Because these two markers have the two main functions of reflecting the writer's attitude towards the topic of the study and to adjust the level of intimacy with the reader. Thus, this study questions whether RA abstracts are like how they are defined in terms of objectivity. Also, it searches whether there is any difference between social sciences and natural sciences related to the use of attitude markers and self-mentions. It is found that Turkish abstracts generally protect their objective stance by avoiding especially self-mentions. However, it is also discovered that social sciences show a more flexible attitude in this regard and use more attitude markers and self-mentions compared to natural sciences.

**Keywords:** Attitude Markers, Self-Mentions, Interactional Metadiscourse Markers, Genre Analysis, Turkish

# Türkçe Araştırma Makalesi Özlerinde Kendini Anma ve Tutum Belirleyiciler

## ÖZ

Üstsöylem belirleyicileri birçok farklı dilde detaylıca analiz edilmektedir. Bu çalışma da etkileşimsel boyutlu iki üstsöylem belirleyicisine odaklanmaktadır: Türkçe araştırma makalesi özlerindeki kendini anma ve tutum belirleyicileri. Çalışmada iki farklı bilimsel alan, sosyal ve doğal bilimler, araştırmaya makalesi özlerinde tutum belirleyicisi ve kendini anma kullanımları açısından karşılaştırılmaktadır. Cevaplanacak iki soru vardır. İlki özlerin alanyazında tanımlanan özellikleriyle ilgilidir. Araştırma makalesi özleri araştırmaların tarafsız özetleri olarak tanımlanmasından dolayı, kendini anma ve tutum belirleyicilere sık rastlanmaması beklenmektedir. Çünkü bu iki belirleyicinin yazarın çalışma konusu hakkındaki tutumunu yansıtmak ve okuyucuyla samimiyet seviyesini ayarlamak olmak üzere iki ana fonksiyonu bulunmaktadır. Bu sebeple, bu çalışma araştırma makalelerinin tarafsızlık açısından tanımlandıkları gibi olup olmadıklarını sorgular. Ayrıca, sosyal bilimler ve doğal bilimler arasında tutum belirleyici ve kendini anma kullanımları bakımından bir fark bulunup bulunmadığını araştırır. Türkçe özlerin özellikle kendini anma kullanımından kaçınarak tarafsız duruşunu koruduğu bulunmuştur. Fakat sosyal bilimlerin bu bağlamda daha esnek bir yaklaşım gösterip, doğal bilimlere oranla daha fazla tutum belirleyicisi ve kendini anma kullandığı da keşfedilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Tutum Belirleyicileri, Kendini Anma, Etkileşimsel Boyutlu Üstsöylem Belirleyicileri, Tür Çözümlemesi, Türkçe

## 1. Introduction

The aim of this study is to introduce the interactional metadiscourse features of research article abstracts (hereafter RA abstracts) and search for the difference between social and natural sciences regarding how they stand in terms of objectivity in RA abstracts. Metadiscourse markers are helpers of the writers to make the text more coherent, comprehensible and reader friendly or they also provide a way to reach the readers of the texts. To this purpose, Hyland (2005) divides metadiscourse markers into two: interactional and interactive metadiscourse markers. This study deals with the two interactional metadiscourse markers, namely attitude markers and self-mentions. These two metadiscourse markers are used when the writer wants to show his/her identity or ideas more in the text. Since research article and research article abstracts are known as objective type of texts, these two markers are not expected to be encountered very often. However, there is still the expectation that social and natural science abstracts will show a difference regarding the use of self-mentions and attitude markers. Because natural sciences deal with more concrete data, they are generally written without including the writer into the text. However, in social sciences voice of the writer is more important and it is emphasized more often. Abdi (2002) also

\* Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, buse.sen@hacettepe.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 20.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 02.08.2022

conducts a study which compares metadiscourse features in natural sciences and social sciences. He searches for the hedges, emphatics, and attitude markers in the articles from two disciplines. His findings show that two disciplines significantly differ in the use of attitude markers. Same is expected for the self-mentions in this study.

Based on these assumptions above, there are two questions which the researcher tries to answer:

1. Different than what is defined in the literature, are attitude markers and self-mentions encountered frequently in the RA abstracts?
2. Does social sciences and natural sciences behave differently in terms of the use of attitude markers and self-mention?

### 1.1. What is Metadiscourse?

According to Hyland (2005, p. 1), “metadiscourse is a widely used term in current discourse analysis and language education, referring to an interesting, and relatively new approach to conceptualizing interactions between text producers and their texts and between text producers and users.” but he thinks this definition is not clear enough. Therefore, he gives another definition of metadiscourse: “Metadiscourse is the cover term for the self-reflective expressions used to negotiate interactional meanings in a text, assisting the writer (or speaker) to express a viewpoint and engage with readers as members of a particular community.” (Hyland, 2005, p. 37).

The term metadiscourse was first proposed by Zellig Harris in 1959, then it was developed by some writers such as Williams (1981), Kopple (1985) and Crismore (1989, as cited in Hyland, 2005). Metadiscourse markers were conventionally divided into two: textual and interpersonal. These two categories had seven discourse markers according to Vande Kopple (1985, as cited in Hyland 2005). The first term helps in the organization of the text and the second modifies and emphasizes aspects of the text and shows the writer’s attitude about something with the help of hedges, boosters, self-reference and features like evaluation and appraisal (Hyland & Tse, 2004).

Metadiscourse markers are used to make the text more reader friendly and persuasive. Another function of the metadiscourse markers is that they help the writer to reach to the reader. There are researchers who divide metadiscourse markers into two as interactional and interactive. Hyland & Tse take this categorization of discourse markers and they broaden it (2004).

Before going into the details of the categorization, it should be noted that they also emphasize three key principles of metadiscourse. These are:

1. that metadiscourse is distinct from propositional aspects of discourse;
2. that metadiscourse refers to aspects of the text that embody writer—reader interactions;
3. that metadiscourse refers only to relations which are internal to the discourse.

(Hyland & Tse, 2004, p. 159)

According to Thomson (2001, as cited in Hyland & Tse, 2004), interactive markers help the writer guide the reader through the text by the management of the information flow and interactional markers are related to the writer’s comments and evaluations of the materials in the text.

Interactive metadiscourse markers deal with the organization of the text and they reflect what the writer wants to transfer with the specific discourse. For this purpose, there are five metadiscourse markers: transitions, frame markers, endophoric markers, evidentials and code glosses. Transitions are generally the conjunctions which can mark addition, contrast or consequence in the discourse. Frame markers are used to sequence the items, label stages, announce discourse goals or indicate topic shift. Endophoric markers are the references to the other parts of the text so that readers can recover writer’s intentions with the help of the additional material. Evidentials have the similar function, but they refer to a resource outside of the text. Lastly, code glosses are the helpers to restate some idea or information.

Interactional metadiscourse markers involve the readers and show the writer’s point of view to them. They are mainly evaluative and engaging, influencing the degree of intimacy, the expression of attitude, epistemic judgements, commitments, and the degree of reader involvement. These markers are called hedges, boosters, attitude markers, engagement markers and self-mentions. Hedges give the meaning of uncertainty and unwillingness of the writer to present propositional information. On the contrary,



boosters show the writer's certainty and the emphasis on the subject. Attitude markers are used to express the writer's point of view on the subject, and they can express surprise, obligation, agreement, importance and so on. Engagement markers can be second person pronouns, imperatives, question forms and they work as a tool to engage the reader to the text. Lastly, self-mentions can be realized as the first-person pronouns or possessives to reflect the degree of writer's presence.

**Table1.** A model of metadiscourse in academic texts

| Category                       | Function  | Examples                                  |
|--------------------------------|---|---|
| <b>Interactive resources</b>   | Help to guide reader through the text                 |   |
| Transitions                    | express semantic relation between main clauses        | in addition/but/thus/and                  |
| Frame markers                  | refer to discourse acts, sequences, or text stages    | finally/to conclude/my purpose here is to |
| Endophoric markers             | refer to information in other parts of the text       | noted above/see Fig/in section 2          |
| Evidentials                    | refer to sources of information from other texts      | according to X(Y, 1990)/Z states          |
| Code glosses                   | help readers grasp functions of ideational material   | namely/e.g./such as/in other words        |
| <b>Interactional resources</b> | Involve the reader in the argument                    |   |
| Hedges                         | withhold writer's full commitment to proposition      | might/perhaps/possible/about              |
| Boosters                       | emphasize force or writer's certainty in proposition  | in fact/definitely/it is clear that       |
| Attitude markers               | express writer's attitude to proposition              | unfortunately/I agree/surprisingly        |
| Engagement markers             | explicitly refer to or build relationship with reader | consider/note that/you can see that       |
| Self mentions                  | explicit reference to author(s)                       | I/we/my/our                               |

Source: Hyland & Tse, 2004.

Both attitude markers and self-mentions are tools to include the writer into the text and this study examines these two categories in the RA abstracts. Thus, attitude markers and self-mentions will be introduced in detail in the following sections.

### 1.1.1. Attitude Markers and Their Use in Turkish

Attitude markers are the indications of the writer's affective attitudes to the propositions. They state surprise, agreement, importance, obligations, disappointment of the author on the relevance, reliability, or truth. They can be expressed by the employment of subordination, comparative structures, progressive participles, punctuation, and text location. Attitude verbs like agree, prefer, sentence adverbs such as unfortunately or hopefully, adjectives like appropriate, logical, remarkable are some expressions of attitude markers (Hyland, 2005).

Some attitude markers in Turkish are 'beklendiği gibi (as expected), maalesef (unfortunately), elbette (of course), bilhassa (especially), anlaşılır (understandable), şaşırtıcı (surprising), önemli (important), oldukça (pretty), ilginç (interesting), yararlı ol- (to be useful), faydalı ol- (to be useful), dikkat çek- (to take attention), dikkate değer (worth attention). An example from a thesis is provided in Tarcan's study (2019).

1. Gelecekte yapılacak araştırmalarda tesadüf olarak belirlenen daha geniş bir örneklem grubu üzerinde çalışılması, tüm aracının geçerlilik ve güvenilirliği bakımından faydalı olacaktır.  
'Studying on a randomly chosen broader sample in the future studies would be useful in terms of the validity and reliability of the measuring tool.'

(Tarcan, 2019, p. 87)

In the example above, the writer is trying to guide the reader into a point where he/she believes to be true. The verb faydalı ol- (to be useful) is employed to reflect the attitude of the writer. He/she is explicitly stating what will be useful in future hoping to influence the reader. The purposes similar to this one are accomplished through attitude markers.

### 1.1.2. Self-Mentions and Their Use in Turkish

Self-mention shows the degree of explicit writer presence in the text. Although all texts give information on the writer these markers can be stated as the most powerful way of including the writer into the text. These markers are calculated by the frequency of the first-person pronouns and possessives such as I, mine, me, exclusive we, our, ours and so on. The use of self-mentions is generally a self-conscious process to show a particular stance and contextual identity of the author (Hyland, 2005).

Self-mentions in Turkish are realized as ‘ben (I), biz (we), benim (my, mine), bizim (our, ours), kendim/kendimiz (myself/ourselves) or the morphemes that give the meaning of first person singular or plural (-im/-ım, -mız/-mız, -uz/-üz, -ik/-ık)’. An example to self-mentions is provided in Tarcan’s study from a thesis (2019).

2. Tanzimat ise bu durumun ilim ve teknik alanında da geçerli olduğunu göstermiştir. Bizim için burada Ahmet Cevdet Paşa’nın duruşu önemlidir.

‘Reforms show that this situation is also valid in the scientific and technical areas. The stance of Ahmet Cevdet Pasha is important here for us.’

(Tarcan 2019, p. 91)

The example above shows to the reader that who the writer is and where he/she stands in his/her work. By doing this, the writers try to communicate with the reader and increase the reliability of his/her work by establishing a relationship (Tarcan, 2019).

## 1.2. Scientific Article Abstracts (RA Abstracts) As a Genre

RA abstracts are accepted as a well-established genre in academic discourse thanks to Ventola’s plea (1994, as cite in Gillaerts & Velde, 2010) about a linguistic approach to blend a universal structural view of the genre with an accepted local view of the linguistic realization of the abstracts. Scholars are still arguing about whether it is a condensed copy of the research itself or an enlarged version of the title. On the other hand, they mostly agree upon that it is a separate genre.

According to American National Standards Institute’s (ANSI) the definition of an abstract is “an abbreviated, accurate representation of the contents of a document, preferably prepared by its author(s) for publication with it.” (1979, p. 1). Huckin states four functions of the abstracts (2006, as cited in Khedri, Heng & Ebrahimi, 2013): ‘Stand-alone mini texts’, ‘Screening devices’, ‘Previews’ and ‘Aids to indexing’. The first function provides the reader with a summary of the topic, methodology and the results. The second function helps the reader to decide whether they want to read the whole text by looking at the main information provided in the abstracts. By the third function an interpretive scheme which leads the reading process is constructed. The last one emphasizes that abstracts help indexing for large database services to promote information access.

Abstracts are mostly compulsory in many of the journals. In fact, in some international journals, the articles written in another language obligatorily have an English abstract too. It is stated that genres emerge because of some needs of the recurring rhetorical situations which should be adequately answered. Abstracts are a type of these responses; they have emerged because of social requirements. That is why it is not enough to define abstracts in terms of syntax and lexis because they have interactional functions (Gillaerts & Velde, 2010).

RA abstracts are generally analyzed to determine their move structures. However, the language of the abstracts has not been studied frequently. One feature of abstracts is that they are written objectively. Also, they are tightly worded and avoid repetition, meaningless expressions, superlatives, adjectives and so on (Graetz, 1985, as cited in Gillaerts & Velde, 2010). Another feature is that they are mostly dominated by nominalizations and passive voice. Although these are generally stated as the features of abstracts, there are some scholars such as Bazerman (1984), Hyland (2005) and Biber (2006) who defend that academic writing is associated with subjectivity on a large scale (Gillaerts & Velde, 2010).

There are many studies which analyze RA or thesis abstracts in terms of metadiscourse markers such as Khedri, Heng & Ebrahimi (2013), Gillaerts & Velde (2010), Ozdemir & Longo (2014), Hu & Cao (2011), Alotaibi (2015) and so on. However, Turkish RA abstracts have not taken very much attention in regard to metadiscourse markers so far. The researcher aims at defining the interactional metadiscoursal features of Turkish RA abstracts clearly. That is why this article is an important contribution to the literature on metadiscourse markers. Also, this study examines research articles from two different disciplines to decide in which discipline writers take a more subjective stance in their abstracts. Two metadiscourse markers, namely attitude markers and self-mentions, are the tools to evaluate the subjectivity of the abstract since they are employed mainly to indicate the writer’s explicit point of view.



Also, the comparison of two disciplines provides information on whether subjectivity changes depending on the topic of the research.

## 2. Material and Methods

As mentioned before, scientific article abstract is a type of genre which is supposed to be objective and formal. Based on this assumption, it is expected from the researchers to have an objective stance and not to reveal their own ideational propositions explicitly. Also, they are not supposed to emphasize themselves in the discourse very often. This situation leads to an article abstract without many self-mentions or attitude markers. That is why this study examines one discipline from social sciences and another from natural sciences to compare which discipline allows for stating the writer's point of view more.

Twelve sociology article abstracts from the social sciences and twelve from mechanical engineering RA abstracts from the natural sciences are examined in terms of self-mentions and attitude marker. The articles are taken from three consecutive years 2017, 2018 and 2019. Sociology RA abstracts are taken from the journal of İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi and mechanical engineering RA abstracts are from the journal of Mühendis ve Makina. Sociology journal is published twice a year so first two articles with native Turkish writer from every issue in the last three years are included in the sample. The journal of Mühendis ve Makina is published four times in a year so every first article with native Turkish writer from the journals between the years of 2017-2019 is taken in the sample. These two journals are chosen because they are one of the most credible and known journals in their area in Turkey. As mentioned all the issues between years of 2017-2019 are included in the sample. Also, the writers of the RA abstracts are all native Turkish speakers.

Since metadiscourse markers are syntactically heterogeneous they may contain words like 'however or still' and phrases such as 'in fact', or clauses such as 'to make myself clear' (Estaji&Vafaeimehr, 2015). Also, in one situation a word can mean a type of metadiscourse marker but in another it may carry a different kind of metadiscoursal meaning. This is why the data is collected manually by searching the abstracts word by word instead of deciding on some specific metadiscourse markers and using a computer-based searching device to find them. In this way, it is possible to find other Turkish metadiscourse markers that are not stated in the Turkish linguistic literature on metadiscourse markers before.

For the reliability of the results, another rater who is educated in the linguistics field evaluated the same abstracts for the mentioned metadiscourse markers. Kappa statistics is used as the interrater reliability test. It is found that the degree of reliability between the two raters is 0.85 ( $p < .001$ ) and this score indicates that there is strong agreement between the raters according to McHugh (2012).

While analyzing the data, log-likelihood test is employed. This test is preferred because it is used to compare the frequencies of two variables and decide how significant is the difference between them. The test is applied with the help of an online calculating machine (available at <http://ucrel.lancs.ac.uk/llwizard.html>). Because the word counts are different in two samples from social sciences and natural sciences, they are normalized to 10.000 words to be able to compare two samples.

## 3. Results

In this part the results of the overall mean frequencies per 10.000 words and log-likelihood results in regarding to the use of attitude markers and self-mentions in the social sciences RA abstracts and natural sciences RA abstracts are given.

Table 1 shows the overall mean frequency (per 10.000) distributions of attitude markers (hereafter AM) and self-mentions (hereafter SM) in social sciences RA abstracts and in natural sciences RA abstracts as well as Log-Likelihood (LL) results. In social sciences, there are 2418 words in twelve articles and 95 AMs and SMs are encountered. On the other hand, in natural sciences, there are 1332 words in twelve articles and 29 AMs and SMs are encountered.

**Table 2.** Overall mean frequency (per 10.000) and Log-Likelihood results of total AMs and SMs in Social Sciences and Natural Sciences RA abstracts

| Category                                  | AM+SM<br>Frequency<br>In Social<br>Sciences RA<br>abstracts | Occurrence<br>(per 10.000) | AM+SM<br>Frequency<br>in Natural<br>Sciences RA<br>abstracts | Occurrence<br>(per 10.000) | LL Ratio     |
|---|---|----------------------------|--|----------------------------|--------------|
| Attitude<br>Markers<br>+<br>Self-mentions | <b>95</b>   | <b>3,93</b>                | <b>29</b>  | <b>2,18</b>                | <b>+8,52</b> |

+ indicates overuse in social sciences RA abstracts relative to natural sciences RA abstracts

- indicates underuse in social sciences RA abstracts relative to natural sciences RA abstracts

To decide on whether the use of AMs and SMs together significantly differ in social sciences and natural sciences RA abstracts, log-likelihood test is applied. The frequency of AMs and SMs in social sciences RA abstracts per 10.000 words (3,93) significantly differ from the frequency of AMs and SMs in natural sciences RA abstracts per 10.000 words (2,18). LL Ratio is +8,52, which means that AMs and SMs are very significantly overused in social sciences RA abstracts relative to natural sciences RA abstracts.

Table 2 shows the overall mean frequency (per 10.000) distributions of AMs in social sciences RA abstracts and in natural sciences RA abstracts as well as Log-Likelihood (LL) results. In social sciences, there are 2418 words in twelve articles and 87 AMs are encountered. On the other hand, in natural sciences, there are 1332 words in twelve articles and 29 AMs are encountered.

**Table 3.** Overall mean frequency (per 10.000) and Log-Likelihood results of total AMs in Social Sciences and Natural Sciences RA abstracts

| Category            | AM<br>Frequency<br>In Social<br>Sciences RA<br>abstracts | Occurrence<br>(per 10.000) | AM<br>Frequency<br>In Natural<br>Sciences RA<br>abstracts | Occurrence<br>(per 10.000) | LL Ratio     |
|---------------------|--|----------------------------|---|----------------------------|--------------|
| Attitude<br>Markers | <b>87</b>  | <b>3,60</b>                | <b>29</b>   | <b>2,18</b>                | <b>+5,93</b> |

+ indicates overuse in social sciences RA abstracts relative to natural sciences RA abstracts

- indicates underuse in social sciences RA abstracts relative to natural sciences RA abstracts

The researcher run a log-likelihood test to analyze the significance of the difference between social sciences RA abstracts and natural sciences RA abstracts in regard to the use of AMs. The frequency of AMs per 10.000 words in social sciences RA abstracts (3,60) and natural sciences RA abstracts (2,18) significantly differ from each other. Also, LL Ratio is +5,93 which indicates that AMs are frequently used in social sciences RA abstracts rather than natural sciences RA abstracts.

Table 3 states the overall mean frequency (per 10.000) distributions of SMs in social sciences RA abstracts and in natural sciences RA abstracts as well as Log-Likelihood (LL) results. In social sciences, there are 2418 words in twelve articles and 8 AMs are encountered. On the other hand, in natural sciences, there are 1332 words in twelve articles and there is no AM encountered in the sample.

**Table 4.** Overall mean frequency (per 10.000) and Log-Likelihood results of total SMs in Social Sciences and Natural Sciences RA abstracts

| Category      | SM<br>Frequency<br>In Social<br>Sciences RA<br>abstracts | Occurrence<br>(per 10.000) | SM<br>Frequency<br>In Natural<br>Sciences RA<br>abstracts | Occurrence<br>(per 10.000) | LL Ratio |
|---------------|--|----------------------------|---|----------------------------|----------|
| Self Mentions | 8  | 0,33                       | 0   | 0,00                       | +25,45   |

+ indicates overuse in social sciences RA abstracts relative to natural sciences RA abstracts

- indicates underuse in social sciences RA abstracts relative to natural sciences RA abstracts

To decide on whether the use of SMs significantly differ in social sciences and natural sciences RA abstracts, log-likelihood test is applied. It is observed that while the frequency of SMs per 10.000 words in social sciences RA abstracts is 0,33, there is no SM found in the natural sciences RA abstracts. LL Ratio is + 25,45 so it is possible to state that use of SMs in two different genres differ very significantly.

To sum up, log-likelihood analyses on the use of AMs and SMs in social and natural Sciences RA abstracts clearly indicates that these two markers used much more in social sciences rather than natural sciences.

#### 4. Discussion and Conclusion

This part of the study covers the discussion of the results related to the attitude marker and self-mention frequencies in the social sciences and natural sciences RA abstract. Also, answers to the research questions are given in this section.

It is accepted that metadiscourse markers are frequently employed in academic writing because they are helpful for the readers when they are trying to connect the information provided in different parts of the text. Metadiscourse markers are cognitive tools which makes a text more understandable and connected and these are some of the features which make the readers to keep reading that specific piece of work. It is also mentioned by Hyland (2010) that in academic writings, the researchers do not only present an external fact but they also try to represent themselves and their work as credible with the help of the language and they also aim at accomplishing a social relationship with their readers. These purposes in academic writing are mostly achieved by the metadiscourse markers. That is why even if academic genre is defined as an objective type of writing, some interactional markers are still employed in these texts by the writers so that they can create a bond with their readers.

As mentioned, metadiscourse markers in general are used in academic genre often but some interactional markers are not as commonly encountered as other metadiscourse markers to keep the text in the boundaries of objectivity. Two of these markers are called attitude markers and self-mentions. It was expected that fields in natural sciences would be more conservative regarding the use of these markers compared to other fields in social sciences. When attitude markers and self-mentions are compared together in the two genres of abstracts, we can see that the number of interactional attitude markers are much higher in social sciences compared to natural sciences. This might be related to the fact that natural sciences generally deal with the concrete data so there is not much need for the writer to put his/her comments into the study. There are other studies which support the results in this study. For example, in Dahl's study (2004) metatexts are examined in three disciplines, namely economics, linguistics and medicine. While medicine articles are written in a more objective manner, in linguistics and economics articles, writer takes a more subjective stance and she thinks it is because of the same reasons stated above.

Furthermore, regarding the use of attitude markers in two genres of RA abstracts, the number is again higher in social sciences (87) than natural sciences (29). It is established that attitude markers reflect the writer's affective attitude towards the information provided and show writer's stance in the text to the reader (Hyland, 1998). In sociology article abstracts, there is information that can be agreed upon or disagreed with such as values, traditions in a society and so on. However, in mechanical engineering abstracts, the information provided generally includes facts based on some experiments and the only way to comment on it is to state whether it is found useful or not as exemplified in the following examples.

3. Müzik, yapısı gereği sözcükleri değil sesleri kullanır; bu onu, toplumlar/kültürler arasında birleştirici rol oynamak konusunda benzersiz kılar.

‘Music uses sounds rather than words by its nature; this makes it unique in terms of taking a unifying role between societies/cultures.’

Sociology RA Abstract from 2017

4. Bu yüzden, uçak bakımında kablo incelemeleri önemlidir.

‘That is why in maintenance of the planes examination of the cables is important.’

Mechanical Engineering RA Abstract from 2019

As mentioned earlier, Abdi’s study (2002) agrees with the results of the study since he also states that in social sciences attitude markers are used more frequently.

When we look at the self-mentions in two genres, a surprising result appears. There is no self-mention used in natural sciences and there are only eight markers used in social sciences. Rare use of self-mentions is an expected result, but it is also expected that there would also be some used in natural sciences too. By nature of RA and RA abstracts, they are considered objective so the writer generally isolates his/her identity from the work so that he/she can provide that objectivity. For this purpose, passive voice is generally preferred instead of first-person pronouns in RA abstracts. However, recently in some countries, RAs and RA abstracts are turning into a more writer directed, and researchers started to take a stance in their studies. This brings more use of pronouns in RAs in countries like USA. On the other hand, it can be said that Turkish researchers are still following the old tradition and feel like putting their identity behind their work is better while writing an article. This might be related to either providing an objective tone or avoiding the responsibility of any mistake that might exist in the article. Whatever the reason is, it is possible to state that self-mentions are generally not preferred in RA abstracts especially in natural sciences.

The results in this study are important since they provide a description of interactional metadiscourse marker use in Turkish RA abstracts, which is not studied often in Turkish. However, future studies should be conducted with a sample which includes more abstracts or other areas than sociology and mechanical engineering.

There are two research questions asked in this study. The first is ‘Different than what is defined in the literature, are attitude markers and self-mentions encountered frequently in the RA abstracts?’. The answer to this question changes according to the marker and the genre. Attitude markers are encountered more than self-mentions but both of the interactional markers are encountered generally in social sciences. This statement also provides an answer to the second research question which is ‘Does social sciences and natural sciences behave differently in terms of the use of attitude markers and self-mention?’. There is a clear difference between social and natural sciences RA abstracts in terms of metadiscourse marker use. The researchers in social sciences prefer more attitude markers and self-mentions compared to the ones in natural sciences.

In conclusion, this study focuses on attitude markers and self-mentions in two different type of RA abstracts: social sciences and natural sciences. Both attitude markers and self-mentions are used more frequently in social sciences. This might be related to the fact that social sciences allow writer’s point of view in the text but natural sciences do not have much place for the writer’s own opinions. Also, natural sciences might be called more objective compared to social sciences.

## References

Abdi, R. (2002). Interpersonal metadiscourse: an indicator of interaction and identity. *Discourse Studies*, 4(2), 139–145. doi: 10.1177/14614456020040020101

Alotaibi, H. (2015). Metadiscourse in Arabic and English Research Article Abstracts. *World Journal of English Language*, 5(2). doi: 10.5430/wjel.v5n2p1

American National Standards Institute (ANSI) (1979). *The American National Standard for Writing Abstracts*. New York: ANSI Publications.

Dağ Tarcan, Ö. (2019). *Sosyal Bilimler Alanında Yazılan Türkçe Bilimsel Metinlerde Kullanılan Üstsöylem Belirleyicileri* (dissertation).

Dahl, T. (2004). Textual metadiscourse in research articles: a marker of national culture or of academic discipline? *Journal of Pragmatics*, 36(10), 1807–1825. doi: 10.1016/j.pragma.2004.05.004

Gillaerts, P., & Velde, F. V. D. (2010). Interactional metadiscourse in research article abstracts. *Journal of English for Academic Purposes*, 9(2), 128–139. doi: 10.1016/j.jeap.2010.02.004

Hu, G., & Cao, F. (2011). Hedging and boosting in abstracts of applied linguistics articles: A comparative study of English- and Chinese-medium journals. *Journal of Pragmatics*, 43(11), 2795–2809. doi: 10.1016/j.pragma.2011.04.007

Hyland, K. (2010). Metadiscourse: Mapping interactions in academic writing. *Nordic Journal of English Studies*, 9(2), 125-143.

Hyland, K. (2005). *Metadiscourse: Exploring interaction in writing* (1st ed.). New York: Continuum.

Hyland, K. (1998). Persuasion and context: The pragmatics of academic metadiscourse. *Journal of Pragmatics*, 30(4), 437–455. doi: 10.1016/s0378-2166(98)00009-5

Hyland, K., & Tse, P. (2004). Metadiscourse in academic writing: A reappraisal. *Applied Linguistics*, 25(2), 156-177. <http://dx.doi.org/10.1093/applin/25.2.156>

Khedri, M., Heng, C. S., & Ebrahimi, S. F. (2013). An exploration of interactive metadiscourse markers in academic research article abstracts in two disciplines. *Discourse Studies*, 15(3), 319– 331. doi: 10.1177/1461445613480588

McHugh, M. L. (2012). Interrater reliability: the kappa statistic. *Biochemia medica*, 22(3), 276-282.

Ozdemir, N. O., & Longo, B. (2014). Metadiscourse Use in Thesis Abstracts: A Cross-cultural Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 141, 59–63. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.05.011

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların alışmadaki katkı oranları %100 şeklinde-dir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **ıkar atışması Beyanı / Conflict of Interest**

alışmada herhangi bir kurum veya kişi ile ıkar atışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu alışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

## Bursa Gazetesinde (1891-1892) Kadına Dair Haberlerin Analizi

Mürvet ÖZÇELİK\* 

### ÖZ

Bu makale 1890 yılında Hüdavendigâr Vilayetinde yerel bir gazete olarak yayınlanmaya başlayan Bursa gazetesindeki kadına dair haberlerin analizini yaparak kadının bu dönemdeki toplumsal konumunu gazete haberleri üzerinden ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmada 19.yüzyıl sonunda sosyal, ekonomik ve nüfus bakımından Bursa toplumsal hayatının durumuna ve Bursa basın hayatına genel olarak değinilmiştir. Gazetenin 49-95 arasındaki sayıları taranıp, burada yer alan kadına dair haberler analiz edilmiş, bulgular içerik analizine tabi tutularak yorumlanmış ve temalar oluşturulmuştur.

Gazetede yer alan kadına dair haberler, bahsi geçen dönemde kadının toplumsal hayatta fail ya da mağdur olarak yer aldığı olaylar hakkında bilgi sunmakta, bu olayların aktarıldığı gazete haberlerinde kadının nasıl sunulduğuna dair verilere de ulaşmamızı sağlamaktadır. Bu veriler bize incelenen dönemde kadının mağduriyetine yol açan durumların başında aile içi şiddetin geldiğini göstermektedir. Bunun yanında kadınların gündelik hayatta darp, taciz ve tecavüz gibi mağduriyetler yaşadığı, aynı zamanda fiziksel şiddete de maruz kaldıkları görülmüştür.

Çalışmada kadına dair gazete haberleri, hem kadın hem basın hem de yerel tarihle desteklenen sosyolojik bir bakışla analiz edilmiştir. Bu analizin, kadına dair çalışmalara, farklılıkları ya da benzerlikleri kıyaslama ve karşılaştırma imkânı sunması bakımından öneme sahip olduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Kadın Haberleri, Bursa gazetesi, Osmanlı Bursa'sında Basın

## Analysis of the News on Women Reflected in the Press: Bursa Newspaper Example (1891-1892)

### ABSTRACT

This article aims to reveal the social position of women in this period through newspaper reports by analyzing the news about women in the Bursa newspaper, which started to be published as a local newspaper in Hüdavendigâr Province in 1890. In the study, a framework information was given about the general situation of social life in Bursa of the period in terms of social, economic and population. The development of press life in Bursa and the understanding of press and journalism of the period were mentioned in general. The publication process of the Bursa newspaper, which is the source of the study, its content and the privileged Murat Emir of the newspaper and his understanding of journalism are detailed. The newspaper's issues between 49-95 were scanned, the news about the woman in the newspaper were analyzed, the findings were interpreted by subjecting the content analysis and themes were created.

The news about women in the newspaper provides information about the events in which women took place as perpetrators or victims in social life in the aforementioned period, and also enables us to access data on how women are presented in the newspaper news about these events. These data show us that domestic violence is the leading cause of victimization of women in the examined period. In addition, it has been observed that women experience victimization such as beating, harassment and rape in daily life, and they are also exposed to physical violence.

In the study, newspaper news about women were analyzed with a sociological perspective supported by both women, the press and local history. It is thought that this analysis is important in terms of providing the opportunity to compare and contrast the differences or similarities in studies on women.

**Keywords:** Womennews, Bursa Newspaper, Press in Ottoman Bursa.

### 1. Giriş

19.yüzyıl Osmanlı tarihi, Batılı toplumlardaki yeniliklere ve gelişmelere uyum sağlama gayretinin hukuki, ekonomik, sosyal ve kültürel örnekleri ile dolu bir dönemdir. Bu dönem, Tanzimat Fermanının askeri, idari, hukuk, ticari ve eğitim alanında değişiklikler yaparak toplumsal yaşama yeni düzenlemeler getirme çabasının özellikle şehir hayatında görünür olduğu bir yüzyıldır. Devlet iradesiyle ortaya çıkan ve yürütülen bu yenilik hareketleri zamanla özel girişimlerle de desteklenmiş ve yayılmıştır. Bu yenilik hareketleri içinde basın faaliyetlerinin önemi büyüktür. 19.yüzyıl, devletin duyuru organı olma niteliğini taşıyan resmi gazetelerin yanında özel gazetelerin özellikle yerelde çıkarılmaya başladığı ve bunun yayıldığı bir dönemdir. Öyle ki yüzyılın sonlarına doğru vilayetlerin çoğu kendi yerel gazetelerini çıkarır duruma gelmiştir. Bir çok vilayette, yayınlanan gazete yörenin ilk süreli yayını olduğu için gazeteciliğin alfabesinden başlanılmış, kitlenin basın aracılığıyla eğitilmesinde önemli ve büyük bir adım atılmıştır (Ulus, 1993, s. 79). Yerel

\* Doktora Öğrencisi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Programı, murvetozcelik16@gmail.com  
Makalenin Gönderim Tarihi: 19.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 13.06.2022

gazeteler, resmi haberlerin yanında bölgenin eğitim, kültürel, tarım ya da mesleki konularda gelişimini destekleyecek içeriklere yer vermekle halkın gazeteye ilgisinin artmasını sağlamışlardır. Bu yönüyle yerel gazeteler buldukları bölgenin tarihsel koşullarını kayıt altına almış, Osmanlı şehirlerindeki minimal düzeyde yerel toplumsal hayatın akışını sunması bakımından değerli kaynaklardır. Osmanlı toplumsal değişimi hakkında günümüz akademik çalışmaları için önemli veriler barındıran gazeteler bize, yaşanan zaman dilimine ait olayları, fikirleri, sorunları veya gelişmeleri yine o zaman diliminde yaşayanların bakış açısından görme imkânı sunar. Bu çalışma da böyle bir imkânı değerlendirme çabası olarak görülebilir.

Bu çalışmada da değerli bir kaynak olarak görülen, 1890 yılında Hüdavendigâr Vilayetinde yerel ve özel bir girişimle çıkarılmaya başlanan Bursa gazetesi\* incelenmiştir. Çalışmada gazete nüshalarındaki kadına dair haberler incelenerek, 19. yüzyılın sonlarında Bursa sosyal hayatında kadının dâhil olduğu olayların gazetede ne şekilde yer aldığı, nasıl sunulduğu, bu sunum üzerinden kadının toplumdaki konumunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Gazetenin 1891-1892 yılları arasında yayınlanan nüshalarında yer alan kadına dair haberlerin sayısı, teması, içeriği, haberlerde kadınlarla ilgili nitelermelerin ve kadınlar hakkında verilen bilgilerin mahiyeti, analiz yapmamıza imkân sağlayacak veriler olarak çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Çalışmaya kaynaklık eden Bursa gazetesinin yerel bir gazete olması, haftalık olarak yayınlanması ve belli bir zaman dilimine ait veriler sağlayabilecek sıralı nüshalarının mevcut olması bir imkân olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada öncelikle 19.yüzyıl sonunda Bursa'nın sosyal, ekonomik, demografik ve kültürel yapısı hakkında genel durumuna değinilmiştir. İncelenen gazete haberlerine konu olan olayların, ne tür özelliklere sahip bir toplumda meydana geldiğine dair bir ön bilgi verilmek istenmiştir.

Çalışmanın içeriğini oluşturan kadına dair haberlerin analizinden önce, çalışmanın örneklemini oluşturan nüshaların tamamı taranmış, gazetenin habercilik anlayışı hakkında bir çerçeve bilgi edinilmiştir. Bu çerçeve daha sonra kadına dair haberlerin analizi ile oluşturan çerçeve ile kıyaslanarak yeni bir analize gidilmiştir. Buradaki amaç, kadına dair haberlerin sunumunun, diğer haberlerin sunumundan farklı olup olmadığı, farklı ise hangi yönleri ile farklı olduğu, bu farkların kadının toplumsal hayattaki konumuna dair ne tür veriler sağladığının saptanmasıdır. İncelenen gazete nüshalarındaki haberler, bugünkü gazetecilikte 3. sayfa haberleri olarak nitelendirilen kişiler arası anlaşmazlıklara dayalı gündelik hayatın içinden olayları konu alan haberlerdir. Bunların dışında kalan siyasi, ekonomik, kültürel, belediye, eğitim, ticaret hayatı ile ilgili haberler incelemeye alınmamıştır.

Bursa gazetesinde araştırma konusu dâhilindeki haberler içerik analizine tabi tutulmuştur. Haberler, birbirine benzer nitelikteki tema ve konular bakımından kodlanmış ve kategoriler oluşturulmuştur. Çalışmanın ana konusu olan Bursa gazetesindeki kadına dair haberler, yapılan ilk kodlama ve kategorileştirmeye uygun bir şekilde kendi içinde alt kategorilere ayrıştırılmış ve veriler elde edilmiştir. Bu verilerin analizinde, basına yansıdığı şekliyle kadınların hangi konularda haber konusu olduğu, gündelik hayatta ne tür çatışmalar yaşadığı, hangi rollerle bu çatışmalarda yer aldığı, ne tür olaylarda mağdur olduğu sorularından hareket edilmiştir.

Elde edilen veriler, kadının sosyal yaşama katılımına dair örnekler vermekle birlikte yerel ve özel bir gazete olan Bursa gazetesi özelinde değerlendirilmiştir. Sınırlı bir değerlendirme olmakla birlikte çalışma, gazeteye yansıdığı şekliyle, 19.yüzyıl sonunda Bursa toplumunda kadının konumuna dair ipuçları da sunmaktadır. Bu ipuçları kadın çalışmaları tarihine özellikle mekân ve tarih açısından kadının temsiline dair farklılıkları kıyaslama imkânı sunmak ve alandaki çeşitliliğe katkı sağlamak bakımından önem taşımaktadır. Böylece bu çalışmanın döneme ışık tutabileceği ve Osmanlı yerel basınında kadının temsiline dair literatüre katkı sağlayacağı umulmaktadır.

## 2. 19. Yüzyılın Sonuna Doğru Bursa

13.yüzyılda Bizans'a bağlı bir tekfurluk olarak idare edilen Bursa, Söğüt civarında yerleşen Kayı Beyliğinin yaklaşık 10 yıl süren ablukasının ardından Orhan bey tarafından 1326 yılında Osmanlı hâkimiyetine alınmıştır. Orhan Bey sur içindeki Bursa'yı fethettiğinde şehirde, Bizanslılara ait iki bin ev, yedi mahalle, yedi kilise veya manastır, bir hamam, bir çarşı ve yirmi dükkân bulunmaktaydı. Fetih sonrası kale içindeki bu şehirden, doğu-batı doğrultusunda yaptırılan Sultan külliyelerinin çevresinde gelişen şehir,

\* Çalışmanın devamında Bursa gazetesi (B.G) kısaltmasıyla kullanılacaktır.

İstanbul'un fethinden sonra siyasi önemini yitirse de 17.yüzyıla kadar ticaret yönünden önemli bir merkez olma özelliğini korumuştur. 17. ve 18.yüzyıllarda gerek Osmanlı devletinin içinde bulunduğu zor koşullar gerekse dünya ticaretindeki değişimler yüzünden durağan bir dönem geçirmiştir.

Dini ve etnik bakımdan Müslümanların yanında Bizans halkı olan Rumlar, Yahudiler, Ermeniler ve ticari cazibesi ile çektiği yabancılarla birlikte mozaik yapıdaki nüfusu Bursa'nın her dönem zenginliği olmuştur. Şehir Osmanlı kültürünün, ekonomisinin, sosyal hayatının unsurlarını kendine has özellikleri ile harmanlayarak ve sürekli aldığı göçlerle zenginleştirerek gelişimini sürdürmüştür. 600 yılın ardından 19.yüzyıla gelindiğinde batıdaki devrimler ve teknik ilerlemelere dayalı değişimden Bursa da etkilenmiş ve bu etki kendini şehrin ekonomisinde, nüfus yapısında, mekânsal dağılımında ve sosyal yaşamında göstermeye başlamıştır.

19. yüzyılın sonunda Bursa bugünkü idari yapı olarak Bursa, Bursa (merkez sancak), Karesi (Balıkesir), Karahisar (Afyon) Kütahya ve 1310'da Bilecik'in (Ertuğrul) eklenmesi ile beş sancağı bulunan Hüdavendigar Vilayeti içinde yer almaktaydı. 1310 yılına ait Hüdavendigar Vilayet Salnamesi 'ne göre Bursa, Vilayet 'in merkez sancağı olup Gemlik, Mudanya, Mihaliç, Kirmastı ve Atranos adlı kazalara taksim edilmişti. Sancaklardaki kaza ve köylerin kimi karışık kimi de aynı etnik/dini gruplardan oluşmaktaydı. Bursa mahalleri de, etnik/dini gruplar bakımından keskin sınırlarla ayrılan bir yapıya sahip değildi. Şehirdeki etnik/dini gruplar çoğunlukla aynı ya da birbirine yakın mahallelerde ikamet etmekteydi.

**Tablo 1.** 1893 Hüdavendigar Vilâyet Salnamesine göre Bursa şehrinin nüfus durumu

|                     | Yerli-Muhacir<br>İslam | Rum         | Ermeni      | Katolik    | Yahudi      | Protestan  | Latin-Bulgar<br>Ecnebi |
|---------------------|------------------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|------------------------|
| Erkek               | 29349                  | 2374        | 3506        | 300        | 1268        | 112        | 718                    |
| Kadın               | 29953                  | 2784        | 4035        | 369        | 1280        | 122        | 533                    |
|                     | 77%                    | 6,70%       | 9,80%       | 0,80%      | 3,30%       | 0,30%      | 1,60%                  |
| <b>Toplam Nüfus</b> | <b>59302</b>           | <b>5158</b> | <b>7541</b> | <b>669</b> | <b>2548</b> | <b>234</b> | <b>1251</b>            |

Şehrin demografik yapısı ile ilgili bilgileri 1871 yılından itibaren 1 ya da 2 yıl aralıklarla çıkarılan Hüdavendigar Vilayet Salnamelerinden öğrenmekteyiz. Nüfusun yanında eğitim, ticaret, idari yapılanma gibi bilgileri de içeren salnamelerden 1310/1893yılı salnamesine göre Bursa'nın (merkez sancak) nüfus dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

1893 yılında yaklaşık 60.000 olan Bursa'nın nüfusu mevsimlere göre farklılaşmaktadır. Bu nüfus hareketliliğinde şehrin ekonomik unsurlarının büyük etkisi vardır. Coğrafi ve ticari konumu sayesinde transit ticaretin kavşaklarından biri durumundaki Bursa'da yerel ekonominin konumunu belirleyen en önemli ürün olan ipek ve ipekçilik faaliyetleri, şehrin ticari ve ekonomik yaşamının odak noktasını oluşturmaktaydı (Kaygalak, 2008, s. 92-93). Bizans döneminde beri varlık gösteren ipekçilik faaliyetleri, yüzyıllar içinde Bursa'nın önemli bir pazar haline gelmesini, buna bağlı olarak ta ticaretin çeşitlenmesini, çarşı ve hanların gelişmesini sağlamıştır.

19. yüzyılda Bursa'da makineleşmenin yaygınlaşmaya başlaması da yine ipek üretimi ile ilgilidir. 19. yüzyılın ortalarına doğru ipek üretimi alanında yaşanan fabrikalaşma ve onu izleyen kentin dış bağlantılarını arttıracak yeni yolların yapımı, kent içi ulaşım ağının düzenlenmesi, modern anlayışta kamu hizmetlerinin gelişmesi, belediye binası, tiyatro gibi yeni resmi ve sosyo-kültürel bina türlerinin ortaya çıkması, nüfusun artışı ile ilk dış mahallelerin oluşması gibi gelişmeler, kentin çehresini büyük ölçüde değiştirdi (Kaygalak, 2008-138). 1306/1890 Vilâyet Salnamesine göre Bursa'da 10 otel, 49 han ve 199 oda çoğunlukla bu nüfusa hizmet veren konaklama birimleri bulunmaktaydı.

Koza satışlarının olduğu haziran ve temmuz ayları ile birlikte civar köy ve vilâyetlerden, fabrikalarda çalışmak üzere pek çok işçi şehre gelmekteydi. Çoğunlukla ipek sanayinde çalışan bu mevsimlik işçiler şehrin nüfusunda epey hareketlilik meydana getirmekteydi. Bu nüfusun bir kısmını mevsimlik işçi aileler -ki bu aileler kiralık evlerde ikamet ediyorlardı-diğer kısmını da evli olmayan veya ailesini bırakıp gelen işçiler oluşturmaktaydı. Bekâr hayatı yaşayanlar otel ve hanlarla birlikte iş yerlerine ait esnaf odalarında barınıyorlardı (Kurt, 2002, s. 716).

Şehrin nüfus çeşitliliği keskin hatlarla olmasa da mekânsal olarak izlenebilir bir yapılaşma sunmaktadır. Nüfusun büyük çoğunluğu oluşturan Müslümanlarla birlikte Rum, Ermeni ve Yahudi nüfus ta



bulunmaktaydı. Bu gruplardan Rumlar aslında Bursa'nın yerli halkı idiler ve çoğunlukla Altıparmak, Çakırhamam ve Kayhan civarında ikamet etmekteydiler. Diğer bir grup olan Ermeniler ise Setbaşı, Çobanbey ve Namazgâh civarındaki mahallelerde bulunmaktaydı. Rumlar ve Ermenilerin mahallelerinde kendilerine ait kilise ve okullar yer almaktaydı. Üçüncü grup ise daha kapalı bir yaşam süren Yahudilerdi ve Tophane'nin hemen altındaki Kuruçeşme ve Altıparmak mahallelerinde yerleştiler. 1310 Vilayet Salnamesine göre 1892 yılında Yahudilere ait 3 havra bulunmaktadır. (1310, s. 311)

Bursa'da Müslümanlar ve gayrimüslimler mahalle yerleşimi olarak her ne kadar belirlenmiş olsa da mahalleler arasında keskin sınırlar bulunmamakta hatta bazı mahalle ve köylerde Müslümanlar, Ermeniler ve Rumlarla birlikte ikamet etmekteydi. Pek çoğu ticaretle uğraşan gayrimüslimlerden Ermeniler 19.yüzyılın sonlarında, yoğunlukta oldukları Setbaşı civarında özellikle gazino tarzı eğlence mekânlarını işletmekteydiler. Bursa gazetesinde ilanı olan eczanelerin neredeyse tümünün Ermenilerce işletildiğini ayrıca gayrimüslimlerin komisyonculuk, emanetçilik ve Avrupa'dan getirdikleri ithal malların, dikiş makinesi, saat, konyak, viski vb. içki ile züccaciye gibi çeşitli ürünlerin satıldığı mağazalardan oluşan ticari dükkânlara sahip olduklarını görmekteyiz (B.G.no: 2,20,27,78,100,112,113).

19. yüzyıl sonu Bursa şehrinin bu genel görünümü yanında şehrin toplumsal hayatında kadının yerine bakmak istediğimizde yukarıdaki bilgiler gibi net verilere ulaşmak mümkün olmamaktadır. Aslında Osmanlı tarihinde kadınıla ilgili çalışmaları incelediğimizde pek çoğunun saray hayatı ve çevresinde yer alan kadına dair olduğu görülmektedir. Bu durumun Osmanlı saray hayatının özellikle Avrupalılar tarafından her zaman ilgi çekici bulunması, dolayısıyla Avrupalı seyyahlar, devlet adamları, sanatçılar tarafından kayda geçirilen, saray hayatına dair yazılı ve görsel verilerin günümüze ulaşmış olması ile de ilgisi vardır. Saray hayatı dışında gündelik şehir hayatında kadının yaşamına dair bilgilere ulaşmak için çoğu zaman farklı disiplinlerdeki çalışmalar içinden örneklere bakmak gerekmektedir.

Dönemin toplumsal hayatında kadınların görünür olduğu önemli alanların başında edebiyat ve basın yayın çalışmaları gelmektedir. Edebiyat, sanat alanında varlık gösteren kadınlarla ilgili bilgilere 19. yüzyıl sonunda yayınlanmaya başlayan gazete ve dergiler aracılığıyla ulaşmaktayız. Bu dönemde basın hayatında kadınların yer almaya başlaması Tanzimat döneminde eğitim alanındaki yenileşme hareketlerinin sonucu olarak görülmelidir.

Tanzimat döneminde pek çok yenilik hareketinin içinde eğitim faaliyetlerinin önemi büyük olmuştur. Müslümanlar ve gayrimüslimler tarafından açılan okullar eğitim oranının yükselmesine imkân sağladığı gibi bir Osmanlı aydın kadrosunun yetişmesine de zemin hazırlamıştır. Özellikle kız çocukları için açılan okullar, o güne kadar eğitim hayatına kısmen dâhil olabilen kadınlar için toplumda görünür olmanın ilk adımları olmuştur.

Genellikle İstanbul, Bursa gibi büyük şehirlerde eğitim hayatına sahip, gazete, dergi, roman okuyan kadınlar zamanla duygu ve düşüncelerini ifade etmek için kalemlerini kullanmaya başlarlar. Bursa'da 1886-1891 tarihleri arasında yayımlanan ilk edebiyat ve sanat dergisi Nilüfer'de Nigâr Hanım ve Şaire Hanım adıyla şiirleri yayınlanan iki kadın (Alagöz, 2016, s. 74) bu dönem için iki örnek olarak karşımıza çıkmaktadır. Nilüfer Mecmuası yönetici kadrosunun, hem edebiyat tarihi hem de toplum hayatı içerisinde kadının rolüne önem verdiği görülmektedir. Kadınların da okuma-yazma bilmesi ve eserler meydana getirmesi gerekliliği, bir iftihar vesilesi olarak okuyucuya sunulmuştur. Bu çerçevede kadın şairelere de yer veren bir mecmua konumundadır (Alagöz, 2016, s. 75).

Bursa özelinde kadının çalışma hayatında görünür olmaya başladığı en önemli alan şüphesiz kozacılık faaliyetleridir. Şehirde yüzyıllardır yapılan kozacılık faaliyeti aslında çoğunlukla kadınların yer aldığı bir alandır. Çünkü kozacılık 19.yüzyıla kadar geleneksel yöntemlerde ve hane içinde yapılmaktaydı. Bu sebeple hane halkından kadınlar ve kız çocukları dut yaprağından kozanın işlenmesine hatta ipliklerin dokunmasına kadar her aşamada doğal olarak yer almaktaydı. İpek üretimindeki sanayileşme hareketleri ile birlikte bu geleneksel yöntem zamanla yerini fabrikalardaki makine destekli üretime bırakmıştı. Böylelikle Bursalı kadınlar bu fabrikalarda çalışma hayatına başlamış bulunuyordu. Ancak fabrikalarda çalışan kadınların büyük oranı gayrimüslim kadınlardan oluşmaktaydı. Kaygalak, İngiltere'nin Bursa Konsolosu olan J. Maling'in 1872 tarihli raporundaki verilerine göre 1872 yılında Bursa'daki 90 ipek fabrikasında çalışan toplam 5145 işçinin % 84'ünün yetişkin kadınlar, %12'sinin yetişkin olmayan kadın/çocuklar olduğunu

yazmaktadır (2008, s. 152). Bu örnek Bursa’da geleneksel üretimden sanayi üretimine geçişte ücretli emek saflarında kadınların başta geldiğini göstermektedir.

### 2.1. 19. Yüzyıl Bursa’sında Basın ve Bursa Gazetesi

Bursa’da basın hayatı 1869’da çıkarılmaya başlanan Hüdavendigâr adlı resmi gazete ile başlamıştır. Hüdavendigâr, Bursa’nın hem ilk hem de resmi matbaası olan Vilâyet matbaasında basılıyordu. Gazete yaklaşık yetmiş yıllık yayın hayatında zaman zaman ismini ve kadrosunu değiştirmiş, bununla birlikte Bursa’nın en uzun ömürlü yerel gazetelerinden biri olmuştur.

Vilâyet matbaasının ardından Bursa’da özel girişimle açılan iki matbaa Feraizcizade ve Murat Emri matbaalarıdır. Feraizci Şakir Efendi kurduğu özel matbaasında basarak yayımladığı (H. 1305-M. 9 Aralık 1886) “Nilüfer “ dergisi ile ilk özel süreli yayını Bursa basın hayatına sunar(Mülâzım Abdülkadir:2008, 20). Bursa’nın ilk yerel gazetesi ise Murat Emri’nin, dönemin Valisi Mahmut Celettin Paşa’dan siyasi bir gazete imtiyazı talep ederek (B.G.no:1) 30 R.Evvel 1308/12 Kasım 1890’da çıkarmaya başladığı Bursa gazetesidir.

Bu çalışmaya da kaynaklık eden Bursa gazetesi, Murat Emri’nin şahsi gayretleri ile dönemin basın hayatındaki zorluklarına rağmen uzun yıllar çıkarılmıştır. Bursa gazetesi, Bursa Eski Basma ve Yazma Eserler Kütüphanesi’nde 5578 numarada kayıtlı, 1’den 150’ye kadar sayıları üç cilt halinde bulunmaktadır. Bunun dışında gazeteyle dair bazı nüshalar özel koleksiyonlarda da yer almaktadır. Eski Eserler Kütüphanesi’nde kayıtlı gazetenin 1-48 arasındaki sayılarını ihtiva eden ilk ciltteki nüshalar 30x43 ebadında ve 2 yaprak/4 sayfa olarak basılmıştır. İkinci (49-99 arası sayılar) ve üçüncü ciltte (100-150 arası sayılar) yer alan nüshalar 23x30 ebadında ve 4 yaprak/8 sayfa olarak çıkarılmıştır. Gazete sayılarında ilk sayfanın sağ üst köşesinde gazetenin numarası, altında ise “idare yeri Cami-i Kebir karşısında Emri Kütüphanesidir” ibaresi yer alır. Sol üstte kaçınıcı sene olduğunu belirten ibare ile gazetenin peşin ve abone fiyatı yazılır. Gazetenin başlığının altında “Haftada bir neşr olunur Osmanlı gazetesidir.” ibaresi görülür. Haber sütunlarının hemen üzerinde sağda hicri, solda miladi gün, ay ve yıl belirtilmektedir.

Bursa gazetesi Hüdavendigâr Vilayeti ile ilgili her konuda habere, makaleye, tanıtıma ve ilana yer vermiştir. İlk sayfada “Tevcihat” başlığı altında çoğunlukla resmi tebligatlar, vilayete dair kararlar, rütbe ve madalya haberlerine yer verilmiştir. Genellikle ikinci ya da üçüncü sayfa ”Vilâyet Havadisleri” genel başlığında toplumsal hayatta meydana gelen yerel haberler yer almaktadır. Bu kısım kısmen, bugünkü gazetecilikte 3.sayfa haberleri dediğimiz nitelikte haberlerden oluşmaktadır. Vilayette meydana gelen bıçaklama, yaralama, kavga, öldürme gibi olayların yanında belediye çalışmaları, vilayete atanan veya vilayetten tayin olan memurlar, ulaşım gibi şehir hayatına dair gündelik olaylara dair haberlere yer verilmektedir. Buradaki haberlerin, vilayetin tüm sancaklarından muhabirler aracılığıyla düzenli olarak gazete sütunlarında yer aldığı görülmektedir. Bazı sayılarda Vilayet Havadisleri başlığı altında “Karesi Muhbirimizden/ Karahisar Muhbirimizden” gibi başlıkları ile sancakların kaza ve köylerinden haber sütunları yer almaktadır.

Gazetenin ilk sayfasının üstünde yer alan “Menafi-i âmmeye ve fûnun ve maarife müteallik âsârîçün sütunlarımız açıktır.” ibaresine binaen halktan kişilerin de gazeteye gönderdiği eleştiri, tebrik ve şahsi fikrini beyan eden yazı ve mektubun pek çok sayıda aynen yayımlandığı görülmektedir. Yayımlanan bu yazı ve mektuplardan kimileri, gazetede yayımlanan bir haberin doğruluğu ya da haberin aslında farklı şekilde meydana geldiğini açıklayan ya da belediye çalışmaları, sanayi, şimendifer, ahlak ve şehrin gelişmesine yönelik yapılabileceklerle dair vilayet sakinlerinin görüşlerini bildiren tarzda yazılardır. Gazeteye gönderilen bu yazıların aynen yayımlanması Murat Emri’nin gazetelerin halkın sesi olduğuna dair bir rolü olduğuna inancını da göstermektedir. Murat Emri bu görüşlerini şu şekilde dile getirmektedir:

“Gazeteler bazen bir takım kesianın suret-i tahirde hukuklarına tecavüz eder gibi makaleler yazsalar bile mevsuk-ul kelim zevatin imza ve mühürlerini almaksızın onu yazmamışlardır ve yazamazlar. Benabirin gazetelerde yazılan makalat müştaka tarafından cevab-ı mukabele olunmadıkça ayn-ı vakı’dır ve haber-i sadıktır. Çünkü nizam-ı seniyye aleyhinde bir satır yazı yazılan kimseye iki satır mukabele ve cevabı mecanen gazeteye derc ettirmek hakkını ihsan etmiştir. Bu halde aleyhinde yazı yazılmış olan adam susarsa hakkında söyleneni “âleme karşı kabul ettim” demek değil midir? Haklı ya! “Cevaba tenezzül etmem” demek te pek büyük gaflettir zira gazete öyle bir adi yahut âli delal hükmündedir ki edâni ve eâli nezdine

gider ve onların teveccüh veya nefretlerini celb eder. Bir memleketin gazetesi ise merrât-ı terakkisi hükmündedir.” (B.G.no: 58)

Murat Emri görüşlerinde de ifade ettiği üzere gazeteleri sadece, meydana gelen olaylardan halkı haberdar etmeleri değil kişilerin kendileri hakkında yazılanları doğrulamak ya da doğrusunu izah etmek aynı zamanda memleketin terakkisi için bir fırsat olarak ta görmektedir. Murat Emri, basının sıkı bir sansür altında tutulduğu II. Abdülhamit dönemi olması hasebiyle özellikle itidalli bir gazetecilik anlayışıyla basın hayatında yer almıştır. Murat Emri gazetecilik mesleğine ve gazetelerin amme menfaati güden yayınlar olduğuna olan inancını ve bağlılığını, gazetenin toplumsal hayattaki rolüne ve önemine dair görüşlerini gazetenin ilk sayısından itibaren zaman zaman uzun sütunlar halinde yazıya dökmüştür. O’na göre gazeteler, şahıslara dokunmaksızın halka zarar verecek durumları ortaya çıkarmak, şehirdeki gelişmeleri halka duyurmak ve vilâyete ait bilgi ve icraatı diğer yerlerdeki insanlara duyurarak yeniliklerin yayılmasında önemli bir rol üstlenirler (B.G.no: 1, 2, 66)

Bursa gazetesinde Vilayet haberleri dışında halkı belli konularda aydınlatmak, dünyada meydana gelen değişimlerden, icat ve keşiflerden, yeniliklerden haberdar etmek için fen, hukuk, edebiyat gibi başlıklarda periyodik yazılar yazılmıştır. Bu yazılar hukuk (soru-cevap- açıklama), din, tercüme, sanayi, kitap tanıtımı veya bilimsel konulardadır. Murat Emri halkın yeniliklerden haberdar olmasını önemseydiği kadar okuma kültürünün artması için de çaba sarf etmiş zaman zaman kitaplar hakkında bilgiler ve kitap tanıtımları yapan yazılara yer vermiştir.

Gazetenin son iki sayfası ise daha ilk sayıdan itibaren ilanlara ayrılmıştır. Bu ilanlar Vilayette faaliyet gösteren tüccar, esnaf gibi çeşitli meslek gruplarının ürünlerini ve hizmetlerini tanıtmaktadır. Gazetede ilan sürekliliği olan meslek gruplarından bazıları şekerci, saatçi, kavaf, dikiş makinesi bayii (Singer), meşrubat ve alkollü içki, sigorta acentesi, emanetçi, eczane, hırdavat, takunyacı, boyacı, pastırmacı gibi dönemin tüccar ve esnaf gruplarına aittir. Gazetede yer alan ilanlar bu çalışmanın dışında olmakla beraber dönemin ticaret hayatının kimler tarafından ve ne şekilde sürdürüldüğünü gayet net bir şekilde gözler önüne sermektedir. Örneğin ilanlara bakıldığında şekerci, kavaf gibi geleneksel esnaf gruplarının Müslümanlardan, Avrupa’dan getirilen eşyaların satışını yapan çarşı esnafının ise çoğunlukla gayrimüslim halktan olduğu görülmektedir.

Bursa gazetesi sütunlarında yer verdiği haberler, yazılar, ilanlar ve çeşitli makale ve okuyucu mektupları ile bize 19. yüzyılın son çeyreğinde Bursa sosyal hayatının bir belgeselini sunar gibidir. Farklı din ve etnik gruplardan oluşan bir sosyal yapıda ilişkilerin nasıl kurulduğu, bir şehrin gelişimi için yapılan siyasi, sivil, kültürel ya da ekonomik çabaların, girişimlerin neler olduğu, insanların gündelik hayatta nelerle karşılaştığı, nelere tepki verdiği ya da ne tür olaylar yaşadığına dair pek çok bilgiyi gazete sütunlarından öğrenmekteyiz. Bu bilgilerin arasında gündelik hayatta kişiler arası yaşanan çatışmaları ele alan haberler, incelenen dönemdeki tebaa, cinsiyet ya da sosyal statü bakımından insan ilişkilerine bir projeksiyon tutmaktadır.

### 3. Araştırmanın Metodolojisi, Amaç ve Önem

Çalışmada 19. yüzyılda Hüdavendigâr Vilayetinde çıkan ve yerel bir gazete olan Bursa gazetesinin 1891-1892 yılları arasında yayınlanan nüshaları araştırmaya tabi tutulmuştur. Bursa gazetesinin 7 Kasım 1891 (4 Rabiulahir 1309) – 7 Kasım 1892 (16 Rabiulahir 1310) yılları arasında yayımlanan 49 ve 95 arasındaki toplam 47adet nüshasında kadınların fail veya mağdur olduğu haberler incelenmiştir. Çalışmada, kadınların toplumsal hayatta hangi tür olaylarda fail ya da mağdur olarak yer aldığı, bu olaylarla ilgili gazete haberlerinde kadınların nasıl sunulduğu, bu sunumların cinsiyet, tebaa, yakınlık derecesi ya da kişilerin nitelenmesi bakımından nasıl farklılık gösterdiği analiz edilmiştir.

Çalışmada incelenen haberler, gündelik yaşamın içinde kişiler arasında meydana gelen olayları konu almaktadır. Bu olayları incelediğimizde, kadının 19.yüzyılın sonunda Bursa gibi önemli bir şehrin gündelik hayatında nelerle karşılaştığı, ne tür mağduriyetler yaşadığına dair bilgilere ulaşmaktayız. Kadının karşılaştığı bu durumların gazetede nasıl yer aldığını, birbiri ile ilişkili kategoriler üzerinden yapılan tümevarımcı bir analiz, bize dönemin Bursa’sında kadının konumlandırılışına dair önemli bilgiler sunmaktadır. Çalışmanın örnekleme ve incelenen zaman dilimi kadının hem aile yaşantısına hem de sosyal hayattaki yerine dair veriler sunması bakımından da alandaki benzer çalışmalardan ayrılmaktadır. Kadının bizzat fail ya da mağdur olarak yer aldığı olaylar, incelenen dönemde kadının sosyal yaşama katılımına dair örnekler vermekle birlikte kadının bu haberlerde sunulma şekli de cinsiyet, tebaa, mekân, niteleme gibi farklı

katagoriler üzerinden dönemin kadın algısına dair veriler sunmaktadır. Çalışmanın amacı bu verilerden yola çıkarak bahsi geçen dönemde Bursa gazetesindeki kadına dair haberlerin analizinden hareketle toplumsal yaşamında kadının sunumuna dair görüntü yakalamaktır.

### 3.1. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada 19.yüzyılda basında yer alan kadın haberlerini incelemek amacıyla içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde organize ederek yorumlamaktır (Yıldırım&Şimşek, 2000, s. 162). İçerik analizinde hedef, sorunun sistematik ve tarafsız bir şekilde sunumudur. Bunun için incelenen metinlerdeki kelimeler doğrudan veri olarak alınabileceği gibi bazen cümlelerde ya da paragraflardaki anlamlar da veri olarak alınabilir. Verilerin kodlanması olarak nitelendirdiğimiz bu bölümler birbirine benzer olmalarına göre aynı kodlarla isimlendirilir. Bu aşamada daha önceden belirlenmiş kavramlara göre kodlama yapılabileceği gibi belirli bir kuramsal temeli olmayan araştırmalarda kodlama, araştırmacının verileri tümevarımcı bir analize tabi tutması sonucu araştırmacı tarafından oluşturulabilir (Yıldırım&Şimşek, 2000, s. 168). Bu çalışmada incelenen haberler de tümevarımcı bir analizle ele alınmış, kodlar doğrudan verilerden üretilerek kavramsal yapı oluşturulmuştur.

İçerik analizinin kodlamadan sonraki safhası olan temaların bulunması ise elde edilen kodlamaların belirli kategoriler altında toplanması ile sağlanmıştır. Temalarla anlamlı ilişkiler ortaya koyan kategoriler oluşturulmuştur. Kategoriler oluşturulurken 49 ve 95 arasındaki toplam 47 adet nüshada yer alan hırsızlık, darp, tartışma, taciz gibi gündelik hayatta kişiler arasında meydana gelen olaylara dair haberler incelenmiştir. Bu haberlerin bir kısmı polisin ya da zabitanın müdahil olduğu bu suretle polisten alınan bilgiye dayalı olarak haberleştirildiği, bir kısmı da gazete muhbirlerinin araştırıp kaleme alması ile gazetede yer alan haberlerdir. Bu kategoriler, incelenen haberlerin cinsiyet, sosyal sınıf, tema, yakınlık kategorisi, kişilerin nitelendirilmesi ve olayın geçtiği yer bakımından belirtilmesi şeklinde oluşturulmuştur. İncelenen 127 haber içinde kadınların fail ya da mağdur olarak yer aldığı 20 haber tespit edilmiş ve bu haberler aynı kategoriler altında incelemeye alınmıştır.

### 3.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini 1890 yılında Hüdavendigâr Vilayetinde çıkarılmaya başlanan Bursa gazetesi oluşturmaktadır. Bursa gazetesinin 30 yıla yakın yayımlanması ve tüm sayıların mevcut olmamasından dolayı belli bir dönemdeki yayımları dikkate alınarak tabakalı örnekleme uygulanmıştır. Böylece çalışmada örneklem olarak gazetenin1891-1892 yıllarında yayımlanan 49-95 sayıları arasındaki toplam 47 sayı seçilmiştir. Bu sayılarda yer alan haberlerden, kadının fail veya mağdur olarak geçtiği haberler ayrıştırılmış ve bu haberlerin analizi ile çalışma tamamlanmıştır.

Çalışmada, günümüzde “3. Sayfa haberleri” olarak nitelendirilen bıçaklama, yaralama, öldürme, tecavüz, kaza ve yangın gibi gündelik hayatta meydana gelen olayları konu alan haberler incelenmiştir. Bu haberler Bursa gazetesinde “Havadis-i Vilayet” başlığı altında yer almaktadır. İncelenen sayılarda bu tür olayların yer aldığı 127 adet haber tespit edilmiştir. Bu haberler arasında kadınların fail veya mağdur olarak yer aldığı toplam 20 haber içerik analizine tabi tutulmuştur.

### 3.3. Araştırma Kategorilerinin Oluşturulması

Çalışmada incelenen verilerin analizi için mevcut bir kavramsal yapı kullanılmamış, veriler tümevarımcı bir analize tabi tutulmuştur. Verilerden çıkarılan kavramlardan yola çıkılarak kodlama yapılmıştır. Bu yolun tercih edilmesinin sebebi gazetenin yayımlandığı dönemdeki dilin, gazetenin haber anlayışının ve haber üslubunun kendine has özellikler taşımasıdır. Bu özellikler, dönemin toplumsal hayatında kadının ne şekilde yer aldığı, kadının sosyal hayata katılımı ve bu katılımın sınırlılıkları hakkında gazetede yer alan haberler aracılığıyla bize bilgi sunmaktadır.

Çalışmada haberlerin incelenerek kodlanması sonucu 6 kategori başlığı oluşturulmuştur. Bu kategoriler; tema, mahalle, tebaa (sosyal sınıf), cinsiyet, yakınlık kategorisi ve nitelendirme olarak belirlenmiştir. Bu kategorilerin içeriği şu şekildedir:

**Fail (F) /Mağdur (M):** İncelenen haberlerde kadınların olayı gerçekleştiren (fail) ya da olaydan etkilenen (mağdur) olarak ne şekilde yer aldığını ortaya koyan kategoridir.

**Tema:** İncelenen haberlerde olayların içeriği ile ilgili konu başlığını ifade eden temalar oluşturulmuştur. Buna göre aile içi şiddet-tartışma, kaza, bıçaklama, darp, gürültü, hak arama, hırsızlık, tecavüz, tecavüze yeltenme, uygunsuz davranış ve vefat olmak üzere 11 tema belirlenmiştir.

**Cinsiyet:** Gazetede yer alan haberlere baktığımızda olayların sadece bir kadın hakkında, kadınlar arasında meydana gelen olaylar hakkında ya da bir veya daha fazla kadın ve erkek arasında meydana gelen olaylar hakkında olduğu görülmüştür. Buna göre haberler cinsiyet bakımından kadın, kadın-kadın ve kadın erkek arasında geçmesi bakımından üç alt kategoride incelenmiştir.

**Tebaa:** Osmanlı toplumu genel olarak Müslümanlar ve gayrimüslimler olmak üzere iki sınıfa ayrılmıştı. Bu yönüyle din ve mezhep farklılığı ile belirlenen bu iki sosyal sınıf yaklaşımı 1876'da kabul edilen ilk Osmanlı Kanun-i Esasisi ile Osmanlı vatandaşlığı anayasal düzeyde gündeme gelmiştir. Hukuki anlamda bu düzenleme olsa da Bursa gazetesinde kişilerden muhacirlik, meslek/zanaat ya da etnik/dini bir nitelime ile bahsedildiği görülmüştür. Haberlerde, özellikle mensup olunan tebaa bakımından kadınların ve erkeklerin farklı şekilde sunulması, kadına dair haberlerin analizinde önemli bir kategori olarak görülmüştür. Bu anlamda kadınlara dair haberlerde Ermeni, Türk ve Yahudi olmak üzere 3 tebaadan bahsedildiği tespit edilmiştir.

**Mahalle/Köy:** Bursa gazetesinin çıkarıldığı dönemde bugünkü idari yapılanması ile Bursa, Hüdavendigâr Vilayetinin bir sancağı durumundadır. Gazete, 5 sancağı kapsayan Hüdavendigâr Vilayetindeki olaylarla birlikte merkezi yönetime dair haberlere de yer vermektedir. Ancak bugünkü idari yapılanmaya denk gelmesi ve Bursa şehrini temsil etmesi bakımından analize tabi tutulacak haberler Bursa sancağını kapsayacak şekilde incelemeye alınmıştır. Gazetede yer alan Karesi, Karahisar, Kütahya ve Bilecik'te meydana gelen olayları aktaran haberler çalışmanın dışında bırakılmıştır. Böylece gazetede ki haberler Bursa mahalle ve köylerini kapsamaktadır.

**Yakınlık Kategorisi:** Haberlerde yer alan kadınların, haberlerdeki diğer kişilerle olan yakınlığını ortaya koyan kategoridir. Zevce, kerime, valide, familya, manevi evlat ve yabancı olmak üzere 6 kategori belirlenmiştir.

**Nitelendirme/Sıfat:** Gazete haberlerinde kadınlar sadece isimleri ile nitelendirilmemiş, isimlerinden önce tabi oldukları kişi/aileye dair tanımlamalarla birlikte yazılmıştır. Bu durum, Osmanlıda soyadı kullanımının olmadığı düşünüldüğünde normal görülebilir. Ancak erkeklerin isimlendirilmesinde kadınlarda olduğu gibi yakınlık ya da himaye belirten nitelendirmelerin nadiren kullanılması kadınlar için bir aidiyet nitelemesinin kullanımının kadının konumlandırılmasında bir farklılık olduğunu düşündürmektedir. Kadınların isimlendirilirken neye ya da kime tabi edildiklerini ortaya koyması bakımından önemli görülen bu sıfatlar nitelendirme/sıfat kategorisinde değerlendirilmiştir.

Oluşturulan bu kategoriler ışığında belirlenen çalışma soruları şunlardır:

- Haberlerde yer alan kadınların fail ya da mağdur olma dağılımı nedir?
- Haberlerde hangi temalar (konular) işlenmiştir?
- Kadınların haber temalarına göre fail ya da mağdur olma dağılımı nedir?
- Kadınların yer aldığı haberlerdeki olaylarda cinsiyet dağılımı nedir?
- Haberlerde kadınlar hangi tebaaya aittir?
- Haberler hangi mahallelerde geçmiştir?
- Haberlerde kadınlar hangi yakınlık kategorisinde yer almaktadır?
- Haberlerde kadınlar nitelenirken hangi sıfatlarla anılmıştır?

Bu sorular üzerinden yapılan kodlama ve sınıflandırma ile temalar ve temalar arasındaki anlamlı ilişkiler ortaya çıkarılarak incelenen dönemde kadının sosyal hayatının basına ne şekilde yansıtıldığı, bu yansıma ile kadının basında nasıl temsil edildiği analiz edilmiştir.

#### 4. Bulgular

Kadınlara ilgili haberlerin analiz edilmesi ile istatistikî olarak elde edilen veriler çalışma soruları ile ilişkilendirilerek analiz edilmiştir. Bulgular kısmında, verilerden elde edilen kategoriler, birbirleri arasındaki ilişkinin anlam düzeyini açığa çıkaracak şekilde karşılaştırılmıştır. Böylece farklı değişkenlerin tek başına ele

alınması ile elde edilen bulgular, bu değişkenlerin birbiri ile ilişkisini ortaya çıkaracak şekilde aynı tabloda karşılaştırılması, söylemin içindeki örtük anlamlara ulaşılmasını sağlamıştır. Çalışmanın geri kalan kısmında, okuyucunun haberin içeriğinden haberdar olması ve bulguları anlamlandırmasına kolaylık sağlaması için gazetedeki haberler dipnotlarda haberin aslına sadık kalınarak ve gazete numarası ile birlikte verilmiştir.

#### 4.1. Haberlerdeki Yer Alan Kadınların Fail ve Mağdur Olma Dağılımı

**Tablo 2.** Bursa gazetesindeki haberlerde yer alan kadınların fail veya mağdur olma dağılımı.

| Kadının Fail/Mağdur Olma Durumu | Haber Sayısı | Yüzde |
|---------------------------------|--------------|-------|
| F                               | 1            | 5     |
| F                               | 1            | 5     |
| F                               | 2            | 10    |
| FM                              | 1            | 5     |
| FM                              | 1            | 5     |
| M                               | 3            | 15    |
| M                               | 2            | 10    |
| M                               | 2            | 10    |
| M                               | 2            | 10    |
| M                               | 1            | 5     |
| M                               | 1            | 5     |
| M                               | 1            | 5     |
| M                               | 1            | 5     |
| M                               | 1            | 5     |
| TOPLAM                          | 20           | 100   |

Bursa gazetesinde yer alan kadınlarla ilgili haberlerin içerik incelemesine baktığımızda % 70'inde kadınların mağdur konumunda olduğunu görmekteyiz. Haberlerin %20'sinde kadınlar fail durumunda iken %10'luk kısmında ise hem fail hem de mağdur olarak yer almışlardır. Kadınların hangi tür olaylarda fail ya da mağdur olarak yer aldıkları konusu haber temaları kategorisi ile açığa kavuşmaktadır.

#### 4.2. Kadın Haberlerinde İşlenen Temalar

**Tablo 3.** Bursa gazetesindeki kadınların yer aldığı haberlerin temalara göre dağılımı.

| TEMA                     | Haber Sayısı | Yüzde |
|--------------------------|--------------|-------|
| Aile İçi Şiddet-Tartışma | 4            | 20    |
| Bıçaklama                | 3            | 15    |
| Darp                     | 2            | 10    |
| Hırsızlık                | 2            | 10    |
| Tecavüze Yeltenme        | 2            | 10    |
| Kaza                     | 2            | 10    |
| Tecavüz                  | 1            | 5     |
| Uygunsuz Davranış        | 1            | 5     |
| Gürültü                  | 1            | 5     |
| Hak Arama                | 1            | 5     |
| Vefat                    | 1            | 5     |
| TOPLAM                   | 20           | 100   |

İncelenen gazete sayılarındaki haberleri tema yönünden incelediğimizde 6 temanın öne çıktığını görmekteyiz. Bunlardan ilki incelenen haberlerin %20'sini oluşturan aile içi şiddet-tartışma temalı haberlerdir. Aile içi şiddet vakaları günümüzde de önemli bir toplumsal sorundur. Konunun, günümüzdeki aile içi şiddet vakaları ile benzerliğini örneklendirmesi bakımından bazı haber konularına yer verilmesi faydalı olacaktır.

49. sayı: Bursa'nın Seyyidnasır mahallesinden Boyacı Rıza nam şahsın zevcesi Münire'yi darp etmesiyle mezburenin hamil bulunduğu 1,5 mahlık çocuğunu düşürdüğü.

63. sayı: Yirmi beşinci cumartesi gecesi Balıklı Sagır karyesinden Mella oğlu Laz Mustafa'nın Veled-i Saray mahallesinde kaim validesi yanındaki familyasını cebren almak üzere iken mezburelerin vaki' olan feryatları üzerine mahalle bekçisi Raif derhal mahalle-i mezkure giderek merkumu derdest etmiş ise de merkum Mustafa bekçinin bıçak teşhiri ile elinden kurtulduğunu müteakip bir elde silah anda ahd eylediği ve mütecasir merkumun derdest-i taharri eylediği işitilmiştir.

66. sayı: Şehr-i halilin dokuzuncu Pazar günü Kara Mehmet oğlu Hasan kendi haremiyle yanlarında zuhur eden münazaada zevcesini sopa ile darp eylediği gibi mezbure dahi can acısı ile zevcinin başını taşla yaraladığı

79. sayı: Geçen Pazar ertesi günü Pazar-ı Esb mahallesi Kürt Mahmut ile zevcesi Hayriye beynlerinde vuku bulan münazaada zevcesi merkum Mahmut'u sopa ile ağır surette başının birkaç yerinden cerh eylemiş merkum hastaneye kaldırılmış ve almış olduğu cerihadan müteessiren iki gün sonra vefat eylemiş ve katile mezbure derdestle tevkifhaneye ilka edilmiştir.

Haber içeriklerinde görüldüğü gibi aile şiddet olaylarından 2'si yaralanma, 1'i ölüm, 1'i de çocuk düşürme ile sonuçlanmıştır. Bu sonuçlar aile içi tartışmaların boyutunun büyüklüğü, tartışmaların sıradan olmadığı, uygulanan şiddetin tek taraflı olmadığı yani erkek kadar kadının da şiddet uyguladığı bilgisini vermektedir. Haberlerin sunumunda kullanılan "zevcesini sopa ile döven, eşini döven gibi ifadelerden tartışmalarda erkeğin daha ön planda olduğu, şiddetin öncelikle erkek tarafından uygulandığı, erkeğin şiddet uygulamasına karşılık olarak kadının kendini savunma amacıyla şiddete başvurduğu anlaşılmaktadır.

Gazetede vakalarla ilgili haberlerde genel olarak yer, kişi/kişiler, zaman, sebep ve sonuç bilgileri yer almakta hatta bazı haberlerin devamında, ayrı bir başlıkta, gazete yazarları tarafından konunun ahlaki, toplumsal ya da konunun gündelik hayattaki önemi bakımından değerlendirmelere yer verilmiştir. Ancak incelenen haberlerde bu 4 vakanın 2'sinin yaralanma, 1'inin ölüm, 1'inin de çocuk düşürme gibi insan hayatını ciddi şekilde etkileyen olumsuzluklarla sonuçlandığını görmekteyiz. Bu ciddi sonuçlarla birlikte vakalarda tartışmanın hangi sebeplerle meydana geldiğine dair bilgiler çoğunlukla yer almamaktadır. Karı-koca arasındaki tartışmaları konu alan haberlerin içeriğinde tartışma sebebine dair herhangi bir bilgi sunulmamasına karşı gazetede erkeklerin fail ya da mağdur olduğu ve polise intikal etmiş olaylara dair haberlerde tartışmanın ya da kavganın hangi sebepten ileri geldiğine dair bilgiler genellikle yer almaktadır. Benzer olayların aktarıldığı haberlerde olaylara dair bilgi derinliğinin failin/mağdurun kadın olduğunda daha az, erkek olduğunda ise daha detaylı olması dikkat çekici bir durum olarak görülmüştür. Bu durum, haberlerde kadınlarla ilgili isim, mensup olduğu tebaa ve olay hakkında genel bilgi dışında bilgilere yer verilmemesinin, Osmanlı toplumunda kadın ve aile konusunun bir mahremiyet çerçevesinde ele alınması ile ilgili bir yaklaşım olarak yorumlanabilir. Bu yönüyle aile içi şiddet temalı haberler, gazetede diğer hırsızlık, yaralama, tartışma gibi haberlerin içeriğinde yer alan bilgilere göre çok kısır kalmaktadır. Bu durum aile içi şiddet haberlerinin basında belli bir haber değeri taşıdığını ancak aile ile ilgili konuların mahrem olarak düşünüldüğü için haber içeriğinde detaylı bilgiye yer verilmediğini düşündürmektedir. Bu düşünce ise aile içi şiddetin toplumsal bir sorun olarak ele alınmasından ziyade sonuçlarının boyutu ya da kişilerin gördüğü zararı bildiren haberler olarak değerlendirildiği sonucuna götürmektedir. Ancak Osmanlı kadı defterlerinde boşanma, miras, anlaşmazlık gibi davaların detaylı kayıtları düşünüldüğünde, dönemin gazetecilik anlayışında hukuki süreci işleyen ya da olaylara dair yeterli bilginin olmadığı ve aile ve kadın olarak iki önemli konunun ele alındığı haberlerin topluma sunumunda hassasiyet gösterildiği yine mahremiyetle ilişkili olarak yorumlanabilir.

Aile içi şiddet temasından sonra yoğunluğu olan bir diğer tema % 15 oranla bıçaklamadır. Bıçaklama haberlerinde ilginç olan durum hepsinin At Pazarı mahallesindeki umumhanelerle ilişkili olmasıdır. Bu mahalle ile ilgili tartışma ilerleyen bölümlerde yapılacaktır.

Bursa gazetesindeki kadına dair haberlerdeki diğer önemli temalar hırsızlık, tecavüze yeltenme ve kaza haberlerinden oluşmaktadır. Buradaki araba çarpması<sup>1</sup>, beygir tepmesi<sup>2</sup> ve vefat<sup>3</sup> hakkındaki haberlerde

<sup>1</sup> B.G.no:62. "...Altıparmak civarında cadde üzerinde yetmiş yaşlarında Benayuce Hatun'un bir arabanın çarpmasından vücudunun bazı mahalleri yaralandığı ve derhal mezbure Guraba Hastanesi'ne nakil edildiği gibi arabacının kim olduğu dahi polis idaresince derdest tahkik idüğü haber alınmıştır."

sadece kadınlar yer almaktadır. Araba çarpması sonucu yaralanan kadın hakkında sadece ismi, yaşı ve kazanın olduğu mahalle ismi yer almaktadır. Kaldığı anda vefat eden kadınla ilgili olarak ismi ile beraber yaşı 70 olarak belirtilmiştir. Haberde Ayşe Hatun'dan "Babadağ Muhacirlerinden Arif'in Kerimesi" olarak bahsedilmesinden yaşlı kadının bekâr olduğu, ayrıca yaşam için gayet elverişsiz bir ortamda yalnız yaşamasından da yakın ailesinin olmadığını anlamaktayız. Kuşbazlar Hanı'nda kiracı olarak yaşayan Ayşe Hatun'un vefat haberinin hemen altında Kuşbazlar Hanı ile ilgili kısa bir haber de yer almaktadır. Haberde Kuşbazlar Hanı'nın her yerinin rutubet olduğu ve zemininin de toprak olmasından dolayı hastalıklara sebep olduğundan bahsedilmektedir. Han ile ilgili olumsuz koşullardan bahsedilmesine rağmen haberin içeriğinde 70 yaşında yalnız yaşayan bir kadının bu kötü şartlarda neden yalnız yaşamak zorunda kaldığı, neden hastalandığı, nasıl öldüğü ile ilgili bilgilere verilmemektedir.

### 4.3. Kadınların Haber Temalarına Göre Fail ya da Mağdur Olma Dağılımı

**Tablo 4.** Bursa gazetesindeki kadınların haber temalarına göre fail ya da mağdur olma dağılımı

| Tema                      | Kadının Fail ya da Mağdur Olma Durumu | Yakınlık Derecesi | Haber Sayısı |
|---------------------------|---------------------------------------|-------------------|--------------|
| Aile İçi Şiddet-Tartışma  | F                                     | Zevce             | 1            |
| Aile İçi Şiddet-Tartışma  | M                                     | Zevce             | 2            |
| Aile İçi Şiddet-Tartışma  | M                                     | Familya           | 1            |
| Bıçaklama                 | M                                     | Yabancı           | 3            |
| Darp                      | FM                                    | Arkadaş           | 1            |
| Darp                      | M                                     | Yabancı           | 1            |
| Gürültü                   | FM                                    | Yabancı           | 1            |
| Hak Arama                 | M                                     | Valide            | 1            |
| Hırsızlık                 | F                                     | Zevce             | 1            |
| Hırsızlık                 | F                                     | Manevi evlat      | 1            |
| Kaza                      | M                                     | Yok               | 2            |
| Tecavüz/Tecavüze Yeltenme | M                                     | Komşu/Mahalleli   | 2            |
| Tecavüze Yeltenme         | M                                     | Yabancı           | 1            |
| Uygunsuz Davranış         | M                                     | Yabancı           | 1            |
| Vefat                     | M                                     | Yok               | 1            |
| TOPLAM                    |                                       |                   | 20           |

Kadınların haberlerde fail ya da mağdur olarak yer almaları haber temaları ile birlikte değerlendirildiğinde ortaya çıkan tablonun günümüz açısından farklı olmadığını görmekteyiz.

Bursa gazetesindeki haberlerin analizinde olayların %70'inde kadınların mağdur olarak yer aldığını görüyoruz. Bu olaylarda kaza, hak arama ve vefat kategorisine giren 4 haber dışındaki 12 haberin % 25'inde kadınlar aile yakınları tarafından mağdur edilmiştir. Günümüzdeki araştırmaların da ortaya koyduğu verilere göre fiziksel şiddete maruz kaldığını belirten evlenmiş kadınların oranı yüzde 36'dır. Başka bir ifadeyle, her 10 kadından yaklaşık 4'ü eşi veya birlikte olduğu erkeklerin fiziksel şiddetine maruz kalmıştır.<sup>4</sup> Bursa gazetesinde kadının mağdur olduğu bir olayda<sup>5</sup> eşinin şiddetine maruz kalan bir kadının, bu şiddete karşılık eşinin başını taşla yaralayarak kendini savunduğu yazmaktadır. Kadınların mağdur olduğu diğer bıçaklama, tecavüz, tecavüze yeltenme, uygunsuz davranış ve darp olayları yakın çevredeki kişiler ya da yabancı tarafından gerçekleştirilmiştir.

Haberlerde kadınların hem fail hem de mağdur olarak yer aldığı iki ilginç olay vardır. Olaylardan biri At Pazarı hamamındaki iki kadın grubu arasında geçmektedir. Hamamda aşırı gürültü yapan umumhane

<sup>2</sup> B.G.no:55. "Şehr-i sabkın yirmi dokuzuncu Cuma günü akşamüzeri Genç Ali karyesinden İdris'in familyası Hatice'yi bargırarak telef eylediği Gemlik'ten bildirilmiştir."

<sup>3</sup> B.G.no:65. "Leyle-i mezkurenin saat bir raddelerinde Reyhan mahallesi civarında Kuşbazlar Hanı'nda mukime Babadağı Muhacirlerinden Arif kerimesi yetmiş yaşlarında Ayşe Hatun bundan üç gün evvelsi hastalanıp han-ı mezkur derununda vefat eylediği haber alınmıştır."

<sup>4</sup> Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması, Özet Rapor, 2014

<sup>5</sup> B.G.no:66. "Şehr-i halilin dokuzuncu Pazar günü Kara Mehmet oğlu Hasan kendi haremiyle yanlarında zuhur eden münazaada zevcesini sopa ile darp eylediği gibi mezbure dahi can acısı ile zevcinin başını taşla yaraladı."



çalışanı kadınlar diğer kadınları rahatsız ettikleri için tartışma çıkmış ve olaya polis müdahale etmiştir<sup>6</sup>. Bir diğer olayda ise iki kadın arasında bir sebepten çıkan tartışma esnasında kadınlardan biri, diğerinin parmağını kırmıştır<sup>7</sup>. Bu iki olay şiddetin sadece erkeklerden kadınlara değil kadınlar arasında da gerçekleştiğini göstermektedir.

#### 4.4. Kadınların Yer Aldığı Haberlerde Cinsiyet Dağılımı

**Tablo 5.** Kadınların yer aldığı haberlerdeki olaylarda cinsiyet dağılımı

| Cinsiyet    | Haber Sayısı | Yüzde |
|-------------|--------------|-------|
| Kadın       | 3            | 15    |
| Kadın-Erkek | 15           | 75    |
| Kadın-Kadın | 2            | 10    |
| TOPLAM      | 20           | 100   |

Kadınların fail veya mağdur olduğu haberler cinsiyet bakımından incelendiğinde vakaların üç kategoride gerçekleştiğini görmekteyiz. Bunlar tek bir kadının yer aldığı haberler, bir veya daha fazla kadın ve erkeğin yer aldığı haberler ve iki veya daha fazla kadının yer aldığı haberlerdir. Haberlerin %75'i bir veya daha fazla kadın ve erkek arasında meydana gelen aile içi şiddet, tecavüz ya da bıçaklama gibi olaylar hakkındadır. Tek bir kadının fail olduğu araba kazası, hastalıktan vefat gibi haberler ise %15 oranındadır. Bu haberlerdeki kadın profilinin tek başına yaşayan ya da yaşlı olan kadınlarla ilgili olduğunu görmekteyiz. İki veya daha fazla kadın arasında meydana gelen olayları aktaran haberler ise %10 oranındadır. Bu vakalarla ilgili haberler kadınların kendi sosyal ortamlarında yaptıkları kavga ya da gürültü kaynaklı tartışmalardır ki haber içeriğinden bu vakalarda kadınların birbirlerine şiddet uyguladıkları, ufak ta olsa yaralamalara sebep olduklarını öğrenmekteyiz.

#### 4.5. Kadınların Mensup Olduğu Tebaa

**Tablo 6.** Bursa gazetesindeki kadınların yer aldığı haberlerde kadınları mensup olduğu tebaa dağılımı

| Tebaa    | Haber Sayısı | Yüzde |
|----------|--------------|-------|
| Ermeni   | 1            | 5     |
| Müslüman | 18           | 90    |
| Yahudi   | 1            | 5     |
| TOPLAM   | 20           | 100   |

Bursa gazetesine yansıyan kadınların yer aldığı haberlerde kadınların hangi tebaadan olduğuna baktığımızda %85'inin Türk olduğunu geri kalanının ise Ermeni ve Yahudi olduğunu görmekteyiz. Dönemin Bursa'sında nüfusun yaklaşık %10'unu Ermeni, yüzde %3'ünü de Yahudilerin oluşturduğu dikkate alınırsa haberlerdeki tebaaya göre yüzdeler dağılım paralellik göstermektedir. Ancak Osmanlıda Tanzimat Fermanı ile birlikte -en azından kanunen- Müslüman ve gayrimüslim ayrımcılığını ortadan kaldırmaya yönelik "tebaanın" Osmanlılık temelinde kullanılması için hukuki kanun ve düzenlemeler getirilse de Bursa gazetesindeki haberlerde bu kullanımın olmadığını söyleyebiliriz. Öyle ki haberlerde olaylarda adı geçen kişilere baktığımızda Müslümanların yanında Ermeni tebaasından, Yahudi tebaasından, Alman tebaasından gibi ifadeler muhakkak yer almaktadır.

<sup>6</sup> B.G.no:65. "Şehr-i hal Rumi'nin ikinci Pazar günü saat on buçuk kararlarında birtakım fahişeler at pazarı hamamı içinde yekdiğerini darp etmekte oldukları gibi sair ehl-i iffet kadınların rahatlarını sulb edercesine ziyadesiyle gürültü ve şamata ettikleri civar karakolundan işitilmekle derhal yetişilerek vukuata meydan verilmeksizin men edildiği haber alınmıştır.

<sup>7</sup> B.G.no:64. "Şehr-i sabıkın yirmi sekizinci gecesi Hoca Hüseyin mahallesinden bakkal Mehmet'in zevcesi Fatma ile refikası Hatice'nin beynlerinde tahaddüs eden münazaada mezburelerden Fatma Hatice'nin sağ eli orta parmağını kırmıştır.

#### 4.6. Kadın Haberlerinin Meydana Geldiği Mahaller

**Tablo 7.** Bursa gazetesindeki kadınların yer aldığı haberlerin geçtiği mahallelere/köylere göre dağılımı

| Haberin Geçtiği Mahalle/Köy | Haberin Geçtiği Mekânsal Birim | Tema                               | Haber Sayısı | Yüzde |
|-----------------------------|--------------------------------|------------------------------------|--------------|-------|
| At Pazarı Mah.              | Ev                             | Aile İçi Şiddet-Tartışma/Hırsızlık | 2            | 10    |
| Bilinmiyor                  | Ev                             | Aile İçi Şiddet-Tartışma           | 1            | 5     |
| Seyyid Nasır Mah.           | Ev                             | Aile İçi Şiddet-Tartışma           | 1            | 5     |
| Veledi Saray Mah.           | Ev                             | Aile İçi Şiddet-Tartışma           | 1            | 5     |
| Çelebi Sultan Mah.          | Ev                             | Hırsızlık                          | 1            | 5     |
| Doburca Köyü                | Ev                             | Tecavüze Yeltenme                  | 1            | 5     |
| Hoca Hüseyin Mah.           | Ev                             | Darp                               | 1            | 5     |
| Reyhan Mah.                 | Ev                             | Vefat                              | 1            | 5     |
| Şeyhli Mah.                 | Ev                             | Tecavüz                            | 1            | 5     |
| Altıparmak Mah.             | Mahalle                        | Kaza                               | 1            | 5     |
| Ortapazar Mah.              | Mahalle                        | Hak Arama                          | 1            | 5     |
| Umurbey Mah.                | Mahalle                        | Darp                               | 1            | 5     |
| Aksu Köyü                   | Köy                            | Bıçaklama                          | 1            | 5     |
| Gemlik-Genç Ali Köyü        | Köy                            | Kaza                               | 1            | 5     |
| Zrafta (Konaklı) köyü       | Köy                            | Tecavüze Yeltenme                  | 1            | 5     |
| At Pazarı Mah.              | Umumhane                       | Bıçaklama                          | 2            | 10    |
| At Pazarı Mah.              | Hamam                          | Gürültü                            | 1            | 5     |
| Uzun Çarşı                  | Çarşı                          | Uygunsuz Davranış                  | 1            | 5     |
| TOPLAM                      |                                |                                    | 20           | 100   |

Bursa gazetesinde kadınlarla ilgili haberlerden bir tanesinde mahalle ismi belirtilmemiş diğer 19 haber için ise 2 köy ve 12 farklı mahalle ismi zikredilmiştir. İsmi geçen mahallelere baktığımızda 5 haberin At Pazarı mahallesinde geçtiğini görmekteyiz. Bursa gazetesi sayılarında ilk aşamada incelenen 127 haberden 13'ü (%10'u) de bu mahallede meydana gelen olayları konu almaktadır. Bu 13 haberden 6'sında kadınlar fail veya mağdur olarak yer almaktadır. Bu mahallede bulunan iki unsur olan umumhaneler ve At Pazarı Hamamının buradaki olaylarda ismi sıkça geçmektedir. Nitekim sadece kadınlarla ilgili değil erkekler arasında da meydana gelen vakalarda umumhanelerin isimleri sıkça geçmektedir (B.G.no:51, 52, 60, 63, 64, 70.). Pazar-ı Esbab olarak ta anılan At Pazarı Mahallesi Bursa'nın en eski mahallelerinden biridir. <sup>8</sup>Mahallenin önemli bir ticaret merkezi oluşu buradaki hareketliliği sürekli kılmış olmakla birlikte burada varlık gösteren umumhaneler zamanla mahalledeki asayışı bozmuştur. Olasılıkla umumhaneler sabıkalı kişiler için hem bir saklanma alanı hem de zaman zaman ev vazifesini görmekte olduğundan At Pazarı Mahallesi bu grup için bir cazibe noktası haline gelmiştir.

Mahalle ile birlikte kadınların mekânsal birim olarak mağduriyet yaşadıkları alanlar % 50 oranla ev olduğu görülmektedir. Osmanlı toplumunda kadının özgürlük alanı olarak nitelendirilen ve birbirine göre mahremiyeti sağlayacak şekilde konumlandırılan evin aynı zamanda bir mağduriyet alanı olduğunu göstermektedir. Haberlerde aile içi şiddet-tartışma, tecavüz ve darp olaylarının tamamının ev içinde meydana gelmesi bu evin kadın açısından güvenli olduğu kadar istismara açık bir alan da olduğunu ispatlar niteliktedir.

<sup>8</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. Kaplanoğlu, R., At Pazarı Mahallesi, Bursa Ansiklopedisi I (Yer Adları), s.29.

#### 4.7. Haberlerde Yer Alan Kadınların Yakınlık Dereceleri

**Tablo 8.** Bursa gazetesindeki kadınların yer aldığı haberlerde kadınların yakınlık derecelerine göre dağılımı

| Yakınlık Derecesi | Haber Sayısı | Yüzde |
|-------------------|--------------|-------|
| Yabancı           | 7            | 35    |
| Zevce/Familya     | 5            | 25    |
| Yok               | 3            | 15    |
| Komşu/Mahalleli   | 2            | 10    |
| Manevi evlat      | 1            | 5     |
| Valide            | 1            | 5     |
| Arkadaş           | 1            | 5     |
| TOPLAM            | 20           | 100   |

İncelenen haberlerde fail ya da mağdur olan kadınların yakınlık derecelerine baktığımızda haberlerin %35'inin aile içinde meydana gelmeyen ya da bireysel olaylardan oluşan vakalardaki kadınlar hakkında olduğu görülmektedir. Kategorileştirme sırasında bir aile üyesi olmayan her kadın yakınlık derecesi bakımından “yabancı” olarak nitelendirilmiştir.

Kadınların %35'inin ise 1. derece yakın aileye mensup olduklarını görmekteyiz. Bu yakınlık içinde kadınlar eş, kız evlat ya da manevi evlat ve anne rolündedir. Burada dikkat çekici bir nokta valide, zevce, kerime yanında “familya” kelimesinin kullanımınıdır. Familyadan kasıt eş midir yoksa birden fazla eşin veya çocukların olduğu aile mi kast edilmektedir pek açık değildir. Zevce ve familya kelimelerinin geçtiği haberlerin içeriğinde bu kelimelerin kullanımına bakıldığında her iki kelimenin bazen “eş” anlamında bazen de eş/eşler ve çocuklardan oluşan aile anlamında kullanıldığı anlaşılmaktadır. Örneğin beygir tepmesi sonucu ölen bir kadınla ilgili haberde “*Genç Ali köyünden İdris'in familyası Hatice...*” ibaresinde familya doğrudan eş anlamında kullanılmıştır. Ancak başka bir haberde “*...Balıklı Sağır mahallesinden Molla oğlu Laz Mustafa'nın Veled-i Saray Mahallesinde kâin validesi yanındaki familyasını cebren almak üzere iken mezburelerin vakı' olan feryatları üzerine...*” ibaresindeki “familya” kelimesinin devamında “mezbureler” kelimesinin kullanımı birden fazla kişinin (eş ve çocuklar) kastedildiğini düşündürmektedir.

#### 4.8. Haberlerde Kadınların İsimlendirilmesinde Kullanılan Nitelemeler

**Tablo 9.** Bursa gazetesindeki kadınların yer aldığı haberlerde kadın isimlendirilmesinde kullanılan nitelemeler.

| SIFAT  |
|--|
| Kürt Mahmut'un zevcesi Hayriye                       |
| Simitçi Mehmet Ağa'nın manevi evladı Zenciye Zarafet |
| Diyarbakırlı Kıpti Mahmud oğlu Mehmet ve zevcesi     |
| Bakkal Mehmet'in zevcesi Fatıma ile refikası Hatice  |
| Kara Mehmet oğlu Hasan'ın zevcesi                    |
| Fahişeler ve ehli iffet kadınlar                     |
| Boyacı Rıza'nın zevcesi                              |
| Mezbureler   |
| Benayuca Hatun                                       |
| İdris'in familyası Hatice                            |
| Fahişe Dönme Latife                                  |
| Bızdık Şahine'nin umumhanesinde hizmetçi Hidayet     |
| Kerhaneci kadın                                      |
| Takur'un zevcesi Meryem ve kerimesi Sofi             |
| Valide   |
| Hasan'ın bakire kerimesi Fatma                       |
| Muhacir Ahmet'in zevcesi Hatice                      |
| Koca Alioğlu Mehmet'in zevcesi Emine                 |
| İslam ve Hıristiyan kadınları                        |
| Babadağ Muhacirlerinden Arif'in kerimesi Ayşe Hatun  |

<sup>9</sup> B.G.no:55. (bkz. dipnot 3)

Bursa gazetesindeki haberlerde kadınların adlandırılmasında ilk göze çarpan genellikle kadın isimlerinin bir erkeğe tabi şekilde nitelenmesidir. Kadın bir aileye mensup ise eşinin, bekâr ise abisinin ismi ile birlikte “zevcesi, kerimesi” olarak belirtildikten sonra ismi yazılmıştır. Aynı zamanda erkekler çoğunlukla sadece isimleri ile değil toplum içinde nasıl tanındıklarını belirten sıfatları ile de anılmaktadırlar. Bu sıfatlar bir meslek (Simitçi Mehmet Ağa<sup>10</sup>), göç ettikleri yerin adı (Babadağ Muhacirlerinden Arif<sup>11</sup>), baba soyu (Kara Mehmet oğlu Hasan<sup>12</sup>) ya da birden fazla niteleme (Diyarbakırlı Kıpti Mahmut oğlu Mehmet<sup>13</sup>) olabilmektedir. Soyadı kullanımının olmadığı bir dönemde tabi olunan meslek, grup ya da bölgeye dair bir niteleme ile kişilerin isimlendirilmesinin normal olduğu düşünülebilir. Ancak yalnız ismi ile zikredilen kadınların olduğu haberler incelendiğinde bu kadınlarla ilgili ilginç bir durum göze çarpmaktadır. Bu kadınlar kerhane işleten ya da burada çalışan kadınlardır ve “fahişe dönme Latife”<sup>14</sup>, “kerhaneci kadın”<sup>15</sup> ya da “Bızdık Şahine”<sup>16</sup> gibi isimlerle haberlerde yer almışlardır. Bunun yanında kadınlarla ilgili daha genel haberlerde “İslam ve Hristiyan kadınları”<sup>17</sup> gibi tabi olunan dini gruba dair bir ayırım ile ya da “fahişeler ve ehli iffet kadınlar”<sup>18</sup> olarak ahlaki bir kabul üzerinden ayırım ile nitelendirildikleri görülmektedir. Bu tür bir nitelemenin erkek cinsiyetinde karşılığı olup olmadığına baktığımızda çoğunlukla kullanılan sıfatın “sabıkalı güruhundan” öteye gitmediğini görmekteyiz. Öyle ki tartıştığı eşinin başını yararak ölmesine sebep olan kadın hakkındaki haberin başlığı “Katile Kadın” olarak verilmişken erkekler arasında ve adam öldürme ile sonuçlanan olayları aktaran haberlerde böyle bir niteleme kullanılmadığı görülmektedir.

## 5. Sonuç

1890 yılında Hüdavendigâr Vilayetinde yerel olarak yayımlanmaya başlayan Bursa gazetesindeki kadınların fail ya da mağdur olarak yer aldığı haberlerin analizinin yapıldığı bu çalışmada gazetenin 49-95

<sup>10</sup> B.G.no:53 “Çelebi Sultan mahallesinde mukim mukavelat muharriri İsmail Bey’in hanesinde aylıklı hizmetkâr olduğu halde bir adet altun yaldızlı tabaka ve bir şişe lavanta ve bir adet küçük gümüş iğneyi sirkat etmek ve mumaileyhin hanesini kasten ihraka tasaddi eylemek fiillerinden dolayı maznun aleyha olup on yedi teşrin-i sani 370 tarihinde tevkif edilen Simitçi Mehmet Ağa’nın evlad-ı maneviyesi Zenciye Zarafet hakkında tahkikata nazaran merkumenin Meydancık mahallesinde Hüseyin Çavuş damadı Mehmet’in hanesindeki tabaka ile bir şişe lavantanın zuhur eylediği ve bunlar meyanında bir de elmas çiçek bulunduğundan ledussual tüccarandan Mehmet Ali Efendi’nin yanında aylıklı hizmetkâr iken Mehmet Ali Efendi’yi Dersaadetten müsafırat tarihi ile gelmiş olan biraderi Nuri Efendi’nin familyasıyla iki mah akdem Çekirge’de bulunduğu sırada Çekirgeli bir kadın tarafından kendisine verildiğini ifade etmiş ise de mezkûr çiçek Mehmet Ali Efendi’nin yedinde kalmış olan mahfazaya mutabık gelmesinde ve ol vakit mezkûr çiçek çanta derunundan açılmaksızın el sokularak alındığı ihbar olunması cihetiyle hafıyyen icrayı tahkikat ile mezkûr tabakayı açık mahalden sirkat eylediğini dahi ikrar eylemesine binaen mezburenin her iki haneden sirkate içtısarı tahakkuk ederek ancak harikin mezbure tarafından kasten ika’ eylediğine dair imarat ve delail-i kuvveyeye zaferiyyat olunamadığı istihbar kılınmıştır.”

<sup>11</sup> B.G.no:65 (bkz. dipnot 4)

<sup>12</sup> B.G.no: 66 (bkz. dipnot 6)

<sup>13</sup> B.G.no:62 “Pazar-esb mahallesinde Bayrak Ahmet’in hanesinde müste’ciren sakin Diyarbakırlı Kıpti Mahmut oğlu Mehmet ve zevcesi Ayşe’nin yedlerinde kendilerinin şahıslarına gayr-ı mütenasip eşya mevcut olduğundan zaptiye KürdHammal’ın ihbarı üzerine derhal hane-i mezkure taharri olunduktan bir çift elmas küpe ve bir adet rular ve sarmalı çevre ve ipekli peştamal ve havlu ve üç top kıytan vesaire zuhur etmekle tahkikatına mübaderet kılındığı istihbar olunmuştur.

<sup>14</sup> B.G.no:65 “Bundan kırk gün mukaddem At Pazarı umumhanelerinden Dönme Latife namında bir fahişeyi Aksu karyesinde Kasap Ahmet ve Çerkes Mehmet nam şahıslar kaldırıarak şimdide kadar icray-ı fahişiyat etmekte iken şehri-i hal Ruminin altıncı gecesi merkum Ahmet tarafından mezbure suret-i feciada bıçakla itlaf edilmekle katil merkumun derdest edilmiş olduğu istihbar kılınmıştır.”

<sup>15</sup> B.G.no:83“Şehr-i cari-i Rumi’nin on dokuzuncu Cuma günü Meydancık mahallesinde mukim Loççalı Ademsekr-i hal olarak refiki Sütçü Hüseyin ile birlikte At Pazarı’na gidip Kerhaneci Emine ile oğlu Osman’a hamil bulunduğu bıçağı teşhir etmeye cüret ettiği sırada refiki Hüseyin kollarını tutup zapt ettiğinden Hüseyin’in sağ ayağını kabasından cüzice cerh eylediği ve keyfiyet Tatarlar karakol memurluğuna ihbar olunmasıyla derdestine giden karakol mezkureden müstahdem piyade zaptiye neferanından Harun merkumu derdest edeceği esnada hamil bulunduğu bıçağıyla sol memesinin üst tarafından cerh etmesiyle can acısından Harun dahi mukabelet-i kasaturasıyla merkumun sol kolunun bileğinden cerh ettiği ve nefer-i merkum almış olduğu cerihadan müteessiren vefat eylediği ve katil-iadem bir ay tedavi Guraba Hastanesine a’zam kılındığı ve evrak-ı tahkikası cihet-i adliyyeye tevdi’ olunduğu istihbar kılınmıştır.”

<sup>16</sup> B.G.no: 65 “Şehr-i hal Rumi’nin yedinci Cuma günü saat beş raddelerinde At Pazarı’nda Bızdık Şahine’nin umumhanesinde hizmetçilik eden Hidayet nam kadıncağızı Karık karyesinden İbrahim’in tehlikeli surette cerh eylediği işidilmiştir.”

<sup>17</sup> B.G.no:79 “Uzun Çarşıda bulunan bir takım tecrübesiz esnaf kalfa çıraklarının İslam ve Hristiyan kadınlarının yakasına sarılırcasına muamele-i gayr-ı laikada buldukları ihbar olunmasına mebni bu babda hükümetçe nezaret ve teftişatın icrasıyla görülenler ceza-i dide edileceği işitilmiştir.

<sup>18</sup> B.G.no: 65. (bkz. Dipnot 7)

arasındaki sayıları incelenmiştir. Çalışmada, kadınların toplumsal hayatta hangi tür olaylarda fail ya da mağdur olarak yer aldığı, bu olaylarla ilgili gazete haberlerinde kadınların nasıl sunulduğu, bu sunumların cinsiyet, tebaa, yakınlık derecesi ya da kişilerin nitelenmesi bakımından nasıl farklılık gösterdiği analiz edilmiştir. Araştırmada incelenen haberlerde kadınların fail ya da mağdur olarak yer aldığı durumların başında aile içi şiddet, bıçaklama ve darp gelmektedir. Fail ya da mağdur olma bakımından ise haberlerin %70'inde kadınlar mağdur konumunda olup, mağduriyetlerin büyük oranda fiziksel olarak kadın bedenine yönelik olduğu görülmüştür. Haberlerde aile içi şiddet ilk sırada gelmekle beraber kadına yönelik saldırıların genellikle kadının yakın çevresindeki kişilerden geldiği görülmüştür. Aile içi şiddet olaylarında kadınlar yaralanma, çocuk düşürme ya da ölüm gibi sonuçlarla karşılaşmaktadır.

Yukarıda çeşitli örneklerini gördüğümüz üzere dönemin Bursa'sında kadınların mekânı kullanım bakımından gündelik hayatlarının, geleneksel Osmanlı anlayışına uygun olduğunu söyleyebiliriz. Bu anlayışa göre kadın, erkeğin ve devletin namusu olarak görülmesi gereği toplum içinde mekânsal sınırlamalara tabi bırakılmıştır. Osmanlı evlerinde haremlik-selamlık gibi mekânsal düzenlemeler, kadının özgürlük alanı olan evde dahi toplumsal ilişkilerini düzenleyici mekânsal bir unsur olarak okunabilir. Ancak bu korumacı yaklaşıma rağmen çoğunlukla aile içi ilişkiler nedeniyle kadının ev içinde fiziksel şiddet, tecavüz, mağduriyet yaşamasının önünde engel olamamıştır. Gazetede yer alan haberlere göre kadının mağduriyetine yol açan durumların % 50'si kadının yaşadığı ya da o sırada bulunduğu ev içinde meydana gelmiştir. Haber içeriklerine göre kadının mağduriyet yaşadığı bir diğer mekân ise mahalle ve köydür. Bu durum, Osmanlı şehir hayatında kadının ev dışındaki kamusal alan özgürlüğünün kısıtlı olduğu düşünüldüğünde şehir içindeki mahalle ya da şehir merkezi dışındaki köy kadın açısından güvenli olmayabilmektedir. Nitekim kadının Osmanlı tarihinde zaman zaman kamusal alanda dolaşımına güvenlik açısından sınırlamalar, kısıtlamalar getiren düzenlemeler, fermanlar tarihi belgeler olarak yer almaktadır.

Bursa gazetesindeki haberler, kadının sunuluşu yönünden incelendiğinde dikkat çeken noktalardan biri de, haberlerin tamamında kadınların karşılaştığı olumsuz durumların nedenleri ile ilgili bilgilerin yer almasıdır. Günümüz gazetecilik anlayışındaki 5N1K metodunda kullanılan kim, ne, nerede, ne zaman, nasıl ve niçin sorularından, sorgulamayı yapmamızı sağlayan “nasıl ve niçin” sorularının cevabını Bursa gazetesinde kadınların yer aldığı haberlerde görememekteyiz. Bu sebeple gazetede kadına ilgili haberlerin içeriğinde detaylı bilgi yer almamaktadır. Bu durum yine kadına korumacı yaklaşımdan dolayı olayların kadın özelinde detaylandırılmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Gazete haberlerinde kadının sunumuna dair dikkat çekici bir diğer nokta kadınların isimleri yazılırken kullanılan nitelermelerdir. Bu nitelermeler yapılırken genel olarak ahlaki bir kabul ya da mensup olunan dini referans alan bir yaklaşım kullanılmıştır. Kadınların, ahlaki bir kabul olarak iffet ya da namusu çağrıştıran ifadelerle kategorize edildiği görülmektedir. Bu anlamda kullanılan nitelermelerden bazıları “fuhuş ehli, fahişe, dönme” gibi olumsuz sıfatlardır. Bu sıfatlarla anılan kadınların isimlerinin önünde herhangi bir aile bireyi ismi, tabi olunan din ya da memlekete dair bir nitelermenin kullanılmaması bir yerde kadının o topluma aidiyetinin toplum tarafından kabul edilmediğini sözel olarak belirtiyor niteliğindedir. Dolayısıyla ahlaki olarak toplumca kabul edilmeyen bir konumda yer alan kadın, bu konumuyla sanki hiçbir yere, kişiye ya da gruba isnat edilmemektedir. Nitekim bu şekilde anılan kadınlara karşılık diğer kadınların haberlerde “ehl-i iffet kadınlar” ya da “İslam ehli kadınlar, Hıristiyan ehli kadınlar” gibi ait olunan dini referans alan nitelermelerle kullanılması bir aidiyet için kadının ahlaki bir kabulde olması gerektiğini düşündürmektedir. Öyle ki bir fahişenin öldürüldüğü ile ilgili haberde, fahişenin öldürülmesi “bıçakla itlaf edilmek” olarak tabir edilmiştir. Kadınların haberlerde adlandırılmasında bu tür kullanımlar, kadınların fail ya da mağdur olma durumlarının, kadınların toplum tarafından ahlaken nasıl kabul edildiği ile ilişkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Diğer yandan haberlerde kadınların kim oldukları ile ilgili bilgi verilirken isimlerinin önünde yakını olduğu erkeğin ismi ve yakınlığını gösteren sıfatlar kullanılmıştır. 70 yaşında yaşlı bir kadın dahi yaşına rağmen “Babadağ Muhacirlerinden Arif'in kerimesi Ayşe Hatun” olarak tanımlanmaktadır. Soyadı kullanımının olmaması, dönem için bu tür kullanımın normal olduğunu düşündürülebilir. Ancak bu kullanımın incelenen dönemde kadınların kamusal alanda kısıtlı bir alanda yer alması ve özellikle kadının çalışma hayatında yer almaması ile de doğrudan ilişkili olduğu şeklinde yorumlamak mümkündür. İncelenen haberlerde kadınların herhangi bir meslek ya da zanaat sahibi olduğunu gösteren ifadelerle

rastlanmamıştır. Diğer yandan Bursa gazetesinin yayınlandığı dönemde İstanbul, İzmir gibi diğer büyük vilayetlerde çıkan kadınlara yönelik/yönelik olmayan dergi ve gazetelerde kadınların kendi isimleri ya da kendilerine verdikleri takma isimlerle yazıları yayınlanan kadınlar mevcuttur<sup>19</sup>. Ancak Bursa gazetesinin incelenen sayılarında yer alan yazılar arasında kadınların kaleme aldığı yazılara rastlanmadığı gibi kadınların çalışma hayatında ya da kamusal hayatta ön plana çıktığı haberlere de rastlanılmamıştır.

Bursa gazetesindeki kadına dair haberlerden yola çıkılarak yapılan bu çalışma, 19.yüzyılın sonunda Bursa toplumunda kadının, bugüne benzer şekilde mağduriyetler yaşadığını göstermektedir. Karı-koca arasındaki anlaşmazlıkların başını çektiği aile içi şiddet olayları, mahalle veya köy içinde meydana gelen taciz ve tecavüz vakaları, hırsızlık, gasp veya darp gibi olaylar içinde kadınlar çoğu kez mağdur durumundadır. Haber içeriklerinde olaylara dair detaylı bilgilerin olmamasından dolayı kadının bu vakalarla ilişkisi derinlemesine analiz edilememiştir. Kadına dair haberlerde kadınlar hakkında kısıtlı bilgiye yer verilmesinin bir nedeninin de gazete imtiyaz sahibi Murat Emri'nin ve gazete muharrirlerinin kişisel yaklaşımı olabileceği de göz ardı edilmemelidir. Nitekim gazetenin mevcut diğer sayılarında (1890-1893 yılları arasındaki) kadın yazarlara, kadınların ilgi alanındaki konulara dair özel sayı vb. içeriklere rastlanmamıştır.

19. yüzyılın sonunda kadının çalışma hayatında bariz bir şekilde görünür olmaması, kadının kamusal alanda mekânsal bir sınırına da işaret etmektedir. Bu da onun kendisine çizilen toplumsal rolleri kendisine gösterilen toplumsal alanda, yine kadına dair ahlaki ve dini kabullere uygunluğu nispetinde yaşamasını sağlamış görünmektedir. Kadının toplumsal yaşama bu sınırlı katılımı günümüzde kadının lehinde çok yol almış olsa da kadının gerek ev içinde gerekse kamusal alanda mağduriyet yaşadığı durumların azalmasını sağlayamamıştır.

## 6. Extended Abstract

This article aims to reveal the social position of women in this period through newspaper reports by analyzing the news about women in the Bursa newspaper, which started to be published as a local newspaper in Hüdavendigar Province in 1890. In this study, it is aimed to determine how the events involving women in Bursa's social life in the late 19th century took place in the press, how they were presented and how women were represented in the press.

Due to the fact that the Bursa newspaper has been published for nearly 30 years and not all issues are available, stratified sampling has been applied, taking into account the publications in a certain period. Thus, a total of 47 issues between the 49-95 issues of the newspaper published in 1891-1892 were selected as a sample in the study. . In the study, "3. Forensic news that occur in daily life such as stabbing, wounding, killing, rape, accident and fire, which are described as "page news", were examined.

In the research, content analysis method was used in order to examine the women's news in the press in the 19th century. An existing conceptual structure was not used for the analysis of the data examined in the study, and the data was subjected to an inductive analysis. The contents of forensic news in a total of 47 copies between the determined 49 and 95 were taken into account. In the examined copies, 127 contents were determined as forensic news.

These categories are in the form of gender, social class, theme, affinity category, description of the people and the place where the event took place, and there are 6 of them. It has been determined that 20 of the analyzed content is the content in which women are involved as perpetrators or victims. Together with the research questions, these 20 were subjected to content analysis.

When we look at the content analysis of the news about women in the Bursa newspaper, we see that 70% of them are victims. While women were the perpetrators in 20% of the news, they were both perpetrators and victims in 10%. 35% of the analyzed news are stabbing, battering, theft, 20% are domestic violence-discussion, 15% are harassment/rape-themed news. 35% of the women in these news had a first degree problem with their close family members. In this closeness, women are in the role of wife, daughter or adopted child and mother. The first thing that catches the eye in the naming of women

<sup>19</sup> Konuyla ilgili ayrıntılı bilgi için Çiçekler, M. & Fatih Andı. (2009). Yeni Harflerle Hanımlara Mahsus Gazete. İstanbul: Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Yayınları. 20. Yıl Özel Yayını, Serpil Çakır, Osmanlı Kadın Hareketi, İstanbul 2011, Kılıç, N. (2019). Osmanlı Basınında Muhafazakâr Bir Kadın Dergisi Mürüvvet. İstanbul: Kriter.

in the news in the Bursa newspaper is that women's names are generally described as subordinate to a man.

The news of the Bursa newspaper, which we examined, shows that the daily lives of women in Bursa of the period were in accordance with the traditional Ottoman understanding in terms of using the space. According to this understanding, the necessity of seeing women as the honor of men and the state has been subjected to spatial limitations in the society. Spatial arrangements such as haremlik-selamlık in Ottoman houses can be read as a spatial element that regulates social relations even at home, which is the freedom area of women. However, this protective approach did not prevent women from experiencing victimization such as physical violence, rape and harassment at home. In addition to the presence of women in the news, another remarkable point about their social acceptance is the characterization of women. While characterizing the newspaper news, an approach that takes a moral acceptance or religion as a reference is used in general. From time to time, it is seen that women are categorized in the context of chastity or honor as a moral acceptance (prostitution, prostitute, converting).

This study, based on the news about women in the Bursa newspaper, shows us that at the end of the 19th century, women in Bursa society experienced victimization similar to today. Women are often the victims of domestic violence incidents led by disagreements between husband and wife, cases of harassment and rape in the neighborhood or village, and judicial incidents such as theft, extortion or assault. Due to the lack of detailed information about the events in the news content, the relationship of the woman with these cases could not be analyzed in depth. The fact that we could not find any clues in the newspaper reports that women take part in working life also points to a spatial limit of women in the public sphere. And this makes us think that she lives in the social space where the social roles drawn to her are shown to her, again in accordance with the moral and religious acceptances about women. Based on the examples in this study, we can say that when we compare the limited participation of women in social life in Bursa society in the 19th century with today's society, we can say that it has gone a long way in favor of women. However, despite this progress, the study shows that the situations in which women experience victimization both at home and in the public sphere have not changed much.

**Keywords:** Womennews, Bursa Newspaper, Press in Ottoman Bursa.

#### Kaynakça

- Alagöz, K. H. (2016), "Bursa'da Çıkan Bir Dergi: Nilüfer'de Kadın Şairlerin Sesi" Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:9, Sayı: 47, Aralık
- Çiftçi, C. (2013), "1837-1908 Sürecinde Bursa'da Koza Üreticiliği Ve İpekli Dokumacılık Sektörü" U.Ü. Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl: 14, Sayı: 24, 2013/1
- Hüdavendigâr Vilayet Salnamesi, 1310, Bursa: Vilayet Matbaası
- Kaygalak, S. (2008) Kapitalizmin Taşrası & 16.Yüzyıldan 19.Yüzyıla Bursa'da Toplumsal Süreçler ve Mekânsal Değişim, İstanbul: İletişim Yay.
- Kaplanoğlu, R. (2001) Bursa Ansiklopedisi I (Yer Adları), Bursa: Avrasya Etnografya Vakfı Yayınları
- Kurt, A. (2002) "19. Yüzyılda Bursa Toplumunun Sosyal Görünümü ve Halkın Sahip Olduğu Eşyalar", I. Bursa Halk Kültürü Sempozyumu (4-6 Nisan), Bursa
- Ulus, S. (1993) "Yerel Basınımız", Marmara İletişim Dergisi, Sayı:3 Temmuz
- Yıldırım&Şimşek, (2000) Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu alışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Rus Araştırmalarında ve Çalışmalarında Oğuzların Kahramansı Efsanesi *Dedem Korkut Destanı*

Gülhanım Bihter YETKİN\* 

## ÖZ

Destan, içerisinde doğduğu cemiyetin üzerinde derin izler bırakan tarihi ve sosyal olayların yansımaları bulduğu ve çoğunlukla anonim olup manzum şeklindeki edebî eserlere verilen addır. Yiğitlik, cesaret, kahramanlık, vatan sevgisi, ölüm, dostluk gibi ulusları bir arada tutan ve onlara güç veren konuları ana tema edinen destanlar, tarihten günümüze üzerinde en fazla durulan ve hakkında pek çok incelemenin yürütüldüğü en eski edebiyat türlerinden biridir. Sayısız bilimsel araştırmanın ana malzemesi olan ve Orta çağ dönemi Türk halklarına ışık tutması açısından özel bir yere sahip olan Oğuzların kahramansı destanı *Dede Korkut Destanı* bunlardan başlıcasıdır. Rus kaynaklarındaki karşılığı ile *Dedem Korkut Destanı*, günümüz Azerbaycanlıların, Türklerin, Türkmenlerin ve Gagavuzların ataları olan Oğuzların kahramanlık türkülerinin ve masallarının sanatsal ve şiirsel bir hazinesidir. Bu çalışmada Dresden ve Vatikan olmak üzere iki nüsha şeklinde günümüze ulaşan ve Rus topraklarındaki inceleme alanı çok çeşitli ve zengin olan *Dedem Korkut Destanı* konusundaki kaynaklardan ve düzlemsel olmayan araştırmaların seyrinden bahsedilecektir. Böylelikle anayurda ek olarak Rus topraklarında da halen güncelliğini koruyan bu destan çalışmalarının kökenlerine inilerek anıta yönelik Rus doğu bilimcilerin bakış açıları ortaya çıkarılmaya çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Destan, Oğuzlar, *Dedem Korkut Destanı*, Bartold.

## The Heroic Legend of the Oghuzs *The Book of Dede Korkut* in Russian Researchs and Studies

### ABSTRACT

Epic is the name given to literary works, mostly anonymous and in the form of verse, in which they find the reflection of historical and social events that left deep traces on the society in which they were born. The epics, which take the subjects such as valor, courage, heroism, patriotism, death, friendship, which hold the nations together and give them strength as the main theme, are one of the oldest literary genres that have been the most emphasized and many studies have been carried out from the past to the present. The heroic epic of the Oghuzs, *The Book of Dede Korkut*, which is the main material of numerous scientific researches and has a special place in terms of shedding light on Turkish societies in the medieval period, is the main one. *Dedem Korkut Epic*, with its equivalent in Russian sources, is an artistic and poetic treasure of the heroic folk songs and tales of the Oghuzs, who are the ancestors of today's Azerbaijanis, Turks, Turkmen and Gagauz. In this study, the course of non-planar studies on the *The Book of Dede Korkut*, which has survived in two copies, Dresden and Vatican, and whose field of study in Russian lands is very diverse and rich, will be discussed. In this way, it will be tried to reveal the perspectives of Russian orientalis on the epic by going down to the origins of these epic studies, which are still up-to-date in the Russian lands, in addition to the motherland.

**Keywords:** Epic, Oghuzs, *The Book of Dede Korkut*, Bartold.

### 1. Giriş

Güncel Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre destan, “Tarih öncesi tanrı, tanrıça, yarı tanrı ve kahramanlarla ilgili olağanüstü olayları konu alan şiir; bir kahramanlık hikâyesini veya bir olayı anlatan, koşma biçiminde, ölçüsü on bir hece olan halk şiiri” anlamlarına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, 2019, s. 641). Şair, folklor araştırmacısı, akademisyen ve yazar Şükrü Elçin, söz konusu yazın türünün destan sözcüğünden önce çeşitli şekillerde adlandırıldığını ileri sürer. *Türk Dilinde “Destan” Kelimesi ve Mefhumu* adlı makalesinde yakın Türk lehçelerinde destan yerine kullanılan örnekler yer verir. Örneğin Yakut Türklerinin manzum kahramanlık şiirlerine ya da kahramanların hayat öykülerine “olongo”, “olongo” adını verdiklerini, Türk dilinde çok yaygın bir isim olan “sab” ve “saw” sözcüklerinin bazı boylarda “söz, nutuk, haber, salık, mektup, risale, atalar sözü, kıssa, hikâye, tarihi olaylar” anlamına geldiğini anlatır. Buna ek olarak Kumancada, Kırım lehçesinde, Çağatay edebî dilinde ve Kur’an çevirilerinde “irtegi” sözünün “hikâye, kıssa, destan, eski söz” anlamlarıyla ele alındığını, Kırgız Türklerinde ise kahramanlık destanına “comok” ve destanı anlatana “comokcu” adı verildiğini açıklar (Elçin, 1968, s. 158-159).

Destan, İslamiyet’in kabulünün ardından “efsane, mesel, hikâyet-i güzeflteğân” demek olan Farsça kökenli “dâstân” sözcüğüne ses ve anlam bakımından gerçekleştirilen değişiklikle Türkçeye girer (Oğuz,

\* Arş. Gör. Dr., Ordu Üniversitesi, gulhanimbihter yetkin@odu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 19.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 26.07.2022

2004, s. 5). Destanın Türk dünyasında yer edinmesinde İran ile Türk devletleri arasındaki tarihsel etkileşimin payı büyüktür. Destanlarıyla zengin bir edebiyata sahip olan İran, İslam dünyasına dahil olduğu zamandan itibaren yalnızca diğer Müslüman uluslara kendi destanlarını tanıtmakla kalmaz aynı zamanda kendisine özgü tarihini ve kültürünü de onlara gösterme imkânı bulur. Nitekim Zalođlu Rüstem gibi pek çok destan kahramanı hem Araplar hem de Türkler arasında benimsenerek rağbet görür. Aynı zamanda özellikle Türkler arasında Keykâvus, Keyhusrev gibi destanlaştırılan İran şahlarının adları Türk hükümdarları tarafından kullanılır. İran destanlarının Türk kültürüne bu derece güçlü bir şekilde nüfuz etmesinde iki milletin komşu olmalarının ve pek çok bölgede bir arada yaşamalarının etkisi büyüktür. Buna ek olarak kimi zaman iki devlet arasında baş gösteren savaşların her iki millette de yeni destanları doğurduğu görülmektedir (Yazıcı, 1994, s. 205). Aşık edebiyatında ve musikisinde bir şiir biçiminin de adı olan destan sözcüğünün Batı terminolojisindeki karşılığı, Yunancada şairlerin saz eşliğinde söyledikleri şiirleri için kullanılan *epos*'tan türetilen *épopée (epopoeia)*'dir. Aynı zamanda destan, "hikâye, masal, sergüzeşt, manzum, vak'a, tarih, roman ve hayvan masalı (fabl)" gibi anlamların karşılığı olarak da kullanılmaktadır (Yetiř, 1994, s. 202).

Destanlar, özellikleri gereği içlerinde sıra dışı ve olağanüstü unsurlar barındırırlar. Bunun yanı sıra halklar üzerinde iz bırakmış tarihi ya da doğall olaylarla birlikte geçtiği coğrafyanın özellikleri konusunda da bilgiler verirler. Zira ulusların yaşadığı bölgenin onların yaşam şekilleri ve kültürleri üzerinde geniş çaplı bir etkisi olduğu açıktır (Buldur & Meydan & Güngör, 2016, s. 926). İnsanları yakından ilgilendiren neredeyse her olay destanların konusu olabilir. Genel anlamda yaratılış, halkların benliğinde sarsıcı bir tesire yol açan savaşlar, bir kişi ya da ulusun kahramanlığı ve tabii afetler, hikâyeye eklenen öğüt, fıkra, masal ve efsanevi nitelikli biyografik bilgilerle zenginleştirilerek yoğunlukla anlatım temelli manzumeler biçiminde destana dönüştürülür (Yetiř, 1994, s. 202). Orta Asya'da gerçekleştirilen arkeolojik incelemeler neticesinde elde edilen bulgulara göre, Türklerde destanların kökeninin MÖ XII. yüzyıla kadar dayandığı sonucuna varılır. Bu noktadan hareketle edebiyat tarihçileri Türk edebiyatını destanla başlatırlar (Yakıcı, 2003, s. 412). Türk edebiyatında destan sözcüğünü ilk olarak XIX. yüzyılın sonu ile XX. yüzyılın başlarından itibaren Rıza Nur, M. Fuad Köprülü ve Zeki Velidi Togan gibi Türkologlar, bu alandaki çalışmalarında *légende* (efsane) ya da *épopée* olarak kullanırlar. Böylelikle destan kavramı yeni bir nitelik kazanarak Türklerin İslamiyet'e geçişinden önceki tarih, dil ve edebiyatının ele alınmasında öncül bir çıkış noktası haline gelir. Edebiyat araştırmacılarına göre destanda yer alması gereken başat ögeler, münferit, toplu, kahramanca ve gerçeği andırmasının yanı sıra olağanüstümlüklerle dolu bir olay ile cemiyetin dikkatini üzerinde toplayan bir kişiliktir. Aynı zamanda destanda ikincil karakterin de belirgin olması, metnin mutlaka şiirsel bir anlatım özelliğine sahip olması ve asıl konunun anlatıldığı kısımların yanında çeşitli temalarla bir bitiş kısmı da içermesi gerekmektedir. Buna ek olarak destanın dili, hayal gücü ve nazımı kuvvetli, duyguları üst düzeyde, bir bütün şeklinde ve içten bir biçimde döneminin sosyal ruhunu yansıtabilmelidir (Yetiř, 1994, s. 202). Oğuz'a göre, bir destanın ortaya çıkabilmesi için içerisindeki halkın "destan devri" şeklinde adlandırılabilcek bir dönemde yaşıyor olması gerekmektedir. Nitekim bu, mitolojik unsurların cemiyet hayatında etkisini baskın bir şekilde sürdürdüğu, "alt tipi"nin sosyal yaşamı yönlendirdiği bir dönemdir (Oğuz, 2004, s. 7). Yazıya geçirilen ve en çok tanınan Türk destanlarını iki gruba ayırmak mümkündür. Bunlardan ilki, Türklerin Müslümanlığa geçişinden önceki Türk destanlarıdır: Alp Er Tonga Destanı, Oğuz Kaçan Destanı, Bozkurt Destanı, Ergine-kun Destanı ve Uygur Destanı. İkincisi ise İslami Türk Destanlarıdır: Saltuk Buđra Han Destanı, Manas Destanı, Cengiz Han Destanı, Témür ve Edige Destanları, Battalgazi Destanı vb. Bunlar içerisinde hem İslamiyet öncesi hem de İslami ögeleri bünyesinde barındırması açısından Oğuzların kahramansı destanı *Dede Korkut* ayrı bir değere sahiptir. Bu nedenle daima anayurt Türkologlarının ilgi odağında yer alan destan<sup>1</sup>, aynı zamanda diğer ülkelerin Türkoloji

<sup>1</sup> En güncel çalışmalardan biri olan 2021 yılında Fikret Türkmen ve Gürol Pehlivan tarafından yayımlanan *Korkut Bitiğ-Dünyada Dede Korkut Araştırmaları* adlı çalışma önemli bir yere sahiptir. Ötügen Neşriyat yayınevinden Göktürk Ömer akır editörlüğünde basılan bu eser, 1930-2017 yılları arasında dünyanın çeşitli ülkelerinde Rusça, İtalyanca, İngilizce, Fransızca, Farsça, Sıra, ince ve Korece dillerinde yayımlanarak Dede Korkut konusundaki 20 farklı çalışmanın ve incelemenin Türkçeye olan geirilerini sunmaktadır (Özdamar, 2021) (Ayrıntılı bilgi için bknz: Türkmen, F. & Pehlivan, G. (haz.) (2021). *Korkut Bitiğ-Dünyada Dede Korkut Araştırmaları*, İstanbul: Ötügen Neşriyat.

alanındaki çalışmalarında da önemli bir yer kaplar. Bunlar içerisinde Rusya, *Dede Korkut Destanı*'na araştırmalarında geniş ölçüde yönelen ülkelerden başlıcasıdır.

## 2. Rus Kaynaklarına Göre *Dedem Korkut Destanı*

Tarihte erken Orta ağ dünyasının güçlü halklarından biri olarak Oğuzlardan bahsedilir. MS VI-XI. yüzyıllarda Oğuzlar (ya da Bizans kaynaklarında geçtiği üzere Uzlar), toprakları Çin'den Karadeniz'e kadar uzanan büyük bir imparatorluk kurarlar. XI. yüzyılda yaşamış Kâşgarlı Mahmud, *Divan (Düvan)* adlı önemli eserinde Oğuzların bütün Türk halklarının ataları olduğunu ileri sürer. Kültegin ve Tunyukuk (VI-VIII. yüzyıllar) onuruna yapılan anıtlarda "tokuz-oğuz" (Dokuz Oğuzlar, dokuz Oğuz aşiret birliği), "Oğuz bodun" (Oğuz halkı) veya sadece "Oğuz" boylarına rastlanır. Bu dönemde Oğuzların Türk Kağanlığının en kalabalık halkı olduğuna inanılır. Rus ve Sovyet doğu bilimci ve tarihçi V. V. Bartold, Alman asıllı Rus doğu bilimci ve Türkolog V. V. Radlov'un görüşlerine dayanarak Türklerin VI-VIII. yüzyıllarda Oğuz boylarına ait olduklarını, Orhun Türkleri ile Oğuzların bir ve aynı halk olduğu yönündeki düşünceleri destekler. VIII-XI. yüzyıllarda Oğuzlar üç kısma ayrılır. Bir kısım (gelecekteki Türkmenler) Seyhun nehrinin alt kısımlarına, yani Priaralye bölgesine yerleşir. Diğer kısım olan Kafkasya'nın güneyinden geçen ve kısmen buraya yerleşen Selçuklular, Küçük Asya'ya konumlanırlar. Daha sonra Doğu Türkistan'ından Mısır'a ve Bizans İmparatorluğu sınırlarına kadar bütün ülkeleri fethederler. Üçüncü kısım ise Ural ve İdil nehirlerini geçerek Doğu Avrupa'yı işgal eder ve ardından eski Kıpçaklar ve diğer halklarla birleşir. XI. yüzyıldan itibaren Oğuzlar, Türkmenler olarak anılırlar. Türkmenler, Türkiye, Azerbaycan, İran, Irak ve Türkmenistan halklarından oluşur. Selçuklu, Osmanlı ve Safevi devletleri Oğuzlar tarafından kurulur (Халилов, 2015, s. 78). Oğuzlar, birleşimleri gereği dilleri açısından da yeknesak değillerdir. Zira bu görüşü, pek çok Arap tarihçi de desteklemektedir. X-XI. yüzyıllarda Oğuz dili, Kâşgarlı Mahmud'un incelemelerinde belirttiği bir dizi fonetik, dil yapısı ve kelime hazinesi göstergelerinden yola çıkarak Kıpçak diline yakındır (Аникеева, 2015, s. 114). Oğuzların şanlı tarihsel yolculuğu ve nitelikleri, kendilerine özgü folklorlarında canlı bir şekilde yansımasını bulur. Özellikle tek yazılı anıtları olan ve Rus kaynaklarındaki karşılığıyla *Dedem Korkut Kitabı (Книга моего дѣда Коркыта (Китабу дѣдам Коркыт))*, söz konusu halkın bu yolculuğunu kayıt altına alan önemli bir kaynaktır (Халилов, 2015, s. 78).

Oğuzların kahramansı destanı *Dedem Korkut Kitabı*, günümüz Azerbaycanlıların, Türklerin, Türkmenlerin ve Gagavuzların ataları olan Oğuzların kahramanlık türkülerinin ve masallarının sanatsal ve şiirsel bir hazinesidir. Destanda diğer dünya halklarının destanlarında olduğu gibi üst düzey manevi değerler, hümanizm, adalet, vatanseverlik ve kahramanlık fikirleri yankılanır. Bilimsel veriler, epik geleneklerin karşılıklı etkileşimini kabul ederken, epik kültürler arasındaki genetik bağlantıyı, kod sürekliliğini ve tipolojik benzerlikleri de doğrulamaktadır. Nitekim ağdaş dönem araştırmacıları da VII. yüzyıla kadar var olan dilin, tarihi-coğrafik gerçeklerin, etnopsikolojik belleğin Oğuz destanına geniş ölçüde yansıdığı konusunda hemfikirlerdir. Destanda eski Oğuzların ailevi-gündelik hayatları, hukuki ve ahlaki kuralları, askerî sanatları ve yönetim biçimleri, devlet, baba barınağı ve ana ocağının korunması adına yabancı işgalcilerle karşı kahramanca mücadeleleri tarihsel ve sanatsal bir şekilde gözler önüne serilir. Destanda geçen "Oğuzlar", eski çağlarda ve Orta ağın başlarında Azerbaycan topraklarında yaşamış olan Türklerdir. Destan şarkılarındaki yer adlarının çoğu, Kafkasya'da ve doğrudan Azerbaycan'daki yerleşim noktalarının ve coğrafi bölgelerin idari adlarıdır. Eserde ön plana çıkan günlük hayatta ve ahlaki değerlerde Şamanizm'in açıkça somut yankıları hissedilirken; Türk yaşam tarzının gelenekleri, ışık, su, kuş, ağaç, silah, at ve kurt kültü gibi antropomorfik imgeler, *bozlam (kükreme)*, *uluşmag (uluma)* gibi fiiller, Dirse, Alp Aruz kişi adları, Türklerin antik çağına tanıklık eder. Destan, çok sayıda etnik, toponomik ayrıntı içerir, bu da eski destanın orijinal biçiminin Azerbaycan Türkleri arasından çıkabileceğini bir kez daha düşündürür. Bu fikri, XVII. yüzyılda Evliya elebi'nin kendisinin ifadesiyle bizzat Korkut Ata'nın Derbent'teki mezarını ziyaret ettiğini söylediğine dair bir rivayet de desteklemektedir (Халилов, 2016, s. 320-324).

Orta ağın önemli bir kaynağı olan *Dedem Korkut Kitabı*, Oğuz boylarının dilinde kaleme alınır ve günümüze kadar Dresden ve Vatikan olmak üzere iki farklı el yazması ile ulaşır. İlki, 1815 yılında on iki hikâyeden oluşun el yazmasından sekizini yayımlayan Alman doğubilimci H. Diez tarafından Dresden kütüphanesinde keşfedilir. 1859'da yine bir başka Alman doğubilimci T. Nöldeke el yazmasının bir nüshasını çıkarak Almanca'ya tercümesini hazırlar ancak eserini tamamlayamaz. Elindeki malzemelerini

Rus doğu bilimci V. V. Bardolt'a devreder. Bardolt, 1894-1904 yılları arasında efsanelerden dördünü yayımlayabilirken, 1922 yılında ise eserin tamamının Rusça çevirisini bitirir. Ancak bu çalışmanın okuyucu ile buluşması ancak 1950 yılında Azerbaycan SSC İlimler Akademisi yayınıyla gerçekleşir (Аниќеева, 2015, s. 114). Vatikan nüshası tam değilken, on iki destandan sadece altısını içerir; Dresden elyazması ise tamdır ve ayrıca bu destanın tanınmış araştırmacılarından M. Ergin'in ifade ettiği gibi, "okuma-yazma ve imla açısından Dresden el yazması iyi bir kopyadır" (Бекілоб, 2002, s. 292).

*Dedem Korkut Kitabı*, toplamda bir giriş ve her biri bağımsız bir olay örgüsü olan on iki masaldan (şarkıdan) oluşur. Bu masallar, kimi zaman ortak karakterlerle birbirine bağlanır. Destandaki masallar, *Dedem Korkut Kitabı* olarak ortak bir isim altında birleştirilir çünkü Dede Korkut, bu masalların yazarıymış gibi ön plana çıkar. Ancak analiz esnasında bu masalların farklı ozanlardan (aşıklardan) söylendiğini ve farklı zamanlarda meydana geldiğini anlamak mümkündür (Каћарова, 2019, s. 306). *Dedem Korkut Kitabı*, bir kahramanlık destanı örneğidir. Bu bağlamda, kahramanın yaşamının tasviri ve faaliyetleri destanda önemli bir yer kaplar. Kahramanın ana meşguliyeti, vatanının ve halkının savunmasıdır. Daima askerî işlerle uğraşır. Destanda geleneksel olarak kahramanın doğumu ve büyüme evreleri betimlenir. Kahraman, yaşlı ebeveynlerden doğar, uzun süredir beklenen bir bebektir. Babası, kabul töreni esnasında çocuğu bir diğer ifadeyle mirasçısı olmadığı için küçük düşürülmüştür. Döndüğünde karısıyla istişare eder, kurban keser ve Allah'a dua eder. Destan metninde çok kez tek tek veya büyük bir grup halinde namaz kılma tasvirine yer verilir. Dirse Han Oğlu Boğaç Han da benzer bir törenle dünyaya gelir. Bamsı Beyrek'in doğumunun tarifinde de bu motif bulunur. Çoğu durumda baba oğluna askerî işleri öğretir. Bu nedenle oğul için babasının otoritesi çok üst seviyededir. Metinde kahramanın düşmanla yaptığı savaşların birçok ayrıntılı tasviri bulunur. Kahraman, çok cesur ve korkusuzdur. Kahraman, tek başına kısa sürede çok sayıda düşmanı yener. Destanda erkek kahramanların yanı sıra pek çok kadın kahraman imgesine de rastlanır: Burla Hatun, Banu eek, Selcen Hatun. Onlara aynı zamanda hizmet ve yardım eden kahraman genç kızlar vardır. Destanın kahramanı da müstakbel karısını okçuluk, at yarışı ve dövüş sanatlarında yener. *Dedem Korkut Kitabı* destanında İslam'ın Türk halkları arasında yayılma dönemi yansıtılır. Bu bağlamda metinde Tengri ismiyle birlikte Allah ve Hz. Muhammed'den de söz edilir. Kötü ruhlar içerisinden başlıcası olarak şeytan anılır. Kahraman Oğuz gökten iner. Gökyüzünün Kızı ve Yeryüzünün Kızı olmak üzere iki karısı vardır. Oğuz'un ilk eşi Güneşi, Ayı, Yıldızları; ikinci eşi ise Gökyüzünü, Dağları ve Denizi doğurur. Bütün bu farklılıklar, ozan, şaman, İslam'ın fikirlerini yayan ve onlara bağlı kalan kişi olan Korkut Ata'da birleşir. Kahraman bir zafer kazandıktan sonra Korkut gelir ve onun hakkında bir şarkı besteler. Diğer baksılar ondan ilahi söyleme sanatını, yeni şarkıların metinlerini öğrenirler. Destanda, baksı sanatına yönelik çok fazla sayrı ifadesi vardır. Destanın ön sözünde Dede Korkut imgesinin ayrıntılı bir açıklaması verilir (Софронова & Сорокина, 2016, s. 59-61). Bu destanda her olayın ve hikâyenin sonunda baş ve anahtar karakter olan Dede Korkut, algısı kopuz ile gelir ve final şarkısıyla sahneye çıkar. Dede Korkut, Oğuzlara, gelecek nesillere neyin iyi neyin kötü olduğunu anlatan bir aksakaldır. Bu karakter, birçok Türk halkı için ortaktır. Bilim adamları, "Kazak mitolojisinde Korkut'un, ilk şaman, şamanların ve ozanların hamisi, telli çalgı kopuzun mucidi" olduğunu iddia ederler. İslamiyet'in kabulüne kadar Korkut, ölümsüz görünen Burkut Ata imgesine yakın (Şamanizm ile bağlantısına gönderme yapılabilir) bir İlahdır (Лиянна, 2021, s. 30). Araştırmacı D. Ya. Basilov'un bahsi geçen karaktere yönelik araştırmalarında Burkut Ata'nın ölümsüz, geleceği tahmin etme yeteneğine sahip olduğu, Yüce Olan ile bir diyaloga girerek ona çocukları olmayan kadınlara evlat, hasta ve sakatlara şifa vermesi için dua ettiği belirtilir (Басилоб, t. y.). Olay örgüsü ilerledikçe Korkut'un aynı zamanda bir ozan, kahramanlara isim veren yaşlı bir adam, bir çöpçatan, zor zamanlarda öğüt veren bir bilge ve İslam akidesine bağlı olduğu ortaya çıkar. Korkut, genç erkekleri erginleşme ayininden geçiren bir aksakaldır. Ona ait olan şeyler mukaddestir. Orta Asya topraklarında yaşayan Türk halklarının folklorunda, Dede Korkut'un kendisinden çıktığı iddia edilen pek çok toponimik, tarihi efsane ve atasözü vardır. İçerisindeki imge sistemi son derece zengin olan *Dedem Korkut Kitabı*nda Türk Orta ağ toplumunun sosyal, kültürel, siyasi ilişkilerini yansıtan tipik örnekleri sunulur. Nitekim destandaki bu imgelerin incelenmesi, Türk halkının yaşamını, gündelik hayat biçimini, komşu halklarla olan ilişkisini tanımayı mümkün kılar. Aynı zamanda eserdeki bu imgeler, diğer Türk halklarının destanlarıyla çoğu zaman ortak noktada buluşur (Софронова & Сорокина, 2016, s. 59-61).

Kitapta feodal ilişkiler çağında halkın ekonomik ve askerî yaşamının, gelenek ve göreneklerinin, düşüncelerinin ve özlemlerinin tabloları yansıtılır. Ancak bu, tarihsel bir eser olmaktan ziyade kelimenin tam anlamıyla şiirsel, edebi yapısında en zengin halk sanatıyla yakından bağlantılı bir eserdir. *Dedem Korkut Kitabı*, destansı epik anıtların pek çoğu gibi, secili nesir ile kaleme alınır, aralarına büyük bir çoğunluğunun lirik nitelikte olduğu şiirsel parçalar serpiştirilir. Destanın dili, leksik kompozisyon açısından zengindir, hikaye anlatıcıları dilin bütün inceliklerini belirgin bir şekilde hissederler. Ozanların şiirsel yetenekleri de st seviyededir. Eser, kahramanca bir ruhta kaleme alınır. Destan, Oğuz Türklerinin geleneklerini, kültürünü, etnografik tarihini içeren zengin bir anlatıma sahiptir. Eserde anne imgesi önemli bir yer kaplar. Atasözleri ve deyimler açısından da son derece verimli bir eser olan kitap, Oğuz halkının kudretini yansıtan ve gelecek nesillere aktaran değerli bir kaynaktır (рамбердиева, 2019, s. 11).

### 3. Rus Araştırmalarında *Dedem Korkut Destanı* alışmaları

Oğuz Türklerinin önde gelen yazılı anıtı olan *Dedem Korkut Destanı*, yalnızca eski Türk halklarının etnokültürel folklorunun ve ulusal mantalitesinin oluşumundaki önemli rolüyle ön plana çıkmakla kalmaz aynı zamanda destanın dilsel özelliklerine yönelik araştırmalara çeşitli yönlerden yeni bir ivme kazandırır. Ancak daha da önemlisi bu eser, içerisindeki kahramanlık temalı konularında ve anıtsal nitelikteki şahsiyetlerinde cisimleşen olağanüstü bir sanatsal yapıt olması, halk hikâye anlatıcılarının, antik destan geleneğinin yaratıcılarının ve koruyucularının en st düzeydeki yeteneğini yansıtmayı açısından önemli bir yere sahiptir. *Dedem Korkut Destanı*, dünyanın birçok diline çevrilir ve bu dillerin araştırmalarında hakkında pek çok literatür bulunur (Алиева, 2014, s. 349-350).

*Dedem Korkut Destanı*'nin ortaya çıkmasından sonra, yüzyıllar boyunca birçok devlet yıkılır, yenileri kurulur ancak destanda ortaya konan Oğuz halkının düşünce tarzı ve gelenekleri değişmez. Oğuzların kahramansı bu destanın toplumsal yaşamda güncelliğini korumasında Alman doğu bilimcilerin rolü büyük olur. 1815 yılında H. Diez, destanın çevirisiyle ve içeriğini anlamayla uğraşmaya başlar, 1859 yılından itibaren de eserin inceleme çalışmalarına T. Nöldeke katılır (Атаханова, 2021, s. 222-224). Alman bilim adamı W. Ruben, dünya halklarının folklor örneklerini araştırırken, içerisindeki benzer ve paralel motifleri ortaya çıkarır. 1944 yılında Helsinki'de "*Kitab-ı Dede Korkut'un 12 Destanı*" ve *25 Tepeliğiz Hikyesi (12 сказаний "Кумабу Дede Горыда" и 25 новестей о Тенеzeze)* başlıklı bir eser yayımlar. 1958 yılında Alman bilgin J. Tain, destanı yayına hazırlar ve ilk defa eser, Almanca bu dönemde yayımlanır. Destanın Almanca baskılarını inceleyen F. Mustafayeva, Alman bilim adamları F. Babinger, V. Gelving, O. Gaxer'in de *Dedem Korkut Destanı*'ni ele aldığını belirtir. 1950'de İtalyan araştırmacı E. Rossi, Vatikan kütüphanesinde, ilkinden farklı olarak bir n sözün ve altı efsanenin yer aldığını destanın el yazmasının ikinci nüshasını bulur. Rossi, keşfedilen nüshayı ilkiyle karşılaştırır ve bunun sonucunda 1952'de Roma'da İtalyanca tercümesiyle *Dedem Korkut Kitabı*'ni yayımlar. 1972 yılında destan, İngilizce basılır (Джафарова & Джаббарлы, 2015, s. 34-36). Bütün bu süreç boyunca destanın incelenmesi çalışmalarına Türk bilim adamlarının, tarihçilerin, filologların ve kültür bilimcilerin katkısı büyük olur. Abdulkadir İnan, Ali Rıza Yalman, Fuad Köprülü, Pertev Naili Boratav bunlardan bazılarıdır. Söz konusu bilim insanları, kendi geçmişlerinin ulusal mirası olarak destana özel bir ilgi ayırırlar. Eserin orijinali ilk kez 1916 yılında Arap alfabesiyle Kilisli Muallim Rifat tarafından İstanbul'da basılır. 1938 yılında Orhan şaik Gökyay, Arap alfabesini Trkleştirerek yeniden yayımlar. Bu eserin içerisinde dönemin Türk bilim insanları tarafından ortaya atılan Oğuz destanına yönelik bütün bilgilere yer veren geniş bir n söz bulunur (Жирмунский, 1962b, s. 133). 1990 yılında *Dedem Korkut Destanı*, Aşkabat'ta Türkmence, 1986 yılında ise Kazak dilinde Almatı şehrinde yayımlanır (Атаханова, 2021, s. 222-224).

XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren destan, Rus araştırmacıların ilgi odağı haline gelir. Bu süreci, söz konusu dönemde destan üzerinde araştırma yapan ancak eserin diliyle ilgili zorluklar yaşaması nedeniyle yayımlamaktan vazgeçen Alman bilim insanı Nöldeke'nin elindeki materyali eğitime devam etmek için Strasbourg'a gelerek Strasbourg niversitesi'nde onun verdiği derslere katılan önemli Rus Doğu bilimcisi ve akademisyen Vasiliy Vladimiroviç Bartold'a teslim etmesi başlatır. Bu doğrultuda destanın Rus topraklarında bilimsel açıdan kapsamlı incelemelerinin başlangıcı, Bartold tarafından atılır. Bartold'un ve ilerleyen süreçte rencilerinin çalışmaları, destanın tarihsel ve folklorik açıdan yorumu için sağlam bir bilimsel temel oluşturur. 1890'ların başında Bartold'un *Dedem Korkut Destanı*'na karşı ilgisi, bilim adamını

neredeysse bütün hayatı boyunca bırakmaz (Алиева, 2014, s. 349-350). Bartold, destanı daha derinden inceleyebilmek için Orta Asya ve Kafkasya'ya bilimsel keşif gezileri yapar. Bunun sonucunda da 1930 yılında yayımlanan *Türk Destanı ve Kafkas (Турецкий эпос и кавказ)* adlı eseri çıkar (Джафарова & Джаббарлы, 2015, s. 34-36). Bu alışmasında Bartold, henüz başladığı destan çevirisinin hiçbir Avrupa devleti tarafından o zamana dek yapılmadığını ve destan hakkında ayrıntılı açıklama ve analiz sağlayan hiçbir makalenin de olmadığını dile getirir. Bu nedenle de destanın bazı yerlerinde düzenlemeler ve eklemeler yapabileceğine yönelik de ifadelerde bulunur (Бартольд, 1962, s. 109-110). Çok geçmeden başladığı destanın çevirisi, o dönemdeki destan incelemelerindeki boşlukları belirli bir ölçüde doldurur. Bartold, *Dedem Korkut Destanı*'nın Dresden nüshasına *Orta ağ Türkmen Destanı (Средневековый туркменский эпос)* adını verir. Oğuz kelimesinin anlamını yazar, "Oğuz, Türkmen halkının eski adıdır" diyerek açıklar. Nitekim akademisyen Ye. M. Meletinskiy de *Oğuz Destanı Kitab-ı Dedem Korkut (Огузский эпос Книга-и дедэм Коркут)* adlı makalesinde Azerbaycanlıları ve İslam'ı kabul eden Türkleri "Türkmen" olarak adlandırarak Bartold ile hemfikir olur. Bartold, standa iki zamanın paralel kullanımına dikkat çeker: "Oğuz ağı" ve modern dönem. "Oğuz ağı", destan kahramanlarının içinde yaşadığı uzak geçmişe, İslam'ın ilk yüzyılına kadar olan sürece verilen isimdir. Masal kahramanları, yazlık meralarda yaşayan ve göçebe ya da yarı göçebe bir hayat tarzı sürdüren ozanların ağdaşlarıdır. Vatikan el yazmasının yazarlarının notlarına göre destan, XVI. yüzyılın sonlarından itibaren önce Kahire'de (1591), ardından da Kudüs'te (1615-1616) bulunmuştur. E. Rossi'ye göre buradan el yazmasının XVI. yüzyılın ortalarına atfedilebileceği sonucu çıkar. Ancak bu tarihler, kitabın tam olarak ne zaman yazıldığına dair net bir sonuç vermez. Bartold, destanın yazılış zamanını XV. yüzyılın ilk dönemine dayandırır ancak aynı zamanda "bazı efsanelerin olay örgülerinin elbette çok daha eski olabileceğini" de dile getirir. Bartold'un işaret ettiği gibi *Dedem Korkut Destanı* şeklinde kaydedilen Oğuz destanı efsaneleri, Kafkasyanın güneyi tarihi ve coğrafyası ile yakından bağlantılıdır (Алиева, 2014, s. 349-351). Çeviri sürecinde Bartold, hem el yazmasındaki belirsizlikler hem de anlamına başka kaynaklar incelenerek ulaşılması gereken arkaik kelimelerle uğraşmak zorunda kalır. Geniş bir ön söze sahip kitabın çevirisinin tamamı, Bartold tarafından 1922 yılında A. Gorki'nin yönetimindeki *Vsemirnaya Literatura* yayınevi için basıma hazırlanır ancak kurumun kapanması nedeniyle eviri, Bartold hayattayken yayımlanamaz (Жирмунский, 1962b, s. 132).

Bartold'un başlattığı çalışma, kültür alanında destanı temele alan geniş çaplı araştırmaların yürütülmesi için gerekli zemini oluşturur. Zira Bartold da bu çevirisinin en sonuncu çalışma olmayacağını, hem yeni materyallerin keşfi hem de eskilerin daha kapsamlı bir şekilde incelenmesi sonucu Türk araştırmalarının artık daha hızlı ilerlemesi nedeniyle bilim insanlarının böyleleri istisnai öneme sahip anıta birden fazla kez geri döneceklerini dile getirir. Aynı zamanda mevcut çevirinin modasının geçmiş kabul edileceğini ve yüz yıldan daha kısa bir süre içinde yenisiyle değiştirileceğini umduğunu da ekler. Nitekim bilim insanının öngördüğü gibi çok geçmeden destan konusunda yeni araştırmalar belirir. Azerbaycanlı bilim adamı M. G. Tahmasib, Bartold'un bu çevirisinde destanın bütününün içeriğini etkilemese de yer yer hatalar olduğunu dile getirir. Tahmasib bir diğer destan âlimi G. Araslı ile birlikte 1939 yılından itibaren Bartold'un çevirisini düzenleyerek yeniden yayına hazırlar. Ancak söz konusu bilim insanları, Bartold'dan farklı bir yorum alan bu destan çalışmalarında üç yüzün üzerinde yerde açıklamalar yaparlar. En nihayetinde destan, ilk kez 1950 yılında geniş çaplı açıklamalar ve düzeltmeler eşliğinde Bakü'de basılır (Кафарова, 2019, s. 307-309). Ancak bu destan çalışması, beklenen geniş ölçüdeki yankıyı uyandırmada başarılı olmaz.

İlerleyen süreçte *Edebiyat Anıtları (Литературные памятники)* adlı seri içerisinde Bartold'un çevirisiyle *Dedem Korkut Destanı*'nı yayımlama fikri, SSCB Bilimler Akademisi sorumlu üyesi ve aynı zamanda Bartold'un en yakın öğrencisi Profesör A. Yu Yakubovskiy'den çıkar. Bu süreçte Bartold'un evirisi, Dresden ve Vatikan nüshaları ile O. ř. Gökyay tarafından bastırılan Latin harfli metin ve M. Ergin tarafından yayımlanan Latinize edilmiş metin ile karşılaştırılır (Алиева, 2014, s. 349-350). Yakubovskiy, bu basıma tarihsel bir yorum katılması fikrini önerir. Bu amaçla filoloji ve kültür alanlarından kişileri çalışmada yer almaları için davet eder. Ancak bilim insanı hayattayken bu planını gerçekleştirebilme imkânı bulamaz (Жирмунский, 1962b, s. 7). Yakubovskiy, bir diğer makalesi *Orta ağ'ın Başlarında Türkmen Toplumunun İncelenmesinde Kitab-ı Korkut ve Öneti'nde (Китаб-и Коркут и его значение для изучения туркменского общества в эпоху раннего средневековья) Dedem Korkut Destanı*'nın Orta ağ dönemi Türkmen topluluklarının anlaşılması açısından istisnai bir öneme sahip olduğunu vurgular. Bartold'un çevirisini hem bilimsel hem de sanatsal

bulan bilim insanı, bu çeviriden en sert okuyucunun bile gerçek bir haz alacağını ve göçebe hayatın derin etkisini belirgin bir şekilde hissedebileceğini ifade eder (Якубовский, 1962, s. 121). Dede Korkut'un tarihsel bir kişilik olduğunu savunan bilim insanı, bu çerçevede K. İnostrantsev'in bakış açısını paylaşarak Dede Korkut kişiliği ile XII. yüzyılda yaşamış ve on iki Oğuz boyunun lideri olan Korkud İbn Abdulhamid arasında doğrusal bir bağlantı kurar (Атаханова, 2021, s. 222-224). Bir diğer bilim insanı A. E. Yakobinskiy, *Dedem Korkut'un Kitabı* (*Книга моего Деда Горьуда*) adlı eserinde eski Türk yaşlı, halk hikyecisi, Oğuz kahramanlarının eylemlerini anlatan şarkılar söyleyen Dede Korkut imgesinin Oğuz efsanelerinde ortak olduğunu kaydeder. Yakobinskiy, tek gzli dev Tepegz yenen ve tüccarları esaretten kurtaran *Dedem Korkut'un Kitabı*'nin en büyüleyici kahramanlarından biri olan "Bamsı Beyrak" ile Orta Asya ve Altay halklarının kahramanı efsanevi karakteri "Alpamış" arasında karşılaştırma yaparken ortak pek çok yn bulur. *Dedem Korkut Destanı*, Azerbaycanlı kadın şair Alla Ahundova'nın 1988 yılında *Molodst* dergisindeki Rus dilindeki yayınıyla da büyük lde ses getirir. Ahundova, bu eşsiz esere hak ettiği değer vererek büyük kültür mirasına yönelik görevini eserin dilindeki melodiyi ve benzersizliği koruyarak yerine getirir. Bir diğer Azerbaycanlı yazar Anar Rızayev, söz konusu destanın motifleri temelinde *Dede Korkut* (*Деде Горьуд*) adlı Rusça çevirisiyle bir uzun öykü kaleme alır. Bu eserinde yazar, yeryüzünde hem kendi içinde hem de komşularla mutlu ve huzurlu yaşamanın önemine dikkat çeker (Джафарова & Джаббарлы, 2015, s. 35).

Destan çalışmalarına bilim insanları V. M. Jirmunskiy ve A. N. Kononov, büyük katkı yapar. V. M. Jirmunskiy ve A. N. Kononov, zellikle V. V. Bartold'a destanın Dresden versiyonunu sağlayan Alman doğubilimci Theodor Nöldeke'nin çalışmasına dikkat ekerler. 1962 yılında Bartold'un Rusça evirisinin ikinci baskısını hazırlarlar. "n söz"de derleyiciler olarak rol alırlar ve Bartold'un destanla ilgili fikirlerini analiz ederek zamanla bilim adamının soruna yaklaşımının değiştiğini belirtirler. V. M. Jirmunskiy'in *Oğuz Kahramanlık Destanı ve Korkut Kitabı* (*Огузский героический эпос и Книга Кorkута*) adlı eseri destanın araştırılması ve yaygınlaştırılmasında derinlemesine bir inceleme olur. Bilim adamı, öncelikle *Korkut Kitabı* destanının XV-XVI. yüzyıllarda yazıldığını savunur. Destanın Vatikan el yazmasından bahsederken V. M. Jirmunskiy, *Oğuz-name'nin Kazan-bek ve Diğerleri Hakkındaki Hikyesi* (*Рассказ Огуз-наме о Казан-беке и других*) başlığını verir. Araştırmacı, bu ismin daha eski olduğunu savunur. Jirmunskiy'e göre XI. yüzyıldan itibaren Oğuzlar, özellikle burada kendilerine yeni bir vatan kurarlar. Aynı zamanda bu dönemin, Oğuz destanının en son zamanı olduğunu ifadelerine ekler (Алиева, 2014, s. 349-351). Jirmunski, Bartold'un destana yönelik yayınlarının ilk kez hem Rus hem de yabancı doğubilimcilerden oluşan geniş çevreleri, Orta ağ Türk edebiyatının dikkate değer anıtlarından biriyle taşıştırdığını ve onun derin bir şekilde incelenmesine yönelik temelleri attığını dile getirir. Aynı zamanda 1917 Ekim Devrimi'ne giden yıllarda Rus bilim insanları tarafından Oğuz destanını aydınlatan belgelere ulaşıldığını kaydeden Jirmunskiy, Taşkent ve Aşkabat gibi bölgelerde yürütülen incelemeler yardımıyla da yeni bilgilerin toplandığını dile getirir (Жирмунский, 1962b, s. 132). Jirmunskiy, bir diğer alışması *Halk Kahramanlık Destanı*'nda (*Народный героический эпос*) destanda kahramanın kısır ebeveynlerden dünyaya gelmesi temasına diğer halkların çalışmalarında da birbirinden farklı şekillerde rastlandığını dile getirir. Bunlardan başlıcaları, zbek destanı *Alpamış* (*Алпамыш*), Kazak destanları *Kobilandı Batır* (*Кобландыбатыр*), *ura Batır* (*Шора-батыр*), *Er Sayın* (*Er-Sayın*), Tatarlar, Kazaklar, Nogaylar, Başkurtlar, Karakalpaklar, Kırım Tatarları, Özbekler ve Türk halkları arasında yaygın olan bir kahramanlık destanı *Ediğey* (*Idiğe*), Kırgız destanı *Manas* (*Манас*), zbek destanı varyasyonundaki *Tabir ve Zhbre* (*Тахир и Зухра*) vb.dir (Жирмунский, 1962a, s. 13).

ř. Jamşidov'un "*Kitab-ı Dede Korkud*"un *Metinbilimsel İncelemesi* (*Текстологическое исследование "Китаби Деде Кorkуд"*) adlı eseri, destandaki 800'den fazla kelimenin, ifadenin ve deyiminin düzeltilmesi, 150 tanesinin yeniden yorumlanması açısından son derece önemlidir. XX. yüzyılın nl Rus şairi olan Pavel Antokolskiy de *Kitab-ı Dede Korkud*'un tam tercümesinde rol alır. şairin, çalışması esnasında vurgulanması gereken en temel özelliği destan çevirisinin en kik ayrıntılarına azami düzeyde dikkat göstermesidir. 1930 yılında giriştiği destanın çevirisini kısa bir süre sonra tamamlar. şair, bütün üslup yapısını iyice inceleyerek Oğuz destanına büyük bir sorumlulukla yaklaşır; kafiyeli nesre, bir ritmik kalıptan diğerine olağandış yumuşak geçişlere dikkat eder. Ayrıca destanın içerisinde bolca bulunan sıfatların aktarımını da mümkün olduğunca doğru bırakır. Kendi üslubunu kullanan şair, önce şiirsel anlatının belirli bölümlerine kendi öznel yorumunu katmaya çalışır. Ancak ne yazık ki Antokolskiy'in bu çevirisi esnasında uyguladığı ilkeler başarılı

bulunmaz (Kaşapova, 2019, s. 307-309). Dede Korkut konusunda bilimsel çalışmalarında incelemeler yürüten bir diğer isim de A. N. Samoylovitir. Türkmenistan zerinden Horezm'e giden Samoyloviç, Dede Korkut hakkında çok sayıda malzeme toplar. Bilim insanının bu konu üzerindeki en önde gelen alışması *Korkut Destanı ve Köroğlu'dur* (Легенда о Кorkуте и Грозлы). Bu çalışmasında yazar, içerisindeki karakterlerin isimlerine kadar Köroğlu ile Dede Korkut destanlarında benzer pek çok anın olduğunu dile getirir (Атаханова, 2021, s. 222-224).

#### 4. Sonuç

Orta ağ Türk halkı olan Oğuzların efsanevi ve kahramansı anıtı olan ve Rus kaynaklarındaki karşılığı ile *Dedem Korkut Destanı*, söz konusu dönemin atmosferine, Türklerin hayat biçimine, geleneklerine ve gündelik hayatlarına ışık tutması açısından özel bir anlama sahiptir. Oğuzların geçirdiği tarihsel yolculukları boyunca onlara eşlik eden destan, bu nedenle özellikle Türkologların araştırmalarında geniş yer kaplar. Zamanla oryantlizmin topraklarında belirmesiyle Batının da çalışma alanı haline gelen destanın incelemelerine pek çok ülkenin bilim insanı katkı sağlar. Başlangıcını Alman doğu bilimcilerinin gerçekleştirdiği ilk destan araştırması, bu esnada Almanya'da eğitim gören Rus doğu bilimci Bartold'un eline geçer ve bilim insanının abalalarıyla *Dedem Korkut Destanı* zerine incelemelerin temeli Rusya'da atılmış olur. Destan zerine derinlemesine araştırmaların ardından eserin Rusçaya çevirisine başlayan Bartold'un bu çalışması, basımını planlayan yayınevının kapanmasıyla okuyucu ile buluşamaz. Ardından gelen pek çok Rus doğu bilimcinin katkısıyla destan incelemelerinin genişletilmesi sonucunda Dede Korkut zerine yapılan çalışmalarda gün geçtikçe artan bir literatür birikimi elde edilir. Türklerin sıra dışı yaşantılarından ahlaki ilkelerine kadar çeşitli açılardan yorumlanan destan, dilsel özellikleri ve içerisindeki imgeler açısından da pek çok yönden bilim insanlarına zorlu araştırma süreçleri yaşamalarına neden olur. Kimi araştırmacıların incelemelerini yarıda bırakmak zorunda kaldıkları bu destan çalışmaları, yerini farklı bakış açılarından ve yorumlardan ele alan yeni incelemelere bırakır. zerinden yüzyıllar geçmesine rağmen ağdaş döneme uyarılama hedefi güdülmeyen bu yeni çalışmaların ortak amacı, destanın özgünlüğünü bozmadan Türklerin atalarının hayat şekillerini gün yüzüne çıkarmaktır. Etnolojik temelli araştırmaların ana odak noktası olan *Dedem Korkut Destanı*, halen üzerinde durulan güncel bir konu olmaya devam etmektedir.

#### 5. Extended Abstract

Epics contain extraordinary elements due to their characteristics. In addition to this, epics also give information about the characteristics of the geography where they pass along with the historical or natural events that have left their mark on the societies. Almost any event that closely concerns people can be the subject of epics. In general, creation, wars that have a shocking effect on the self of societies, heroism of a person or nation and natural disasters are enriched with advice, anecdotes, fairy tales and legendary biographical information added to the story, and they are transformed into epics in the form of narrative-based poems. Especially for this reason, the epic, which is always in the center of attention of homeland Turcologists, also occupies an important place in the studies of other countries in the field of Turcology. Among these, Russia is the main one of the countries that have focused extensively on the *The Book of Dede Korkut* in their research. The heroic epic of the Oghuzes is an artistic and poetic treasure of the heroic folk songs and tales of the Oghuzes, who are the ancestors of today's Azerbaijanis, Turks, Turkmen and Gagauz. In the epic, as in the epics of other peoples of the world, high spiritual values, ideas of humanism, justice, patriotism and heroism are echoed. In the epic, the family-daily lives, legal and moral rules, military arts and management styles of the old Oghuzes, their heroic struggles against foreign invaders for the protection of the state, father's shelter and mother's hearth are revealed in a historical and artistic way. *The Book of Dede Korkut* consists of an introduction and twelve tales (songs), each with an independent plot. These tales are sometimes linked by common characters. The tales in the epic are combined under a common name as *The Book of Dede Korkut* because Dede Korkut stands out as if he were the author of these tales. Dede Korkut, who is the main and key character at the end of every event and story in this epic, comes with his instrument kopuz and takes the stage with the final song. Dede Korkut is an elder who tells the Oghuzes and future generations what is good and what is bad. This character is common to many Turkish peoples. In the book, pictures of the economic and military life, traditions and



customs, thoughts and aspirations of the people in the era of patriarchal-feudal relations are reflected. But this is not a historical work, but a work that is literally poetic, closely connected with folk art, the richest in its literary structure. After the emergence of *The Book of Dede Korkut*, which is the leading written monument of the Oghuz Turks, many states were destroyed and new ones were established over the centuries, but the way of thinking and traditions of the Oghuz people revealed in the epic did not change. German orientalists played a major role in keeping this heroic epic of the Oghuzes up to date in social life. In 1815, H. Diez began to deal with the translation of the epic and since 1859 T. Nöldeke participated in the study of the work. From the second half of the XIX. century, the epic becomes the focus of attention of Russian researchers. The beginning of comprehensive scientific studies of the epic on Russian soil is laid by Bartold. The works of Bartold and later his students form a solid scientific basis for the historical and folkloric interpretation of the epic. The translation of the epic, which Bartold began soon after, fills the gaps in the epic studies of that period to a certain extent. The studies carried out by many Russian scientists on the translation of the epic in question are still up-to-date and attract the attention of many Russian orientalists with new researches done without destroying the original. As a matter of fact, in this study, while illuminating the research on the *The Book of Dede Korkut* with the information obtained entirely from Russian sources, the perspective of Russian orientalists has been brought to an important treasure of Turkish culture by giving place to the translation studies carried out by important scientists.

**Keywords:** Epic, Oghuzs, *The Book of Dede Korkut*, Bartold.

#### Kaynakça

Buldur, A. D., Meydan, A. & Güngör, ř. (2016). Dede Korkut Destanlarının Kültür Coğrafyası. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15(3), 925-947.

Elçin, ř. (1968). Türk Dilinde ‘‘Destan’’ Kelimesi ve Mefhumu. *Türk Kültürü*, Ankara, 63(14-23), 158-167.

Oğuz, M. . (2004). Destan Tanımı ve Eski Türk Destanları. *Milli Folklor*, (62), 5-7.

zdamar, F. (2021). Tanıtımlar/Book Rewies/Comptes Rendus, Fikret TÜRKMEN ve Gürol PEHLİVAN [haz.], Korkut Bitig –Dünyada Dede Korkut Araştırmaları-. İstanbul: Ötüken Neşriyat, 2021, ISBN:978-625-408-086-9, 464 sayfa. *Milli Folklor*, 33(17), 301-305.

Türk Dil Kurumu (2019). *Türkçe Szlk* (Haz. şükrü Haluk Akalın vd.). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Türkmen, F. & Pehlivan, G. (haz.) (2021). *Korkut Bitig-Dünyada Dede Korkut Araştırmaları*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.

Yakıcı, A. (2003). İslamiyet ncesi Türk Destanlarının Bilim ve Kültür Hayatına Etkisi zerine Bazı Düşünceler. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (13), 411-420.

Yazıcı, T. (1994). *Destan*. TDV İslām Ansiklopedisi, IX. Cilt, 205-208.

Yetiş, K. (1994). *Destan*. TDV İslām Ansiklopedisi, IX. Cilt, 202-205.

Алиева, С. (2014). Дастаны ‘‘Книга моего деда Коркута’’ как объект исследования русско-советского востоковедения (в свете современных достижений коркудоведения). Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. *Филологические науки*, 27(66) (3), 348-353.

Аниќеева, Т. А. (2015). «Китаб-и дедем Коркут» как памятник книжного эпоса. *Шагу/Steps*, 1(2), 113-130.

Атаханова, В. Р. (2021). Исследование эпоса Книга моего деда Коркута русскими учеными-востоковедами. Актуальные проблемы Тюркологии: Россия И Тюрко-мусульманский мир. *Материалы X Международной тюркологической конференции*. Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 222-224.

Бартольд, В. В. (1962). *Турецкий эпос и Кавказ, Книга моего деда коркута Огузский героический эпос перевод академика В. В. Бартольд* (Сос. В. М. Жирмунский & А. Н. Кононов). Изд. Академии Наук СССР, Москва Ленинград, 109-120.

Басилов, В. Н. *Борбут - баба. Культ святых в исламе*. Режим доступа: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc\\_myphology/1893/](http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_myphology/1893/), Erişim Tarihi: 14. 03. 2022.

Векилов, А. П. (2002). О семантике слова “ala” в эпосе «Деде Коркут», петербургское востоковедение. *St. Petersburg Journal Of Oriental Studies*, 10(10), 292-298.

Джафарова, Ф. & Алекбер, Д. (2015). “Китаби Деде Горгуд” глазами русских исследователей. *Серия: Гуманитарні науки*, 3-4(42-43), 34-36.

Жирмунский, В. М. (1962а). *Народный героический эпос*. М.—Л.

Жирмунский, В. М. (1962b). *Огузский героический эпос и “Книга Коркута”*, Книга моего деда коркута *Огузский героический эпос перевод академика В. В. Бартольд* (Сос. В. М. Жирмунский & А. Н. Кононов). Изд. Академии Наук СССР, Москва Ленинград, 131-258.

Кафарова, Г. (2019). Проблемы переводов ‘Китаби Деде Коркуда’ в трудах русских востоковедов. *Славянская культура: истоки, традиции, взаимодействие*. хх кирилло-мефодиевские чтения. *Материалы Международной научно-практической конференции (в рамках Международного Кирилло-Мефодиевского фестиваля славянских языков и культур)*. Москва: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина, 306-311.

Лианна, Г. (2021). Об архаизмах гопуз и йелетме в эпосе «Китаби-Деде Коркут». *Ежеквартальный рецензируемый, реферлируемый научный журнал «Вестник АГУ»*, 3(282), 29-33.

Софронова, И. В. & Сорокина, О. В. (2016). Классификация образов эпоса «Китаби Деде Коркут». *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, Тамбов: Грамота, 5(59), 59-62.

Халилов, А. С. (2016). ‘Деде Коркут и дербент в огузском эпосе’, традиционная культура народов поволжья. *Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием*, Казань, 320-327.

Халилов, А. С. (2015). Жанровый состав и традиции письменности огузского эпоса. *Вестник таджикского государственного университета права, бизнеса и политики. серия гуманитарных наук*, 3(64), 77-83.

Эгамбердиева, Г. М. (2019). Исследование эпоса «Книга моего деда Коркута» русскими учеными-востоковедами. *Филология и лингвистика, Международный научный журнал*, 1(10), 11-13.

Якубовский, А. Ю.. *Китаби-и Коркуд и его значение для изучения туркменского общества в эпоху раннего средневековья*, Книга моего деда коркута *Огузский героический эпос перевод академика В. В. Бартольд* (Сос. В. М. Жирмунский & А. Н. Кононов). Изд. Академии Наук СССР, Москва Ленинград, 121-130.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların alışmadaki katkı oranları %100 şeklinde dir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **ıkar atışması Beyanı / Conflict of Interest**

alışmada herhangi bir kurum veya kişi ile ıkar atışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu alışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Salgını Hatırlamak: Veba Üzerine Tarihsel ve Sosyolojik Bir Analiz

Erol YILDIZ\* 

## ÖZ

Bulaşıcı hastalıklar, etkisi ve sonuçları bakımından salgına dönüştükleri dönemlerde insanlık tarihi için derin izler bırakmıştır. Bu hastalıklardan biri de şüphesiz veba olmuştur. Bu hastalığın tarih sahnesindeki serüveni eski dönemlere kadar dayanmaktadır. Milattan önce ve sonra olmak üzere üç büyük veba salgını yaşanmıştır. Bu salgınlar insanları yalnızca fiziksel anlamda tahribata uğratmakla kalmamış, sosyolojik ve psikolojik anlamda derin izlerin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Bu sebeple, söz konusu çalışmada vebanın tarihsel ve sosyolojik analizi yapılması hedeflenmiştir. Böylece bir taraftan, bahse konu veba salgını hakkında tarihsel süreç ayrıntılarıyla incelenecekken, diğer taraftan bu süreçler üzerinden vebanın demografik, sosyal, kültürel, dini, ekonomik ve toplumsal yaşamda meydana getirdiği değişim ve dönüşümler sosyoloji perspektifiyle sistematik olarak ortaya koyulacaktır. Bu hassasiyetle ulusal ve uluslararası anlamda veba konusunda öne çıkan kitaplar, makaleler, dergiler ve benzeri kaynaklar incelenerek birincil kaynaklar üzerinden literatür taraması yapılmıştır. Bu çalışma, tarihsel süreç yanında sosyoloji perspektifiyle veba salgınının toplumsal görünümünü incelemesi bakımından önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Bulaşıcı Hastalık, Veba, Salgın

## Remembering the Pandemic: A Historical and Sociological Analysis of the Plague

### ABSTRACT

Infectious diseases have left deep traces for the history of humanity when they turned into epidemics in terms of their effects and results. One of these diseases was undoubtedly the plague. The adventure of this disease on the stage of history dates back to ancient times. The plague disease is mentioned before and after Christ, and there were three major plague epidemics in the world geography, namely the Justinian plague, the Black plague, and the Bombay plague. These epidemics not only damaged people physically but also laid the groundwork for the formation of deep traces in sociological and psychological terms. For this reason, it is aimed to make a historical and sociological analysis of the plague in this study. Thus, on the one hand, the historical process of the plague epidemic in question will be examined in detail, on the other hand, the changes and transformations caused by the plague in demographic, social, cultural, religious, economic, and social life through these processes will be systematically revealed from the perspective of sociology. With this sensitivity, a literature review was made on primary sources by examining the prominent books, articles, journals, and similar sources on plague in the national and international sense. This study is important in terms of examining the social appearance of the plague epidemic from a sociological perspective as well as the historical process.

**Keywords:** Contagious Disease, Plague, Epidemic

### 1. Giriş

Bulaşıcı hastalıklar, salgına dönüştüklerinde etkisi ve sonuçlarıyla toplumu farklı yönlerde şekillendirmesi bakımından tarihte önemli bir yer tutmaktadır. Bu yüzden tarihsel süreçte öne çıkan hastalıklardan biri de veba olmuştur. Bu hastalığın tam olarak “nasıl” ve “ne zaman” başladığı belli bir döneme kadar belirsizliğini korumaktadır. Ancak milattan önceki kayıtlar da dahi bu hastalığın izlerine ulaşmak mümkündür.

Veba, Arapça kökenli bir kelime olup, “salgın” anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu, 2022). Ancak Osmanlılarda ve Araplarda “taun” şeklinde de kullanılmaktadır (Turna, 2011). Batılılar ise vebayı “black death (kara ölüm)” kelimesiyle isimlendirmektedir. Ancak “taun” ve “veba” aynı anlamlara gelmemektedir. Zira taun daha çok vebanın bir çeşidi olan hıyarcıklı (bubon) vebasını için kullanılan bir tabirdir (Yıldız, 2014).

Tehlikeli bir enfeksiyon hastalığı olan veba, hem bulaşıcı hem öldürücü bir mikroptur. Bu hastalık mikrobunda birçok yabancı kemirici bulunmakta, bir kemiriciden bir diğerine fare pireleri aracılığıyla geçmektedir. İnsanlara ise farelerle temas etme veya pire ısırması sonucu bulaşmaktadır. Klinik anlamda bu hastalık üçe ayrılmaktadır. Bunlardan birincisi, hıyarcıklı (bubon) veba; ikincisi, akciğer (phömonik) vebasını;

\* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, İçişleri Bakanlığı, yildizerol9078@gmail.com  
Makalenin Gönderim Tarihi: 21.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 06.07.2022

üçüncüsü ise septisemik vebadır. Bu veba türlerinden en yaygın olanı ise hıyarcıklı vebadır (Erdoğan, 2017, s. 6-7).

Salgına sebep koşulların elverişliliği, bulaşma ve yayılma şekilleri vebanın yıkıcı etkiler oluşmasında önemli göstergelerdir. Bu doğrultuda veba hastalığına zemin hazırlayan koşullar; kirlilik, pislik, yoksulluk, savaşlar, ticaret ve iklimsel koşullar olmuştur. Hastalığın yayılma süreci ile ilgili salgına dönüşmesi itibarıyla sırasıyla üç dönemden bahsedilmektedir. Bunlar; Justinyen vebası, Kara Veba ve Bombay vebasıdır. Bu üç salgın, etkileri ve sonuçları itibarıyla dünya genelinde fiziksel, psikolojik ve sosyolojik ağır tahribatlara yol açmıştır.

Veba salgınları tarihsel olarak bakıldığında, dünya genelinde milyonlarca insanın ölümüne sebebiyet vermiştir. Bu yüzden pek çok araştırmacı salgının sebeplerini, belirtilerini, çeşitlerini ve tedavi yöntemlerini anlamak için çalışmalar yapmıştır. Ancak söz konusu salgını tarihsel süreçte inceleyen pek çok çalışma olmasına karşın, sosyolojik olarak ele alan çalışma yok denecek kadar azdır. Bu yüzden çalışma, tarihsel süreç yanında sosyoloji perspektifiyle veba salgınının toplumsal görünümünü incelemesi bakımından önem taşımaktadır. Bu hassasiyetle çalışmada veba salgınının tarihsel ve sosyolojik analizi yapılması amaçlanmıştır. Bu amaç dâhilinde “Veba salgınının sosyolojik anlamda etkisi ve sonuçları nelerdir?” ve “Veba salgını, toplumsal anlamda hangi değişimlerin ve dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur?” sorularına cevap aranacaktır. Bu minvalde ulusal ve uluslararası anlamda veba konusunda yazılan kitaplar, makaleler, dergiler ve benzeri kaynaklar incelenerek birincil kaynaklar üzerinden literatür taraması yapılmıştır. Ancak sosyolojik anlamda sistematik bir inceleme ve değerlendirme yapılmasına imkan sağlamayan, veba dönemlerinin toplumsal yapısını incelemeyen ve sadece tarihsel bilgiler üzerinden inceleme yapan kaynaklar çalışmaya dahil edilmemiştir. Çalışmada veba hastalığının toplumsal anlamda meydana getirdiği değişim ve dönüşümleri analiz etmek ve sosyolojik değerlendirmeler yapabilmek için Nikiforuk’un “Mahşerin Dördüncü Atlısı: Salgın ve Bulaşıcı Hastalıklar Tarihi”, Sherman’ın “Dünyamızı Değiştiren On İki Hastalık”, Snowden’in “Epidemics and Society: From the Black Death to the Present” ve Crawford’un “Ölümcül Yakınlıklar & Mikroplar Tarihimizi Nasıl Şekillendirdi” isimli eserler ana kaynaklar olarak belirlenmiştir.

Veba salgını tarihsel ve sosyolojik anlamda sistematik olarak analiz etmek için çalışma beş başlığa ayrılmıştır. Birinci olarak; veba hastalığının kavramsal çerçevesi bağlamında tanımlarından, kökeninden ve çeşitlerinden bahsedilmiştir. İkinci olarak; hastalığın oluşmasına zemin hazırlayan kirlilik, pislik, yoksulluk, savaşlar, ticaret, iklimsel koşullar gibi unsurlar açıklanmıştır. Üçüncü olarak; veba salgınının geçmişten günümüze kadar olan tarihsel süreci anlatılmıştır. Dördüncü olarak; Batı dışında veba salgınının seyrini görmek için Osmanlı Devleti dönemindeki durumu ve etkisi konusunda bilgi verilmiştir. Beşinci ve son olarak ise veba salgınının demografik, toplumsal yaşam, ekonomik, sosyal, dini ve kültürel anlamda etkisi ve sonuçlarının neler olduğu ve nasıl bir değişime meydana yol açtığı sosyolojik anlamda tartışılmıştır.

## 2. Kavramsal Çerçeve: Veba'nın Tanımı, Kökeni ve Çeşitleri

Eski çağlardan günümüze kadar insanlar, farklı niteliklerde salgın hastalıklar yaşamışlardır. Kuşkusuz salgın hastalık denildiği zaman insanların kolektif hafızasında öne çıkan temalardan biri de vebadır. Bu salgın, bulaşıcı ve ölümcül olması bakımından 20.yy başlarına kadar dünyada etkisini sürdürmüş ve kitlelerce ölüme sebebiyet vermiştir.

Kavramsal anlamda veba, kurbanlarının son saatlerinde vücutlarının çeşitli yerlerinde kararmalar ve şişlikler ortaya çıkartarak vücut görünümünü bozmasından ve ölümlerle sonuçlanmasından dolayı Batı dünyasında “black death (kara ölüm)” şeklinde isimlendirilmektedir (Karaimamoğlu, 2020, s. 510). İslam dünyasında ise veba; yaralamak, ayıplamak, kusurlu görmek” anlamlarına gelen “taun” kelimesiyle anılmaktadır (Varlık, 2011, s. 175). Ancak “taun” ile “veba” kelimesinin birbirinden farklı anlamları barındırmaktadır. Bu sebeple “veba” kelimesi her türlü salgın hastalığı ifade ederken, “taun” daha çok vebanın bir çeşidi olan “hıyarcıklı veba”nın karşılığı olarak kullanılmaktadır. Bu yüzden genellikle İbn Kayyim el Cevziyye’nin ifadesine göre “her taun vebadır, ancak her veba taun değildir.” görüşü benimsenmektedir (Yıldız, 2014, s. 7). Nitekim Türkçe sözlüklerde veba ve taun ayrı ayrı kelimeler olarak geçmektedir. Bununla birlikte veba; İngilizcede “plague”, Fransızcada ise “petse” olarak

isimlendirilmektedir. Anadolu'da ise vebanın isminin söylenmesinin hastalığı çağrıştırmayı inanişıyla bu salgına toplumda "yumurcak" denilmektedir (Yıldırım N. , 2010, s. 111-112).

Biyolojik köken anlamında veba, enterobacteriaceae familyasından sayılan gram negatif bakteri olan "yersinia pestis" isimli bir bakterinin sebep olduğu bulaşıcı ve öldürücü bir hastalıktır (Karabörk, s. 1-2). Veba basili Yersinia Pestis; fare, sıçan, dağ sıçanı veya sincap gibi küçük kemirgenlerin kan dolaşımında yaşamaktadır. Aslında karınlarında zararsız bir bakteri olan bu basil, zamanla hayvanların kan dolaşımına girecek şekilde genetik evrim geçirerek öldürücü hale gelmektedir (Martin, 2011, s. 16). Buradan hareketle vebanın en önemli taşıyıcısı sıçanlar olmuştur. Bu taşıyıcı sıçan türlerinden kara sıçan, birinci ve ikinci veba salgınında, boz sıçan veya Norveç sıçanı ise üçüncü veba salgınında etkin bir rol oynamıştır (Varlık, 2017, s. 40). Salgındaki ana vektör ya da hastalığın yayılış şekli hayvanın üzerinde yaşayan sıçan piresi Xenopsylla cheopsis yoluyla olmuştur. Xenopsylla cheopsis, enfekte olmuş taşıyıcının kanından beslendiğinde veba bakterileri bağırsaklarında çoğalmakta, sindirim sisteminin bloke olmasına neden olmakta ve onu çıldırmaşçasına sürekli beslenmeye zorlamaktadır. Bu durumdaki pire, beslenmek için başka bir organizmayı ısırıldığında çoğalmış bakterileri de kusmakta ve bunlar yeni taşıyıcının kan dolaşımına girmektedir. Bu sindirim bozukluğu Xenopsylla cheopsis'i en başta gelen veba vektörü haline getirmektedir (Varlık, 2017, s. 51).

Veba salgınının sebeplerini, belirtilerini, çeşitlerini ve tedavi yöntemlerini anlamak üzere pek çok araştırma yapılmıştır. Buradan hareketle de veba klinik anlamda üçe ayrılmıştır. Bunlardan birincisi, hıyarcıklı (bubon) veba; ikincisi, akciğer (pnömonik) vebası; üçüncüsü ise septisemik vebadır (Snowden, 2019, s. 48-49).

Hıyarcıklı (bubon) veba, en hafif fakat en çok görülen veba türüdür ve ilkbahar ile yaz aylarında yoğunluğunu artırmaktadır. Vebanın vektörü Xenopsylla cheopsis, insan kanından özellikle hoşlanmasa da başka bir konak olmadığında insanları ısırabilmektedir. Bu bakteri lenf bezlerine saldırmakta ve nerenin ısırıldığına bağlı olarak kasıkta, koltuk altlarında ya da boyunda yumurta şeklinde şişlikler meydana getirmektedir. Bu şişliklere hıyarcık denilmektedir (Varlık, 2017, s. 24; Martin, 2011, s. 17). Bu veba türüne yakalanan bir kişinin idrarı, teri ve tükürüğü kötü kokmaktadır. Kişilerdeki kuluçka süresi 2 ile 5 gündür. Birdenbire titreme, ateşin yükselmesi, sersemlik ve karın-sırt-kol-bacaklarda ağrı gibi belirtileri bulunmaktadır. Bu vebaya yakalanan bir kişide hıyarcıklar bir hafta içerisinde iltihaplanırsa bu kişi genellikle iyileşmektedir. Ancak böyle bir durum meydana gelmezse bu kişi ölmektedir. Bu yüzden vebanın bu türündeki ölüm oranı %40 ila %70 arasındadır.

Akciğer (pnömonik) vebası, basilin lenf bezlerine yer edinmeden akciğere yerleşmesiyle meydana gelmektedir. Bu yüzden bulaşıcılığı ile öldürücülüğü yüksektir ve daha çok çocuklarda görülmektedir. Kış aylarında yoğunluğunu artırmaktadır. Bu veba türü, sıçan pireleri aracılığıyla kişilere bulaşmamakta, daha çok öksürük veya hapsirik aracılığıyla havaya yayılan enfekte damlacıklar/parçacıklar yoluyla bir başkasına geçmektedir. Kişilerin ateşi birdenbire 40-41 °C çıkmakta, hızlı bir şekilde nefes alıp verme başlamakta ve hastalık hızlı bir şekilde ilerlemektedir. Bu yüzden 24 saat içerisinde tedavi edilmezse kişiler 2 ila 4 gün arasında ölmektedir. Bu nedenle de söz konusu veba türüne yakalananların ölüm oranı %95 ila %100 arasındadır.

Septisemik veba, genellikle hıyarcıklı vebadan gelişmekte olup basil lenf sistemine ya da akciğere yerleşemeyip onun yerine kan dolaşımına bulaştığı zaman meydana gelmektedir. Basil, insan piresi, Pulex irritans yoluyla geçebilecek kadar hızla ve tamamen kanın mikroplanmasına neden olarak bol bol çoğalmaktadır (Martin, 2011, s. 18-19). Bu veba türü, enfeksiyona yol açması ve hızlı bir şekilde ilerlemesinden dolayı hıyarcık oluşmasına bile zaman tanımadan etkisini göstermektedir. Bu sebeple veba türleri içerisinde en korkutucu ve öldürücü olandır. Etkisini hızlı bir şekilde göstermesinden dolayı kişilerde bazen ateş yükselmekte, ancak halsizlik, şok sendromu gibi durumlar ortaya çıkmakta ve hasta komaya girmektedir. Bu sebeple de hasta 2-3 gün içerisinde ölmektedir. Hızlı bir şekilde tedavi edilmediği takdirde ölüm oranı %100'dür.

### 3. Hastalığa Sebep Olan Koşullar

Veba hastalığı, yıkıcı etkisini eski dönemlerden itibaren göstermiştir. Hastalığa sebep koşulların elverişliliği, bulaşma ve yayılma şekilleriyle birlikte yıkıcı etkiler oluşmasında önemli göstergelerden biridir.

Vebanın bir kişiye bulaşması, uygun ortam sağlamasına bağlı olmaktadır. Hayvanlar için 24 derece ısı ve %60 ila %90 arasındaki nemli hava, yaşam sürmeleri için uygun ortamları sağlamaktadır. Nitekim bu hayvanlardan pirelere bu denli uygun ortam sağlandığında ve günlük kan emme ihtiyacı karşılandığında hastalığın bulaşması ve yayılması mümkün hale gelmektedir. Zira çeşitli coğrafyalarda farklı dönemlerde vebanın görülmesinin ve yok olamayışının temel sebebi, dünyada sıcak ve nemli havanın farklı dönemlerde görülmesine bağlı olarak pirelerin yaşam alanı bulmasından kaynaklanmaktadır (Erdoğan, 2017, s. 16-17).

Veba hastalığına zemin hazırlayan koşulları; kirlilik, pislik ve yoksulluk, savaşlar, ticaret, iklimsel koşullar gibi unsurlar oluşturmaktadır. Eski dönemlerde nüfusun artması yanında kasaba ve şehirlerin büyümesi, her topluluğa bağlı bu yerlerde kendine has salgın hastalıkların oluşmasına, ticaret ağları ile diğer yerlerle paylaşılmasına hatta ticaret gemileriyle Akdeniz ve Hint Okyanusu'nu da aşarak salgına dönüşmesine sebebiyet vermiştir (Crawford, 2019, s. 79). Bu duruma nüfus artışıyla birlikte yaşanan yiyecek sıkıntısı ve fiyatlardaki ani yükseliş de eklenildiğinde insanların yetersiz beslenmesi ve veba hastalığı karşısında insanların direncinin azalması sorununu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca Orta çağ öncesi topluluklarının kalabalık halde dinsel ve kültürel kutlamaları, ticaretle uğraşan kervanların Çin'den Ortadoğu'ya kadar mallarla birlikte yanlarında vebaya ait mikropları taşıması, göçebeliliği benimsemiş topluluklar ile farklı kırsal veya kentsel yerleşkeleri yazlık ve kışık olarak kullanan siyasi kişilerin seyahatleri gibi durumlar hastalığa ilişkin uygun şartların oluşmasına ve yayılmasına neden olmuştur.

Veba hastalığına uygun ortam koşullarından birini de Orta çağ öncesi savaşlar oluşturmuştur. Mısır, Asur, Pers, Yunan ve Roma İmparatorlukları birer birer yükselip yok olurken çatışmalar, istilalar ve savaşlar sıradan olaylar olsa da kaçınılmaz olarak salgın hastalıkları tetiklemiştir. Askerlerin çok çeşitli çevrelerden geldikleri, sıkışık ve sağlıksız ordu kamplarında yaşadıkları, kalabalık, savaş yorgunu kasabalarda konuştukları, sürekli hareket halinde oldukları, stres ve yaralanmalara maruz kaldıkları ve yetersiz beslendikleri düşünülürse, mikropların orduları perişan etmesi ve sivillere yayılması şaşırtıcı değildir. Salgınlar zaman zaman askeri operasyonları bozmuş, çoğunlukla da savaşların nihai sonuçlarını belirlemiştir (Crawford, 2019, s. 79-80). Orta çağ öncesinde mikrobu tanımlamak imkânsız olduğundan eski dönemlerde anılan üç vebanın olduğu düşünülmektedir. Bunlardan birincisi, M.Ö 431-404 yılları arasında Atina ile Spartalıların "Peleponnes Savaşı"dır. Bu savaşta Atina ordusunda veba hastalığı baş göstermiş ve savaşın kaderi değişmiştir. Böylece bu hastalık "Atina Vebası" olarak anılmıştır. İkincisi, Roma birliklerinin Dicle Nehri civarında bulunan Seleucia şehrindeki isyanı bastırmak için gönderilmesi ve akabinde birliklerin geçtikleri yerlere hastalığı yayarak Roma'ya getirmesidir. Bu hastalık da bazı kayıtlarda çiçek hastalığı olarak ifade edilse de veba olarak tarihi kayıtlara geçmiş ve "Antonine Vebası" isimlendirilmiştir (Karaoğlu, 2020, s. 3). Üçüncüsü ise, MS 6.yy'da İmparator Jüstinyen'in Kuzey Afrika, İtalya ve İspanya'yı kısa süreliğine fethetmesiyle Roma İmparatorluğu'nun tekrar birleşmesi akabinde Konstantinopolis'te salgın baş göstermesidir. Bu hastalık, Aşağı Mısır'dan liman kenti Pelusium'a MS 540'ta ulaşmış; buradan İskenderiye ve sonra deniz yoluyla Bizans İmparatorluğu'nun başkenti Konstantinopolis'e yayılmıştır. Hastalığı tetikleyen ise tarla sıçanları ve gerbillerde vebanın bulaşma şekillerinin bozulmasından kaynaklanmaktadır. Bozulmanın nedeniyse bu kemirgenlerin sayısında bir patlamayı başlatan sıra dışı iklim koşullarından kaynaklanmaktadır (Sherman, 2020, s. 101). Bu veba türü, hiyarcıklı vebanın ilki olarak tarihi kayıtlarda yer almakta ve "Jüstinyen Vebası" olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemdeki veba, yaklaşık 200 yıl sürmüş ve Kara Veba olarak isimlendirilen döneme kadar 600 yıl boyunca ortalarda görünmemiştir (Crawford, 2019, s. 79-85).

Ortaçağ döneminde ise uzun ve sıcak yazlar ile kısa ve serin kışlar, köylüleri daha fazla çocuk sahibi olmaya ve ürün yetiştirmeye yöneltmiştir. Bu durum 700 yılında iyi beslenen Avrupa nüfusunun 25 milyondan 1250 yılında 75 milyon aç insana dönüşmesine ve beslenemese sorununun oluşmasına neden olmuştur (Nikiforuk, 2018, s. 69). Bu yüzden yeni tarımsal alanlara ve faaliyetlere ihtiyaç duyulmuştur. Bu doğrultuda ormanlar yok edilmiş, bataklıklar kurutulmuş ve dağ yamaçlarına kadar tarımsal faaliyetler yapılmıştır. Ayrıca daha fazla tahıl ekibilmek için otlaklıklar kullanılmış, inek ve koyunlar gibi hayvanlar yerlerinden edilmiş, bu durum da gübre üretiminin azalmasına sebep olmuştur. Dahası tarımsal arazilerin düşüncesizce kullanımı toprağın zayıflamasına, buğday ve arpa gibi mahsullerin giderek azalmasına da neden olmuştur. Yani artan nüfusun ihtiyaçlarını karşılamak için bilinçsizce yapılan bu müdahaleler ekolojik dengeyi bozmuştur.

İklimsel anlamda soğuk ve uzun kışların gelmesiyle Alplerdeki otlaklar buzullarla kaplanmış, Thames Nehri ve Baltık Denizi birkaç kez donmuş, Grönland'daki Viking yerleşimleriyle bağlantı kopmuştur. Ayrıca 1300'lerin ilk yarısında bulutlarla dolu gökyüzü ve erken bastıran donlar, ürünleri birbiri ardına kırılmasına ve aşırı yağmurlar ile güneşin az görünmesine sebebiyet vermiştir. 1348'lere gelindiği ise geçim sıkıntısı daha da artmış ve yayılmıştır. Bu yüzden ki bu dönem "küçük buzul çağı" olarak isimlendirilmiştir (Nikiforuk, 2018, s. 69-70).

Ortaçağ döneminde kırsal alanda beslenme ihtiyacı doğrultusunda yaşanan olumsuzluklar kentsel yaşamı daha fazla etkilemiştir. Nitekim aşırı nüfus artışının olduğu bu dönemde, temizlik öncelikli bir konu olarak ele alınmamış, hatta kilise tarafından kirlilik bir tür kutsallık biçimi olarak kabul edilmiştir (Nikiforuk, 2018, s. 57). Ayrıca kentsel alanlar, aşırı nüfus artışından dolayı pis ve bakımsızdır. Kırsal alanlar da ise insanlar karanlık ve basık saman kaplı evlerde domuz, kaz ve ördek gibi hayvanlarla birlikte yaşamakta, bu sebeple evlerde parazitlerle dolu sıçan ve fareler bulunmaktadır. Nüfusun artmasıyla birlikte kırsal alanlar kasabalara dönüşmüş, atıklar sokaklara atılmıştır. Bu durum sokakların çamur, insan ve hayvan dışkısı gibi çöplerle dolu bataklıklara dönüşmesine zemin hazırlamıştır. Hijyen ortamının olmaması mikropların çoğalmasına, aşırı kalabalıkla birlikte kasaba ve şehirlerin sağlıklı olmasına sebebiyet vermiştir. Bu dönemde yoksulluğun sebebiyet verdiği alan, köylerde sağlıklı bir şekilde yaşam süren insanları daha iyi bir yaşam sürmek ve daha fazla para kazanmak arzusuyla şehirlere yönelmiştir. Bu durum özellikle 11. ve 12.yy'da nüfus patlamasına, akabinde 13.yy'da kıtlık yaşanmasına sebep olmuştur. Beraberinde açlıkla birlikte yoksulluğu da getirmiştir. Nüfusun artmasıyla birlikte insanlar ticaret, savaş ve hac gibi durumlardan dolayı daha fazla seyahat etmeye başlamıştır. Böylece vebaya ilişkin mikropları da yanına taşımış ve hastalığı yeniden yaymıştır. Deniz yolunda ticaret gemileri aracılığıyla veba öncelikle limanlara, daha sonra kara yoluyla da iç bölgelere taşınmıştır. Dahası bu dönemde 11. ve 12.yy'daki Haçlı Seferleri'yle mikroplar ve bazı bulaşıcı hastalıklar Avrupa'ya taşınmıştır (Crawford, 2019, s. 87-88). Bu bilgiler dahilinde kirlilik, pislik, yoksulluk, ticaret, iklimsel koşullar ve savaşlar gibi etmenlerin veba hastalığının oluşum ve yayılma sürecinde büyük rol oynadığı aşikardır. Zira hastalığının yayılarak büyük çaplı insani ölümlere neden olması ve salgın haline dönüşmesi yanında toplumsal anlamda değişim ve dönüşümleri de beraberinde getirmesi bunun açık bir göstergesidir.

#### 4. Yayılma Süreci

Veba hastalığı, dünyada pek çok ülkede ve kıtada görülmesi, geniş bir alana yayılması ve çok sayıda kişiye kısa süre içinde bulaşmasından dolayı tarihsel süreçte pandemilere ve epidemilere sebebiyet vermiştir. Akabinde ise çeşitli bilimsel çalışmaların da yardımıyla etkisini yitirmiş ve ortadan kaybolmuştur. Ancak etkisi ve sonuçları itibarıyla veba hastalığının nerede, ne zaman, nasıl ortaya çıktığı ve salgına dönüştüğü araştırmacılarca merak edilmiştir. Bu yüzden de hastalık araştırılmış ve tartışılmıştır. Literatürde veba salgınının tarihsel serüveni eski dönemlere hatta M.Ö. ki dönemlere kadar dayandırılmaktadır. Fakat literatürde veba genellikle Avrupa ve Akdeniz coğrafyasıyla anıldığı için veba tarihi de bu bölgeler üzerinden anlatılmaktadır. Bilindiği üzere veba salgını, Ortaçağ'da 18.yy kadar Avrupa'yı, 15.yy'dan 19.yy ortalarına kadar ise Osmanlı Devleti'nde etkisini sürdürmüştür.

Tarih öncesi dönemde yazının icat edilmesiyle birlikte topluluklar, salgın hastalıkların da kayıtlarını tutmuşlardır. Bu kayıtları inceleyen tarihçilere göre veba; Gilgamiş Destanı'nda, Hititlerde, Çin'de, Mısır'da, Yunanistan'da farklı tarih aralıklarında görülmüştür (Menteşe, 2020, s. 79). Ancak kayıtlar böyle gösterse de vebanın hastalığının asıl tarihi olarak 1300'ler kabul edilmektedir. Bu hastalık Hindistan ve Çin vb. ülkelerde ilk olarak ortaya çıkmış, Mezopotamya, Orta Asya ve Yakındoğu'ya ticaret yollarının gelişmesi aracılığıyla geçiş yapmış, İstanbul ve İskenderiye gibi şehirlerde ortaya çıkmasından sonra Anadolu ve Rusya bölgelerine, akabinde Avrupa ve Afrika coğrafyalarına yayılmıştır.

M.S. ki dönemde farklı coğrafyalarda küçüklü büyüklü veba hastalığı yaşanmıştır. Ancak bu hastalık salgına dönüşmesi sebebiyle tarihsel olarak üç büyük dalgadan bahsedilmektedir. Bunlardan birincisi, veba salgını yaşanan M.S. 541-544 yılları arasındaki dönemdir. İlk olarak İskenderiye şehrinde ortaya çıkan bu veba, 542 yılında tahıl taşıyan gemiler ve limanlar aracılığıyla İstanbul'a ulaşmıştır. Bahar aylarında ortaya çıkan veba salgını, İstanbul'da hızla yayılmış ve 400.000 nüfuslu şehrin %20'sine yakının ölümüne sebep olmuştur (Varlık, 2015, s. 147). Akabinde Akdeniz kıyılarını etkisi altına alan salgın sekizinci yüzyılın

ortalarına kadar etkisini sürdürmüştür. Bu yıkıcı salgında yaklaşık 100 milyon insanın hayatını kaybetmiştir (Menteşe, 2020, s. 79).

Veba salgını, 6.yy'dan 14.yy ortalarına kadar Mısır'dan hareket edip, sahil ve liman kentleri başta olmak üzere buradan Orta Asya'ya gitmiş ve aynı güzergâhta geri dönmüştür. Çin İmparatorluğu'nda 1331 yılında ortaya çıkan veba hastalığı, 7-8 yıl sonra Kırgızistan'da, 14 yıl sonra ise Kırım'da görülmüştür. Akabinde Ceneviz kolonisi olan Kefe'yi kuşatan Altınordu Hanlığı askerleri arasında veba başlayınca, hastalık korkusuyla Cenevizliler kaleyi terk edip İstanbul güzergâhından İtalya'ya kaçmış ve Akdeniz'e gemilerle vebayı taşımıştır. Buradan Avrupa'ya yayılan hastalık, deniz ve kara yoluyla Fransa'ya, Endülü's'e, İspanya'ya, İngiltere'ye, Hollanda'ya, Avusturya'ya ve İskandinav ülkelerine yayılarak bütün Avrupa'yı sarmıştır (İstek, 2017, s. 174-175). Böylece üç yıl gibi kısa bir sürede Batılıların "kara ölüm" şeklinde isimlendirdikleri en büyük veba salgını yani ikinci büyük veba hastalığı ortaya çıkmıştır. Salgın Avrupa'da 1348 yılında büyük zararlara yol açmış ve şehirlerde toplu ölümler yaşanmıştır. 1348-1351 yılları arasında 23.840.000 insan hayatını kaybetmiştir (Kılıç, 2004, s. 29).

Çocuk vebasası ismiyle birkaç yıl içerisinde yeniden ortaya çıkan hastalık, 15.yy doruk noktasına yeniden ulaşmış, 17.yy sonlarına doğru ve 18.yy başlarında başlayan veba hastalığı 14.yy kadar geniş bir alana yayılmamıştır. Ancak 14.yy'dan 19.yy kadar bu hastalık dünya üzerindeki farklı coğrafyalarda etkili olmuştur. Nitekim 1628'de Fransa'nın Lyon kentinde, 1630'da İtalya'nın Milano ve Verona kentlerinde, 1631'de Venedik'te, 1651'de İspanya'nın Barcelona kentinde, 1656'da İtalya'nın Napoli kentinde ve 1657'de İtalya'nın Cenova kentinde veba salgını görülmüştür (Erdoğan, 2017, s. 39-40). Bu veba salgını yüzünden dünyanın farklı kentlerinde binlerce kişi hayatını kaybetmiştir.

18.yy'da Fransa'nın Marsilya kentindeki son büyük etkisinden sonra veba salgını Avrupa'dan çekilmiştir. Ancak 19.yy ortalarında üçüncü veba salgını olarak bilinen ve 1894'te Çin'de başlayan Bombay vebasası ortaya çıkmıştır. Buharlı gemiler ve demir yolları ile hızlanan ulaşım ağları, vebanın bu kez Kara Ölüm'den daha hızlı bir şekilde tüm dünyaya yayılmasına neden olmuştur (Sherman, 2020, s. 104). Nitekim Akdeniz bölgesine deniz taşımacılığı ve limanlarla taşınan bu salgın hastalık, farklı coğrafyalarda pek çok kişinin ölümüne neden olmuştur. Bu can kayıplarınının 10 milyonun üzerinde olduğu tahmin edilmektedir (Erdoğan, 2017, s. 40). Bu derecede yüksek ölümlere rağmen kayıplar Orta çağ dönemindeki Kara ölüm olarak atfedilen salgın kadar olmamıştır. Bu duruma sebep olan durum 19.yy sonlarına doğru hastalık mikrobunun keşfedilmesidir.

Üçüncü büyük veba salgını ise Güneydoğu Asya'dan başlayıp dünyayı etkisi altına alan ve 20.yy ortalarına kadar etkileyen "Bombay vebasası"dır (Varlık, 2011). Bu veba da öncekiler gibi pek çok kişinin ölümüne yol açmıştır. Ancak etkisi ikinci büyük veba olan kara ölüm kadar olmamıştır. Nitekim bu durumun temel sebebi, hastalıkla ilgili araştırmalarda elde edilen bulgulardır. Bu veba zamanında Fransız Pasteur Enstitüsü'nden İsviçreli Alexandre Yersin (1863-1943) ile Alman Robert Koch ile çalışan Japon Shibasaburo Kitasato Hong Kong'ta yaptıkları tetkiklerde aynı günlerde hastalıkla ilgili benzer sonuçlara ulaşarak vebaya neden olan bakteriyi tanımlamışlardır (Ayar & Kılıç, 2017, s. 164-165). Böylece veba mikrobunun keşfedilmesiyle hastalığın lenf bezlerinde olduğu ortaya konmuştur (İstek, 2017, s. 175). Veba hastalığına ilişkin bulguları Kitasato İngilizce ve Japonca olarak Yersin'den önce yazmasına rağmen, Yersin'in Fransızca olarak dergide bulguları yazması onun övgüler almasını sağlamıştır (Ayar & Kılıç, 2017, s. 165). Veba hastalığına sebebiyet veren bakteriyeye ilk olarak Pasteur'dan ilham alınarak Pasturellapestis adı verilse de 1971'den itibaren Yersine Pestis olarak literatürde yerini almıştır. Daha sonra hastalığa ilişkin bağışıklık sağlayıcı etkili bir ilaç (serum) hazırlanmış (Kömürcü, 2019, s. 9), 1937'den sonra ise antibiyotik tedavisine geçilmiştir. Ancak vebanın tam olarak etkisini yok etmek mümkün olmamıştır. Zira 19.yy ikinci yarısında etkisini gösteren ve dünyaya yayılan Bombay vebasası, 1898'den İkinci Dünya Savaşı'na kadar etkisini göstermiştir. Bu yüzden 1920'de Paris'teki, 1924'de California'daki ve 1930'da Cezayir'deki veba salgınları tarih sahnesinde son büyük veba salgınları olarak yerini almıştır. Bombay vebasından dolayı 1905'te bir yılda 941.821 insan ölmüştür. Nitekim üçüncü büyük vebanın başladığı 1898'den 1948'e kadar ise toplam 13 milyon insan ölmüştür (Panzac, 1997).

Veba hastalığının etkisi kısmen azaltılmış olsa da ticaretinden dolayı veba her on yılda bir küçük çaplı salgınlarla yeniden hareketlenmektedir. Özellikle Afrika, eski Sovyetler Birliği coğrafyası ve Amerika gibi ülkelerde endemik etkisini sürdürmektedir. Nitekim 2003 yılında Dünya Sağlık Örgütü (WHO), veba



hastalığı ile ilgili 2119 vaka, 182 ölüm bildirmiştir. WHO'ya göre, son 50 yılda ortalama tüm dünyada yılda yaklaşık 2000 veba vakası yaşandığı bildirilse de koruyucu aşılarda veba hastalığının önüne geçilmekte, antibiyotiklerle hastalar tedavi edilmekte ve hastalığa ilişkin çözüm üretilmeye devam edilmektedir (Sherman, 2020, s. 107). Bu durum da veba hastalığının artık tehlikeli veya ölümcül nitelikte bir hastalık olmadığını göstermektedir.

### 5. Osmanlı Devleti'ndeki Durum

Veba salgını tarihsel süreçte, dünyanın pek çok coğrafyasını etkilemiştir. Bu sebeple Osmanlı Devleti kurulmadan önce vebanın Anadolu topraklarında etkisini sürdürdüğü bilinmektedir. Nitekim Bizans dönemlerinde İstanbul'da veba salgınları yaşanabildiği gibi Selçuklular döneminde de Anadolu topraklarında veba yaşanmış ve bu toprakları da olumsuz etkilemiştir. Daha önce salgının tarihinde de bahsedildiği gibi, Osmanlı'nın hüküm süreceği topraklarda veba salgını, Justinyen salgını ile başlamaktadır. Bu salgın İstanbul başta olmak üzere zaman içinde Anadolu, Balkanlar ve Doğu Akdeniz'e, hatta Akdeniz ve Ege kıyılarına kadar ulaşmıştır.

Osmanlı'nın hüküm süreceği topraklarda ikinci veba salgını, 1340'larda Cenevizlilerin hububat yüklü gemileriyle İstanbul'a ulaşmıştır. Avrupa'da Kara Ölüm olarak anılacak bu veba salgını, İstanbul'dan Anadolu'ya ve Suriye'ye kadar yayılmıştır. Hatta ilerleyen yıllarda beylikten bir devlet haline gelen Osmanlılarda Orhan Gazi'nin Bursa'da bu hastalıktan öldüğü (İnalçık, 2010, s. 71), Yıldırım Beyazıt'ın Timur'a kaybetmesi sonucunda Anadolu'da kıtlık ve yokluk yaşandığı ve akabinde vebaya yakalananların sayısının arttığı, hatta Yıldırım Beyazıt'ın oğlu Yusuf'un Bizans'ta vebadan öldüğü ileri sürülmektedir (Varlık, 2017, s. 160). Ayrıca 1453'te Osmanlı'nın İstanbul'u fethetmesinden sonra vebanın yeniden İstanbul'da arttığı, Fatih Sultan Mehmet'in de İstanbul'da salgın olması sebebiyle şehirden ayrılıp sefere çıktığı veya salgından kaçabilmek için Balkanlar'da ordusuyla bir kentten diğer kente geçtiği de söylenmektedir (Lowry, 2004, s. 103).

Osmanlı Devleti'nde veba salgınının artışı, Osmanlı topraklarının büyümesiyle orantılıdır. Nitekim 1516-1517'de Suriye, Mısır ve Mekke ve Medine'nin elde edilmesi Osmanlı tarihinde önemli bir dönüm noktasıdır. Neticede imparatorluğu toprak büyüklüğü ve nüfusu ikiye katlanmış ve Akdeniz dünyasındaki hâkimiyeti artmıştır. Karadeniz havzasından Basra Körfezi'ne uzanan geniş alanların da Osmanlı yönetimi girmesiyle veba daha karmaşık bir yayılma süreci geçirmiştir. Bu nedenle 1517 ve 1570 yılları arasında bu salgın ortalama her üç yılda bir kendini yenilemiştir (Varlık, 2018, s. 34). Ayrıca 15. yüzyılın sonu ile 16. yüzyılın başında özellikle Karadeniz kıyılarında meydana gelen kıtlık ve beraberinde yaşanan veba salgını Osmanlı Devleti için büyük bir yıkımla sonuçlanmıştır (Erdoğan, 2017, s. 45). Dahası bu yüzyılda Osmanlı coğrafyasında küçük kasabaların birleşerek şehirleşmesi, ekonomik imkânların arttığı şehirlerin cazibe merkezine dönüşmesi ve akabinde yoğun bir göç alması vebanın yayılım hızını artırmıştır (Turna, 2011, s. 10). Nitekim 1570'te veba salgını Avrupa, Kuzey Afrika ve Yakın Doğu'daki geniş alanları etkisi almış ve İstanbul'a yeniden ulaşmıştır. Salgın buradan, devletin diğer bölgelerine taşınan bir merkez haline gelmiş ve dünya genelinde olduğu gibi belli aralıklarla kendisini göstermiştir. Ancak 17.yy'da durum tersine dönmüş ve vebanın hareketliliği neredeyse yüzyıl boyunca sürmüştür. Hatta Osmanlı Devleti'nde 1637'de büyük taun, 1655'te ise şiddetli taun yaşandığı kayıtlarda yer almaktadır. 17.yy'daki veba salgını, Avrupa topraklarını terk edip ayrılırken, Osmanlı coğrafyasında etkisini artırmaya başlamıştır. 18.yy ise vebanın etkisi Osmanlı Devleti'nde yoğun bir şekilde hissedilmiş, hatta salgın hastalık yüzyılı olarak tarihsel kayıtlarda yer almıştır. Nitekim 19.yy'da 1812-1819 ile 1835-1838 arasındaki salgınlar hariç çok etki göstermemiştir.

Üçüncü büyük veba salgını veya Bombay vebası, dünya genelinde hızlı bir yayılım gösterse de Avrupa'da olduğu gibi alınan önlemler sayesinde Osmanlı Devleti topraklarında büyük çaplı salgınlara sebebiyet vermemiştir. Sadece 1900'lü yılların başında Antalya, İzmir ve diğer sahil şehirlerinde veba salgını yaşanmıştır. Nitekim 1947 yılında Şanlıurfa Akçale ilçesinde görülen veba salgını, Türkiye Cumhuriyeti topraklarında görülen son veba salgını olarak kaydedilmiştir (Panzac, 1997; Varlık, 2018, s. 35).

## 6. Etkileri ve Sonuçları

Tarihsel süreçte, veba hastalığı büyük salgınlara yol açmıştır. Bilindiği üzere salgınlar, toplumu derinden etkilemekte ve değişim ile dönüşümleri beraberinde getirmektedir. Nitekim tarihsel süreçteki veba epidemileri ve pandemileri de insanlar üzerindeki büyük etki ve sonuçlarıyla toplumsal anlamda değişim ve dönüşümlerin fitilini ateşlemiştir. Tarihsel kayıtlarda Atina vebası olarak anılan dönemde, yani M.Ö 430'da veba hastalığı, Atinalıların Spartalıları karşı savaşı kaybetmesine neden olmuştur. Bu hastalık yüzünden Atina ordusu 4400 piyade ve 300 süvarisini, ön cephedeki askerlerinin dörtte birinden fazlasını kaybetmiştir. Böylece Yunan kültürünün altın çağı ve eski dünya üzerindeki hâkimiyeti sona ermiştir. Antonine Vebası'nda Roma'da günde 5000 kişi hayatını kaybetmiş, salgın zamanla imparatorluğun tamamına yayılmış, Hindistan ve Çin'in ötesine geçmiş, yıllarca sürmüştür. Bu hastalık zengin fakir, genç yaşlı ayırt etmeden herkese bulaşmış, hastalığı kapanların üçte bir ile yarısının ölümüne neden olmuştur. Ayrıca Antonine vebası nüfusta korkunç bir azalmaya neden olmuştur. Böylece her iş için insan gücüne ihtiyaç duyan Roma İmparatorluğu çökmeye başlamıştır. Kasaba ve tarlalar başıboş kalmış, ordu tükenmiş, ticaret ve alım satımlar durmuş, insanlar ne yapacağını bilmez hale gelmiş ve moralleri bozulmuştur. Justinyen Vebası'nın yaşandığı ilk hıyarıklı veba olarak tabir edilen dönemde ise salgın imparatorluğun sonunu getirmiştir. Ayrıca Batı'da Avrupa'nın nispeten tecrit altında kalmasına, Doğu'da İslam'ın yayılmasına neden olmuştur. Bu veba türü, Konstantinopolis'te bir yıl sürmüş, nüfusun dörtte birinin ölümüne neden olmuştur. Nitekim bu dönemde günde 10.000 insanın öldüğü söylenmektedir (Crawford, 2019, s. 80-84).

Bu üç veba salgınlarında ölüm sayılarının fazla olması ekonomik anlamda vergi verenlerin, ticaretle uğraşanların, esnafların ve çiftçilerin sayısını azaltmıştır. Çiftçilerin veba hastalığına yakalanıp ölmesi tarım arazilerinin ekip biçilememesine, esnafların ürün bulamamasına, ticaretin ise durma noktasına gelmesine sebebiyet vermiştir. Bu durum kıtlıkla birlikte yerel ekonominin zayıflamasına ve iş kolu için ücretlerin artmasına fırsat vermiştir. Kıtlığa bağlı gıda fiyatlarındaki artış ise maddi durumu iyi olmayan kişilerin veba hastalığına daha kolay yakalanmasına neden olmuştur. Dini anlamda ise inanış anlamında bir değişim yaşanmasa da insanların salgının Tanrı'nın emirlerini yerine getirmemekten kaynaklandığını düşünmesine yol açmıştır. Bu sebeple Tanrılara saygısızlık, işlenen günahlar, savaşlar, antlaşmalara uymama gibi tanrıların öfkesine yol açan durumların vebaya sebep olduğuna inanılmış, yine tanrıların öfkesinin dindirilmesi, barış ortamlarının sağlanması, dini görevlerin yerine tam getirilmesi ile salgına çare olunacağına inanılmıştır. Bu yüzden insanlar çareyi tapınaklarda tanrılara yalvararak aramıştır (Akyıl, 2021, s. 55).

Veba salgını etkisi ve sonuçları itibarıyla en büyük etkiyi ise "Kara Ölüm" olarak atfedilen ismiyle Ortaçağ döneminde yapmıştır. Bu yüzden söz konusu dönemdeki değişim ve dönüşümleri etki ve sonuçları bakımından anlamak için birkaç başlık altında ele almak gerekmektedir. Zira bu salgın sadece o dönemki halkı etkilemekle kalmamış ekonomik, sosyal, kültürel vb. hayatları da altüst etmiştir.

Ortaçağ döneminde veba salgını etkisi ve sonuçları bakımından ilk olarak, demografik bazı değişimlere yol açmıştır. Nüfus artışıyla birlikte 14.yy'da yaşanan kıtlık, veba salgını ile birleşince nüfus anlamında büyük yıkıma neden olmuştur. 1347'den 1350'ye kadar insanların 3'te 1'i hayatını kaybetmiştir. Böylece M.Ö 500'den bu yana artarak devam eden nüfus patlamasının önüne geçilmiştir (Sherman, 2020, s. 94). Hatta Avrupa kıtasının nüfusunda büyük oranda azalma meydana gelmiştir. Zira 1340'ta 76 milyon olan Avrupa nüfusu, 1450'de 50 milyona kadar düşmüştür (Genç, 2011, s. 131). Bu nüfus sayılarına baktığımızda ve hastalığı; Bristol'de nüfusun 9/10'unun, Norveç ve İzlanda'da 2/3'sinin, Avignon'da 150 binin, Paris'te 50 binin, Londra'da 100 binin, Venedik nüfusunun %70'inin, Ceneviz'in %68'inin, Floransa'da 45 binin, Marsilya'da bir ayda 16 binin, Siena'da 70 binin, St. Denys'de 14 binin, Strasburg'da 16 binin, Lubeck'te 9 binin, Basle'de 14 binin, Erfurt'ta an az 16 binin, Weimar'da 5 binin, Limburg'da 2.500 kişinin ölümüne yol açmıştır. Papa IV. Clement'in ölü sayıclarının tahminlerine göre ise 1348-1351 yılları arasında vebadan 23.840.000 insan ölmüştür (Nikiforuk, 2018, s. 76; Özden & Özmat, 2014, s. 75; Genç, 2011, s. 31).

Kara Ölüm olarak Batılıların atfettiği bu veba salgını, Avrupa dışında pek çok bölgeyi de etkilemiştir. Kahire'deki nüfus 500.000'den 200.000'e, Şam'da ise 80.000'den 50.000 kadar düşmüştür. Ayrıca dünyanın farklı merkezlerinde bu salgından dolayı ölümler yaşanmıştır. Bu veba salgını yüzünden 1570'te Moskova'da 200 bin; 1665'te Napoli'de 300 bin, 1679'da Viyana'da 76 bin, 1661'de Prag'da 83 bin ve

1720'de Marsilya'da 87 bin kişi hayatını kaybetmiştir. 1664'te Londra'daki veba salgınında, 460 bin kişinin yaşadığı kentte 70 bin kişi ölmüştür. 1743 yılında Messina'daki (Sicilya) salgını ise nüfusun %70'i kadar insan hayatını kaybetmiştir. 1720-1722 yıllarında veba salgını Marsilya'da 40 bin kişiyi öldürmüştür. 18. yüzyılda Avrupa'da Veraset Savaşları'nda meydana gelen kıtlık ve ardından yaşanan salgın hastalıklar, Fransa ve İspanya'nın üç milyon insanını kaybetmesiyle sonuçlanmıştır. Doğu Avrupa'ya baktığımızda ise nüfus yoğunluğunun az olması sebebiyle ölüm oranı %15 civarların olmuştur (Erdoğan, 2017, s. 39-40). Nihayetinde salgın sona ermeye başladığında dünya nüfusunda azalma meydana gelmiştir. Zira salgının azalmasında vebaya sebep olan mikrobun bulunması yanında 16., 17. ve 18.yy'da barınma şekli ahşap olan ve pirelerin yer tuttuğu evlerin yanması ve taş evlerden binalar yapılması, temizlik kavramının yaygınlaşması, pirelerin sıkça yerleştiği evcil hayvanlardan uzak durulması gibi etmenler etkili olmuştur.

Salgının ikinci etkisi, toplumsal yaşama yönelik olmuştur. Salgının toplum nezdinde hızlı bir şekilde yayılması, önlemler alınmasını gerekli kılmıştır. Veba hastalığının başlarda kötü yaşam koşullarından dolayı zenginlerden ziyade daha çok yoksullarda görülmesi insanların kendiliğinden bir dizi önlem almasını sağlamıştır. Zenginler farelerin barınma ihtimalinin az olduğu taş evlerde yaşamalarına rağmen vebadan korunmak için şehir dışındaki kırsal alanlardan evler satın alarak göç etmişlerdir. Evlerine dönmeden önce ise tütsücüler aracılığıyla evlerini ilaçlatıp dezenfekte ettirmişler, daha sonra yoksul birini yerleştirip ölüp ölmediğini izlemişlerdir (Nikiforuk, 2018, s. 81). Ancak bu salgının herkesi etkilediği anlaşıldığında ise toplumsal alışkanlıklarda ve yaşam tarzında değişimlere gidilmiştir. Kişisel anlamda hijyen ve temizliğin önemi toplumsal anlamda da anlaşılmalı, yetkiler aracılığıyla yoğun insan kalabalığını olduğu pazar alanları temizlenmiştir. Ayrıca veba öncesi artan nüfus etkisiyle pis olan sokak ve caddelere çöp atmak yasaklanmış, ilk kanalizasyonlar yapılmaya başlanmıştır.

Toplumsal yaşama ilişkin en önemli düzenleme ise karantina uygulamasıyla yaşanmıştır. Özellikle Kara Ölüm dönemindeki büyük etkisi yüzünden Doğu'dan gelen gemiler için ayrı bir alan hazırlanmaya başlamış ve bu limanda 40 gün kaldıktan sonra karaya geçmelerine izin verilmiştir. Milano'daki yetkiler ise salgın hastalığa yakalananlar ağıktan veya vebadan ölsünler diye evlere hapsedmişlerdir. Bu durum yeni bir sınıf olarak veba bürokratları sınıfını ortaya çıkarmıştır. Bu salgın hastalıkla mücadele eden sınıfta; belediye hekimleri, ölü kaldırıncılar, mezar kazıncılar, ev bekçileri ve tütsücüler bulunmaktadır. Bu halk sağlığı görevlilerinin; ticareti yasaklama, hastaları tecrit etme, ölüleri gömme, evleri ilaçlama, özel mülkleri yakma, fuarları ve sokakları kapatma, işbirliği yapmayanları tutuklama gibi yetkileri bulunmaktadır (Nikiforuk, 2018, s. 85).

Üçüncü olarak veba hastalığı, ekonomik değişim ve dönüşümlerle farklı etki ve sonuçlar doğurmuştur. Bu salgın hastalık, toplumdaki yaşam şekillerini her yönüyle değiştirmiştir. Özellikle feodalizm sistemine yıkıcı bir darbe vermiştir. Vebanın çok sayıda köylüyü yok etmesinden sonra tarım sektöründe kriz ortaya çıkmış, hatta çalışacak kişi bile bulunamamıştır. Bu yüzden toprak sahipleri, ücretleri artırmak zorunda kalmış, hatta toprakları bölüp köylülere kiraya vermiştir. Böylece toprak sahipleri eski güç ve zenginliklerini kaybetmiştir (Nikiforuk, 2018, s. 78).

Salgın hastalık uluslararası ticarete de darbe vermiştir. Nüfusun azalması, ticaretle uğraşanları farklı arayışlara yönlendirmesine rağmen veba, uluslararası ticarete derin izler bırakmıştır. Hatta deniz ticareti durma noktasında gelmiştir. Dışarıdan gelen gemiler limanlara yaklaşamaz, gemi çıkışları da olmaz hale gelmiştir. Bu durumun temel sebebi vebanın denizcilerin pek çoğunun öldürmesidir (Genç, 2011, s. 135).

Veba öncesinde, Avrupa'da hayat sakindir. Zamanın akışını hasat zamanları ya da kilise törenleri belirlemektedir. Ancak, Büyük Ölüm'den sonra bazı iş kollarında çalışan işçi sayısının azalması ve sanayi mallarına talebin artması, saatlere ve programlara yepyeni bir önem kazandırmıştır. Veba sonucu Brandenburg'da hayatta kalabilen işçilerin maaşları öyle yükselmiştir ki haftada iki gün çalışarak geçinebilmişlerdir. Örneğin, bazı Hollanda kasabalarında, tekstil işçilerinin sayısı o kadar azdı ki kendi çalışma saatlerini kendileri belirlemişlerdir (Nikiforuk, 2018, s. 79).

Veba salgınları, hizmet sektörünü de etkileyerek fiyat artışlarına neden olmuştur. Hekimler, hastalığın bulaşma riskine karşın hizmetlerine devam etseler de iki katı fiyat talep etmişlerdir (Menteşe, 2020, s. 85). Salgından sonra üretim piyasasında da çiviotu, kızılkök ve karabuğday gibi ürünlerin üretimine başlanmıştır. Ayrıca buğday, domuz ve tuz hariç, bazı gıda fiyatlarda düşüş meydana gelmiştir. Peynir, canlı hayvan ve yulaf fiyatları veba öncesine göre yaklaşık üçte bir oranında düşmüştür. Yün ve inek fiyatları ise

nerede yarıya inmiştir (Genç, 2011, s. 137). Ancak bu dönemde fiyatı artan mallar ve hizmetler de olmuştur. Bu duruma tabutlar, ilaçlar, kefenler, noterler, cerrahlar ve mezar kazıycıları vb. mal ve hizmetler örnek olarak gösterilebilir. Nihayetinde veba salgınıyla nüfusun azalmasıyla birlikte yoksulların yaşam standartları yükselmeye başlamış, nüfusla orantılı ekonomik pazarın daralmasıyla tahıl fiyatları düşmüş, iş gücü eksikliğinin ortaya çıkmasıyla kırsal alanlar da dâhil paraya dayalı ekonomi modeline geçiş yapılmaya başlanmıştır.

Salgın hastalığın dördüncü etkisi, sosyal anlamda meydana gelmiştir. Özellikle ekonomik yönlü olarak bu dönemde İngiltere, Fransa ve İtalya gibi ülkelerdeki isyan sayılarında artışlar yaşanmıştır. Bu isyanların çıkış etmeni, ekonomik anlamda para politikası olsa da sosyal anlamda toplumda kargaşa ve krizlerle neden olmuştur. Bununla birlikte veba salgını, göç sürecini de hızlandırmıştır. Özellikle kentlerde yaşayan zengin kesim, vebanın etkisinden kurtulabilmek amacıyla kırsal alanlara göç etmiş ve hastalığı bu alanlara da taşımıştır. Bu durum sosyal anlamda kargaşa ve düzensizliklere de yol açmıştır. Bununla birlikte, salgın hastalık sosyal ilişkileri de zayıflatmıştır. Böylece insanlar ailesi, akrabası, arkadaşı vb. iletişimlerini azaltmaya başlamıştır. Bu durum aile bireylerinin birinin ölümüyle de sonuçlandığında aile yapısında bozulmaları da beraberinde getirmiştir. Nitekim nüfusun artması neticesinde veba hastalığı öncesinde kıtlık ve yoksulluk nedeniyle insanların geç evlenmesi durumu, salgının getirdiği duygusal çöküntü ve yalnızlaşma ile birlikte etkisini daha da artırmıştır. Hastalığa karşı duyulan bu çöküntü ve korku da pek çok kişinin ölümden sonra mallarını ve arazilerini bırakacakları kişileri belirleme vasiyetnameler yazmaya ve noterlerce onaylatmaya itmiştir.

Veba salgınının beşinci etkisi, dini anlamda olmuştur. Bu hastalık Tanrı'nın cezası olarak görülmüş, bu durum Avrupa'da dindarlığı artırmış ve beraberinde din adamlarına belli roller biçilmesini sağlamıştır. Bu doğrultuda hastalığa yakalanan insanların çağrılarına kulak veren bazı din adamları da veba mikrobu kilisedeki fare ve pirelere yerleşmesiyle hayatını kaybetmiştir. Çok sayıda din adamının hayatını kaybetmesi, papazların ölümleri gömmeyi reddetmesi ve kiliseden kaçması neticesinde hastalığa da çözüm üretilememesi, kilisenin otoritesinin zayıflamasına neden olmuştur. Bu durum deneyimsiz genç yaştaki din adamlarının görevlere gelmesine ve güvensizliğe sebebiyet vermiştir. Ayrıca dini anlamda Martin Luther öncülüğünde Tanrı ile konuşma biçiminde değişim meydana gelmesine ve herkesin Tanrı ile konuşabileceği savının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Nikiforuk, 2018, s. 83). Ayrıca bu salgın, Yahudilere olan bakış açısından da değişimlere yol açmıştır. Salgın döneminde kiliseye karşı oluşan öfke beraberinde "Flagellant Hareketi" denilen bir yapının oluşmasına sebebiyet vermiştir. Bu kişiler, vebayı Tanrı'nın günahları için gönderdiği bir ceza olarak görmüştür. Bu sebeple kendilerini kırbaçlayarak İsa'nın döneceği güne hazırlanmaktadırlar. Ayrıca bu kişiler, vebanın ortaya çıkış sebebinin Yahudiler olarak görmüştür. Bu nedenle çeşitli söylemlerle Yahudi düşmanlığını körüklemişlerdir. Neticede bu dönemde Yahudiler kılıçtan geçirilmiş, yakılmış ve yerinden edilmiştir. Her ne kadar bu hareket kısa ömürlü olsa da bu durum salgın döneminde Yahudi nüfusunda azalmaya sebep olmuştur.

Vebanın altıncı etkisi, kültürel anlamda olmuştur. Özellikle dil kullanımı anlamında salgın hastalık, dünyada değişimlere yol açmıştır. Hastalık öncesinde Latince, okuma ve yazma dili olarak kilise üyelerince kullanılmaktadır. Ancak vebanın etkisiyle pek çok din adamının ölmesi veya kiliseden ayrılmasıyla kilisede Latinceyi çok az bilen veya hiç bilmeyen tecrübesiz rahiplerin görevlendirilmesi yükseköğretim dili olarak görülen Latincenin eğitimdeki gücünü kaybetmesine ve uluslararası bir dil olarak Avrupa'daki egemenliğine son vermesine sebep olmuştur (Nikiforuk, 2018, s. 82). Aynı zamanda bu durum, ulus dillerin yaygınlaşmasını da beraberinde getirmiştir. Veba sayesinde yeni gelen öğretmenlerin Latinceyi ve Fransızca'yı bilmemesi akabinde İngiliz gramer okullarında öğrenim dili olarak Fransızcadan vazgeçilmesi bu duruma örnek teşkil etmektedir. Ayrıca Machiavelli'nin İtalyanca, Montaign'in Fransızca, Cervantes'in İspanyolca, Luther'in Almanca ve Shakespeare'in İngilizce konuşmasının da bu duruma yardımcı olduğu düşünülmektedir. Salgının kültürel etkisi sadece dil ile sınırlı kalmamış, aynı zamanda sanatsal anlamda vebanın korkunçluğunu gözler önüne seren durumlar resmedilmiştir. Ayrıca kara ölüm imajı sanatsal olarak altın bir taç giymiş ve alaycı tavrıyla sırttan bir iskelet figürü ile kişileştirilmiştir (Genç, 2011, s. 145).

Kara vebadan itibaren toplumsal anlamda başlayan değişim ve dönüşümler, dünyadaki üçüncü büyük veba ve sonrasında da devam etmiştir. Zira veba salgınları etkisini ara ara azaltsa da 19.yy kadar düzenli olarak kendisini tekrarlamıştır. Nitekim salgına ilişkin çalışmalar yapılmasına rağmen çözümler

bulunamaması akabinde vebanın 1855'te Çin'in Yunnan'da yeniden patlak vermesine, oradan kıtalara yayılmasına zemin hazırlamıştır. 1894'de Hong Kong ve 1896'da Bombay vebanın kalesi haline gelmiştir. Nitekim bu üçüncü büyük vebada dünya çapında 12 milyondan fazla kişi ölmüştür. Bombay vebasında en büyük ölümün ise 10 milyona yakının Hindistan'da olduğu tahmin edilmektedir. İkinci büyük veba salgınından itibaren üçüncü büyük salgınla birlikte toplumsal değişim ve dönüşüm anlamında en büyük etki dezenfekte çalışmaları, veba hastaneleri, hastaları tedavi etmek için tıbbi personel görevlendirilmesi ve enfekte olmuş evleri ve alanları temizlemek vb. tedbirlerle halk sağlığının gelişmesi olmuştur. Ancak bu durum toplumsal anlamda da belli sorunları beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda zengin ve fakirler arasında tedavi hizmeti almak noktasında sorunlar oluşurken, bu durum Hindistan'da milliyetçiliğinin yükselmesine de neden olmuştur. Nihayetinde tarihteki veba salgınları sorunlar ve eşitsizlikler temelinde yıkıcı bir etki göstermiş olsa da değişim ve dönüşümlerle dünya çapında toplumsal ilerleme sağlamıştır.

## 7. Sonuç

Salgın hastalıklar, dünya coğrafyasında etkisi itibariyle ağır tahribatlara yol açmıştır. Bu salgınlardan en önemlilerinden biri olarak da veba hastalığı karşımıza çıkmaktadır. Bu sebeple ilkçağlardan 19.yy kadar veba salgını, insanlık için yıkıcı ve önemli bir hastalık olarak ön planda olmuştur. Fakat etkisi itibariyle veba türlerinden en büyük olumsuz etkiyi hıyarcıklı (bubon) vebasını vermiştir. Özellikle bu hastalık her türlü coğrafyaya uyum sağlayabilmesi nedeniyle salgın haline dönüşmüş, etkilediği coğrafyalarda yaşayan toplumda büyük oranda insan kaybına sebebiyet vermiştir. Zira nem ve sıcaklığın yüksek olduğu, hijyene dikkat edilmediği, açlık ve pisliğin yüksek olduğu, altyapı hizmetlerinin az veya hiç olmadığı alanlarda veba salgını haline dönüşerek yıkıcılığını artırmıştır. Bu doğrultuda veba salgınında üç dalgadan bahsedilmektedir. Bunlardan birincisi, Justinyen vebasını, ikincisi Kara Ölüm ve üçüncüsü ise Bombay vebasınıdır. Ancak etkisi itibariyle veba türlerinden hıyarcıklı veba, Batılıların "Kara Ölüm" şeklinde isimlendirdikleri dönem ile salgının dünya coğrafyasında en büyük yıkıcı etkiyi bıraktığı bir zaman dilimi olmuştur. Bu salgının etkisi 18.yy kadar Avrupa'ya, 15.yy ile 19.yy ortalarına kadar ise Osmanlı Devleti'nde derin izler bırakmıştır. Bu salgın hastalık tanımlanana ve tıbbın gelişerek araştırma yapılmasına kadar özellikle Avrupa nüfusunun 18.yy kadar %50'sini yok etmeyi başarmıştır. Veba hastalığının bu etkisi sadece Avrupa ile sınırlı kalmamış, dünya coğrafyasındaki çeşitli bölgelerde de farklı rakamlarda insan kayıplarına da sebebiyet vermiştir. Nitekim veba salgınına sebep olan mikrobun tanımlanması ve ilacın bulunmasıyla etkisi azaltılmıştır. Ancak veba salgını insanları sadece fiziksel anlamda etkilemekle kalmamış, psikolojik ve toplumsal anlamda da derin yaralar bırakmıştır. Bu doğrultuda dünya coğrafyasında demografide, toplumsal yaşamda, sosyal, kültürel, dini ve ekonomik alanlarda değişim ve dönüşümler meydana getirmiştir. Demografide, dünya coğrafyasında insan kayıplarına bağlı özellikle Avrupa haritasında değişim yaşanmıştır. Toplumsal yaşamda, karantina uygulamaları başta olmak üzere temizlik ve hijyen noktasında bakış açısı ve uygulamalar değişmiştir. Psikolojik anlamda güvensizlik ve korkuya da bağlı aile kurumu ve sosyal ilişkilerde dönüşümler ortaya çıkmıştır. Ekonomik anlamda toprak sahiplerinin köylü sınıfa oranla güç kaybetmesine ve bazı iş kolları ile ürünlerdeki fiyatlarda değişimler meydana getirmiştir. Kültürel anlamda, özellikle dil kullanımını yönünde Latince'nin önemini kaybetmesine ve yerel dillerin güçlenmesine zemin hazırlamıştır. Dini anlamda ise kilisenin otoritesinin ve gücünün azalmasına neden olmuştur. Nihayetinde veba salgınlarında en büyük etkiyi yıpratıcı etkisine bağlı "Kara Ölüm" denilen dönem vermiştir. Bu bağlamda Kara Ölüm'e kadar olan dönemki veba salgınları daha çok insan kaybının yaşanmasına bağlı dünya haritasındaki değişim, savaşlar ve siyasi dönüşümler yönünde etkiler bırakmıştır. Kara Ölüm ise Avrupa'daki insanların bireysel anlamda dindarlığının artması, bazı kesimlerin ekonomik refah düzeyinin yükselmesi, edebiyatta canlanma, sanatta farklı yaklaşım anlayışı, hijyene yönelik bakış açısında farklılık gibi olumlu etkiler de yaratmıştır. Ancak kentleşmeyi durdurması, kıtlığın ekonomik anlamda durgunluk yaratması ve kültürel-sosyal hayatın allak bullak olması gibi olumsuz etkileri de olmuştur. Nitekim Bombay vebasının da milliyetçilik ve eşitsizlikler temelinde etkisi büyük olmuştur.

## 8. Extended Abstract

Epidemics have caused heavy destructions in world geography. One of the most important of these epidemics is the plague disease. For this reason, from ancient times to the 19th century, the plague

epidemic has been at the forefront as an important devastating disease for humanity. However, the bubonic plague had the greatest negative impact among the plague species. In particular, this disease has turned into an epidemic due to its adaptability to all kinds of geographies and has caused a great deal of human loss in the society living in the geographies it affects. Because in areas where humidity and temperature are high, hygiene does not take care of, hunger and filth are high, and there are little or no infrastructure services, the plague has turned into an epidemic and increased its destructiveness. In this direction, three waves are mentioned in the plague epidemic. The first is the Justinian plague, the second is the Black Death, and the third is the Bombay plagues. These three epidemics have left heavy sociological damage around the world in terms of their effects and results. Therefore, many researchers have worked to understand the causes, symptoms, types, and treatment methods of the epidemic. However, although many studies examine the epidemic in the historical process, there are hardly any studies that deal with it sociologically. Therefore, the study is important in terms of examining the social appearance of the plague epidemic from a sociological perspective as well as the historical process. With this sensitivity, it is aimed to make a historical and sociological analysis of the plague epidemic in this study. For this purpose, "What are the sociological effects and consequences of the plague epidemic?" and "What social changes and transformations have been caused by the plague epidemic?" questions will be answered. In this respect, a literature review was made on primary sources by examining the prominent books, articles, journals, and similar sources on plague in the national and international sense. However, sources that would not allow a systematic analysis in sociological terms were not included in the study. As a result of the study, it was seen that the bubonic plague, which is one of the plague types, left the greatest destructive effect on world geography during the period that the Westerners called the "Black Death" and in the history of the plague epidemic. The effect of this epidemic left deep traces in Europe until the 18th century, and in the Ottoman Empire from the 15th century to the middle of the 19th century. This epidemic managed to destroy 50% of the population of Europe, especially until the 18th century, when it was identified and medicine developed, and research was carried out. This effect of the plague disease was not only limited to Europe but also caused different numbers of human losses in various regions of the world. The effect of the plague was reduced with the identification of the microbe that caused the epidemic and the discovery of the drug. However, the plague epidemic not only affected people physically but also left deep wounds psychologically and socially. In this direction, it has brought about changes and transformations in demography, social life, social, cultural, religious, and economic fields in world geography. There has been a change in demographics, especially in the map of Europe, due to human losses in world geography. In social life, perspectives and practices have changed in terms of cleaning and hygiene, especially in quarantine practices. In the psychological sense, transformations have emerged in the family institution and social relations due to insecurity and fear. In economic terms, the landowners lost power compared to the peasant class and caused changes in the prices of some business lines and products. Culturally, it paved the way for Latin to lose its importance and strengthen local languages, especially in terms of language use. In the religious sense, it caused the authority and power of the church to decrease. Ultimately, the Bombay plagues had a great impact based on nationalism and inequalities. As a result, the plague has caused heavy damage throughout the world due to its periodic effect in the historical and sociological sense and has become a tool for experiencing social changes and transformations.

**Keywords:** Contagious Disease, Plague, Epidemic

#### Kaynakça

- Akyıl, G. (2021). Antik Yunan ve Roma'da Veba Salgını. *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı*. Ankara.
- Ayar, M., & Kılıç, Y. (2017). Osmanlı'da Veba'nın Sona Erişine Dair Bir Değerlendirme. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 17(2), 163-181.
- Crawford, D. H. (2019). *Ölümcül Yakınlıklar & Mikroplar Tarihimizi Nasıl Şekillendirdi?* (G. Koca, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.

Erdoğan, M. (2017). 18. Yüzyılın Sonu 19. Yüzyılın Başlarında Osmanlı Devleti'nde Veba Yılları (İzmir Örneği). *Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı*. Eskişehir.

Genç, Ö. (2011). Kara Ölüm: 1348 Veba Salgını Ve Ortaçağ Avrupa'sına Etkileri. *Tarih Okulu Dergisi, 2011(X)*.

İnalcık, H. (2010). *Kuruluş Dönemi Osmanlı Sultanları*. İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.

İstek, E. (2017). Avrupa'da Veba Salgını ve Salgında Din Faktörü (Vienna Örneği). *Tarih Araştırmaları Dergisi, 36(62)*, 173-204.

Karabörk, Ş. (tarih yok). Veba. Türkiye Enfeksiyon Hastalıkları ve Klinik Mikrobiyoloji Uzmanlık Derneği.

Karaimamoğlu, T. &. (2020). Veba ile Başlayan Değişim: Kara Ölüm'den Sonra Büyük Britanya'da Değişen Gündelik Yaşam. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi(44)*, 509-526.

Karaoğlu, Ö. (2020). Salgınların İktisat Tarihi. D. Demirbaş, V. Bozkurt, & S. Yorgun içinde, *Covid-19 Pandemisinin Ekonomik, Toplumsal ve Siyasal Etkileri*. İstanbul Üniversitesi Yayınevi.

Kılıç, O. (2004). *Eskiçağdan Yakınçağa Genel Hatlarıyla Dünyada ve Osmanlı Devleti'nde Salgın Hastalıklar*. Elazığ: Orta-Doğu Araştırmaları Merkezi Yayınları.

Kömürçü, A. (2019). Hitit Krallığında Veba Salgını ve Etkileri (M.Ö. II. Binyılın İlk Yarısı). *Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tarih Anabilim Dalı*. Afyon.

Lowry, H. (2004). Pushing the Stone Uphill: The Impact of Bubonic Plague on Ottoman Urban Society in the Fifteenth and Sixteenth Centuries. *Osmanlı Araştırmaları Dergisi, 23(23)*, 93-132.

Martin, S. (2011). *Kara Ölüm: Ortaçağ'da Veba*. (C. Atay, Çev.) İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Menteşe, G. L. (2020). Kara Vebanın Batı ve Doğu Toplumlarına Etkisi. *Akdeniz Havzası ve Afrika Medeniyetleri Dergisi, 2(1)*, 78-87.

Nikiforuk, A. (2018). *Mabşerin Dördüncü Atlası: Salgın ve Bulaşıcı Hastalıklar Tarihi (9 b.)*. (S. Erkanlı, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Özden, K., & Özmat, M. (2014). Salgın ve Kent: 1347 Veba Salgınının Avrupa'da Sosyal, Politik ve Ekonomik Sonuçları. *İDEALKENT, 5(12)*, 60-87.

Panzac, D. (1997). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Veba: 1700-1850*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Sherman, I. W. (2020). *Dünyamızı Değiştiren On İki Hastalık*. (M. A. Küçüker, & E. Tümbay, Çev.) Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Snowden, F. M. (2019). *Epidemics and Society: From the Black Death to the Present*. Yale University Press.

Turna, N. (2011). İstanbul'un Veba İle İmtihanı: 1811- 1812 Veba Salgını Bağlamında Toplum Ve Ekonomi. *Studies of The Ottoman Domain (Osmanlı Hakimiyet Sabası Çalışmaları), 1(1)*, 1-36.

Türk Dil Kurumu. (2022). *Veba*. Türk Dil Kurumu.

Varlık, N. (2011). Taun. *TDV İslam Ansiklopedisi* (s. 175-177). içinde TDV İslam Araştırmaları Merkezi.

Varlık, N. (2015). İstanbul'da Veba Salgınları. C. Yılmaz içinde, *Antik Çağ'dan 21.Yüzyıla Büyük İstanbul Tarihi* (s. 146-151). İstanbul: İslam Araştırmaları Merkezi.

Varlık, N. (2017). *Akdeniz Dünyasında ve Osmanlılarda Veba (1347-1600)*. (H. Yalın, Çev.) İstanbul: Kitap Yayınevi.

Varlık, N. (2018). Osmanlılarda Veba Salgınları. *Toplumsal Tarih(296)*, 30-36.

Yıldırım, N. (2010). Salgın Afetlerinde İstanbul. S. Öztürk içinde, *Afetlerin Gölgesinde İstanbul* (s. 109-184). İstanbul: Kültür AŞ Yayınları.

Yıldız, F. (2014). 19.yy'da Anadolu'da Salgın Hastalıklar ve Salgın Hastalıklarla Mücadele Yöntemleri. *Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Tarih Anabilim Dalı*. Denizli.

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**




Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



# Siber Zorbalık ve Siber Mağduriyet ile Psikopatolojik Semptomlar Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Kaerbinu ABUDUSUFUER\*   
Oğuzhan YILDIRIM\*\*   
Hatice KUMCAĞIZ\*\*\* 

## ÖZ

Son dönemlerde yaşanan teknolojik gelişmeler birçok alanda kendini göstermektedir. Özellikle iletişim alanında gerçekleşen yenilikler insan ilişkilerini ve ilişki problemlerini dijital ortama taşımaya başlamıştır. İnternet üzerinden hakarete bulunma, başkalarına ait özel bilgileri okuma veya paylaşma, utandırıcı mesajlar çekme, mağdur olan kişinin resimlerini çekme ve yayma gibi davranışlar siber zorbalık adı altında değerlendirilir. Bu davranışlara maruz kalan bireyler ise siber mağduriyet yaşamaktadırlar. Bu bireylerin çeşitli ruhsal sorunlar yaşadıkları görülmektedir. Bu çalışmada üniversite öğrencilerinin siber zorbalık ve siber mağduriyet düzeylerini farklı değişkenler açısından incelemek amaçlanmıştır. Nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modelinin kullanıldığı bu çalışmada 171'i kadın 43'ü erkek olmak üzere toplamda 214 katılımcı yer almıştır. Araştırma sonuçlarına göre siber mağduriyet ve siber zorbalığın erkeklerde kadınlara göre daha fazla görüldüğü tespit edilmiştir. Ayrıca günlük internet kullanım süresi arttıkça bireylerin daha fazla siber mağduriyet ve siber zorbalık deneyimledikleri görülmüştür. Son olarak ise siber mağduriyet ve siber zorbalık deneyimleri ile anksiyete, depresyon ve stres arasında anlamlı ilişkilerin bulunduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Siber Zorbalık, Siber Mağduriyet, Psikopatolojik Semptomlar, Anksiyete, Depresyon, Stres.

## Investigation of the Relationship Between Cyberbullying, Cyber Victimization and Psychopathological Symptoms

### ABSTRACT

Recently, technological developments have been observed in many areas. Especially innovations in communication have started to transfer human relations and relationship problems to the digital environment. Behaviors such as insulting, reading or sharing private information about others, sending embarrassing messages, taking and spreading pictures of the victim on the internet are considered as cyberbullying. Individuals exposed to these behaviors experience cybervictimization. It is seen that these individuals have different mental problems. Therefore, in this study, it was aimed to examine the cybervictimization and cyberbullying levels of university students in terms of different variables. A total of 214 participants, 171 women and 43 men, took part in this study, in which the relational survey model, one of the quantitative research methods, was used. According to the results of the research, it has been determined that cybervictimization and cyberbullying are more common in men than in women. In addition, it has been observed that individuals experience more cybervictimization and cyberbullying as the daily internet usage time increases. Finally, it was determined that there were significant relationships between cybervictimization and cyberbullying experiences and anxiety, depression and stress.

**Keywords:** Cyberbullying, Cybervictimization, Psychopathological Symptoms, Anxiety, Depression, Stres.

### 1. Giriş

Bilgi ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte iletişim cihazlarının da kullanım alanı bir hayli genişlemiştir. Böylece farklı birçok uygulama ortaya çıkmış ve sosyal medya uygulamaları kullanıcıların hizmetine sunulmuştur. Özellikle bu teknolojik gelişmelerin yoğun olduğu dönemde dünyaya gelen kişiler teknolojiyle küçük yaşlarda tanıştığı için bu gelişmelere daha kolay uyum sağlamıştır. Böylece teknoloji bireylerin günlük yaşamının vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiş ve insanların yaşamlarında birtakım farklılıklar ortaya çıkmaya başlamıştır (Karaaslan & Budak, 2012; Kuyucu, 2017).

Teknolojik gelişmeler insan yaşamında birçok faydayı beraberinde getirmektedir (Göger, 2021). İletişim kurmada ve bilgiye ulaşmada hızın ve kolaylığın artması teknolojinin en büyük artışı olarak görülmektedir. Ancak bunun yanında bu gelişmelerle birlikte özellikle cep telefonlarının kontrolsüz kullanımıyla insan yaşamı olumsuz yönde etkilenebilmektedir (Ertem, 2006). Hatta öyle ki teknoloji kullanımıyla birlikte insan

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, kalbinur1208@gmail.com

\*\* Uzm. Psikolojik Danışman, Milli Eğitim Bakanlığı, oguzhanyildirim.pdr@gmail.com

\*\*\* Prof. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, haticek@omu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 25.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 24.07.2022

yaşamında gerçekleşen sorunlar ve meydana gelen ruhsal bozukluklar ilk olarak 2013 yılında *Rubsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı*'nda (APA, 2013) yer almaya başlamıştır (Apak & Yaman, 2019).

Teknolojinin ve iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte meydana gelen problemlerden biri sosyal medya kullanımında yaşanmaktadır. Özellikle ergenlik ve genç yetişkinlik dönemindeki bireylerde sosyal medya bağımlılığının önemli bir sorun olduğu görülmektedir (Çömlekçi & Başol, 2019; Deniz & Gürültü, 2018). Sosyal medya kullanan bireyler arasında da gündelik yaşamda olduğu gibi ilişkisel sorunların ortaya çıkması öngörülebilir bir sonuçtur. Siber zorbalık ve siber mağduriyet olarak isimlendirilen sorunlar internet üzerinden bir tarafın zorbalık yapması, diğer tarafın bu konuda mağduriyet yaşamasıdır (Tanrıku, 2020). Bu durum gerçek yaşamdaki zorbalığın dijital ortamda gerçekleşmesi gibi düşünülebilir.

Dijital ortamda gerçekleştirilen siber zorbalık davranışları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Küfür etme,
- Hakarete bulunma,
- Utandırıcı mesajlar çekme,
- Başkasına ait özel bilgilere ulaşma,
- Başkasına ait özel bilgileri sosyal mecralarda paylaşma,
- Başkasının fotoğraflarını izinsiz çekme,
- Başkasının fotoğrafını izinsiz şekilde paylaşma ve yayma (Erdur-Baker & Kavşut, 2007; Şahin vd., 2010).

İnternetin kolay ulaşılabilir olması, sosyal medya uygulamalarının yaygınlaşarak daha fazla kişi tarafından kullanılması, sosyal medya hesabını açmada kolaylıkların sağlanması ve gizli hesapların kullanılması sonucu siber zorbalık ve bunun yarattığı siber mağduriyet gün geçtikçe hızlanarak artmaktadır (Göger, 2021). Siber zorbalığa maruz kalan kişiler siber mağduriyet yaşamaktadır. Bu mağduriyete maruz kalan kişiler ise sosyal ve duygusal sorunlar (Kestel & Akbıyık, 2016) başta olmak üzere bazı psikopatolojik semptomlarla da mücadele etmek durumunda kalmaktadırlar (Balci, 2021). Psikopatolojik semptomlar depresyon, anksiyete ve stres gibi problemleri kapsamaktadır (Akçınar-Yayla & Karaköse-Çelik, 2021; Çam, 2014). Başka rahatsızlıklarla da birlikte görülebilen depresyon her toplumda ve yaşamın her döneminde sıklıkla ortaya çıkabilir (Deveci, Ulutaşdemir & Açık, 2013; Yüksel, 1984). Siber zorbalığın depresyonun yanında neden olduğu bir diğer problem de anksiyetedir. Siber zorbalığın neden olduğu siber mağduriyet ile anksiyete arasında ilişkiler bulunmaktadır (Balci, 2021; Durna, 2013). Nitekim anksiyete ile depresyonun belirtileri ve nedenleri arasında benzerlikler görülmektedir. Hatta bu iki problem sıklıkla bir arada da yaşanabilmektedir (Türkçapar, 2004). Depresyon ve anksiyeteye eşlik edebilen bir diğer sorun olan stres faktörü de siber zorbalık aracılığıyla şiddetlenebilmektedir (Çetin vd., 2012). Bu bağlamda mevcut araştırmada ruh sağlığı açısından önemli bir tehdit unsuru olarak görülen siber zorbalık ve mağduriyet ile psikopatolojik semptomlar arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır.

## 2. Yöntem

### 2.1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırmada katılımcıların belirli özelliklerini ortaya koymak ve farklı değişkenler arasındaki ilişkileri elde etmek amacıyla nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama metoduna (Büyüköztürk vd., 2016) başvurulmuştur.

### 2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın katılımcı grubuna ilişkin toplanan demografik özellikler aşağıdaki tabloda sunulmuştur:

**Tablo 1.** Katılımcılara ait demografik özellikler

|  | N              | %   |      |
|--|----------------|-----|------|
| <b>Cinsiyet</b>                        | Kadın          | 171 | 79.9 |
|  | Erkek          | 43  | 20.1 |
| <b>Günlük İnternet Kullanım Süresi</b> | 0-3 Saat Arası | 59  | 27.6 |
|  | 3 Saat Üstü    | 155 | 72.4 |
| <b>İnternete Erişim Cihazı</b>         | Bilgisayar     | 39  | 18.2 |
|  | Cep Telefonu   | 175 | 81.8 |

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya 171'i kadın 43'ü erkek olmak üzere toplamda 214 üniversite birinci sınıf öğrencisi katılmıştır. Katılımcıların 59'u 0-3 saat arası internet kullanırken 3 saat üzerinde internet kullananların sayısı 155'tir. Son olarak 175 katılımcı internete cep telefonları ile bağlanırken 39'u bilgisayar aracılığıyla internet kullanmaktadır. Araştırmada yer alan çalışma grubu basit seçkisiz örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Basit seçkisiz örnekleme yöntemi örnekleme seçme teorilerinin temeli olarak düşünülmektedir (Johnson & Christensen, 2014). Araştırmada kullanılan ölçme araçlarının geçerlik ve güvenilirlik çalışmalarının geç ergenlik ve genç yetişkinlik dönemlerindeki bireyler üzerinde yapıldığı göz önüne alınarak araştırmanın çalışma grubunu üniversite birinci sınıfta öğrenim gören öğrenciler oluşturmuştur.

### 2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmanın katılımcılarına sosyodemografik soruları içeren kişisel bilgi formu ile *Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASS 21)* ve *Siber Mağduriyet ve Siber Zorbalık Ölçeği* uygulanmıştır.

#### 2.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Katılımcılara ilişkin cinsiyet, yaş, internette günlük geçirilen süre ve internete girmek için kullanılan cihaz soruları yer almaktadır.

#### 2.3.2. Siber Mağduriyet ve Zorbalık Ölçeği

Çetin, Yaman ve Peker (2011) tarafından geliştirilen 'Siber Mağduriyet ve Zorbalık Ölçeği'nin (SMZÖ) *siber sahtecilik (SS)*, *siber dilsel zorbalık (SDZ)* ve *kimliğini gizleme (KG)* olmak üzere üç alt boyutu bulunmaktadır. SMZÖ; *Siber Mağduriyet Ölçeği (SMÖ)* ve *Siber Zorbalık Ölçeği (SZÖ)* olarak isimlendirilen her biri 22 maddeden oluşan iki ölçekten meydana gelmektedir. Her iki ölçekte yer alan sorular aynıdır. Ancak ölçeğin "Bana Yapıldı" kısmı *Siber Mağduriyet Ölçeği*'ni, "Ben Yaptım" kısmı ise *Siber Zorbalık Ölçeği*'ni oluşturmaktadır. Geçerlik ve güvenilirlik çalışması için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) ile Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmıştır. AFA sonucunda *Siber Mağduriyet Ölçeği* ve *Siber Zorbalık Ölçeği* üç faktörlü yapıya ulaşmıştır. İç tutarlık güvenilirlik katsayısı incelendiğinde SMÖ ve SZÖ için .89 değeri bulunmuştur. Ölçüt geçerliği için Buss ve Perry (1992) tarafından geliştirilen, Can (2002) tarafından Türk kültürüne uyarlanan Saldırganlık Ölçeği kullanılmıştır. SMZÖ ile Saldırganlık ölçeği arasındaki korelasyon katsayıları SMÖ için .27, SZÖ için ise .36 olarak hesaplanmıştır. Mevcut araştırmada ise Siber Mağduriyet Ölçeği Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı .89, Siber Zorbalık Ölçeği Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı .84 olarak hesaplanmıştır.

#### 2.3.3. Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği (DASS 21)

Depresyon Anksiyete Stres Ölçeği'nin orijinal hali Lovibond ve Lovibond (1995) tarafından geliştirilmiştir. Depresyon, Anksiyete ve Stres boyutlarında 14'er madde bulunmakta ve ölçek toplam 42 maddeden meydana gelmektedir. Ancak Bowen (1997) bu ölçeğin daha az maddeye sahip formlarının da aynı yapıyı ölçebileceğini ifade etmiş ve oluşturulan 21 maddelik form birçok çalışmada kullanılmıştır. Türk kültürüne uyarlaması yapılan her bir alt boyutu 7 madde olmak üzere toplam 21 maddeden oluşan bu ölçeğin Türk kültürüne uyarlama çalışması Yılmaz, Boz ve Arslan (2017) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin geçerliliği için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) yapılmış ölçeğin orijinalindeki faktöriyel yapı doğrulanmıştır. Güvenirlik çalışması kapsamında ise Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı hesaplanmış ve Anksiyete boyutu için .81, Depresyon boyutu için .82, Stres boyutu için ise .76 değerlerine ulaşılmıştır. Omega değerlerine bakıldığında da Anksiyete boyutu için .81, Depresyon boyutu için .82, Stres boyutu için .76 değerleri elde edilmiştir. Bu değerlere göre ölçeğin geçerli ve güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Mevcut araştırmada elde edilen Cronbach Alfa güvenilirlik katsayıları ise Anksiyete boyutu için .84, Depresyon boyutu için .89, Stres boyutu için .90 olarak hesaplanmıştır.

### 2.4. Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan verilerin analizi için uygun bir istatistik paket programı kullanılmıştır. Öncelikle kayıp ve uç değerlere bakılmış ve verilerin normal dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Araştırmanın normalliğini bozan ve yüksek oranda kayıp değerlere sahip olan 36 veri veri setinden çıkarılmıştır. Bu

durumda kalan 214 veri ile analizler gerçekleştirilmiştir. Verilerin normal dağılım sergileyip sergilemediğini test etmek amacıyla Skewness ve Kurtosis değerlerine bakılmış ve bu değerlerin -3 ile +3 arasında çıktığı tespit edilmiştir. Bunların yanında Normal Q-Q Plot grafikleri ile Histogram grafikleri de verilerin normal dağılım sergilediğini göstermiştir. Verilerin normallik varsayımını sağlaması sonucu araştırmada parametrik testlerden Bağımsız Örneklem T Testinin ve Pearson Moment Çarpımı Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır. Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini ortaya koymak için hesaplanan etki büyüklüklerinde .01 küçük, .06 orta ve .14 büyük kriterleri göz önüne alınmıştır (Cohen, 1988).

### 2.5. Etik

Araştırmanın başında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulu'ndan etik izin alınmıştır (Karar Tarihi: 25.02.2022; Toplantı Sayısı: 2; Karar Sayısı: 2022-116). Araştırmanın başından sona kadar olan süreçte Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi'nde yer alan koşullara uyulmuştur. 'Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler' bölümünde yer alan durumlardan uzak durulmuştur.

### 3. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde gerçekleştirilen analiz sonuçlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

**Tablo 2.** Anksiyete Puanlarının Bazı Demografik Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları

|                                 |                | n   | $\bar{x}$ | ss   | sd     | t     | p    |
|---------------------------------|----------------|-----|-----------|------|--------|-------|------|
| Cinsiyet                        | Kadın          | 171 | 4.92      | 4.90 | 212    | .00   | 1.00 |
|                                 | Erkek          | 43  | 4.93      | 4.65 |        |       |      |
| Günlük İnternet Kullanım Süresi | 0-3 Saat Arası | 59  | 3.40      | 3.39 | 134.18 | -2.02 | .05* |
|                                 | 3 Saat Üstü    | 155 | 5.30      | 5.11 |        |       |      |
| İnternete Erişim Cihazı         | Bilgisayar     | 39  | 6.43      | 5.20 | 47.05  | 1.76  | .08  |
|                                 | Cep Telefonu   | 175 | 4.59      | 4.44 |        |       |      |

Tablo 2 incelendiğinde katılımcıların anksiyete düzeylerinin cinsiyet ve kullandıkları internet cihazı değişkenlerine göre değişiklik göstermediği belirlenmiştir ( $p > .05$ ). Bunun yanında internet kullanma süresine bakıldığında internette 3 saat üstünde vakit geçiren katılımcıların ( $\bar{x} = 5.30$ ) 0-3 saat arası vakit geçirenlere ( $\bar{x} = 3.40$ ) göre daha yüksek düzeyde anksiyeteye sahip oldukları saptanmıştır ( $t_{(134,18)} = -2.02$ ,  $p < .05$ ; Cohen's  $d = -.44$ ). Cohen (1988) tarafından belirlenen ölçütlere göre etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

**Tablo 3.** Depresyon Puanlarının Bazı Demografik Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları

|                                 |                | n   | $\bar{x}$ | ss   | sd     | t     | p    |
|---------------------------------|----------------|-----|-----------|------|--------|-------|------|
| Cinsiyet                        | Kadın          | 171 | 6.51      | 6.11 | 212    | .00   | .99  |
|                                 | Erkek          | 43  | 6.51      | 6.07 |        |       |      |
| Günlük İnternet Kullanım Süresi | 0-3 Saat Arası | 59  | 4.58      | 5.35 | 120.77 | -3.12 | .00* |
|                                 | 3 Saat Üstü    | 155 | 7.25      | 6.20 |        |       |      |
| İnternete Erişim Cihazı         | Bilgisayar     | 39  | 6.69      | 6.01 | 212    | .20   | .84  |
|                                 | Cep Telefonu   | 175 | 6.47      | 6.12 |        |       |      |

Tablo 3'e göre katılımcıların depresyon düzeylerinin cinsiyet ve kullandıkları internet cihazı değişkenlerine göre değişiklik göstermediği tespit edilmiştir ( $p > .05$ ). Ancak 3 saat üstünde internet kullanan katılımcıların ( $\bar{x} = 7.25$ ) depresyon düzeyleri 0-3 saat arası kullananlara göre ( $\bar{x} = 4.58$ ) anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur ( $t_{(120,77)} = -3.12$ ,  $p < .05$ ; Cohen's  $d = -.46$ ). Cohen (1988)'in ölçütlerine göre etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğu görülmektedir.

**Tablo 4.** Stres Puanlarının Bazı Demografik Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları

|  |                | n   | $\bar{x}$ | ss   | sd  | t     | p    |
|--|----------------|-----|-----------|------|-----|-------|------|
| <b>Cinsiyet</b>                        | Kadın          | 171 | 8.50      | 6.70 | 212 | 1.13  | .26  |
|  | Erkek          | 43  | 7.20      | 6.52 |     |       |      |
| <b>Günlük İnternet Kullanım Süresi</b> | 0-3 Saat Arası | 59  | 6.54      | 6.95 | 212 | -2.32 | .02* |
|  | 3 Saat Üstü    | 155 | 8.88      | 6.46 |     |       |      |
| <b>İnternete Erişim Cihazı</b>         | Bilgisayar     | 39  | 8.08      | 7.24 | 212 | -.17  | .87  |
|  | Cep Telefonu   | 175 | 8.27      | 6.56 |     |       |      |

Tablo 4'e bakıldığında katılımcıların stres düzeylerinin cinsiyet ve kullandıkları internet cihazı değişkenlerine göre anlamlı olarak değişmediği görülmektedir ( $p > .05$ ). Bununla beraber internette 3 saat üstünde vakit geçirenlerin ( $\bar{x} = 8.88$ ) stres düzeyleri daha az vakit geçirenlere ( $\bar{x} = 6.54$ ) göre anlamlı olarak daha yüksektir ( $t(212) = -3.32, p < .05$ ; Cohen's  $d = -.35$ ). Bu değişimin etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğu görülmektedir. Yukarıda yer alan araştırma bulguları "*Bireylerin depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri günlük internet kullanım süresine göre anlamlı şekilde değişmektedir*" şeklinde kurulan araştırma denencesini doğrulamaktadır.

**Tablo 5.** Siber Mağduriyet Düzeyinin Bazı Demografik Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları

|  |                | n   | $\bar{x}$ | ss    | sd     | t     | p    |
|--|----------------|-----|-----------|-------|--------|-------|------|
| <b>Cinsiyet</b>                        | Kadın          | 171 | 28.19     | 8.23  | 212    | -2.55 | .01* |
|  | Erkek          | 43  | 31.95     | 10.21 |        |       |      |
| <b>Günlük İnternet Kullanım Süresi</b> | 0-3 Saat Arası | 59  | 26.15     | 7.24  | 130.62 | -3.23 | .00* |
|  | 3 Saat Üstü    | 155 | 30.01     | 9.08  |        |       |      |
| <b>İnternete Erişim Cihazı</b>         | Bilgisayar     | 39  | 28.64     | 9.78  | 212    | -.24  | .81  |
|  | Cep Telefonu   | 175 | 29.01     | 8.56  |        |       |      |

Katılımcıların siber mağduriyet düzeylerinin cinsiyet ve internet kullanım süresi değişkenlerine göre anlamlı şekilde değiştiği görülmektedir. Erkeklerin ( $\bar{x} = 31.95$ ) kadınlara göre ( $\bar{x} = 28.19$ ) daha yüksek düzeyde siber mağduriyet yaşadıkları anlaşılmaktadır ( $t(212) = -2.55, p < .05$ ; Cohen's  $d = -.40$ ). Etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğu görülmektedir. İnternet kullanımı 3 saat üstü olan katılımcıların ( $\bar{x} = 30.01$ ) 0-3 saat arası kullananlara göre ( $\bar{x} = 26.15$ ) daha yüksek düzeyde siber mağduriyet yaşadıkları tespit edilmiştir ( $t(130.62) = -3.23, p < .05$ ; Cohen's  $d = -.47$ ). Etki büyüklüğünün ise orta düzeyde olduğu görülmektedir.

**Tablo 6.** Siber Zorbalık Düzeyinin Bazı Demografik Değişkenlere Göre Analiz Sonuçları

|  |                | n   | $\bar{x}$ | ss   | sd     | t     | p    |
|--|----------------|-----|-----------|------|--------|-------|------|
| <b>Cinsiyet</b>                        | Kadın          | 171 | 25.34     | 4.53 | 212    | -3.69 | .00* |
|  | Erkek          | 43  | 30.72     | 9.30 |        |       |      |
| <b>Günlük İnternet Kullanım Süresi</b> | 0-3 Saat Arası | 59  | 24.97     | 4.74 | 144.71 | -2.47 | .01* |
|  | 3 Saat Üstü    | 155 | 26.98     | 6.57 |        |       |      |
| <b>İnternete Erişim Cihazı</b>         | Bilgisayar     | 39  | 27.49     | 7.95 | 47.08  | .97   | .34  |
|  | Cep Telefonu   | 175 | 26.18     | 5.70 |        |       |      |

Tablo 6'ya göre siber zorbalık düzeylerinin cinsiyet ve internet kullanım süresi değişkenlerine göre anlamlı şekilde farklılaştığı tespit edilmiştir. Erkeklerin ( $\bar{x} = 30.72$ ) kadınlara göre ( $\bar{x} = 25.34$ ) daha yüksek düzeyde siber zorbalıkta buldukları görülmektedir ( $t(212) = -3.69, p < .05$ ; Cohen's  $d = -.73$ ). Etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğu saptanmıştır. İnternet kullanımı 3 saat üstü olan katılımcıların ( $\bar{x} = 26.98$ ) 0-3 saat arası kullananlara göre ( $\bar{x} = 24.97$ ) daha yüksek düzeyde siber zorbalıkta buldukları tespit edilmiştir ( $t(144.71) = -2.47, p < .05$ ; Cohen's  $d = -.35$ ). Etki büyüklüğünün orta düzeyde olduğu görülmektedir. Bu araştırma bulguları "*Bireylerin siber zorbalık ve siber mağduriyet düzeyleri günlük internet kullanım süresine göre anlamlı şekilde değişmektedir*" şeklinde kurulan araştırma denencesini doğrulamaktadır.

**Tablo 7.** Siber Mağduriyet ve Zorbalık Düzeyleri ile Anksiyete, Depresyon ve Stres Düzeyleri Arasındaki İlişkiler

|                              | 1     | 2     | 3     | 4     | 5    |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|------|
| 1.Siber Mağduriyet Düzeyleri | 1     |       |       |       |      |
| 2.Siber Zorbalık Düzeyleri   | .58** | 1     |       |       |      |
| 3.Anksiyete                  | .22** | .18** | 1     |       |      |
| 4.Depresyon                  | .25** | .19** | .46** | 1     |      |
| 5.Stres                      | .29** | .18** | .51** | .60** | 1    |
| $\bar{x}$                    | 28.94 | 26.42 | 4.93  | 6.51  | 8.24 |
| Ss                           | 8.77  | 6.17  | 4.85  | 6.09  | 6.67 |

N=214 \*\*p < .01 \*p < .05

Araştırmadaki değişkenler arasındaki korelasyonların test edildiği bu tabloda tüm değişkenlerin birbiriyle istatistiksel açıdan anlamlı ilişkilere sahip oldukları görülmektedir ( $p < .05$ ). Siber mağduriyet ile siber zorbalık ( $r = .58$ ), anksiyete ( $r = .22$ ), depresyon ( $r = .25$ ) ve stres ( $r = .29$ ) arasında pozitif anlamlı ilişkilerin olduğu tespit edilmiştir. Siber zorbalık ile anksiyete ( $r = .18$ ), depresyon ( $r = .19$ ) ve stres ( $r = .18$ ) arasında pozitif anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. Bunun yanında anksiyete ile depresyon ( $r = .46$ ) ve stres ( $r = .51$ ) arasında anlamlı ilişkiler olduğu saptanırken depresyon ile stres ( $r = .60$ ) arasında da anlamlı pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur. Bu araştırma bulguları “Bireylerin siber zorba davranışlar sergileme düzeyleri ile depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır” ve “Bireylerin siber mağduriyet yaşama düzeyleri ile depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır” olarak kurulan araştırma denencesinin doğrulandığını ortaya koymaktadır.

#### 4. Tartışma

Bu araştırmada siber zorbalığın ve siber mağduriyetin cinsiyete göre farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha yüksek düzeyde siber zorba davranışlarında buldukları ve siber mağduriyete maruz kaldıkları tespit edilmiştir. Alanyazın incelendiğinde bu sonucu destekleyen birçok araştırma bulgusu bulunmaktadır. Erbiçer (2017) ile Erdur-Baker ve Kavşut (2007) benzer olarak erkeklerin kadınlardan daha fazla siber zorba davranışlarında bulduklarını ve siber mağduriyete maruz kaldıklarını ortaya koymuştur. Siber mağduriyetin cinsiyete göre değişmediği sonucuna ulaşan Bingöl ve Tanırkulu (2014), Dalmaç-Polat ve Bayraktar (2016) ve Eroğlu (2014) siber zorbalığın ise cinsiyete göre farklılaştığını ve erkeklerin daha fazla siber zorbalığa başvurduğunu tespit etmişlerdir. Bu sonuçlardan farklı olarak Akbaba ve Eroğlu (2013) kadınların erkeklere göre daha fazla siber mağduriyete maruz kaldıkları sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca alanyazında siber zorbalık ve siber mağduriyetin cinsiyete göre değişmediğini ortaya koyan birçok araştırmaya da rastlanmaktadır (Dursun, Gökçe & Aytaç, 2020; İğdeli, 2018; Özdemir & Akar, 2011).

Mevcut araştırmada günlük internet kullanım süresine göre siber mağduriyet ve siber zorbalık düzeylerinin farklılaştığı saptanmıştır. Benzer şekilde İğdeli (2018), Serin (2012), Özdemir ve Akar (2011), Süslü ve Oktay (2018) internette geçirilen süre arttıkça siber zorbalık ile siber mağduriyetin arttığını ortaya koymuşlardır. Ancak bununla beraber Eroğlu (2014) ve Semerci (2017) internet kullanım süresi ile siber zorbalık ve siber mağduriyet arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Siber zorbalığın en fazla cep telefonu aracılığıyla yaşandığı görülmektedir (Özdemir & Akar, 2011). Bu araştırmada da katılımcıların internete girmek amacıyla kullandıkları cihaza göre siber zorbalık ve siber mağduriyet düzeylerinin değişip değişmediği incelenmiş ve anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Alanyazında bu bulguyu destekler nitelikte araştırmalar bulunmaktadır. Süslü ve Oktay (2018) yapmış olduğu çalışmada bilgisayar, cep telefonu ve tablet gibi farklı cihazların kullanımıyla siber zorbalık ve mağduriyetin değişmediğini tespit etmiştir. Benzer şekilde Çiftçi (2018) de kullanılan internet araçlarının siber zorbalık davranışı üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Araştırmanın bir diğer bulgusuna göre katılımcıların siber mağduriyet ve siber zorbalık yaşantıları ile anksiyete, depresyon ve stres gibi psikopatolojiler arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Siber zorbalık ve mağduriyetin bu psikopatolojileri tetiklediği anlaşılmaktadır. Alanyazın tarandığında siber zorbalık ve siber mağduriyetin birçok ruhsal ve duygusal soruna yol açtığını vurgulayan birçok araştırma bulgusu bulunmaktadır. Peker (2015) siber zorbalık ile siber mağduriyetin olumsuz duygulanıma neden olduğunu

ortaya koymaktadır. Dursun, Gökçe ve Aytaç (2020) tarafından yapılan araştırmaya göre siber zorbalığa maruz kalan yani siber mağduriyet yaşayan üniversite öğrencileri yoğun öfke, anksiyete ve üzüntü yaşamaktadırlar. Gene siber zorbalığa maruz kalan üniversite öğrencileri kaygılanmakta, öfkelenmekte ve uyku sorunları yaşamaktadırlar (Bayram ve Saylı, 2013). Siber mağduriyet ve siber zorbalık ile depresyon (Dalmaz, 2014; Erdur-Baker ve Tanrikulu, 2010), intikam duygusu (Yaman ve Peker, 2012), endişe (Musharraf ve Anis-ul-Haque, 2018), aşağılanmışlık, nefret (Şahin, Sarı, Özer ve Er, 2010) ve stres (Alhujaili, Karwowski, Wan ve Hancock, 2020) arasında ilişkiler gözlenmiştir. Martínez-Monteagudo ve arkadaşları (2020) tarafından yaşları 18 ile 46 arasında değişen 1282 üniversite öğrencisiyle yürütülen çalışmada siber zorbalığın yüksek düzeyde stres ve depresyona neden olduğu görülmüştür. Alrajeh, Hassan, Al-Ahmed ve Hassan (2021) ve Selkie, Kota, Chan ve Moreno (2015) tarafından yapılan çalışmalarda da benzer şekilde siber zorbalığa maruz kalma ile depresyon arasında anlamlı ilişkilerin olduğu saptanmıştır. Depresyon, stres ve anksiyetenin yanında siber zorbalığın takıntı ve fobik bozukluğa da neden olabileceği görülmektedir (Arıca, 2009). Musharraf ve Anis-ul-Haque (2018) üniversite öğrencilerinde iyi oluşu incelemişlerdir. Katılımcıların %67'sinin siber zorba davranışlarında buldukları, %24'ünün siber mağduriyet yaşadıkları ve %39'unun hem siber zorba hem de siber mağdur olarak kendilerini ifade ettikleri görülmüştür. Siber zorbalığın ve mağduriyetin iyi oluş üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Chu ve arkadaşları (2021) 1067 üniversite öğrencisi üzerinde yaptıkları çalışmada siber zorbalığın strese neden olduğunu bulmuşlardır. Yüksek düzeyde depresyon, stres ve anksiyeteye sahip olan üniversite öğrencilerinin siber mağduriyet yaşadıkları görülürken, yüksek düzeyde depresif belirtiler siber zorba davranışları arttırmaktadır (Martínez-Monteagudo, Delgado, García-Fernández ve Ruiz-Esteban, 2020). Bunun yanında siber zorbalık ile siber mağduriyet arasında da ilişki bulunmaktadır (Yarar, 2019). Alanyazından elde edilen tüm bu bulgular mevcut araştırma bulgularını desteklemektedir.

## 5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın sonuçlarına göre siber mağduriyet ve siber zorbalığın cinsiyete göre farklılaştığı görülmektedir. Erkeklerin kadınlara göre daha yüksek düzeyde siber mağduriyete maruz kaldıkları ve siber zorbalıkta buldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber günlük internet kullanım süresi arttıkça bireylerin siber mağduriyet yaşadıkları ve siber zorba davranışlarında buldukları anlaşılmaktadır. Bireylerin siber mağduriyet ve siber zorbalık deneyimleri ile anksiyete, depresyon ve stres düzeyleri arasında da ilişkinin olduğu saptanmıştır.

Araştırmanın bulgularından hareketle oluşturulan öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Bu araştırma üniversite öğrencilerine yönelik gerçekleştirilmiştir. Siber zorbalık ve siber mağduriyetin farklı yaş gruplarındaki durumunu ortaya çıkarmaya yönelik çalışmalar yapılabilir.
- Mevcut araştırmada siber zorbalık ve siber mağduriyet ile anksiyete, depresyon ve stresin ilişkili olduğu bulunmuştur. Siber zorbalık ve mağduriyet ile ilişkili olan diğer psikopatolojik semptomların neler olabileceğine yönelik araştırmalar yapılabilir.
- Siber zorbalık davranışlarında bulunan ve siber mağduriyete maruz kalan bireyler anksiyete, depresyon ve stres sorunlarıyla mücadele etmeleri yönünde ruh sağlığı uzmanlarına yönlendirilebilirler.
- Teknoloji, telefon, internet ve sosyal medya bağımlılığı hakkında üniversite öğrencilerine yönelik psikoeğitim çalışmaları gerçekleştirilebilir.

## 6. Sınırlılıklar

Psikopatolojik semptomlar arasında yalnızca depresyon, anksiyete ve stres değişkenlerinin incelenmesi araştırmanın ilk sınırlılığı olarak kabul edilebilir. Bir diğer sınırlılık ise yaş grubu olarak görülmektedir. Araştırmanın çalışma grubunda yer alan katılımcıların ergenlik ve genç yetişkinlik dönemlerine denk gelen üniversite birinci sınıf öğrencilerinden oluşması ve yaş değişkeninin analizlere dâhil edilmemesi bir diğer sınırlılıktır. Katılımcıların internete erişim için kullandıkları cihazların yalnızca cep telefonu ve bilgisayardan oluştuğu görülmüştür. İnternete erişim için kullanılacak birçok cihaz arasında yalnızca bu iki cihazın analize dâhil edilmesi bir başka sınırlılık olarak düşünülebilir. Katılımcıların günlük internet kullanım süresi

değişkeninde ise elde edilen veriler doğrultusunda *üç saat* altı ve *üç saat* üstü kullanım kriteri belirlenmiştir. Bu kriterin yalnızca iki boyuttan oluşması araştırmanın bir başka sınırlılığı olarak kabul edilebilir.

### 7. Extended Abstract

As a result of the development of information and technology, the usage area of communication devices has also expanded. Thus, many different applications have emerged and people have started to use social media applications. Technology has become an indispensable element of the daily life of individuals. Thus, some differences began to emerge in people's lifestyles (Karaaslan & Budak, 2012; Kuyucu, 2017). Technological developments bring many conveniences and benefits in human life. Ease of communication is seen as the biggest plus of technology. However, these developments also bring many problems that negatively affect human life (Ertem, 2006). One of them is cyberbullying. Cyberbullying behaviors in the digital environment can be listed as follows:

- Swear,
- Defamation,
- Embarrassing messages,
- Accessing private information belonging to someone else,
- Sharing private information belonging to someone else,
- Taking someone else's photos without permission,
- Sharing and disseminating someone else's photo without permission (Erdur-Baker & Kavşut, 2007; Şahin et al., 2010).

People who are exposed to cyberbullying experience cyber victimization. People who are exposed to this victimization experience social and emotional problems (Kestel & Akbıyık, 2016). In addition, these people have to struggle with many psychopathological symptoms (Balci, 2021). Psychopathological symptoms include problems such as depression, anxiety and stress (Akçınar-Yayla & Karaköse-Çelik, 2021; Çam, 2014). Depression, which can be seen together with other disorders, can occur in every society and in every period of life (Deveci, Ulutaşdemir & Açık, 2013; Yüksel, 1984). Another problem caused by cyberbullying is anxiety (Balci, 2021; Durna, 2013). As a matter of fact, there are similarities between the symptoms and causes of anxiety and depression. In fact, these two problems can often be experienced together (Türkçapar, 2004). Stress factor, which is another problem that can accompany depression and anxiety, can also be exacerbated by cyberbullying (Çetin et al., 2012). In this context, the present study aimed to examine the relationships between cyberbullying and cyber victimization, which is an important threat to mental health, and psychopathological symptoms.

In this study, the relational survey method, one of the quantitative research methods, was used (Büyüköztürk et al., 2016). A total of 214 first-year university students (171 women and 43 men) participated in the study. 59 of the participants use the internet for 0-3 hours. 155 people use the internet for over 3 hours. While 175 participants connect to the internet with their mobile phones, 39 of them use the internet via computers. The study group of the research was selected by simple random sampling method. Simple random sampling method is considered as the basis of sampling theories (Johnson & Christensen, 2014).

According to the findings of the research; it was observed that the anxiety, depression and stress levels of the participants did not change according to gender and internet device variables. Participants who spent more time on the internet were found to have higher levels of anxiety, depression and stress. It is seen that the cyberbullying and cyber victimization levels of the participants vary according to the variables of gender and internet usage time. It is understood that men experience higher levels of cyberbullying and cyber victimization than women. In addition, it has been determined that participants who spend more time on the internet experience higher levels of cyberbullying and cyber victimization. It is seen that all variables in the study (cyberbullying, cyber victimization, anxiety, depression and stress) have statistically significant relationships with each other.

Suggestions based on the findings of the study can be listed as follows:



- This research was conducted for university students. Different studies can be conducted to reveal levels of cyberbullying and cyber victimization in different age groups.
- In the current study, it was found that cyberbullying and cyber victimization are associated with anxiety, depression and stress. Research can be conducted on other psychopathological symptoms associated with cyberbullying and cyber victimization.
- Individuals experiencing cyberbullying and cyber victimization can be referred to mental health professionals to deal with anxiety, depression and stress problems.
- Psychoeducational studies on technology, telephone, internet and social media addiction for university students can be carried out.

**Keywords:** Cyberbullying, Cyber Victimization, Psychopathological Symptoms, Anxiety, Depression, Stres.

### Kaynakça

- Akbaba, S., & Eroğlu, Y. (2013). İlköğretim öğrencilerinde siber zorbalık ve mağduriyetin yordayıcıları. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(1), 105-122.
- Akçınar-Yayla, B., & Karaköse-Çelik, S. (2020). Covid-19 tanısı almış ve almamış bireylerde salgına yönelik inançlar, bas etme stratejileri ve psikopatoloji arasındaki ilişki: Boylamsal bir çalışma.
- Alhujailli, A., Karwowski, W., Wan, T. T., & Hancock, P. (2020). Affective and stress consequences of cyberbullying. *Symmetry*, 12(9), 1536-1561.
- Alrajeh, S. M., Hassan, H. M., Al-Ahmed, A. S., & Alsayed Hassan, D. (2021). An investigation of the relationship between cyberbullying, cyber victimization and depression symptoms: A cross-sectional study among university students in Qatar. *PLoS One*, 16(12), e0260263.
- Apak, E., & Yaman, Ö. M. (2019). Üniversite öğrencilerinde nomofobi yaygınlığı ve nomofobi ile sosyal fobi arasındaki ilişki: Bingöl Üniversitesi örnekleme. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(1), 609-627.
- Arıcak, O. T. (2009). Psychiatric symptomatology as a predictor of cyberbullying among university students. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*, (34), 167-184.
- Balcı, Ş. (2021). *Beliren yetişkinlik döneminde siber zorbalık ve siber mağduriyetin internet bağımlılığı ve sosyal anksiyete ile ilişkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Işık Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bayram N., & Saylı, M. (2013). Üniversite öğrencileri arasında siber zorbalık davranışı. *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 71(1), 107-116.
- Bingöl, N., & Tanrıku, T. (2014). Siber zorba ve mağdur olma ile algılanan sosyal destek düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (43).
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Chu, X., Li, Y., Wang, P., Zeng, P., & Lei, L. (2021). Social support and cyberbullying for university students: The mediating role of internet addiction and the moderating role of stress. *Current Psychology*, 1-9.
- Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. 2nd Hillsdale Lawrence Erlbaum.
- Çam, H. H. (2014). Adölesanlarda internet bağımlılığı prevalansı ile psikopatolojik semptomlar ve obezite arasındaki ilişkinin incelenmesi. Doktora tezi. Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sivas.
- Çetin, B., Eroğlu, Y., Peker, A., Akbaba, S., & Pepsöy, S. (2012). Ergenlerde ilişkisel-karşılıklı bağımlı benlik kurgusu, siber zorbalık ve psikolojik uyumsuzluk arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(2), 637-653.
- Çetin, B., Yaman, E., & Peker, A. (2011). Cyber victim and bullying scale: A study of validity and reliability. *Computers & Education*, 57(4), 2261-2271.
- Çiftçi, H. (2018). Siber Zorbalık Davranışları ve Siber Mağduriyet Düzeylerinin Karşılaştırılması. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(6), 887-897.

- Çömlekçi, M. F., & Başol, O. (2019). Gençlerin sosyal medya kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı ilişkisinin incelenmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(4), 173-188.
- Dalmaç-Polat, Z., & Bayraktar, S. (2016). Ergenlerde siber zorbalık ve siber mağduriyet ile ilişkili değişkenlerin incelenmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 5(1), 115-132.
- Dalmaz, E. (2014). Üniversite öğrencilerinde siber zorbalık/mağduriyet, depresyon ve anksiyete arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Deniz, L., & Gürültü, E. (2018). Lise öğrencilerinin sosyal medya bağımlılıkları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(2), 355-367.
- Deveci, S. E., Ulutaşdemir, N., & Açık, Y. (2013). Bir sağlık yüksek okulunda öğrencilerde depresyon belirtilerinin görülme sıklığı ve etkileyen faktörler. *Fırat Tıp Dergisi*, 18(2), 98-102.
- Durna, S. (2019). *Lise öğrencilerinde siber zorbalık ve siber mağduriyet sıklığı ve bunların anksiyete ve depresyon ile ilişkisinin incelenmesi: Konya örneği*. Yayınlanmamış tıpta uzmanlık tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Meram Tıp Fakültesi Dahili Tıp Bilimleri Aile Hekimliği Anabilim Dalı, Konya.
- Dursun, S., Gökçe, A., & Aytaç, S. (2020). Siber zorbalık: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *International Journal of Social Inquiry*, 13(2), 465-485.
- Erbıçer, E. S. (2017). Üniversite öğrencilerinin siber zorbalık ve siber mağduriyet düzeylerinin sosyal uyuma ve bazı kişisel değişkenlere göre incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erdur-Baker, Ö., & Kavşut, F. (2007). Akran zorbalığının yeni yüzü: siber zorbalık. *Eurasian Journal of Educational Research (EJER)*, (27), 34-42.
- Eroğlu, Y. (2014). Ergenlerde siber zorbalık ve mağduriyeti yordayan risk etmenlerini belirlemeye yönelik bütüncül bir model önerisi. Yayınlanmamış doktora tezi. Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bursa.
- Ertem, F. (2006). *Cep telefonu kullanımının insan ilişkilerine etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Haliç Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Göger, Z. (2021). *Sosyal medyadaki siber zorbalık ve siber zorbalığa karşı tutumları üzerine bir araştırma: İstanbul ili örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- İğdeli, F. (2018). Üniversite öğrencilerinin siber zorbalık, siber mağduriyet ve siber zorbalık duyarlılıklarının çeşitli değişkenler bağlamında incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Johnson, B. & Christensen, L. (2014). *Eğitim araştırmaları: Nicel, nitel ve karma yaklaşımlar*. Eğitim Kitap.
- Karaaslan, İ. A., & Budak, L. (2012). Üniversite öğrencilerinin cep telefonu özelliklerini kullanmalarının ve gündelik iletişimlerine etkisinin araştırılması. *Journal of Yasar University*, 26(7), 4548-4525.
- Kestel, M. & Akbıyık, C., (2016). Siber zorbalığın öğrencilerin akademik, sosyal ve duygusal durumları üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(3), 844-859.
- Kuyucu, M. (2017). Y kuşağı ve teknoloji: y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanım alışkanlıkları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872.
- Lovibond, P. F. & Lovibond, S. H. (1995). The structure of negative emotional states: Comparison of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS) with the Beck Depression and Anxiety Inventories. *Behaviour Research and Therapy*, 33(3), 335-343.
- Martínez-Monteağudo, M. C., Delgado, B., Díaz-Herrero, Á., & García-Fernández, J. M. (2020). Relationship between suicidal thinking, anxiety, depression and stress in university students who are victims of cyberbullying. *Psychiatry Research*, 286, 112856.
- Martínez-Monteağudo, M. C., Delgado, B., Inglés, C. J., & García-Fernández, J. M. (2019). Cyberbullying in the university setting. Relationship with family environment and emotional intelligence. *Computers in Human Behavior*, 91, 220-225.
- Musharraf, S., & Anis-ul-Haque, M. (2018). Cyberbullying in different participant roles: exploring differences in psychopathology and well-being in university students. *Pakistan Journal of Medical Research*, 57(1), 33-39.

Özdemir, M., & Akar, F. (2011). Lise öğrencilerinin siber-zorbalığa ilişkin görüşlerinin bazı değişkenler bakımından incelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 4(4), 605-626.

Peker, A. (2015). Negatif duygunun siber zorbalık ve mağduriyete ilişkin yordayıcı rolünün incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 23(4), 1633-1646.

Selkie, E. M., Kota, R., Chan, Y. F., & Moreno, M. (2015). Cyberbullying, depression, and problem alcohol use in female college students: a multisite study. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(2), 79-86.

Semerci, A. (2017). Lise öğrencilerinin siber zorbalık ve mağduriyet durumlarının farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 25(4), 1285-1300.

Serin, H. (2012). Ergenlerde siber zorbalık / siber mağduriyet yaşantıları ve bu davranışlara ilişkin öğretmen ve eğitim yöneticilerinin görüşleri. Doktora tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Süslü, D. P., & Oktay, A. (2018). Lise öğrencilerinde siber zorbalık ve siber mağduriyetle ilişkili bazı değişkenlerin incelenmesi. *Elementary Education Online*, 17(4), 1877-1895

Şahin, M., Sarı, S. V., Özer, Ö., & Er, S. H. (2010). Lise öğrencilerinin siber zorba davranışlarda bulunma ve maruz kalma durumlarına ilişkin görüşleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2010(21), 257-270.

Tanrıkulu, İ. (2020). Siber zorbalık. Anı Yayıncılık.

Türkçapar, H. (2004). Anksiyete bozukluğu ve depresyonun tanınış ilişkileri. *Klinik Psikiyatri*, 4, 12-16.

Yaman, E., & Peker, A. (2012). Ergenlerin siber zorbalık ve siber mağduriyete ilişkin algıları. *Gaziantepe University Journal of Social Sciences*, 11(3), 819-833.

Yarar, Y. (2019). Lise öğrencilerinin iyi oluş düzeyleri ile siber zorbalık siber mağduriyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yılmaz, Ö., Boz, H., & Arslan, A. (2017). Depresyon Anksiyete Stres Ölçeğinin (DASS 21) Türkçe kısa formunun geçerlilik-güvenilirlik çalışması. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 78-91.

Yüksel, N. (1984). Bilişsel işlevleri yönünden normallerle depresif hastaların karşılaştırılması. *Psikoloji Dergisi*, 5(117), 14-15.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %33/%33/%33 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %33/%33/%33 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

## Luchino Visconti'nin (Yeni) Gerçekçi Tutku'su

Aslı EKİCİ\* 

### ÖZ

Sinemasal anlatılarda çoğunlukla erkeklerin hikâyelerine yer verilmekte kadın karakterler ikinci planda kalmaktadır. Bu kadın karakterler de toplumsal cinsiyete dair kabul edilen öngörülerin sınırları içinde beyazperdede boy göstermektedir. Toplumsal cinsiyete dair temsillerde hassas davranan, az da olsa egemen söylemin çizdiği sınırların dışına çıkan/çıkabilen yönetmenlerin olması kuşkusuz umut vericidir. Bu çalışmada Luchino Visconti'nin *Tutku* (*Ossessione*, 1943) filminde kadına “görece daha özgür” bir alan açılıp açılmadığı anlatı ve sinematografi göz önünde bulundurularak metin çözümlemesi yöntemi ile değerlendirilmektedir. Kimilerine göre “yeni gerçekçi sinema” kimilerine göre ise “gerçekçi sinema” olarak değerlendirilen bu filmde erkek egemen söylemin inşa edilip edilmediği, kadınların nasıl temsil edildiği, bu temsillerin ne kadar gerçeğe yakın olduğu feminist sinema kuramı tartışmaları çerçevesinde ele alınmaktadır. Visconti'nin kullandığı sinema dili “kadın olmanın” anlamını nasıl inşa ediyor sorusu araştırmanın çıkış noktasıdır. Sadece İtalyan sinemasının değil dünya sinemasının da önemli yönetmenlerinden/auteurlerinden biri olan Luchino Visconti'nin ele alınan bu filmde kadın temsiline “gerçekçi” olduğu ileri sürülmektedir. Filmin döneme/içinde bulunduğu çağa tanıklık etme “görevini üstlenmiş” anlatısında aynı duyarlılığı “kadınlığa/kadın olmaya dair” temsillerde de sergilediği; kadınları arzularıyla, çelişkileriyle seyirciye sunduğu düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Luchino Visconti, *Tutku*, İtalyan Sineması, Kadın

## Luchino Visconti's (Neo) Realistic Obsession

### ABSTRACT

In cinematic narratives, mostly men's stories are included and female characters remain in the background. In this study whether a “relatively freer” space's opened in Luchino Visconti's *Passion* (*Ossessione*, 1943) is evaluated by text analysis method, taking into account the narrative and cinematography. In this film, which's considered “neo-realist cinema” by some and “realistic cinema” by others, whether the male dominated discourse is built or not; how women're represented, how close these representations are to reality's discussed within the framework of feminist cinema theory discussions. The starting point of the research is the question of how the language of cinema used by Visconti constructs the meaning of “being a woman”. It's claimed that the representation of woman's “realistic” in this film of Luchino Visconti, one of the important directors/auteurs not only of Italian cinema but also of world cinema. The same sensitivity in the narrative of the film that “undertook the duty” of witnessing the period/the era it's in, also in the representations of “femininity/being a woman”, it's thought that it presents women to the audience with their desires and contradictions.

**Keywords:** Luchino Visconti, *Obsession*, Italian Cinema, Woman

### 1. Giriş

Bu çalışmanın konusunu oluşturan Luchino Visconti'nin *Tutku* (*Ossessione*, 1943) filminde kadınlığın/kadın olmanın nasıl temsil edildiğine geçmeden önce Stuart Hall'un temsil ile ilgili kavramlaştırmasına kısaca değinmek yerinde olacaktır. Hall: “Temsil[in], anlamın üretildiği ve bir kültürün üyeleri arasında değiş tokuş edildiği sürecin temel parçası [olduğunu] [...] temsil[in], dil yoluyla anlam üretilmesi” manasına geldiğini vurgular (2017, s. 23, 24). Buna göre dil aracılığıyla anlam temsiline nasıl işlediğini açıklayan üç yaklaşım vardır: Yansıtıcı yaklaşımda dilin bir ayna gibi gerçek anlamı *yansıtığı* düşünülür. Kasıtlı yaklaşımda yazan/konuşan kişinin dil yoluyla kendi yorumunu dayattığı vurgulanır. İnşacı yaklaşımda ise şeylerin *anlamı* yoktur. Kavramlar, işaretler ve temsil sistemleri dolayısıyla anlamı *biz inşa ederiz* (Hall, 2017, s. 34-36).

Öztürk'ün de vurguladığı gibi: “[B]ir kültüre egemen olan temsiller, aslında can alıcı politik önem taşırlar. Kültürel temsillerin üretimi üzerinde söz sahibi olmak, toplumsal iktidarın korunması açısından kritik önem taşıdığı gibi, toplumsal dönüşümler amaçlayan ilerici hareketler için de vazgeçilmez bir kaynak oluşturur. Sinema, günümüzde bu tür siyasal mücadelelerin yürütülmesi açısından özel önem taşıyan bir kültürel temsil alanı oluşturur” (2000, s. 15). Bu siyasal mücadelelerden biri de yukarıda da değinildiği gibi kadının/kadınlığın sinemada nasıl temsil edil(me)diği ile ilgilidir. Feminist kuramcılar geçmişten günümüze bu konu üzerinde kafa yormuş ve çalışmalarını alana katkı sağlamışlardır. Gledhill'in de ifade ettiği gibi bu temsiller “kadınları gerçekten oldukları ya da olmaları gerektiği haliyle temsil etmedikleri için”

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, easliekici@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 29.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 08.07.2022

eleştirilmiştir (2017, s. 452). Kaplan'ın da belirttiği gibi feminist film eleştirmenleri film anlatılarının bilinçdışı dil ile paralellik oluşturacak şekilde erkek temelli dil ve söylem ile kurulduğunu, egemen sinemanın ataerkinin bilinçdışına göre inşa edildiğini vurgularlar (2000, s. 30).

Aslında beyaz perdede “kadınlık/kadın olmak” temsil edilirken bir yandan da yeniden inşa edilir. Bu temsillerde “kadın olmaya dair” anlamlar üretilir. Bu bağlamda Luchino Visconti'nin *Tutku* filmi anlatı ve sinematografi göz önünde bulundurularak metin çözümlemesi yöntemi ile feminist bir bakış açısıyla değerlendirilecektir. *Tutku*'da “kadınlığa” dair ne tür anlamlar olduğunu çözümlemeye geçmeden önce Visconti'nin sinemasından genel olarak bahsetmenin inşa ettiği anlam dünyasını yorumlamada faydalı olacağı düşünülmektedir.

## 2. Visconti'nin Sinema Anlayışını Şekillendiren Öğeler ve Filmlerine Genel Bir Bakış

Nowell-Smith'in de vurguladığı gibi sinemayla ileri yaşlarda ilgilenmeye başlayan (2013, s. 1) Luchino Visconti otuz yıldan fazla süren kariyerine on dört film, kırk bir oyun ve yirmi iki opera sığdırmıştır (Locke, 2014, s. 24). Lombardiyalı soylu bir ailenin çocuğu olan Luchino Visconti, 2 Kasım 1906'da Milano'da dünyaya gelir (Teksoy, 2005, s. 279). Visconti ailesi İtalyan aristokrasisinde üst sıralarda yer almıştır (Poggi, 1960, s. 12). On sekiz yaşında Cenova'daki bir yatılı okulu terk ettikten sonra iki yıllığına Pinerole'deki bir süvari okuluna gönderilir. Askerlik dönüşü birkaç yıl babasının çiftliklerinden birinde at yetiştirir ve onları yarışlara hazırlar (Prinzler, 1988, s. 171).

1932 yılında Milano'dan ayrılan Visconti, 1937'de İtalya'ya döner. Bu beş yıl içerisinde İngiltere, Yunanistan, Tunus, Fransa, Amerika Birleşik Devletleri gibi çeşitli ülkelere gider. Farklı ülkeleri gördüğü bu dönemde Paris, onun sinema kariyeri açısından önemli bir yer olur (Hennessey, 2021, s. 52). “‘Sinemada ustam Renoir'dır’ diyen Visconti[nin] (Teksoy, 2005, 280) Paris'e gitmesi ve orada Jean Renoir ile yollarının kesişmesi hayatında önemli bir dönüm noktasıdır. Nowell-Smith'in de ifade ettiği gibi Coco Chanel'le tesadüf eseri tanışması sayesinde Renoir'ın prodüksiyon ekibinde kostüm sorumlusu sonrasında da *Bir Kır Gezintisi* (*Un partie de campagne*, 1936) ve *Ayaktakımı Arasında* (*Les Bas-Fonds*, 1936) filmlerinde yönetmen yardımcısı olarak çalışır (2013, s. 2). Renoir, Visconti üzerinde etkili olmuş bir sanatçıdır. Visconti Renoir'dan özellikle üslup açısından etkilenir. 1966'da BBC Televizyonuna verdiği bir röportajda Visconti, faşist bir ülkeden kaçmanın ve çoğu komünist olan bir grup solcuyla eşit şartlarda çalışma deneyiminin onun için politik olarak ne anlama geldiğinden bahseder (Nowell-Smith, 2011, s. 13).

1936'dan 1939'a kadar Fransa'da kalan Visconti, Fransız soluyla Halk Cephesi'nin kurulma döneminde tanışır ve bu solcu aydın kesim onun sanatsal ve siyasi kişiliğine damgasını vurur (Prinzler, 1988, s. 171). Böylelikle Visconti'nin Fransa'da kaldığı dönem hem onun Renoir hem de solcu kesimle tanışarak hayata bakış açısının bu doğrultuda şekillenmesiyle sonuçlanmıştır.

Visconti'nin sinema anlayışının belli bir olgunluğa erişmesinde güzel sanatlara ağırlık veren bir eğitimden geçmesi kadar içinde yaşadığı dönemin ve hayatına giren insanların da büyük etkisi olmuştur. Schlappner'in de ifade ettiği gibi Visconti “lombardik bir okuyucu” olduğunu söyler yani doymak bilmeyen bir okur. Edebiyat kültürü son derece geniş olan Visconti kendi ülkesinin edebiyatının yanı sıra Rus, Amerikan, Fransız, Alman edebiyatına karşı da ilgilidir (Schlappner, 1988, s. 18). Onun bu edebiyat tutkusunun izlerini filmlerinde de görürüz. Filmlerinin çoğunu edebiyat uyarlamaları oluşturmuştur (Bondanella, 2001, s. 26, 29). İtalyan yönetmenler arasında Visconti malzemesini düzenli olarak edebi metinlerden alır (Poggi, 1960, s. 13). Özellikle faşist yönetimin yasakladığı Giovanni Verga'dan uyarlamalar yapmıştır. Visconti'nin benimsediği “antropomorfik sinema”, insanın acizliğini, yüzünü, tereddütlerini, onu çevreleyen hayata yönelik isteklerini öne çıkaran bir sinema anlayışıdır. Basit jestler, bakışlar şiirsel bir duygu verir (Bondanella, 2001, s. 26, 29).

1941'de *Cinema* dergisinde<sup>1</sup> Visconti'nin İtalyan sinemasındaki eğilimler hakkında görüşlerini öne sürdüğü *Cadaveri* adlı makalesi yayınlanır (Prinzler, 1988, s. 171). Bu makalede Visconti şöyle der: “Sinemamızın taze güçlerine gözüp eklik ve açıklıkla ‘ölülerin yeri mezarlıktır’ deme cesareti verecek o beklenen güç hiç gelmeyecek mi?” (Schlappner, 1988, s. 11). Kurulduğu 1936 yılında diktatörün oğlu

<sup>1</sup> Luciano De Feo'nun yönetiminde yayınlanan on beş günlük *Cinema* Dergisi, Pavolini, De Benedetti, Pasinetti gibi kültür adamlarını bir araya getirir. Dergi Vittorio Mussolini'nin yönetimine geçtiğinde, kadroya Antonioni ve Visconti de katılır (Teksoy, 2005, s. 253).

Vittorio Mussolini tarafından yönetilen dergi, savaş sırasında giderek görece genç muhalif aydın kuşağının fikir dergisine dönüşür. Genç yazarlardan oluşan gruba Visconti de İkinci Dünya Savaşı'nın patlak vermesi üzerine Fransa'dan ülkesine döndüğü 1939'da katılır. İzleyici kitlesi, ilk kez bu dergide film estetiğiyle ilgili kavramlarla tanışmış, “saf” sinemanın estetiğine ve ideolojisine yakınlaşmıştır. Daha sonrasında yeni gerçekçilik akımının<sup>2</sup> yaratacağı yapıtların gerçekleştirilmesinde yoğunlaşan talepler de ilk olarak *Cinema Dergisi*'nde ortaya atılır (Schlappner, 1988, s. 8). Visconti'nin ilk filmi olan *Tutku*, İtalyan yeni gerçekçiliğinin habercisi olarak kabul edilir. *Tutku*, *Cinema Dergisi*'ndeki yazarların işbirliğinin eseridir. Filmin senaryosu derginin yazarlarından olan Mario Alicata ve Gianni Puccini tarafından yazılır. De Santis de birinci asistandır (Daldal, 2003, s. 86).

1944-1945 yıllarında Visconti müttefik işgal kuvvetlerinin film bürosunda çalışır. Guiseppe De Santis ile birlikte *Giorni Di Gloria* adlı belgesel filmin yapımını denetler. 1945-1946 yılları Visconti için yoğun tiyatro çalışmalarıyla geçer. Daha çok Fransız yazarlarının eserleri arasından on oyun sahneye koyar (Prinzler, 1988, s. 172). Visconti 1948'de yeni gerçekçiliğin başyapıtlarından olan ikinci filmi *Yer Sarsılıyor*'u (*La Terra Trema*) çeker. Visconti “[f]ilmde, Valastro ailesinin [...] özelinde Sicilyalı balıkçıların hikâyesi[ni]” anlatır (Ekici, 2012, s. 59). Nowell\_Smith'in de ifade ettiği gibi görüntülerin güzelliği, anlatımın sadeliği, toplumsal gerçeklere kayıtsız kalmayışı filmi bir başyapıt yapar (2011, s. 30).

Visconti *Tutku*'da başrolü veremediği Anna Magnani ile kızını güzellik yarışmasına sokmak isteyen Romalı bir halk kadınının öyküsü olan *Güzeller Güzeli*'nde (*Bellisima*, 1951) bir araya gelir. Visconti'nin tiyatro ve opera çalışmalarından izler taşıyan *Güzeller Güzeli*, yeni gerçekçilikle bağlarını koparttığı filmi olur (Teksoy, 2005, s. 280). Ne yazık ki Visconti'nin bu filmi İtalya dışında pek bilinen bir film olmaz. Son derece hızlı ve tercüme edilmesi zor diyaloglarıyla *Güzeller Güzeli*, Visconti'nin filmleri arasında en “İtalyan” olanıdır. Filmin ana karakteri büyük bir sempati ve anlayışla sunulur. Bu kadın karakter aynı zamanda zafer kazanmış bir kadınlık örneği olarak görselleştirilir (Nowell-Smith, 2011, s. 45).

Sonrasında Visconti iki kısa film çeker. Öbür bölümlerini Fellini, Antonioni gibi İtalyan sinemasının önemli yönetmenlerinin yönettiği *Şehirde Aşk* (*L'amore in città*, 1953) adını taşıyan belgesel ağırlıklı filmde Visconti, bir kız çocuğunu öldürdüğünü kabullenen bir sanığı ele alır. Visconti'nin kısa filmlerinin ikincisiyse *Biç Kadınlar* (*Siamo done*, 1953) isimli filmin beşinci bölümüdür (Teksoy, 2005, s. 281).

Bu çalışmanın ardından çektiği *Günabkâr Gönüller* (*Senso*, 1954) Guido Aristarco'ya göre İtalya'nın sinemasal tarihini yeni bir zirveye taşıyan devrimci tarihi bir filmidir (Aristarco'dan aktaran Liehm, 1984, s. 148). *Günabkâr Gönüller*'in bir başka özelliği İtalyan bir yönetmen tarafından çekilen ilk renkli film olmasıdır. Visconti'nin küçücük sokaklardaki ve Venedik'in kanallarındaki gece çekimleri ve görkemli bir şekilde iç çekimleri İtalyan yönetmenlerin yeni ve gittikçe gelişen teknolojiyle uluslararası rekabette de bulunabileceklerini kanıtlamıştır. *Günabkâr Gönüller* İtalyan film endüstrisinin etkileri bugün bile hissedilen yabancı sermaye bağımlılığına karşı önemli bir adımdır. Tennessee Williams filmin İngilizce versiyonunun diyalogu üzerinde çalışır. Çünkü İngilizce konuşan izleyici kitlesi İtalya tarihi bilgisinden yoksundur ve film onlara yönelik sınırlı bir başarı elde eder<sup>3</sup> (Bondanella, 2001, s. 100). Film Visconti'nin *Yer Sarsılıyor* ve aynı zamanda De Sica'nın *Bisiklet Hırsızları*'nda görülen pek çok yeni gerçekçi pratiği tersyüz eder. Ayrıca *Bisiklet Hırsızları* çağdaş Roma'nın caddelerinde geçerken ve sıradan işçi sınıfı ailesinin kötü durumu üzerine odaklanırken, *Günabkâr Gönüller* bir kostüm dramadır ve yönetici sınıfı konu edinir (Rocchio, 1999,

<sup>2</sup> Geleneksel görüşe göre *Roma Açık Şehir* (*Roma, città aperta*, 1945), *Bisiklet Hırsızları* (*Ladri di biciclette*, Vittorio de Sica, 1948) ve *Yer Sarsılıyor* (*La terra trema*, Luchino Visconti, 1948) yeni gerçekçi yönetmenlerin başyapıtı olarak kabul edilmektedir. Her ne kadar bu konu hakkında çalışanlar yeni gerçekçiliği neyin oluşturduğu, ne zaman başladığı, bittiği ve faaliyet alanlarının sınırları hakkında anlaşmazlığa düşseler de adı geçen bu üç filmin yeni gerçekçi olduğu hakkında çok az görüş ayrılığı vardır (Rocchio, 1999, s. 26). 1952'de *Films et Documents* yeni gerçekçiliğin hâlâ geçerli olan on özelliğini yayınladı. Buna göre: 1. Bir İleti: İtalyan yönetmenlere göre sinema, bir anlatım ve iletişim yoludur. 2. Büyük tarihsel ve toplumsal konuları, sokaktaki insanın bakış açısından ele alır. 3. Gerçeklik anlamına gelecek detay duygusu 4. Karakterler, kitlelerle ilişkileri arasına zapt edilir 5. Gerçekçilik: Fakat gerçeklik, çok hassas bir duyarlılık tarafından süzgeçten geçirilmiştir 6. Oyuncuların, çoğu kez de profesyonel olmayanların gerçekliği 7. Dekorun gerçekliği ve stüdyonun reddi 8. Aydınlanmanın gerçekliği 9. Fotoğraf tarzıyla gerçeklik izlenimi vurgulanır 10. Aşırı derecede özgür kamera (Liehm, 1984, s. 131,132). “Yeni-gerçekçilik, savaş sonrası yeniden yapılanma döneminin zengin ve karmaşık bir kültürel olgusudur” (Daldal, 2003, s. 70).

<sup>3</sup> Aynı şekilde *Leopar* (*Il gattopardo*, 1963) filminin İngilizce konuşulan versiyonu da Avrupa pazarında ticari bir başarısızlık sergiler (Bondanella, 2001, s. 100).

s. 127). Bu filmin ardından *Beyaz Geceler*'de (*Le notti bianche*, 1957) Visconti Dostoyevski'nin *Sen Petersburg'da Beyaz Geceler* isimli öyküsünü sinemaya uyarlar.

Visconti daha sonra *Rocco ve Kardeşleri*'ni (*Rocco e i suoi fratelli*, 1960) çeker. Verga, Dostoyevski ve Thomas Mann'den izler taşıyan filmde Milano'ya göç eden güneyli bir aile anlatılır. Visconti *Rocco ve Kardeşleri*'nin *Yer Sarsılıyor*'un devamı olarak görülebileceğini söyler (Teksoy, 2005, s. 282). *Rocco ve Kardeşleri* Visconti'nin *Yer Sarsılıyor*'dan sonra, yeni gerçekçi olarak değerlendirilebilecek tek filmidir (Abisel & Eryılmaz, 2011, s. 38).

Visconti 1963 yılında çektiği *Leopard*'da (*Il gattopardo*) *Günahkâr Gönüller*'de olduğu gibi İtalyan tarihine eğilir ve çökmekte olan bir sınıfın gözünden *Risorgimento* hareketini yorumlar. Prens Fabrizio da *Günahkâr Gönüller*'in Franz'ı gibi temsil ettiği dünyanın sona ermekte olduğunun farkındadır. Bu bağlamda filmleri içinde Prens Fabrizio, soylu bir aile ortamından gelen Visconti'ye en yakın karakteridir. Visconti'nin sonraki filmi *Büyük Ayı'nın Soluk Yıldızları*'dır (*Vaghe stelle dell'Orsa*, 1965) (Teksoy, 2005, s. 282).

Visconti'nin Alman kültürüne eğildiği üçlemenin ilki *Tanruların Düşüşü/Lanetliler* (*La caduta degli dei*, 1969) olur. *Tanruların Düşüşü*'nde Visconti Almanya'da Naziliğin iktidara gelişini işler. *Venedik'te Ölüm* (*Morte a Venezia*, 1971) üçlemenin ikinci filmidir. Thomas Mann'ın romanından uyarlamadır. Filmde Venedik'e giden ünlü bir bestecinin, burada karşılaştığı bir erkek çocuğa karşı beslediği tutku işlenir. Alman üçlemesinin son filmi *Ludwig*'de (1973) Visconti, Bavyera Kralı Ludwig'in yaşamını ve ölümünü ele alır. *Aile Toplantısı/Konuşmak İçin* (*Gruppo di famiglia in un interno*, 1974) Visconti'nin deyişle "yaşlı bir aydının, genç kuşakla çatışmasını ve bu çatışmadan onulmaz bir yara almasını" işler. Visconti son filmi *Masumlar*'ı (*L'innocente*, 1976) tekerlekli sandalyesinden yönetir. D'Annunzio'nun bir romanının uyarlaması olan filmde karısı ve sevgilisi arasında kalan soylu bir erkeği konu edinir. 1976'da hayata veda eden Visconti *Masumlar* filminin kurgusunu tamamlayamaz (Teksoy, 2005, s. 282-284).

Visconti film çalışmalarına paralel olarak Roma ve Milano'da tiyatro çalışmalarını da sürdürmüştür. 1945 yılından 1976'da ölümüne kadar yaklaşık 60 tiyatro, opera ve bale eseri sahneye koyan Visconti 1958'de *Spoletto Festivali*'nin kurucuları arasındadır. Paris'te sahneye koyduğu -Jean Marais ve Annie Girardot'un rol aldığı- *Sahneçakta İki Kişi* ve Romy Schneider ile Alain Delon'un yer aldığı *Fahişe Olması Ne Yazık* tiyatro oyunları büyük heyecan yaratır. Visconti ününü 1969-1972 yılları arasında çektiği *Alman Sorunları Üçlemesi* ile pekiştirir (Prinzler, 1988, s. 172-173).

Luchino Visconti'nin filmleri kutuplaşmayı temsil eder. Bu kutuplaşmanın kaynağı yaratıcısının kişisel hassasiyetinin derinlerinde yatar. Visconti bilinçli olarak çalışmalarını gelenekle besleyen yönetmenlerden biridir. Bu çatışmanın kaynağında Visconti'nin geçmiş yaşamından getirdiği aristokrat pozisyonu ve Sosyalist bir gelecek inancına bağlı bir Marksist oluşu yatar (Korte, 1971, s. 2, 11, 12). Otoriter ve açık sözlü kişiliğe sahip olan Visconti yapımcılardan, aktörlerden ve teknisyenlerden çok şey bekleyen bir yönetmendir. Kendini yeni ifade stratejileri aramaya adanmış biridir. Visconti'nin asıl kaygısı sinematik hünerin sergilenmesinden ziyade filmlerinin teması ve stiliyle ilgilidir (Poggi, 1960, s. 12). Çalışmanın bundan sonraki bölümünde böylesine sanatla -resim, müzik sinema- iç içe, filmleriyle dünya sinemasına yön veren ve adını sinema tarihine yazdıran bir yönetmenin ilk filmi olan *Tutku*'da kadınlığı/kadın olmayı nasıl tanımladığı, görsel olarak nasıl inşa ettiği feminist bir duyarlılıkla değerlendirilecektir.

### 3. Tutku'yla Devinen Bedenler/Ruhlar

Visconti ilk filmi *Tutku*'yu yönettiğinde otuz altı yaşındadır (Liehm, 1984, s. 53). Visconti'nin filmi çektiği 1942 yılında İtalya kaybetmek üzere olduğu bir savaşın içindedir. Film bittikten sonra birkaç ay içinde Müttefikler Sicilya'ya girer (Nowell-Smith, 2013, s. 4). Yukarıda da ifade edildiği gibi Fransa'da kaldığı dönem Visconti'nin sinema dilini derinden etkileyecek, zihinsel ve sanatsal oluşumunda önemli bir süreç olacaktır (Schlappner, 1988, s. 15,17). Paris'te tanıştığı Renoir'ın etkisini *Tutku*'da görmek mümkündür: "[K]arakter yaratımında kullanılan yöntemde, karakterin manzarayla olan ilişkisinde, akışkan kullanımına rağmen kameranın şaşmaz takibinde ve daha genel bir düzeyde, naturalist geleneğe [...] duyulan ortak ilgide mevcuttur" (Nowell-Smith, 2013, s. 2).

Visconti'nin İtalya'dan ayrılıp Fransa'ya yerleştiği 1936 yılından İtalya'ya döndüğü 1939 yılına kadar İtalyan sinemasında herhangi bir değişiklik göze çarpmaz. Bir yanda propaganda amaçlı filmler yapılır: Ya faşizmin temel politikası göklere çıkartılır (*L'Assedio dell'Alcazar*, Augusto Genina, 1939) ya da Yeni Roma

İmparatorluğu yüceltilir (*La Corona di Ferro*, Alessandro Blasetti, 1941). Öte yanda ise hafif, eğlendirici filmler vardır. Bunların yanı sıra ulusal ya da uluslararası edebiyat uyarlamaları söz konusudur. Böyle bir ortamda Visconti *Tutku* ile yeni bir yol açar (Schlappner, 1988, s. 11-12). Film, Renoir'ın önerisi üzerine bir Amerikan polisiye romanının -James Cain'in *Postacı Kapıyı İki Kere Çalar*'ın (*The Postman Always Rings Twice*, 1934)- uyarlamasıdır (Nowell-Smith, 2013, s. 4; Minghelli, 2008, s. 178). Visconti, James Cain'in romanını değiştirir (Sorlin, 1996, s. 95). Romanın ironik ve çoğu zaman absürd bulunan dünyasını gerçek bir trajediye, olayların gidişatıyla belirlenen kadere çevirir (Bondanella, 2001, s. 29-30). Visconti olay örgüsünü basitleştirir. Gino'nun gerçek cinayetten aklanırken kazadan dolayı idama mahkûm edilmesi gibi yerleri ayıklar (Nowell-Smith, 2013, s. 7, 10). Bu roman, umutsuz olmayışı ve faşist zihniyetin inançlarına tamamen aykırı oluşuyla *Cinema Dergisi* yazarlarının özlemini açıkça yansıtır (Daldal, 2003, s. 86).

Daha önce de ifade edildiği gibi İtalyan sinemasında yeni gerçekçilik adını alacak bir gelişmenin doğuşunu müjdeleyen *Tutku*, başlı başına bir manifestodur (Schlappner, 1988, s. 7-8). Teksoy'un da ifade ettiği gibi "Visconti, yoksulluğun kol gezdiği bir ortamda, evlilik dışı bir ilişkiyi ele alarak resmi ideolojiye karşı çıkar" (2005, s. 280). Film her ne kadar melodramatik öğelerden yararlınsa da profesyonel ve profesyonel olmayan oyuncu kullanımı, yerinde yapılan çekimler, toplumsal açıdan marjinal karakterler üzerinde odaklanması ve en önemlisi zamanın film yapma tarzına meydan okuması *Tutku*'nun yeni gerçekçi bir film olarak değerlendirilmesine neden olur (Landy, 2000, s. 213). Nowell-Smith de *Tutku*'yu üslup olarak Visconti'nin "en gerçekçi filmi" olarak değerlendirir fakat yeni gerçekçi akım içinde ele alınmaması gerektiğini de özellikle vurgular. Ona göre *Tutku* " 'yeni'si olmayan gerçekçi" bir filmidir. Her ne kadar yeni gerçekçilik akımı için olmazsa olmaz belirli tema ve biçimlere anlatisında yer vermiş olsa da filmin "siyasal ve tarihsel perspektiflerden yoksun oluşu" yeni gerçekçi olarak değerlendirilmemesi için geçerli bir sebeptir (Nowell-Smith, 2013, s. 17, 18).

Anlatisında var olma sorunlarından kaynaklanan huzursuzluk ve başkaldırıya yer veren film, bir direniş eylemi, cinsel tutkunun bir dramıdır (Schlappner, 1988, s. 12-13). Film İtalyan sinemalarında 1943'de çok kısa bir süre için gösterilir ve daha sonra sansür tarafından reddedilir (Prinzler, 1988, s. 172). Daldal'ın da vurguladığı gibi dönemin İtalya'sında faşist rejim vardır ve ülkenin sosyo-politik durumu *Tutku* gibi bir filmin yapılması için uygun değildir (2003, s. 85). Vittorio Mussolini *Cinema* grubu tarafından organize edilen *Tutku* filminin prömiyerinde "Burası İtalya değil" diye bağırır. Katolik Film Merkezi filmi kınar ve papazlar filmin aleyhinde vaazlar verir (Liehm, 1984, s. 57-58). Bologna'da filmi kınamak için sokak gösterileri düzenlenir. Bir rahip de *Tutku*'nun "kirlettiği" sinema salonunu kutsayarak "kir"den arındırır. Faşistler filmin negatiflerinden birini yakar (Teksoy, 2005, s. 272). Visconti aslı imha edilen filmin bir kopyasını kurtarmayı başarır (Prinzler, 1988, s. 172).

Film yolda ilerleyen bir aracın ön camından gördüğümüz görüntülerle başlar. Bir sonraki sahnede benzin almak için bir yerde duran şoförü ve kamyonu görürüz. Burası Bragana'nın yeridir. Kamyonun arkasındaki yüklerin arasında sırtı bize/seyirciye dönük bir erkek uyumaktadır. Kamyon şoförü onu uyandırır. Sonrasında Bragana ve şoför, adam hakkında kendi aralarında konuşmaya başlar: "Sert yolculuk fazla rahat olamaz ne dersin arkadaşım?", "evsizler için bir şilte koymalıyız", "bütün kümesi kapıp kaçırılması olası" sözleriyle onu küçümserler. Gerek kameranın çekimi gerekse bu davetsiz yolcunun başındaki şapka onun yüzünü görmemize izin vermez. Sorlin'in de ifade ettiği gibi orta uzunlukta çekimlerle onların petrol hakkındaki rutin konuşmalarına tanık oluruz. Filmin etkileyici bir kurgusu vardır. Genelden daha özele doğru bir geçiş olur (Sorlin, 1996, s. 96).

Bragana benzinliğin yanındaki lokanta bar karışımı yerin de sahibidir. İleriki sahnelerde adının Gino olduğunu öğreneceğimiz bu kişi kamyondan indikten sonra ağır adımlarla Bragana'nın lokantasına gider. Barın orada kimseyi göremez. O sırada bir kadının şarkı söylediğini duyar ve o tarafa yönelir. "Yemek mümkün mü?" diye soran Gino'ya bir yandan oje sürüp bir yandan şarkı söyleyen kadın -Giovanna- başını kaldırıp bakar. O ana kadar yönetmenin bilinçli tercihiyle yüzünü görmediğimiz Gino'yu Giovanna'nın bakış açısından görürüz. Bakışları kesişir. Giovanna bu delikanlıdan etkilenmiş gibi bakmaktadır. "Burası neredeyse bir fırın kadar sıcak" diyen Gino üzerindeki ceketini çıkarır ve kirli, yırtık atletle kalır. Giovanna "Bir at gibi omuzların var" der Gino'ya.

Bragana geldiğinde Gino'yu kovar. Giovanna ise onun yeniden gelmesini sağlamak için yemeğin parasını ödediği halde ödemediğini ileri sürer. Gino Bragana'ya parası olmadığını, yemek karşılığında



çalışmayan arabasını tamir edebileceğini söyler. O sırada Giovanna lokantanın camlarını örter, bir yandan da “arzulayıcı” bakışlarla Gino'ya bakar. Gino motoru kontrol ederken el çabukluğuyla bir parçayı alıp cebine koyar: “Yeni bir distribütöre ihtiyacın var. Gidip bir tane alman gerekecek” diyerek Bragana'yı evden uzaklaştırır. Bragana gittikten sonra Gino dışarıda başka bir tamir işiyle uğraşırken tekrar Giovanna'nın şarkı söylediğini duyar ve içeri girer. Nowell-Smith'in de ifade ettiği gibi Giovanna/kadın, Gino'yu/erkeği son derece anlamlı bir şekilde “Ulysses'i yolundan ettim, bu ezgiyle döndü başı” şarkısıyla baştan çıkarır (2013, s. 13). Sonrasında Gino ve Giovanna cinsel birliktelik yaşarlar.

Gino ve Giovanna arasındaki tutku filmin ilk on beş dakikasında orman yangını gibi patlar ve tıpkı orman yangını gibi kendini aynı hızla tüketir. Tutku -aynı ölüm gibi- arzularının bir ifadesidir (Minghelli, 2008, s. 182). Film, Nowell-Smith tarafından “cinsel tutkunun yıkıcı gücü” olarak tanımlanır. “[C]insel tutku, kurbanı kendisini barındıramayan toplumla olan ilişkisinden kopararak onu yıkıma götüren bir bozukluktur” (Nowell-Smith, 2013, s. 6, 15). Gino kamyondan iner inmez göz alıcı ve mutsuz Giovanna ile karşılaşır. Yaşça kendinden büyük olan Bragana ile evli olan Giovanna aşksız bir evliliğin içine hapsedilmiştir. Bragana küçük, dar görüşlü burjuva, eski moda İtalyan'ın -rahipte bıldırcın vuran, boş zamanlarında opera söyleyen- vücut bulmuş halidir (Minghelli, 2008, s. 180). Giovanna, Gino'ya -ve aynı zamanda seyircilere- yaşlı bir adamla evli olduğu için cinsel açıdan yaşadığı hayal kırıklığından bahseder (Hennessey, 2021, s. 62). Giovanna ve kocasının yaşadıkları yerin klostrofobik ve karanlık imgelerinin karşısında uçsuz bucaksız caddeler ve göçebe hayatı yaşayan Gino yer alır (Landy, 2000, s. 213).

Göçebe bir figür olan Gino; kaba, çekici olmayan ve şişman görüntüye sahip adam -Bragana- ve karısının sıkıcı yaşamlarına katılır. Adamın karısı Giovanna tarafından baştan çıkarılan Gino, onunla beraber kaçmayı teklif eder. Giovanna Gino'yla yollara düşer fakat sonrasında güvensizlik duygusuna kapılarak pişman olur ve eve döner. Gino'un Giovanna'ya sunduğu tutku ve özgürlük onun için tatminkâr değildir. Giovanna için ev ve düzenli gelir güven vermektedir. Bu nedenle evi terk edemez (Landy, 2000, s. 213). Giovanna ekonomik açıdan istikrar sağladığı için mutsuz evliliğine katlanır (Hennessey, 2021, s. 61).

Oradan ayrılan Gino başıboş dolaşırken kasabadan kasabaya gösteri yapmak için yolculuk yapan İspanyol ile karşılaşır (Landy, 2000, s. 213). İspanyol Gino'nun Giovanna'dan kaçmayı denirken trende karşılaştığı seyahat eden bir şov adamıdır (Liehm, 1984, s. 53). İspanyol Gino'ya tutkusundan uzaklaşabileceği bir yol önerir: Hatta homoseksüel ilişki olasılığını da içeren arkadaşlık ve mahkûm olduğu heteroseksüel romantiklikten özgür kalma (Landy, 2000, s. 213). Homoseksüel lakaplı İspanyol, Gino'nun Giovanna'ya karşı duyduğu “yıkıcı” tutkuya “olumlu” bir alternatiftir (Bondanella, 2001, s. 29; NowellSmith, 2013, s. 14).

Visconti İspanyol'u onun en nostaljik karakteri yapar: Hiçbir zaman aşkı ya da arkadaşlığı bulamayacak olan ve kuvvetli adımlarla yürüyen bir romantiktir o. İlk homoseksüel izler İspanyol'un Gino'nun trende bilet parasını ödemeyi önermesiyle görünür. Giovanna'ya karşı duyulan tutkunun yıkımına karşı tek olumlu alternatif olan İspanyol, 1936-1939 arasında olan İspanya iç savaşını hatırlatmak için kullanılan bir takma addir ve genç Visconti'nin sosyal ve cinsel açıdan baskının olmadığı özgür bir dünya arzusunun<sup>4</sup> sembolüdür (Liehm, 1984, s. 53-55).

Bragana karısı Giovanna'nın: “Sadece kendini düşünüyorsun! Sanki ben hiç yokmuşum gibi!” sözlerine karşılık: “Endişelenme. Seni düşündüm. Burada bir parça kâğıt var. Zamanı geldiğinde sana çok yararlı olacak” der. Her ne kadar Giovanna'dan da seyirciden de kâğıdın neyle ilgili olduğu bilgisi saklanmış olsa da Giovanna'nın yararına olacak bir şey olduğu seyirciye sezdirilir. Bondanella'nın da ifade ettiği gibi özellikle Bragana'nın (dolaylı olarak) hayat sigortasından söz ettiği andan itibaren seyirci onun öleceği yönünde hazırlanmaya başlar (Bondanella, 2001, s. 29-30). Giovanna'nın ısrarıyla panayır dönüşü direksiyona geçen Gino, sonraki sahnede olay yerine gelen polisler arabayı sarhoş bir halde Bragana'nın kullandığını ve kaza yaptığını söyler. Nowell-Smith'in de ifade ettiği gibi Giovanna'yla kocasını

<sup>4</sup> Bu arzu Visconti'nin bütün filmlerinde yer alır ve genellikle İspanyol'a benzeyen karakterler aracılığıyla verilir. *Yer Sarsılıyor*'dan Antoni Valastro, *Senso*'dan Franz, *Beyaz Gece*'den Mario, *Sandra*'dan Gianni, *Aile Toplantısı*'ndan Bruno. Hepsisi de Visconti'nin yalnız kahramanlardır ve yıldızlara ulaşmak isterken ihanete uğrarlar (Liehm, 1984, s. 53-55).

öldürmedeki suç ortaklığından sonra Gino, kendini suçlu hissetmeye başlar. Fakat bu suçluluk duygusu sadece cinayetten duyduğu suçluluk değildir. Bragana her şeye rağmen Gino için bir arkadaştır (Nowell-Smith, 2013, s. 15), ona iş vermiştir. Evi terk edip gittikten sonra karşılaştıkları panayırda eve dönmesi için ısrar etmiştir.

Gino evde olmaktan dolayı ızdırap çekse de Giovanna'ya karşı koyamaz. İspanyol onun yaşadığı yere geldiğinde onunla birlikte kaçmak için ikinci bir şansı olmasına rağmen Gino, onu sert bir şekilde geri çevirir. Liehm'in de vurguladığı gibi Gino, İspanyol'un arkadaşlığını reddeder ve Giovanna'ya kendi yıkımına döner (1984, s. 53-55). Fakat Gino, Giovanna'ya eskiden davrandığı gibi davranmaz. Ona karşı mesafelidir. Onunla yan yana oturdukları bir sahnede Gino, uzaklara bakarak ağlamaklı bir şekilde: "Geçen yıl bu zamanlar dağdaydım. Madende çalışıyordum" der ve oturduğu yerden kalkıp yürümeye başlar. Arkasından giden Giovanna: "Burada değilmişim gibi konuşuyorsun" diyerek ona sitem eder. Sonraki sahnede eve gelirler. Gino, Giovanna'nın "Bir şey yemez misin?" sorusuna, "Aç değilim" diye cevap verir ve üst kata çıkar. Bondanella'nın da belirttiği gibi bu sahne dikkate değer önemli bir sahnedir. Dünyadan bezmiş gibi görünen Giovanna kirli mutfağına girer, bir tabak makarna alır. Gazetesini okurken bir yandan makarnayı yemeye çalışır fakat yorgunluktan uyuyakalır. Bu an yönetmenin Giovanna'nın umutsuzluğunu ve yalnızlığını mükemmel bir şekilde anlattığı bir andır ve Visconti, film zamanıyla gerçek zamanı eşleştirmeyi başarır (Bondanella, 2001, s. 29-30).

Giovanna kasabada kocasının ölümünden dolayı ödenen sigorta parasını alır. Gino gezinirken balerin olan Anita ile karşılaşır ve onunla bir öğleden sonra geçirir fakat Gino'nun Giovanna'ya olan tutkusundan kurtulma imkânı da ona -Giovanna'ya- dönmesiyle son bulur (Landy, 2000, s. 213). Gino ve Giovanna kişilik olarak birbirlerinden farklı olsalar da yerleşik toplumla gerilimli ilişkiye sahip, kısmen toplum dışına itilmiş tiplerdir. Onları yıkıma götüren de bu olacaktır: Topluma uyum sağlamalarına ya da toplumla bağlarını tümüyle koparmalarına engel olan güçsüzlükleri (Nowell-Smith, 2013, s. 10).

Visconti *Tutku*'da trajik baş karakterleri ve onların çevreleri arasında muhteşem bir bağlantı kurmayı başarır. Aşırı derecede orta uzunlukta çekimler ve yönetmenin Gino ve Giovanna'nın çevreleri tarafından şekillenen kaderlerini takip etmelerine izin vermesi Visconti'nin olgunlaşmış sitilinin tipik özellikleridir. Basit jestler, bakışlar şiirsel bir duygu vermekte ve Visconti bu tarz bir sinemayı daha önce de ifade edildiği gibi "antropomorfik sinema" olarak adlandırır. Gerçekte filmin en çok hatırdaki kalan parçaları diyalogtan yoksun olan sahnelerdir (Bondanella, 2001, s. 29-30).

Liehm'in de belirttiği gibi faşist devir boyunca hiçbir film işsizliği göstermemiştir. *Tutku*'da işçi sınıfı ve para önemli bir temadır ve hatta bu temalar Bragana'nın ölümünün de başlıca nedenidir. Gino sadece serseri değildir aynı zamanda işsizdir. Yukarıda da bahsedildiği gibi "O kamyonun üzerinde ne yapıyorsunuz?" diye Bragana açılış sekansında Gino'ya sorar. Gino "Bilmediğini ve işsiz olduğunu" söyler. Aynı motif daha sonra Gino ve Giovanna'nın aralarında geçen konuşmada da tekrarlanır. Giovanna'nın "Bir zamanlar Piacenza'da bir tarlada çalışıyordum... Her zaman mevsimlik işçiydim. Daha sonra işimi kaybettim ve erkeklerin beni akşam yemeğine götürmesine izin verdim" (Liehm, 1984, s. 55-56) sözü geçmişte zor zamanlar yaşadığını seyirciye hissettirir. Bragana'yla evliliği onu devamlı bir hale gelmek üzere olan fahişelikten kurtarmış fakat bu durum onu köleliğe ve sıradanlığa saptırmıştır (Nowell-Smith, 2013, s. 10).

Visconti *Tutku*'da, muhafazakâr, baskın erkek bakış açısına alternatif bir okumayla aile hayatının sorunlarına odaklanır. Landy'nin de vurguladığı gibi film, faşist ideoloji ile bağlantılı geleneksel aile hayatı düşüncesine göze çarpan bir şekilde meydan okur. *Tutku* 1940'ların başlarında Ferdinando Maria Poggioli'nin *Gelosia*'sı (1942) gibi diğer filmlerin de ele aldığı aile içindeki uyumun cinsel tutkuyla beraber aksamaya uğramasına odaklanır. Visconti'nin filmi ve diğer pek çok film arasındaki fark faşizme eleştirel yaklaşmasıdır (Landy, 2000, s. 213). Steven Ricci'nin de ifade ettiği gibi "*Tutku*, □...□ faşist rejim altındaki kültürel yaşamın önceki örgütlenmesinden ikna edici bir sembolik kopuş sağlar (2008, s. 4).

Faşist dönemdeki hiçbir film karakteri Gino'nun final sekansındaki umutsuzluğu içinde resmedilmemiştir. Gino suyun içinde yürüyerek Giovanna'yı kollarında taşır. Arka planda polisler Gino'yu bekler. Gino Giovanna'yı yere bırakır (Liehm, 1984, s. 55-56). Giovanna gözleri açık bir şekilde ölmüştür. Polisin Gino'ya "Gidelim" demesinden sonra kamera yavaş yavaş Gino'ya yaklaşır. Göğüs çekimde gördüğümüz Gino ağlamaklıdır ve görüntü kararır.

Film genel olarak melodramatik özelliklere sahip olsa da izleyiciyi bu mutsuz sonla bile gözyaşına boğmaz. Belki de Visconti izleyicilerin kendini filmin dramatik yükselişine kaptırıp, olayları yorumlamaktan uzaklaşmamasını istediği için bu anlatım tarzını seçmiştir. İzleyici olarak filmin sonunda ana karakterlerimizi bu hale getiren toplumsal, ekonomik, kültürel arka planı da düşünmemizi istemiş olma ihtimali yüksektir. Kadına ya da erkeğe şiddetin -ki burada Bragana en yakını olan karısının planı ile öldürülmüştür- hiç birini olumsuzlamakla birlikte Giovanna'yı bu planı yapmaya iten arka planı da dert edinmek gerekir. Bir "kadın" olarak, özellikle "işsiz bir kadın" olarak hayata tutunmak her devirde, dünyanın her yerinde aynı zorluktur. Visconti, Giovanna karakteriyle bir işe sahip ol(a)mayan kadının hayatta karşılaşacağı zorlukları gözler önüne serer. İşsizliği beyaz perdeye taşır. Hem de faşizmin, sansürün kol gezdiği İtalya'da.

#### 4. Sonuç

Egemen anlatıda çoğunlukla erkeklerin hikâyelerine yer verilir. Bu anlatılarda kadın karakterler ikinci planda kalır: Sesleri, arzuları işitilmez. Görünürde kadınlar vardır ama bu kadınların ne kadar "gerçek" olduğu tartışmalıdır. Cottino-Jones'un da ifade ettiği gibi İtalyan sineması da kadını çoğunlukla benzer bir yerde konumlandırır. Filmlerin anlatıları güzel kadınların erkeklerle olan aşk ilişkileri etrafında örülür. İtalyan sineması hem ataerkil sistemin hem de yaşamı -özellikle kadınların yaşamını- kontrol eden baskın Katolik ideolojinin etkisini sergiler. Katolik ve ataerkil ideolojilere göre bekâret ve cinselliğin kontrol altında olması "iyi" geleneksel kadınlığın temel özellikleridir. Çoğu İtalyan filmi, kadın karakterleri itaatkâr eşler ve fedakâr anneler olarak inşa eder (Cottino-Jones, 2010, s. 1, 3).

Luchino Visconti hakkında genel olarak "kadın karakterlerini sevmeyen ve anlamayan bir anti-feminist" olduğu görüşü hakimdir. Daha önce de bahsedildiği gibi Visconti *Güzeller Güzeli'nde* "anti-feminist" bakış açısında bir kırılma yaratır. Ana karakterini -ki bu bir kadındır- büyük bir sempatiyle, anlayışla sunar ve geliştirir (Nowell-Smith, 2011, s. 45). Visconti bir edebiyat uyarlaması olan (yeni) gerçekçi filmi *Tutku'da* da aynı bakış açısıyla kadın karakterlerine yaklaşır ve beyaz perdeye ataerkil söylemle birebir örtüşen kadınlar yerine ataerkil düzeni "sorgulayan" kadınları taşır.

"Faşizmin önerdiği küçük burjuva aile modeline karşı çıkan, ihanetin yanı sıra eşcinselliğe de değinen yönetmen, ağırlığını her alanda özgürlükten yana koyar" (Teksoy, 2005, s. 272). *Tutku'da* Visconti kadın bakış açısına olanak sağlar. Erkeklerin egemen olduğu bir dünyada kadını ve onun bakış açısını da görünür kılar. En önemlisi bunu yaparken kadına dair olumsuz bir bakış açısı sergilemez. Melodram türünde olduğu gibi tamamen "iyi" ya da tamamen "kötü" olarak kadın karakterlerini tiplerleştirmez. Giovanna parasızlık yüzünden erkeklerle yemeğe çıktığını ve sonrasında yaşadıklarını ima eder. Bunu bir meslek -fahişe- haline getirmeden evlenir. Bragana ile mantık evliliği yaptığını söyleyebiliriz çünkü kocasına aşık değildir. Yukarıda da bahsedildiği gibi Gino'nun Giovanna'ya kızgın olduğu bir gün parkta tanıştığı ve birkaç saati birlikte geçirdiği Anita balerindir. Balerinlerin kaldığı bir binanın bir odasında yaşamaktadır. Belli ki istediği mesleği yapmaktadır ama açıktan söylenese de istediği kazanca sahip değildir. Zaman zaman erkeklerle para karşılığı birlikte olmaktadır. Bu durum Gino ve Anita arasında geçen diyaloglardan anlaşılır. Ana kadın karakter Giovanna ve yan kadın karakter Anita'yı "saf iyi" ya da "saf kötü" olarak değerlendiremeyiz. Bu kadınlar gerçek hayattaki kadınlar gibidirler: Arzuları, korkuları, hayattan beklentileri vardır, gelgitlidirler, içlerinde çelişkiler de barındırırlar.

Visconti, Giovanna'yı kocasıyla kurduğu aile içinde "kadın" olarak inşa ederken, onu anne olarak betimlememiş, onu çocuk sahibi bir kadın olarak resmetmemiştir. Giovanna'nın evli olması, anne olmasını da beraberinde getirmemiştir. Aynı zamanda aile kutsallaştırılmamış aksine hayal kırıklığının -özellikle Giovanna ve sonrasında karısı Giovanna tarafından öldürülen Bragana için- merkez figürlerinden biri olarak gösterilmiştir. Bu bağlamda filmi ilerici bulabiliriz. Visconti'nin Giovanna'nın maddiyata önem vermesini ve iyi bir hayat sürme isteğini olumsuz göstermediği düşünülmektedir. Yönetmen alttan alta bu isteğin toplumsal, ekonomik ve kültürel nedenlerini bize/seyirciye hissettirir. Nowell-Smith'in de vurguladığı gibi Bragana'ya kaza süsü verip öldürdükten sonra Gino'nun yalvarmasına rağmen evi terk etmeyen, Gino'nun ona sunacağı hayatı reddeden ve toplumun ona hiç bir zaman sunmadığı hayatı arzulayan ve bunun için cinayet bile işleyen (2013, s. 10, 11) Giovanna, Gino'nun peşinde polislerin olduğunu öğrenmesiyle cinayetin açığa çıktığını düşünür ve her şeyi geride bırakarak Gino ile gitmeye razı

olur. Fakat bu noktada Gino'dan çocuk sahibi olacağını öğrenmesi de azımsanmayacak bir etkiye sahiptir. "Anne" olacağını öğrenmesi onu "değiştirmiştir".

Hem cinsel tutkusunun hem de maddi tutkularının peşinden giden Giovanna filmin sonunda ölür. Giovanna'nın beraber kaçarlar araba kazasında ölmesi, Giovanna'nın/kadının "yaptıklarından dolayı" filmin anlatısında "cezalandırıldığını" akla getirir. Filmin bu yönüyle ataerkil söylemle örtüştüğünü ve arzularının peşinden giden kadının er geç "cezalandırılacağını" görürüz. Film bu yönüyle sorunlu görünse de genel olarak bakıldığında zamanına göre kadın temsiline ilerici olduğu ve kadınları arzularıyla, çelişkileriyle, iyi ve kötü yanlarıyla seyirciye sunduğu düşünülmektedir. Yukarıda bahsedildiği gibi yeni gerçekçi film örneği olan *Roma, Açık Şehir*'in kadın karakterleri Marina ve Lauretta'yı dönemin zorlu sosyal ve politik koşullarının kurbanı olarak sunduğu gibi (Cottino-Jones, 2010, s. 59) *Tutku*'nun da Giovanna ve Anita'yı dönemin koşullarının kurbanı olarak inşa ettiğini söyleyebiliriz.

### 5. Extended Abstract

In cinematic narratives, mostly men's stories are included and female characters remain in the background. These female characters appear on the screen within the boundaries of accepted predictions about gender. Undoubtedly, it is hopeful that there are directors who act sensitively in representations of gender and go beyond the boundaries drawn by the dominant discourse. In this study whether a "relatively freer" space is opened in Luchino Visconti's *Passion (Osessione, 1943)* is evaluated by text analysis method, taking into account the narrative and cinematography. It is aimed to reveal female representations in *Tutku*. As Kaplan points out feminist film critics emphasize that film narratives are constructed with male based language and discourse in parallel with the unconscious language and they emphasize that dominant cinema is built according to the unconscious of the patriarchy (Kaplan, 2000, s. 30). In fact, while "femininity/being a woman" is represented on the screen, it is also reconstructed. In these representations, meanings of "being a woman" are produced. For this first of all, it is thought that talking about Visconti's cinema in general will be useful. As Nowell-Smith stated Visconti begins to be interested in cinema at an older age (2013, s. 1). Visconti comes from a noble family. The period in which he lived and the people who entered his life had a great influence on Visconti's understanding of cinema. Going to Paris and meeting Jean Renoir is an important turning point in Visconti's life.

During his stay in France, Visconti met the left-wing intellectuals who left their mark on his artistic and political personality (Prinzler, 1988, s. 171). Thus, the period that Visconti stayed in France resulted in his meeting with Renoir, in actor directing and cinematic understanding, and meeting the leftist section and shaping his perspective of life in this direction. The fact that Visconti went through an education that focused in fine arts was also effective in his understanding of cinema. As Korte emphasized Visconti's films represent polarization. The source of this polarization lies deep within the personal sensitivity of its creator. Visconti is one of the directors who consciously supports his work with tradition (Korte, 1971, s. 2).

*Tutku* which is an adaptation of James Cain's "The Postman Knocked Twice" allows the female gaze. Most importantly, he does not display a negative point of view towards women. He does not characterize female characters as completely "good" or completely "bad" as in melodrama genre. Female characters of *Tutku* (Giovanna who is the main female character and Anita who is the supporting female character of the film) are shown with their contradictions. Giovanna alludes to the fact that she went out to dinner with the men for lack of money. Although her marriage to Bragana saved Giovanna from "prostitution", she imprisoned in an unhappy marriage. As Giovanna, Anita who's a ballerina sometimes has sex with men for money. Anita is doing the job she wants but she can't earn enough money to survive. These women are trying to survive in their own ways that is open to debate whether right or wrong.

While Visconti built Giovanna as a "woman" in the family with her husband, he did not portray her as a mother, a woman with children. The fact that Giovanna is married did not bring her to become a mother. Family is not sanctified. It's shown as one of the central figures of disappointment.

Giovanna who pursues both her sexual and material passions, dies at the end of the movie. The death of Giovanna who was pregnant with Gino in a car accident while they were running away suggests that Giovanna was punished in the film's narrative for what she did. We see that this aspect of the film

overlaps with the patriarchal discourse and that the woman who follows her desires will sooner or later be punished. Although the film seems problematic in this respect, it is generally thought that it was progressive in the representation of women for its time and presented women to the audience with their desires, contradictions, good and bad sides. Although the film has melodramatic features in general it does not bring the audience to tears even with this unhappy ending. Visconti wants the audience to think about the social, economic and cultural background. The film emphasizes it is difficult to hold on to life especially as an unemployed woman.

**Keywords:** Luchino Visconti, *Obsession*, Italian Cinema, Woman

### Kaynakça

- Abisel, N., & Eryılmaz, T. (2011). Sinemanın Çağdaşlaşması: Yeni Gerçekçilik, Yeni Dalga. *Sinema Araştırmaları: Kuramlar, Kavramlar, Yaklaşımlar*. (Der. M. İri). İstanbul: Derin. 24-62.
- Bondanella, P. (2001). *Italian Cinema from Neo-realism to the Present*. New York: Continuum.
- Cottino-Jones, M. (2010). *Women, Desire, and Power in Italian Cinema*. United States of America: Palgrave Macmillan
- Daldal, A. (2003). *Art, Politics and Society: Social Realism in Italian and Turkish Cinemas*. İstanbul: Isis.
- Ekici, A. (2012). *Sicilya Tutkusunu Yeri Sarsıyor. Öğüç Onaran İçin... Sinemada Hayat Var*. (Der. S. Büker & S. R. Öztürk). Ankara: De Ki. 59-66.
- Gledhill, C. (2017). Tür ve Toplumsal Cinsiyet: Pembe Dizi Örneği. *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları* (Der. S. Hall), (Çev. İ. Dündar). İstanbul: Pinhan. 441-506.
- Hall, S. (2017). Temsil İş. *Temsil: Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları* (Der. S. Hall), (Çev. İ. Dündar). İstanbul: Pinhan. 21-98.
- Hennessey, B. (2021). *Luchino Visconti and the Alchemy of Adaptation*. Albany: University of New York.
- Kaplan, E. A. (2000). *Women and Film: Both Sides of The Camera*. London & New York: Routledge.
- Korte, W. F. (1971). Marxism and formalism in the Films of Luchino Visconti. *Cinema Journal*, 11(1), 212. ([https://www.jstor.org/stable/1225346?seq=1#metadata\\_info\\_tab\\_contents](https://www.jstor.org/stable/1225346?seq=1#metadata_info_tab_contents)) (Erişim tarihi: 24 Temmuz 2022).
- Landy, M. (2000). *Italian Film*. Cambridge : Cambridge University Press.
- Liehm, M. (1984). *Passion and Defiance: Film in Italy from 1942 to the Present*. California: University of California Press.
- Locke, R. (2014). Grand Visconti. *The Threepenny Review*, 24-25. ([https://www.jstor.org/stable/24429732?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=luchino+visconti+obsession&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3Dluchino%2Bvisconti%2Bobsession%26so%3Drel&ab\\_segments=0%2Fbasic\\_search\\_gsv%2Fcontrol&refreqid=fastly](https://www.jstor.org/stable/24429732?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=luchino+visconti+obsession&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3Dluchino%2Bvisconti%2Bobsession%26so%3Drel&ab_segments=0%2Fbasic_search_gsv%2Fcontrol&refreqid=fastly)) (Erişim tarihi: 22 Temmuz 2022).
- Minghelli, G. (2008). Haunted frames: history and landscape in Luchino Visconti's *Ossessione*. *Italica*, 85(2/3), 173-196.
- Nowell-Smith, G. (2011). *Luchino Visconti*. London: British Film Institute. ([https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=N-XxDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=luchino+visconti&ots=rC6buq\\_uE4&sig=TgUnjD79nOrMPiUhc0pX1BKhsA&redir\\_esc=y#v=onepage&q=abruzzo&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=N-XxDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=luchino+visconti&ots=rC6buq_uE4&sig=TgUnjD79nOrMPiUhc0pX1BKhsA&redir_esc=y#v=onepage&q=abruzzo&f=false)) (Erişim tarihi: 21 Temmuz 2022).
- Nowell-Smith, G. (2013). *Luchino Visconti*. (Çev. B. Erdoğan,) İstanbul: Agora.
- Öztürk, S. R. (2000). *Sinemada Kadın Olmak: Sanat Filmlerinde Kadın İmgeleri*. İstanbul: Alan.
- Poggi, G. (1960). Luchino Visconti and the Italian Cinema. *Film Quarterly*, 11-22. ([https://www.jstor.org/stable/1210429?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=woman+in+luchino+visconti&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3Dwoman%2Bin%2Bluchino%2Bvisconti%26so%3Drel&ab\\_segments=0%2Fbasic\\_search\\_gsv%2Fcontrol&refreqid=fastly-](https://www.jstor.org/stable/1210429?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=woman+in+luchino+visconti&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3Dwoman%2Bin%2Bluchino%2Bvisconti%26so%3Drel&ab_segments=0%2Fbasic_search_gsv%2Fcontrol&refreqid=fastly-)) (Erişim tarihi: 27 Temmuz 2022).
- Prinzler, H. H. (1988). Genel Bilgiler. *Luchino Visconti*. (Geitel, K., & Prinzler, H. H. & Schlappner M. & Schütte W.). (Çev. F. Ant). İstanbul: Afa. 171-188.
- Ricci, S. (2008). *Cinema and Fascism: Italian Film and Society, 1922-1943*. London: University of California.

Rocchio, V. F. (1999). *Cinema of Anxiety: A Psychoanalysis of Italian Neorealism*. Austin: University of Texas Press.

Schlappner, M. (1988). Savaş Sonrası İtalyan Sinemasında Gerçekçiliğin Ana Hatları. *Luchino Visconti*. (Geitel, K., & Prinzler, H. H. & Schlappner M. & Schütte W.). (Çev. F. Ant). İstanbul: Afa. 7-48.

Sorlin, P. (1996). *Italian National Cinema 1896-1996*. London: Rtl.

Teksoy, R. (2005). *Rekin Teksoy'un Sinema Taribi*. İstanbul: Oğlak.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Film ve Dizi Afişlerinde Pazarlama İletişimi Stratejisi Olarak Cinsel Çekicilik Kullanımı: Netflix Türkiye Örneği

Ümit ARKLAN\* 

Yılmaz Türker SANDIKCI\*\* 

Samed SOY\*\*\* 

## ÖZ

Özellikle son yıllarda iletişim teknolojilerinde yaşanan akıl almaz gelişim ve değişimler global ekonominin, dolayısıyla global rekabet ortamının dinamik yapısını önemli ölçüde etkilemektedir. Söz konusu dinamik yapı içerisinde tüketicilere ulaşmak her ne kadar kolaylaşsa da, sürekli farklı uyarılara maruz kalan muhatapların dikkatini çekmek ve onları inandırmak oldukça zorlaşmaktadır. Bu sebeple, küreselleşen dünyada artan rekabet ortamı içerisinde markalar tüketicilerin ilgisini çekmek ve arzu edilen yönde davranış değişikliği sağlamak için sıklıkla çeşitli pazarlama iletişimi stratejilerinden yararlanmaktadır. Bahsi geçen stratejilerden biri de kayda değer kullanım sıklığı ile son günlerde ön plana çıkan cinsel çekiciliktir. Hedef kitlelerde cinsellik içeren bileşenlerle farkındalık yaratmanın yanı sıra, hedef kitleyi yüzeysel yönlendirmeye ikna etmeye çalışan cinsel çekicilik, çeşitli sektör ve alanlarda yararlanılan önemli bir strateji olarak değerlendirilmektedir. Buradan yola çıkarak çalışmada dijital yayın platformlarından olan Netflix Türkiye'nin film ve dizileri için ürettiği/kullandığı afişler cinsel çekicilik ve cinsel çekiciliğin alt kategorileri kapsamında nicel içerik çözümlemesine tabi tutulmaktadır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda hem film hem de dizi afişlerinde cinsel çekicilik kullanımının; çıplaklık/giyim, cinsel davranış, fiziksel çekicilik, cinsel imalar ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorileri arasında cinsel davranış ve fiziksel çekicilik kategorilerinin daha fazla tercih edildiği ve cinsel içerikli ikna argümanlarının en çok anılan kategoriler aracılığıyla izler kitleye aktarıldığı tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Pazarlama İletişimi, Pazarlama İletişimi Stratejileri, Cinsel Çekicilik, Afiş, Netflix Türkiye

## Use of Sexual Attraction as a Marketing Communication Strategy in Posters of Movies and Series: The Example of Netflix Turkey

### ABSTRACT

Incredible developments and changes in communication technologies have had significant effects on the dynamic structure of the global economy, and therefore, on the global competitive environment, especially in recent years. Although it is easier to reach consumers in this dynamic form, it is still very difficult to attract the attention of the users, who are constantly exposed to different stimuli, and to convince them. Therefore, brands often use various marketing communication strategies to attract the attention of consumers and to provide behavioral changes in the desired direction in the increasingly competitive environment in the globalizing world. One of the abovementioned strategies is sexual attractiveness, which has come to the forefront in recent years with its remarkable frequency of use. In addition to raising awareness in target audiences with sexual components, sexual attractiveness, which tries to persuade the target audience with superficial manipulation, is considered an important strategy used in various sectors and fields. Based on this point of view, the posters produced/used by Netflix Turkey, which is one of the digital broadcasting platforms, for the movies and TV series are subjected to quantitative content analysis in the scope of sexual attractiveness and its sub-categories. As a result of the analyzes made, the use of sexual attraction in both movie and TV series posters was among the categories of nudity/clothing, sexual behavior, physical attractiveness, sexual innuendo, and sexual images appealing to the subconscious, the categories of sexual behavior and physical attractiveness are preferred more and persuasion arguments with sexual contents are conveyed to the audience via the abovementioned categories.

**Keywords:** Marketing Communication, Marketing Communication Strategies, Sexual Attraction, Poster, Netflix Turkey

### 1. Giriş

Küreselleşen dünya düzeninde rekabet ortamının her geçen gün etkisini artırması tüketiciler kadar markaları da etkilemektedir. Tüketicilerin her gün binlerce uyarana maruz kalması ve markaların bu mesajlar arasından tüketicilerin zihnine ulaşmaya çalışması iletişim teknolojilerinin gelişmediği dolayısıyla rekabetin bu denli artmadığı dönemlere kıyasla oldukça zorlaşmıştır. Aslında 'dijitalleşmenin

\* Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, umitarklan@sdu.edu.tr

\*\* Doktora Öğrencisi, 100/2000 YÖK Doktora Bursiyeri, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, turksanyts@gmail.com

\*\*\* Doktora Öğrencisi, 100/2000 YÖK Doktora Bursiyeri, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, samedsoy@outlook.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 29.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 18.05.2022

hayatın her alanına sirayet ettiği günümüzde' (Arklan vd., 2021, s. 396) iletişim teknolojilerindeki gelişmeler tüketiciye geleneksel medyadan yeni iletişim ortamlarına kadar geniş bir yelpazede ulaşmak için avantajlı gibi gözükse de markaların çeşitlenmesi, ürünlerin benzerliğinin artması ve tüketicilerin çok fazla iletiyle iç içe olması gibi unsurlar bu durumu gördüğünden daha fazla karmaşık hale getirmektedir. Bu karmaşa içerisinde artık 'markaların rekabet stratejilerinde kullandığı pazarlama iletişimi taktiklerine her geçen gün bir yenisi eklenmektedir' (Şimşek, 2007, s. 135). Çünkü globalleşen dünyanın artan rekabet koşullarında bir ürün ya da hizmetin beklentileri karşılayan standartlarda üretilmesi tek başına yeterli olmamaktadır. Bunun, çok farklı stratejiler kullanmak suretiyle hedef kitlelerde bir rıza üretimi oluşturacak şekilde tüketicilere ulaştırılması da gerekmektedir.

Pazarlama iletişimi çalışmaları çerçevesinde hedef kitlelerin ikna edilebilmesi için değişik türden stratejiler düşünülmekte ve tatbik edilmektedir. Belirlenen amaca ulaşmak için bahse konu stratejiler, zamana ve duruma göre hayata geçirilmekte, aralarındaki eşgüdüm koşullar doğrultusunda şekillendirilmektedir. Kimi zaman bilişsel süreçlere hitap edilmeye çalışılırken, kimi zaman duygusal bağlamlardan hareket edilmekte, kimi zaman da hem bilişsel hem de duygusal boyutlara dokunacak şekilde stratejiler kurgulanmaktadır. Burada pazarlanmak istenen ürün ve hizmetler ile muhatap alınan kişi ve kurumsal yapılar ve onların karakteristikleri temel belirleyiciler arasında olmaktadır. Bir başka deyişle tüketicilerin zihnine ulaşılması noktasında işlevsellik kazanan pazarlama iletişimi stratejilerinde birçok rasyonel ve duygusal bileşen aynı anda ya da tek başına devreye sokulabilmekte ve atılacak adımlar ise hedef pazarların içyapısıyla alakalı şekillenmektedir.

Günümüzde reklam ve pazarlama alanlarında sıklıkla yararlanılan, alışılmışın dışında ve kreatif bir yapıda kullanımı göze çarpan mühim bir duygusal bileşen olarak ifade edilen cinsel çekicilik, söz konusu stratejiler arasında kendine yer bulacak türden öneme sahip bir pazarlama iletişimi stratejisi olarak değerlendirilmektedir. Markaların geline kapitalist rekabet ortamında rakiplerinden ürün ve hizmetlerini farklı kılmak için yararlandığı cinsel çekicilik, cinsel unsurların ön planda tutulduğu ayrıca ikna argümanlarının cinsel nesne ve olaylar üzerine kurgulandığı bir türdür. Markalar tarafından tüketicilerin ilgisini çekmek ve onlarda istenilen yönde davranış değişikliği sağlamak amacıyla cinsel birtakım unsurların devreye girdiği bu çekicilik türünde duygusal temelli ikna argümanlarına başvurulmaktadır.

Tüm bu ön kabullerden hareketle kaleme alınan çalışma, dijital yayın platformlarından biri olan Netflix Türkiye'nin film ve dizileri için ürettiği/kullandığı afişlerde bir pazarlama iletişimi stratejisi olarak cinsel çekiciliğin ne düzeyde ve nasıl kullanıldığını ortaya koyma amacı taşımaktadır. Bunu yaparken de çalışmanın temel dayanaklarını oluşturan kavramsal açıklamaların ardından, 21-24 Nisan 2022 tarih aralığında Netflix Türkiye internet sayfasında yer alan film ve dizi türleri içerisinde en fazla afiş sayısına sahip ilk 5 tür film ve dizi afişi nicel içerik çözümlemesine tabi tutulmakta ve cinsel çekicilik çerçevesinde oluşturulan araştırma sorularına yanıt bulmaya çalışılmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Pazarlama İletişimi ve Bir Pazarlama İletişimi Stratejisi Olarak Cinsel Çekicilik

Pazarlama iletişiminin ne olduğunu iyi anlayabilmek için öncelikle bu kavramı meydana getiren iki temel kavramın özüne vakıf olunmasında yarar bulunmaktadır. Bu doğrultuda en basit haliyle pazarlama, işletmelerin, rekabet ortamında farklılaşmalarını sağlayan bir araç konumunda işlevsellik kazanan ve etkin bir iletişim aracı olarak kullanılan bir unsur olarak tanımlanmaktadır (Yolaç & Demir, 2004, s. 121). Başka bir ifadeyle pazarlama, üretilen bir ürün veya hizmetin hedeflenen kişi ya da kurumsal yapılara ulaştırılması/satılması için gerçekleştirilen tüm eylemleri kapsayan bir süreci ifade etmektedir. 'İletişim ise, bireyler arasında gerçekleştirilen anlam yüklü simgeler gönderimi, alımı, işlenimi, tekrar gönderimi ve tekrar işlenimini niteleyen bir süreçtir' (İnceoğlu, 2011, s. 199). Yani iletişim, iki taraf arasında karşılıklı bilişsel ve duygusal alışverişlerle zihinlerde anlamların buluşmasıdır.

Günümüz rekabet ortamında işletmeleri tüketicilerle buluşturan ve satış sürecini teşvik eden pazarlama iletişimi (Dejnaka, 2017, s. 59), söz konusu kavramlara paralel olarak satmak niyetiyle yola çıkılan bir ürün ya da hizmetin muhatap konumundaki kişi ya da kuruluşlara ikna edici mesaj stratejilerini kullanarak onlarda satın alma niyeti oluşturmak üzere gerçekleştirilen iletişimsel eylemler bütünüdür. Somut bir ifadeyle pazarlama iletişimi 'herhangi bir işletmenin temel hedeflerine ulaşılmasına katkıda



bulunması gereken; bir yandan bilginin yayılmasını diğer yandan iknanın etkinliğini değerlendirmek için geri bildirim almaya dolayısıyla gelecekte hedef pazarların gereksinimlerine daha iyi uyum göstermesine aracı olan bir bileşen olarak belirtilmektedir' (Malinowska, 2013, s. 133-134). Pazarlama iletişimi özellikle global kapitalizmin egemen olduğu toplumsal koşullarda, insanların gündelik yaşamlarını ve ilişkilerini sermaye ve işletme tabanından kurgulama çabalarına işaret etmektedir (Tellan, 2015, s. 79). Bu haliyle pazarlama iletişimi, tüketicilere salt bilgi sağlama aracı olmaktan ziyade bireyleri bir şeye inandırmak ya da bir şeyi yapmak için onların tutumlarını değiştirmek (Odabaşı & Oyman, 2005, s. 39), kıskırtmak en nihayetinde ikna etmek için gerçekleştirilmektedir (Keller, 2001, s. 819). O halde pazarlama iletişiminin amacının, tüketicinin değer anlayışını ve faydalar ile maliyetler arasındaki ilişkiyi etkilemek olduğunu söylemek mümkündür (Holm, 2006, s. 24).

Her gün binlerce ürün ya da hizmetin farklı kanallardan (reklam, halkla ilişkiler, sponsorluk, satış noktası etkinlikleri, şehir mobilyaları, promosyon vb.) gönderdiği marka mesajlarına maruz kalan tüketicinin zihnine ulaşmada kullanılan stratejiler farklılaşmakta ve adeta marka savaşları yaşanmaktadır. Farkındalık yaratmada kullanılan geleneksel pazarlama iletişimi araçlarının ötesinde yaratılan alternatif pazarlama iletişimi stratejileriyle bu savaş daha da şiddetlenmektedir (Şimşek, 2007, s. 136). Böylece farklı ve yaratıcı pazarlama iletişimi stratejileri ile markalar ürün ya da hizmetlerini tüketici zihnine yerleştirmeye çalışmaktadır. Giderek daha karmaşık hale gelen medya ortamında, pazarlama iletişimcileri dağınıklığı kırmanın ve dikkat çekmenin yollarını aramaktadır. Özellikle son dönemlerde duygusal çekiciliğin etkisini fark eden pazarlamacılar insanı etkileyebilecek daha farklı türde duyguların peşine düşmüş ve onları kullanarak tüketiciyi etkileyecek stratejiler üretmeye başlamıştır (Toker & Sulak, 2020, s. 121). Bu stratejiler içerisinde tüketicilerin dikkatini çekebilecek mizah, korku ve cinsel çekicilik gibi birçok strateji geliştirilmiştir (Putrevu, 2008, s. 57). Bugünlerde bir pazarlama iletişimi stratejisi olarak cinsel çekicilik ise özellikle global markaların ürün ya da hizmetlerinin tanıtımında öne çıkan bir teknik olarak göze çarpmaktadır (Liu vd., 2009, s. 502).

Cinselliğin pazarlama iletişimde kimi zaman doğrudan, çoğu zaman da çağrışımsal düzlemde kullanılması (Göker & Göker, 2020, s. 262) öncelikle cinselliğin ne olduğu üzerinde durmamızı gerektirmektedir. O halde doğumla başlayıp ömür boyu devam eden (Öksüz, 2020, s. 17), yaşamın her döneminde insanın hayatında yer alan, hayatın temel gereksinimlerinden olan (Kumcağız, 2020, s. 2) ve bireyler için vazgeçilmez bir olgu olma (Sarı, 2007, s. 15) özelliği taşıyan cinsellik, insanların düşünce, tutum ve davranışlarının dolayısıyla genel olarak hayat tarzının şekillenmesinde role sahip bir etmen olarak nitelendirilmektedir (Ergin, vd., 2018, s. 215). Cinsellik, diğer canlılarda olduğu gibi insan için de 'biyolojik ve içgüdüsel nitelikler taşımaktadır. Bu nedenle cinsellik, güvenliğin hemen ardından gelen psikolojik çekiciliklerin ikinci en güçlüsü konumunda yer almaktadır (Taflinger, 1996, s. 2).

Cinsel çekicilik, duygusal temele dayanan doğasıyla, etrafta olup bitenlerin, gözlenen durumların ve maruz kalınan enformasyonların bireyin cinsel dürtülerine hitap etmesi ve ona hoş gelmesi durumudur. 'Temelde çıplaklık ya da cinsel berraklık miktarı olarak görülen cinsel çekicilik' (Shanthi & Thiyagarajan, 2012, s. 11) aslında hedef kitlelerde arzu edilen davranış değişikliğini sağlamaya çalışan duygusal bir çekiciliği ifade etmektedir (Tai, 1999, s. 96). Bir pazarlama iletişimi stratejisi olarak değerlendirilen cinsel çekicilik, erkek ya da kadın bedeninin açıkça sergilenmesi, cinselliğe teşvik eden ifade ya da ürünün güçlü bir cinsel sunum içinde aktarılması şeklinde tezahür etmektedir (Richmond & Hartman, 1982, s. 60). Cinsel çağrışımlar, aşırı cinsel uyarımlar veya şehvet düşkünlüğü ile seyircide merak ve tanıtımı gerçekleştirilen ürün ya da hizmet ile ilgili güçlü duygular uyandırabilen bu çekicilik türü (Gürdin, 2016, s. 57), çoğu zaman halka uygunluğuyla ilgili tartışmalara yol açsa da insanları duygusal olarak çabuk etkileyebilmekte ve kolayca etkisi altına alabilmektedir (Sarpal, 2018, s. 28). Cinsel çekiciliğin bireyler üzerinde sahip olduğu etki nedeniyle, onun pazarlama iletişimi stratejisi olarak kullanılması, konunun uzmanları için oldukça mantıklı gelmektedir.

Cinsel çekiciliğin temel amacı izleyicinin dikkatini çekmek, markayı/ürünü bir arzu nesnesine dönüştürmek ve ürüne sahip olmakla cinsel cazibenin artırılacağına ilişkin bir algıyı tüketiciye aşılaktır (Göker & Göker, 2020, s. 262). Yani tanıtımı yapılan ürün ya da hizmeti tüketicinin zihninde konumlandırmak amacıyla çeşitli cinsel içerikli ikna enstrümanlarının kullanılması cinsel çekiciliğin odak noktasını oluşturmaktadır. Tüketici zihnine kodlanmaya çalışılan cinsel uyarımlar ile ikna örüntüleri

sağlanmakta ve tüketicilerin duygusal belleğinin işlevsel hale getirilmesi hedeflenmektedir. En nihayetinde cinsel içerikli duygusal ikna argümanlarının yardımıyla tüketicide istendik yönde tutum ve davranış değişikliği amaçlanmaktadır. Burada önemli olan, hitap edilen hedef kitleleri istenilen yönde davranış değişikliğine uğratmak olduğundan, hazırlanacak mesajlarda ve oluşturulacak tasarımlarda cinsel çekiciliğe yapılacak atıflar hem fark edilmeyi sağlayacak hem de hedef kitleleri arzulan şekilde etkilemeye daha fazla imkân tanyacaktır.

Cinsel çekicilik, pazarlama iletişimde önemli bir strateji olarak (Ismail & Melewar, 2014, s. 554), çağrışım oluşturma, duygusal tepkiler uyandırma ve satın almaya yöneltme temelinde kullanılmaktadır (Şahin, 2014, s. 5). Bu haliyle tüketicinin dikkatini çekme ve akılda kalıcılığı sağlama konusunda oldukça başarılı olduğu düşünülmekte (Tüfekçi & Oyman, 2020, s. 3) ve onunla ilgili olarak kabul gören beş çeşit yaygın cinsel uyarıcı olduğu ifade edilmektedir. Buna göre (Reichert, 2003, s. 13-27; Suher & İspir, 2008, s. 82-83):

**Çıplaklık/giyim:** Bir prodüksiyonda modellerin giysilerinin ölçüsü ve tarzı önem arz etmektedir. Çok dar giysilerden, iç çamaşırı giyilmesi ve çıplaklığa kadar değişen şekillerde vücudun teşhir edilmesi buna örnek teşkil etmektedir.

**Cinsel Davranış:** Bireyler arasındaki cinsel davranışa vurgu yapmaktadır. Flört, göz teması, duruş ve hareket (vücut dili, sessiz ve sesli iletişim) dahildir. İki veya daha fazla insan arasındaki cinsel etkileşim genellikle sarılmayı, öpüşmeyi ve daha yakın cinsel davranış çeşitlerini içermektedir.

**Fiziksel Çekicilik:** Modelin fiziksel güzelliğinin genel seviyesidir. Çoğu zaman yüz güzelliğini, ten rengini, saç ve vücut yapısını kapsamaktadır.

**Cinsel İmalar:** Çift anlamlı sözler kullanmak suretiyle, kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesnelere ve olayları ima etmeyi ve bu tarz şeylerden bahsetmeyi içermektedir. Ayrıca, ortam, ışıklandırma, tasarım öğeleri, kamera teknikleri ve kurgu gibi cinsel anlamları arttıran veya bu tarz anlamlara katkıda bulunan kolaylaştırıcı faktörleri de bünyesinde barındırmaktadır.

**Bilinçaltına Hitap Eden Cinsel İmgeler:** Bilinçaltı düzeyinde cinsellikle ilgiliymiş gibi değerlendirilen içerikleri belirtmektedir. Seks gibi kelimeler, cinsel organları ve cinsel davranışları çağrıştıran cinsel olmayan somut nesnelere ile cinsel organların, vücut parçalarının ve insanların küçük resimlerini kapsamına almaktadır.

Görüldüğü üzere yapılan araştırmalarda cinsel çekicilik temelde çıplaklık ve daha kapsamlı olarak alt kriterlere göre derecelendirilmektedir. Bu da kapalı giyinmekten; baştan çıkarıcı veya imalı bir biçimde giyinmeye kadar uzanan, yarı çıplaklık ve tamamen çıplaklık dereceleri olarak belirtilmektedir. Yani cinsel çekicilik, çıplaklık ölçüsü, cinsel ima dereceleri ve uygulama boyutuyla literatürde yer almaktadır (Tüfekçi & Oyman, 2020, s. 16). Örneğin; cinsel uyarıcıların görsel olarak gösterimi açık ya da örtük olabilmektedir. Buna göre; cinsel ilişkiye benzer bir pozisyon açık (müstehcen), cinsiyete yapılan görsel göndermeler ise örtülü (gizli) şeklinde ifade edilmektedir (Chang & Tseng, 2013, s. 560).

Sonuç olarak cinsel çekicilik, insanın biyolojik doğasına hitap eden, temel amacı dikkat çekmek olan (Şahin, 2014, s. 88) ve hedef kitleyi ikna etmek açısından etkili olduğu düşünülen bu sebeple çekicilik türleri arasında yaygın kullanılan bir tür duygusal çekicidir (Ergin vd., 2018, s. 212). Burada önemli olan, hangi cinsel çekicilik unsurlarının, pazarlama iletişim aracı olarak yararlanılan ne tür ortam ve materyallerde ne şekilde kullanılacağı, söz konusu çekiciliğin nasıl bir bağlam içerisinde ne düzeyde işleneceği, pazarlaması yapılan ürün ya da hizmetle hangi yönlerden ne minvalde ilişkilendirilerek verileceğidir. Tüm bunlar iyi düşünülüp ölçülü bir biçimde ve konunun profesyonellerince hesaba katılarak hazırlanacak bir stratejide uygulandığında başarılı bir sonucun elde edileceği kuşku götürmez bir gerçektir.

## 2.2. Pazarlama ve İletişimin Arayüzü: Film ve Dizi Afişleri

Tarihsel süreç içinde afişle ilgili ilk izlere Hammurabi yasalarında, Mısır hiyerogliflerinde, daha da geriye gidilecek olursa Altamira ve Lasque duvar resimlerinde rastlanmaktadır. Zira M.Ö. 4000'li yıllarda Asur ticaret kolonilerinin Anadolu'daki alışverişlerinde mallarını daha iyi tanıtmak ve satmak amacıyla, kil tabletler üzerine çivi yazıları yazmaya başlaması afişin ilk örnekleri olarak nitelendirilebilmektedir. Ancak modern anlamda afişin kökeni, matbaa sistemlerinin bulunmasından, yani basılı üretimin başlamasından sonra aranmaktadır. 15. yüzyıla kadar duvarlara asılmış bir kâğıttan başka bir şey olmayan afişler,

Gutenberg'in matbaa sistemini bulmasıyla gerçek kimliğine kavuşmuştur. Böylece grafik sanatların dolayısıyla afişlerin basılıp çoğaltma yöntemi ile daha geniş kitlelere ulaşma olanağı doğmuştur (Bahar, 2006, s. 15). Son yıllarda ise gelişen iletişim teknolojileri ve yeni medya alanının özgün olanakları bir iletişim dizgesi olarak afişin yalnızca basılı olarak değil, dijital, web tabanlı ya da mobil olarak da etkileşimli üretilmesine olanak tanımıştır (Holat, 2021, s. 295).

Kavramsal olarak ele alındığında, afiş kavramını Türk Dil Kurumu (TDK); "bir şeyi duyurmak veya tanıtmak için hazırlanan, kalabalığın görebileceği yere asılmış, genellikle resimli duvar ilanı" (<https://sozluk.gov.tr/>); Yıldız (2019, s. 44), toplumun genelinin görebileceği yerlere asılan, görsel ve yazılı unsurlardan oluşan bildiriler; Deliduman ve Çakmak (2017, s. 315), herhangi bir mesaja veya bir konuya dikkat çekerek ilgililerin bilgilendirilmesi amacı ile hazırlanan görsel materyallerin, sosyal yaşamın hareket kazandığı cadde ve meydanlarda sergilendiği bir medya elemanı; Yüksekbilgili ise (2013, s. 17), toplumun yaşadığı, toplandığı cadde, meydan ve sokaklarda duvar ya da ilan panolarına yapıştırılan, değişik boyutlarda olan ve buradan geçen insanlar tarafından görülen tanıtım medyası elemanı olarak nitelendirmektedir.

Aslında afiş anlamlandırma noktasında bu betimlemelerin yanlış bir noktası bulunmamaktadır. Fakat günümüzde internet teknolojilerinin gelişimi dolayısıyla dijital platformların hayatımıza girmesi hatta metaverse denilen sanal dünyaya geçiş afişlerin daha çok dijital ortamların ışığında detaylı anlamlandırılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Zira afişe dair yapılan nitelendirmelere ek 'sosyal ortamların yeniden amaca uygun dijital çerçeve platformuna dayalı olarak gelişmesi de göz önüne alındığında' (Venkatesan & Coskun, 2019, s. 1) herhangi bir ürün, hizmet ya da fikrin tanıtımı sadece toplumsal yaşam içerisinde yer alan fiziksel unsurlar (şehir mobilyaları, pano, duvar vb.) ile ilgili değil sanal ortam içerisinde (internet sayfaları, metaverse evreni, sosyal medya sayfaları vb.) de var olan unsurların eklenmesiyle anlam kazanmaktadır. Bu çerçevede afiş; tanıtım değerine sahip herhangi bir şeyi hedef kitlelere duyurmak, bildirmek ve kimi zaman da satmak amacıyla, görsel iletişim imgelerinden yararlanarak bir yandan toplumun yaşadığı cadde ve sokaklarda duvar ya da ilan panolarına yapıştırılan, diğer yandan internet sayfalarına, web sitelerine, bloglara, mobil uygulamalara, metaverse evrenine ve sosyal medya platformlarına yerleştirilen duvar (gerçek-sanal) ilanlarıdır. Bu haliyle geline son noktada internet tabanlı teknolojilerin sağladığı avantajlar ile afişler basmakalıp çehreden dijital bir çehreye kavuşmuş pazarlama ve iletişimin etkileşimli arayüzü olmuştur.

İster basılı ister dijital olsun her tür afişin temel amacı, mesajı 'hedef kitleye doğru bir biçimde' (Özpolat, 2020, s. 283), en iyi ve en ikna edici şekilde ulaştırarak hedef kitlenin imgelem dünyasında istenen türde bir etki yaratmaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için ise afişlerin diğer tanıtım mecralarında olduğu gibi, farklı stratejilerle kurgulanması, ilgili tanıtım aracının doğasına uygunluk gösterecek değişik türden yöntem ve tekniklerden yararlanılarak hazırlanması önem arz etmektedir. Bahsi edilen strateji, yöntem ve teknikler ise afişlerin kullanım mecralarına göre değişkenlik gösterebilmektedir. Örneğin siyasal içerikli bir afiş ile film ve dizi tanıtımında kullanılan bir afişin kendine özgü hazırlık süreçlerinden geçerek, farklı strateji, yöntem ve teknikler üzerine kurgulandığı görülebilmektedir. Her ne kadar kendi doğasına uygun ve birbirlerinden farklı şekilde kurgulanan bir süreci içerse de afişler temelde benzer amaçlara hizmet etmekte ancak uygulanan mecra düzeyinde ortaya çıkan farklılıklar afişlerin çeşitli kollara ayrılmasına neden olmaktadır.

Bu bağlamda pazarlama iletişiminin bir kolu olan film ve dizi afişleri, tanıtımını yapmak üzere hazırlanan filmin ya da dizinin pazarlama tekniğinin önemli bir parçası olarak görülmektedir (Juliantari, 2014, s. 2). Söz konusu afişler, gösterime girecek film ya da dizinin reklamı için tasarlanmış posterlerden meydana gelen ve diğer tanıtıcı afişlerden farklı olarak filmin adı aynı zamanda filmi çağrıştıran söz dizisi ile başrol oyuncularını içeren bir pazarlama iletişimi aracıdır (Güney, 2009, s. 89). Bu yönüyle film ve dizi afişleri herhangi bir ürün reklamından farklı olarak filme ve diziyeye dair özellikleri yansıtmakta, spesifik olarak filmin ya da dizinin türü (komedi, romantik, macera, gerilim vb.), kimin başrol kimin yardımcı rollerde olduğuna dair ipuçları, yapımda rol alan kişilerin kimlikleri (oyuncuların, yönetmenin, yapımcının isimleri vb.) ve işlenen konu hakkında fikir veren bilgileri içermektedir (Çakır & Demir, 2011, s. 12).

Film ve dizi afişlerinin iki önemli işlevi bulunmaktadır. Bunlar; gösterime girecek film ya da dizi hakkında tanıtıcı bilgilerin işlenmesi ve bu bilgilerin tüketicilere dikkat çekici şekilde sunulmasıdır film ya da

dizinin gösterime girmeden tüketiciye pazarlanması sürecini içermektedir. O halde ‘niteliksel bilgilerin yer aldığı film ve dizi afişlerinin dikkat çekmesi, fark edilmesi, kolay anlaşılması ve hatta akılda kalıcı olması için bilgilendiricilik, uyarıcılık ve tasarım özelliklerinin bir bütünlük içerisinde izleyiciye sunulması gerekmektedir’ (Çakır & Demir, 2011, s. 12). Ayrıca bu afişlerin, gerek filmin gerekse dizinin genel mesajını ve ekranda taşıdığı duyguları tüketiciye aktarabilen bir niteliğe sahip olması önemlidir (Fagerholm, 2009, s. 3-5). Çünkü tüketicinin edindiği ilk bilgiler tanıtıcı nitelikleri dikkat çeken unsurlar ise pazarlama iletişimi öğelerini kapsamaktadır. Dolayısıyla film ya da dizi afişlerinde tanıtım bilgilerinden ziyade pazarlama iletişimi öğelerinin ‘açık, sade, net ve estetik bakış açısıyla aktarılması’ (Çelik & Cebe, 2021, s. 17-18) önem arz etmektedir. Zira bireylerin ikna sürecinde kullanılan strateji ve taktikler filmin ya da dizinin izlenme oranlarına etki edebilen önemli unsurlar arasında bulunmaktadır.

### 3. Yöntem

Araştırma, iletişim materyallerini anlamlandırmaya dayanan (Öğülmüş, 1991, s. 213); incelenmek üzere kaydedilmiş iletişim biçiminin içeriğine odaklanan, kaydedilmiş iletişim biçimleri arasında yer alan her türden kitap, dergi, televizyon programları, reklamlar, rapor, web sayfası, pano, poster, metin gibi daha da çoğaltabileceğimiz alanlardaki verileri analiz etmek için kullanılan (Gül & Nizam, 2021, s. 183), pozitivist bir araştırma geleneğinden gelen kodlama şemasının kodlama başlamadan önce belirlenmesini sağlayan ve konunun muhteviyatı doğrultusunda kategorilerin oluşturulmasına olanak tanıyan (White & Marsh, 2006, s. 30-31) nicel içerik çözümlemesi olarak da bilinen nicel içerik analizi yöntemi üzerine inşa edilmiştir.

Araştırma, genel tarama modelindedir. Çalışmada, üyelerine “internete bağlı bir cihazda reklamsız olarak dizi ve film izlemelerini sağlayan abonelik tabanlı bir yayın hizmeti” (<https://help.netflix.com/tr>) sunan ve dünyada en popüler dijital yayın platformlarından biri olan Netflix’in, film ve dizileri için kullandığı afişlerde, pazarlama iletişimi stratejisi olarak cinsel çekiciliğin ne düzeyde ve nasıl yer aldığına ortaya konulması amaçlanmaktadır.

Çalışmada, araştırma amacına en iyi hizmet edeceği düşünülen, en uygun birimleri belirleme fırsatı sunan (Baştürk & Taştepe, 2013, s. 144), araştırmanın hedefine bağlı olarak enformasyon açısından zengin durumları ele alan, derinlemesine analiz edilmesine imkân tanıyan (Büyüköztürk, 2008, s. 89) ve mühim derecede özel dolayısıyla erişilmesi zor bir nüfusun olası tüm örnek hadiselerini belirlemek adına kullanılabilen rastlantısal olmayan amaçlı örneklem (Neuman, 2014, s. 322) tercih edilmiştir. Bu doğrultuda, Netflix Türkiye dijital platformunda yayınlanan film ve dizi türleri içerisinde en fazla afiş sayısına sahip ilk 5 tür seçilerek bulgular bir bütün olarak örnekleme dahil edilmiştir.

21-24 Nisan 2022 tarih aralığında Netflix Türkiye’de yayınlanan film ve dizi afişleri söz konusu platformun içerik ve algoritmasına uygun olacak biçimde araştırmaya alınmıştır. Bu kapsamda Netflix platformuna üyelik girişi yapılarak ana sayfada yer alan film ve dizi türleri alt sekmesinden film ve dizi türlerine ulaşılmış, film ve dizi türleri A’dan Z’ye olacak biçimde sıralanmış ve burada yer alan afişlerden veriler elde edilmiştir. Film ve dizi afişlerine dair elde edilen verilerin doğruluğunun sağlanması için farklı şehir ve değişik hesaplardan Netflix’e giriş yapılarak aynı film ve dizi türlerindeki afişler karşılaştırmaya tabi tutulmuştur. Karşılaştırmalar sonucu elde edilen verilerde herhangi bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca herhangi bir film ya da dizi türünde yayınlanan afişin başka bir film ya da dizi türünde eş zamanlı yer aldığı bir algoritmayla çalışan sistem bozulmadan veriler işlenmiştir. Örneğin; drama türünde yer alan bir film ya da dizi afişi romantizm yahut aksiyon türündeki afişte de aynı anda yer alabildiğinden bu tarz özelliklere sahip afişler tek bir film ya da dizi türünde değil birden fazla türde değerlendirmeye dahil edilmiştir. Söz konusu işlemler sonucunda elde edilen veriler hazırlanan kodlama cetveline göre tasnif edilip güvenilirliği test edilmiş ve bulgular kısmında tablo/grafik haline getirilen bilgilere ulaşılmıştır.

Gerçekleştirilen içerik analizinde; toplamda 5747 film ve dizi afişi cinsel çekicilik kullanımı kapsamında çıplaklık/giyim, cinsel davranış, fiziksel çekicilik, cinsel imalar ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorileri altında incelenmektedir. Bu bağlamda film ve dizi afişlerinde söz konusu kategori kullanımları üzerine çıkarımlarda bulunulmakta ve karşılaştırmalı analizler gerçekleştirilmektedir.

Tüm bu süreçler işletilirken aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranmaya çalışılmaktadır:

Araştırma Sorusu 1: Netflix Türkiye’de yayınlanan film ve dizi afişlerinde pazarlama iletişimi stratejisi olarak cinsel çekicilik kullanımına ne düzeyde ve nasıl başvurulmuştur?

Araştırma Sorusu 2: Netflix Türkiye’de yayınlanan film ve dizi afişlerinde cinsel çekicilik kategorileri ve içerikleri ne düzeyde kullanılmıştır?

Araştırma Sorusu 3: Netflix Türkiye’de yayınlanan film ve dizi afişlerinde cinsel çekicilik kullanım kategorileri ve içerikleri açısından hangi noktalarda ne düzeyde bir farklılaşma vardır?

#### 4. Bulgular

##### 4.1. Film ve Dizi Afişlerinde Cinsel Çekicilik Kullanımına İlişkin Genel Kategorik Bir Betimleme

Tablo 1’e bakıldığında araştırmaya konu olan film ve dizi afişlerinin genel dağılımı görülmektedir. Bu dağılım içerisinde toplamda 5747 film ve dizi afişi cinsel çekicilik kullanımını kapsamında detaylıca incelenmektedir. Yapılan incelemeler sonucu elde edilen bulgular çerçevesinde 3238 film afişinde; 343 (%10,59), 2509 dizi afişinde; 261 (%10,40) toplamda ise; 604 (%10,51) afişte cinsel çekicilik unsurlarının kullanıldığı göze çarpmaktadır. Cinsel çekicilik minvalinde incelenen bahsi geçen afişler literatürden elde edilen ve literatürde kabul gören çıplaklık/giyim, cinsel davranış, fiziksel çekicilik, cinsel imalar ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorilerinde ele alınmaktadır. Bu bağlamda gerçekleştirilen analizler ışığında, film afişlerinde en çok tercih edilen cinsel çekicilik kullanım kategorileri %59,48 ile (204 afişte) cinsel davranış ve %23,91 ile (82 afişte) fiziksel çekicilik olarak gözlemlenmektedir. Bu durum dizi afişlerinde de aynı paralelde bir dağılım sergilemekle birlikte oransal farklılıklar içermektedir. Dizi afişlerinde cinsel davranış %44,06 (115 afişte), fiziksel çekicilik ise %36,02 (94 afişte) oranında tercih edilmektedir Söz konusu benzerlik en az tercih edilen kategori sınıflandırılmasında da devam etmektedir. Öyle ki bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi kullanımı film afişlerinde %2,62 (9 afişte) ve dizi afişlerinde %4,98 (13 afişte) ile en az tercih edilen kategori olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak cinsel çekicilik kullanım içeriklerinde dizi afişleri film afişlerinden farklı olarak cinsel imalar kategorisinde hiçbir kullanıma yer vermemektedir.

Film türlerinin cinsel çekicilik kategorilerine göre dağılımları incelendiğinde; drama türünde %63,73 (65 afişte) oranında cinsel davranış, %24,51 (25 afişte) oranında fiziksel çekicilik, %8,82 (9 afişte) oranında çıplaklık/giyim ve %2,94 (3 afişte) oranında bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler; komedi türünde %53,19 (50 afişte) oranında cinsel davranış, %20,21 (19 afişte) oranında fiziksel çekicilik, %15,96 (15 afişte) oranında çıplaklık/giyim, %6,38 (6 afişte) oranında cinsel imalar ve %4,26 (4 afişte) oranında bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler; romantizm türünde %65,49 oranında (74 afişte) cinsel davranış, %22,12 (25 afişte) oranında fiziksel çekicilik, %7,96 (9 afişte) oranında çıplaklık/giyim, %3,54 (4 afişte) oranında cinsel imalar ve %0,88 (1 afişte) oranında bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler; aksiyon türünde %42,11 (8 afişte) oranında cinsel davranış, %42,11 (8 afişte) oranında fiziksel çekicilik ve %15,79 (3 afişte) oranında çıplaklık/giyim; ödüllü yapımlarda ise %46,67 (7 afişte) oranında cinsel davranış, %33,33 (5 afişte) oranında fiziksel çekicilik, %13,33 (2 afişte) oranında çıplaklık/giyim ve %6,67 (1 afişte) oranında bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorilerinin kullandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra drama, aksiyon ve ödüllü yapımlar film türlerinde cinsel imalar ve buna ek olarak aksiyon film türünde bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisinde hiçbir kullanımın olmadığı anlaşılmaktadır.

Dizi türlerinin cinsel çekicilik kategorilerine göre dağılımlarına bakıldığında ise; drama türünde %53,85 (56 afişte) ile cinsel davranış, %28,85 (30 afişte) ile fiziksel çekicilik, %12,50 (13 afişte) ile çıplaklık/giyim ve 4,81 (5 afişte) ile bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler; Amerikan dizileri türünde %53,97 (34 afişte) ile fiziksel çekicilik, 26,98 (17 afişte) ile cinsel davranış, %11,11 (7 afişte) ile çıplaklık/giyim ve %7,94 (5 afişte) ile bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler; komedi türünde %45,95 (17 afişte) ile cinsel davranış, %32,43 (12 afişte) ile fiziksel çekicilik, %16,22 (6 afişte) ile çıplaklık/giyim ve %5,41 (2 afişte) ile bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler; suç kategorisinde %34,38 (11 afişte) ile cinsel davranış, %34,38 (11 afişte) ile fiziksel çekicilik, %28,13 (9 afişte) ile çıplaklık giyim ve %3,13 (1 afişte) ile bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler; Asya dizileri türünde ise %56 (14 afişte) ile cinsel davranış, %28 (7 afişte) ile fiziksel çekicilik ve %16 (4 afişte) ile çıplaklık/giyim kategorilerinin tercih edildiği fark edilmektedir. Ayrıca cinsel çekiciliğin cinsel imalar kategorisinin hiçbir dizi türünde kullanılmadığı ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgelere Asya dizileri türünde rastlanılmadığı gözlemlenmektedir.

**Tablo 1.** Film ve Dizi Afişlerinde Cinsel Çekicilik Kullanımına İlişkin Genel Kategorik Bir Betimleme

| Film ve Dizi Türleri | İncelenen Afiş Sayısı | Cinsel Çekicilik Kategorileri |              |                 |              |                    |              |              |             |  |             | Cinsel Çekicilik Kategorileri nin Kullanıldığı Afiş sayısı |            |            |
|----------------------|-----------------------|-------------------------------|--------------|-----------------|--------------|--------------------|--------------|--------------|-------------|--|-------------|--|------------|------------|
|                      |                       | Çıplaklık/Giyim               |              | Cinsel Davranış |              | Fiziksel Çekicilik |              | Cinsel İmlar |             | Bilinçaltına Hitap Eden Cinsel İmgeler |             | F  | %          |            |
|                      |                       | F                             | %            | F               | %            | F                  | %            | F            | %           | F                                      | %           | F  | %          |            |
| Film Türleri         | Drama                 | 1045                          | 9            | 8,82            | 65           | 63,73              | 25           | 24,51        | -           | -                                      | 3           | 2,94   | 102        | 100        |
|                      | Komedi                | 961                           | 15           | 15,96           | 50           | 53,19              | 19           | 20,21        | 6           | 6,38                                   | 4           | 4,26   | 94         | 100        |
|                      | Romantizm             | 457                           | 9            | 7,96            | 74           | 65,49              | 25           | 22,12        | 4           | 3,54                                   | 1           | 0,88   | 113        | 100        |
|                      | Aksiyon               | 452                           | 3            | 15,79           | 8            | 42,11              | 8            | 42,11        | -           | -                                      | -           | -  | 19         | 100        |
|                      | Ödüllü Yapımlar       | 323                           | 2            | 13,33           | 7            | 46,67              | 5            | 33,33        | -           | -                                      | 1           | 6,67   | 15         | 100        |
|                      | <b>Toplam</b>         | <b>3238</b>                   | <b>38</b>    | <b>11,08</b>    | <b>204</b>   | <b>59,48</b>       | <b>82</b>    | <b>23,91</b> | <b>10</b>   | <b>2,92</b>                            | <b>9</b>    | <b>2,62</b>  | <b>343</b> | <b>100</b> |
| Dizi Türleri         | Drama                 | 747                           | 13           | 12,50           | 56           | 53,85              | 30           | 28,85        | -           | -                                      | 5           | 4,81   | 104        | 100        |
|                      | Amerikan Dizileri     | 585                           | 7            | 11,11           | 17           | 26,98              | 34           | 53,97        | -           | -                                      | 5           | 7,94   | 63         | 100        |
|                      | Komedi                | 508                           | 6            | 16,22           | 17           | 45,95              | 12           | 32,43        | -           | -                                      | 2           | 5,41   | 37         | 100        |
|                      | Suç                   | 344                           | 9            | 28,13           | 11           | 34,38              | 11           | 34,38        | -           | -                                      | 1           | 3,13   | 32         | 100        |
|                      | Asya Dizileri         | 325                           | 4            | 16              | 14           | 56                 | 7            | 28           | -           | -                                      | -           | -  | 25         | 100        |
|                      | <b>Toplam</b>         | <b>2509</b>                   | <b>39</b>    | <b>14,94</b>    | <b>115</b>   | <b>44,06</b>       | <b>94</b>    | <b>36,02</b> | <b>-</b>    | <b>-</b>                               | <b>13</b>   | <b>4,98</b>  | <b>261</b> | <b>100</b> |
| <b>GENEL TOPLAM</b>  | <b>5747</b>           | <b>77</b>                     | <b>12,75</b> | <b>319</b>      | <b>52,81</b> | <b>176</b>         | <b>29,14</b> | <b>10</b>    | <b>1,66</b> | <b>22</b>                              | <b>3,64</b> | <b>604</b>   | <b>100</b> |            |

#### 4.2. Film Afişlerinde Cinsel Çekicilik Kategorilerinin Alt Boyutlarının Film Türlerine Göre Kullanım Durumu

Film afişlerinde cinsel çekicilik kategorilerinin alt boyutlarının film türlerine göre kullanım durumları ele alındığında; çok dar giysilerle vücudun teşhiri, iç çamaşırı ile vücudun teşhiri ve çıplaklık ile vücudun teşhiri alt boyutları çıplaklık/giyim kategorisinde; cinsel etkileşim içeren sarılma, cinsel etkileşim içeren öpüşme, cinsel etkileşim içeren göz teması, birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış ve daha yakın cinsel davranış alt boyutları cinsel davranış kategorisinde; yüz güzelliğine vurgu yapılması, saç güzelliğine vurgu yapılması ve vücut yapısına vurgu yapılması alt boyutları fiziksel çekicilik kategorisinde; kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı ve kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımı alt boyutları cinsel imalar kategorisinde; cinsel içerikli kelime kullanımı, cinsel organların çağrıştırılması ve cinsel davranışların çağrıştırılması alt boyutları ise bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisinde yer almaktadır.

Drama film türünde yer alan 9 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %77,78'i (7 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri ve %22,22'si (2 afiş) iç çamaşırı ile vücudun teşhiri; 65 cinsel davranış kategorisi afişinin %35,38'i (23 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %21,54'ü (13 afiş) daha yakın cinsel davranış, %20'si (13 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış, %12,31'i (8 afiş) cinsel etkileşim içeren sarılma ve %10,77'si (7 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme; 25 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %64'ü (16 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması, %32'si (8 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması ve %4'ü (1 afiş) saç yapısına vurgu yapılması; 3 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %100'ü (3 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması şeklinde alt kategorilere dağılmaktadır. Tabloya göre; çıplaklık/giyim alt kategorisinde yer alan çok dar giysilerle vücudun teşhiri, cinsel imalar kategorisinde bulunan kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı ve kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımı, bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisinde mevcut olan cinsel içerikli kelime kullanımı ve cinsel organların çağrıştırılması alt kategorilerine drama film türünde yer verilmediği gözlemlenmektedir.

Komedi film türünde bulunan 15 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %66,67'si (10 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri, %20'si (3 afiş) çok dar giysilerle vücudun teşhiri ve %13,33'ü (2 afiş) iç çamaşırı ile vücudun teşhiri; 50 cinsel davranış kategorisi afişinin %56'sı (28 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %18'i (9 afiş) cinsel etkileşim içeren sarılma, %12'si (6 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme, %10'u (5 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış ve %4'ü (2 afiş) daha yakın cinsel davranış; 19 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %52,63'ü (10 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması, %36,84'ü (7 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması ve %10,53'ü (2 afiş) saç yapısına vurgu yapılması; 6 cinsel imalar kategorisi afişinin %66,67'si (4 afiş) kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımı ve %33,33'ü (2 afiş) kinaye yoluyla

cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı; 4 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %50'si (2 afiş) cinsel içerikli kelime kullanımı ve %50'si (2 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması alt kategorilerinde yer almaktadır. Bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi içerisinde yer alan cinsel organların çağrıştırılması alt kategorisine ise komedi film türü afişlerinde yer verilmediği fark edilmektedir.

Romantizm film türünde mevcut olan 9 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %88,89'u (8 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri ve %11,11'i (1 afiş) çok dar giysilerle vücudun teşhiri; 74 cinsel davranış kategorisi afişinin %41,89'u (31 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %21,62'si (16 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış, %14,86'sı (11 afiş) daha yakın cinsel davranış, %12,16'sı (9 afiş) cinsel etkileşim içeren sarılma ve %9,46'sı (7 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme; 25 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %52'si (13 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması, %40'ı (10 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması ve %8'i (2 afiş) saç yapısına vurgu yapılması; 4 cinsel imalar kategorisi afişinin %75'i (3 afiş) kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımı ve %25'i (1 afiş) kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı; 1 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %100'ü (1 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması biçiminde alt kategorilere dahil olmaktadır. Çıplaklık/giyim kategorisindeki iç çamaşırı ile vücudun teşhir edilmesi ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisindeki cinsel içerikli kelime kullanımı ve cinsel organların çağrıştırılması alt kategorilerine bahse konu olan film türünde yer verilmemektedir.

Aksiyon film türünde görülen 3 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %66,67'si (2 afiş) çok dar giysilerle vücudun teşhiri ve %33,33'ü (1 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri; 8 cinsel davranış kategorisi afişinin %50'si (4 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %25'i (2 afiş) cinsel etkileşim içeren sanılma, %12,50'si (1 afiş) daha yakın cinsel davranış ve %12,50'si (1 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış; 8 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %50'si (4 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması, %37,50'si (3 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması ve %12,50'si (1 afiş) saç yapısına vurgu yapılması; 1 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %100'ü (1 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması şeklinde alt kategorilerde bulunmaktadır. Bu bulguların yanı sıra çıplaklık/giyim kategorisinde yer alan iç çamaşırı ile vücudun teşhiri, cinsel davranış kategorisinde bulunan cinsel etkileşim içeren öpüşme, cinsel imalar kategorisindeki kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı ve kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımı ile bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisindeki cinsel içerikli kelime kullanımı ve cinsel organların çağrıştırılması alt kategorilerine söz konusu olan film türündeki afişlerin içeriğinde rastlanılmamaktadır.

Ödüllü yapımlar film türünde gözlemlenen 2 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %100'ü (2 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri; 7 cinsel davranış kategorisi afişinin %42,86'sı (3 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %28,57'si cinsel etkileşim içeren sarılma, %14,29'u (1 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış ve %14,29'u (1 afiş) daha yakın cinsel davranış; 5 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %80'i (4 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması ve %20'si (1 afiş) saç yapısına vurgu yapılması; 1 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %100'ü (1 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması şeklinde alt kategorilere dağılmaktadır. Çıplaklık/giyim kategorisinde yer alan çok dar giysilerle vücudun teşhiri ve iç çamaşırı ile vücudun teşhiri, cinsel davranış kategorisindeki cinsel etkileşim içeren öpüşme, fiziksel çekicilik kategorisi içerisinde bulunan vücut yapısına vurgu yapılması, cinsel imalar kategorisini oluşturan kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı ve kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımı ile bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisinde mevcut olan cinsel içerikli kelime kullanımı ve cinsel organların çağrıştırılması alt kategorileriyle bahsi geçen film türündeki incelenen afişlerde karşılaşılmamaktadır.

**Tablo 2.** Film Afişlerinde Cinsel Çekicilik Kategorilerinin Alt Boyutlarının Film Türlerine Göre Kullanım Durumu

| Cinsel Çekicilik Kategorileri           |   | Film Türleri |            |            |            |            |            |            |            |                 |            |
|---|---|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------------|------------|
|   |   | Drama        |            | Komedi     |            | Romantizm  |            | Aksiyon    |            | Ödüllü Yapımlar |            |
|   |   | F            | %          | F          | %          | F          | %          | F          | %          | F               | %          |
| Çıplaklık/<br>Giyim                     | Çok Dar Giysilerle Vücutun Teşhiri                  | -            | -          | 3          | 20         | 1          | 11,11      | 2          | 66,67      | -               | -          |
|   | İç çamaşırı ile Vücutun Teşhiri                     | 2            | 22,22      | 2          | 13,33      | -          | -          | -          | -          | -               | -          |
|   | Çıplaklık ile Vücutun Teşhiri                       | 7            | 77,78      | 10         | 66,67      | 8          | 88,89      | 1          | 33,33      | 2               | 100        |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>9</b>     | <b>100</b> | <b>15</b>  | <b>100</b> | <b>9</b>   | <b>100</b> | <b>3</b>   | <b>100</b> | <b>2</b>        | <b>100</b> |
| Cinsel Davranış                         | Cinsel Etkileşim İçeren Sarılma                     | 8            | 12,31      | 9          | 18         | 9          | 12,16      | 2          | 25         | 2               | 28,57      |
|   | Cinsel Etkileşim İçeren Öpüşme                      | 7            | 10,77      | 6          | 12         | 7          | 9,46       | -          | -          | -               | -          |
|   | Cinsel Etkileşim İçeren Göz Teması                  | 23           | 35,38      | 28         | 56         | 31         | 41,89      | 4          | 50         | 3               | 42,86      |
|   | Birden Fazla Cinsel Etkileşim İçeren Davranış       | 13           | 20,00      | 5          | 10,00      | 16         | 21,62      | 1          | 12,50      | 1               | 14,29      |
|   | Daha Yakın Cinsel Davranış                          | 14           | 21,54      | 2          | 4          | 11         | 14,86      | 1          | 12,50      | 1               | 14,29      |
| <b>Toplam</b>                           | <b>65</b>   | <b>100</b>   | <b>50</b>  | <b>100</b> | <b>74</b>  | <b>100</b> | <b>8</b>   | <b>100</b> | <b>7</b>   | <b>100</b>      |            |
| Fiziksel Çekicilik                      | Yüz Güzelliğine Vurgu Yapılması                     | 8            | 32         | 7          | 36,84      | 13         | 52         | 4          | 50         | 4               | 80         |
|   | Saç yapısına Vurgu Yapılması                        | 1            | 4          | 2          | 10,53      | 2          | 8          | 1          | 12,50      | 1               | 20         |
|   | Vücut yapısına Vurgu Yapılması                      | 16           | 64         | 10         | 52,63      | 10         | 40         | 3          | 37,50      | -               | -          |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>25</b>    | <b>100</b> | <b>19</b>  | <b>100</b> | <b>25</b>  | <b>100</b> | <b>8</b>   | <b>100</b> | <b>5</b>        | <b>100</b> |
| Cinsel İmalar                           | Kinaye Yoluyla Cinsel Anlam Taşıyan Nesne Kullanımı | -            | -          | 2          | 33,33      | 1          | 25         | -          | -          | -               | -          |
|   | Kinaye Yoluyla Cinsel Anlam Taşıyan Olay Kullanımı  | -            | -          | 4          | 66,67      | 3          | 75         | -          | -          | -               | -          |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>-</b>     | <b>-</b>   | <b>6</b>   | <b>100</b> | <b>4</b>   | <b>100</b> | <b>-</b>   | <b>-</b>   | <b>-</b>        | <b>-</b>   |
| Bilinç Altına Hırıp Eden Cinsel İmgeler | Cinsel İçerikli Kelime Kullanımı                    | -            | -          | 2          | 50         | -          | -          | -          | -          | -               | -          |
|   | Cinsel Organların Çağrıştırılması                   | -            | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -          | -               | -          |
|   | Cinsel Davranışların Çağrıştırılması                | 3            | 100        | 2          | 50         | 1          | 100        | 1          | 100        | 1               | 100        |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>3</b>     | <b>100</b> | <b>4</b>   | <b>100</b> | <b>1</b>   | <b>100</b> | <b>1</b>   | <b>100</b> | <b>1</b>        | <b>100</b> |

#### 4.3. Dizi Afişlerinde Cinsel Çekicilik Kategorilerinin Alt Boyutlarının Dizi Türlerine Göre Kullanım Durumu

Tablo 3'e bakıldığında araştırmaya konu olan dizi türü afişlerinin genel dağılımı gözlemlenmektedir. Bu dağılım bünyesinde sırasıyla drama (747), Amerikan dizileri (585), komedi (508), suç (344) ve Asya dizilerinin (325) yer aldığı anlaşılmaktadır. Cinsel çekicilik kullanım kategorilerinin dizi türlerinde yayınlanan afişler özelinde ele alındığı bu tabloya göre, tüm dizi türü afişlerinde kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımını ve kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımını kapsayan cinsel imalar kategorisine yönelik hiçbir içeriğe rastlanmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Drama dizi türündeki 13 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %69,23'ü (9 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri, %15,38'i (2 afiş) çok dar giysilerle vücudun teşhiri ve %15,38'i (2 afiş) iç çamaşırı ile vücudun teşhiri; 56 cinsel davranış kategorisi afişinin %37,50'si (21 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış %30,36'sı (17 afiş), cinsel etkileşim içeren göz teması, %17,86 (10 afiş) daha yakın cinsel davranış, %10,71 (6 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme ve %3,57 (2 afiş) cinsel etkileşim içeren sarılma; 30 fiziksel çekicilik



kategori afişinin %60'ı (18 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması, %33,33'ü (10 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması ve %6,67'si (2 afiş) saç yapısına vurgu yapılması; 5 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %60'ı (3 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması ve %40'ı (2 afiş) cinsel içerikli kelime kullanımı olarak adlandırılan alt kategorilerde bulunmaktadır. Bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi içerisinde yer alan cinsel organların çağrıştırılması alt kategorisi ise ilgili dizi türü içerisinde hiç kullanılmamaktadır.

Amerikan dizileri türünde gözüken 7 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %42,86'sı (3 afiş) çok dar giysilerle vücudun teşhiri, %42,86'sı (3 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri ve %33,33'ü iç çamaşırı ile vücudun teşhiri; 17 cinsel davranış kategorisi afişinin %41,18'i (7 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış, %23,53'ü (4 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %17,65'i (3 afiş) daha yakın cinsel davranış, %11,76'sı (2 afiş) cinsel etkileşim içeren sarılma ve %5,88'i (1 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme; 34 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %55,88'i (19 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması, %34,28'i (13 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması ve %5,88'i (2 afiş) saç yapısına vurgu yapılması; 5 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %60'ı (3 afiş) cinsel içerikli kelime kullanımı, %20'si (1 afiş) cinsel organların çağrıştırılması ve %20'si (1 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması biçiminde kümelenmektedir.

Komedi dizi türünde mevcut olan 6 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %83,33'ü (5 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri ve %16,67'si (1 afiş) çok dar giysilerle vücudun teşhiri; 17 cinsel davranış kategorisi afişinin %47,06'sı (8 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış, %17,65'i (3 afiş) cinsel etkileşim içeren sarılma, %17,65'i (3 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %11,76'sı (2 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme ve %5,88'i (1 afiş) daha yakın cinsel davranış; 12 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %58,33'ü yüz güzelliğine vurgu yapılması ve %41,67'si vücut yapısına vurgu yapılması; 2 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %50'si (1 afiş) cinsel içerikli kelime kullanımı ve %50'si (1 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması biçiminde alt kategorilere ayrılmaktadır. Bu bulgularla beraber çıplaklık/giyim kategorisinde bulunan iç çamaşırı ile vücudun teşhiri, fiziksel çekicilik kategorisinde yer alan saç yapısına vurgu yapılması ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi içerisinde olan cinsel organların çağrıştırılması alt kategorilerinin kullanımına ilgili dizi türünde yer verilmediği göze çarpmaktadır.

Suç dizi türünde yer alan 9 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %77,78'i (7 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri ve %22,22'si (2 afiş) çok dar giysilerle vücudun teşhiri; 11 cinsel davranış kategorisi afişinin %45,45 (5 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış, %18,18'i (2 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme, %18,18'i (2 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması ve %18,18'i (2 afiş) daha yakın cinsel davranış; 11 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %72,73'ü (8 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması ve %27,27'si (3 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması; 1 bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi afişinin %100'ü (1 afiş) cinsel davranışların çağrıştırılması olarak cinsel çekiciliğin alt kategorilerine dağılımının gerçekleştiği görülmektedir. Bunun yanı sıra çıplaklık/giyim kategorisindeki iç çamaşırı ile vücudun teşhiri, cinsel davranış kategorisinde bulunan cinsel etkileşim içeren sarılma, fiziksel çekicilik kategorisinde yer alan saç yapısına vurgu yapılması ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisinde olan cinsel içerikli kelime kullanımı ve cinsel organların çağrıştırılması alt kategorilerine bahse konu olan dizi türünde rastlanılmadığı fark edilmektedir.

Asya dizileri türünde bulunan 4 çıplaklık/giyim kategorisi afişinin %100'ü (4 afiş) çıplaklık ile vücudun teşhiri; 14 cinsel davranış kategorisi afişinin %35,71'i (5 afiş) birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış, %35,71'i (5 afiş) cinsel etkileşim içeren göz teması, %14,29'u (2 afiş) cinsel etkileşim içeren öpüşme ve %14,29'u (2 afiş) cinsel etkileşim içeren sarılma; 7 fiziksel çekicilik kategorisi afişinin %85,71'i (6 afiş) yüz güzelliğine vurgu yapılması ve %14,29'u (1 afiş) vücut yapısına vurgu yapılması biçiminde alt kategorilere dahil olmaktadır. Çıplaklık/giyim kategorisinde yer alan çok dar giysilerle vücudun teşhiri ve iç çamaşırı ile vücudun teşhiri, cinsel davranış kategorisindeki daha yakın cinsel davranış, fiziksel çekicilik kategorisinde bulunan saç yapısına vurgu yapılması ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi içeriğini oluşturan cinsel içerikli kelime kullanımı, cinsel organların çağrıştırılması ve cinsel davranışların çağrıştırılması alt kategorilerine söz konusu dizi türündeki afişlerde herhangi bir atıfta bulunulmamaktadır.

**Tablo 3.** Dizi Afişlerinde Cinsel Çekicilik Kategorilerinin Alt Boyutlarının Dizi Türlerine Göre Kullanım Durumu

| Cinsel Çekicilik Kategorileri           |   | Dizi Türleri |            |                   |            |           |            |           |            |               |            |
|---|---|--------------|------------|-------------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|---------------|------------|
|   |   | Drama        |            | Amerikan Dizileri |            | Komedi    |            | Suç       |            | Asya Dizileri |            |
|   |   | F            | %          | F                 | %          | F         | %          | F         | %          | F             | %          |
| Çıplaklık/<br>Giyim                     | Çok Dar Giysilerle Vücutun Teşhiri                  | 2            | 15,38      | 3                 | 42,86      | 1         | 16,67      | 2         | 22,22      | -             | -          |
|   | İç çamaşırı ile Vücutun Teşhiri                     | 2            | 15,38      | 1                 | 33,33      | -         | -          | -         | -          | -             | -          |
|   | Çıplaklık ile Vücutun Teşhiri                       | 9            | 69,23      | 3                 | 42,86      | 5         | 83,33      | 7         | 77,78      | 4             | 100        |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>13</b>    | <b>100</b> | <b>7</b>          | <b>100</b> | <b>6</b>  | <b>100</b> | <b>9</b>  | <b>100</b> | <b>4</b>      | <b>100</b> |
| Cinsel Davranış                         | Cinsel Etkileşim İçeren Sarılma                     | 2            | 3,57       | 2                 | 11,76      | 3         | 17,65      | -         | -          | 2             | 14,29      |
|   | Cinsel Etkileşim İçeren Öpüşme                      | 6            | 10,71      | 1                 | 5,88       | 2         | 11,76      | 2         | 18,18      | 2             | 14,29      |
|   | Cinsel Etkileşim İçeren Göz Teması                  | 17           | 30,36      | 4                 | 23,53      | 3         | 17,65      | 2         | 18,18      | 5             | 35,71      |
|   | Birden Fazla Cinsel Etkileşim İçeren Davranış       | 21           | 37,50      | 7                 | 41,18      | 8         | 47,06      | 5         | 45,45      | 5             | 35,71      |
|   | Daha Yakın Cinsel Davranış                          | 10           | 17,86      | 3                 | 17,65      | 1         | 5,88       | 2         | 18,18      | -             | -          |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>56</b>    | <b>100</b> | <b>17</b>         | <b>100</b> | <b>17</b> | <b>100</b> | <b>11</b> | <b>100</b> | <b>14</b>     | <b>100</b> |
| Fiziksel Çekicilik                      | Yüz Güzelliğine Vurgu Yapılması                     | 18           | 60         | 19                | 55,88      | 7         | 58,33      | 8         | 72,73      | 6             | 85,71      |
|   | Saç yapısına Vurgu Yapılması                        | 2            | 6,67       | 2                 | 5,88       | -         | -          | -         | -          | -             | -          |
|   | Vücut yapısına Vurgu Yapılması                      | 10           | 33,33      | 13                | 34,28      | 5         | 41,67      | 3         | 27,27      | 1             | 14,29      |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>30</b>    | <b>100</b> | <b>34</b>         | <b>100</b> | <b>12</b> | <b>100</b> | <b>11</b> | <b>100</b> | <b>7</b>      | <b>100</b> |
| Cinsel İmlar                            | Kinaye Yoluyla Cinsel Anlam Taşıyan Nesne Kullanımı | -            | -          | -                 | -          | -         | -          | -         | -          | -             | -          |
|   | Kinaye Yoluyla Cinsel Anlam Taşıyan Olay Kullanımı  | -            | -          | -                 | -          | -         | -          | -         | -          | -             | -          |
|   | <b>Toplam</b>                                       |              |            |                   |            |           |            |           |            |               |            |
| Bilinç Altına Hitap Eden Cinsel İmgeler | Cinsel İçerikli Kelime Kullanımı                    | 2            | 40         | 3                 | 60         | 1         | 50         | -         | -          | -             | -          |
|   | Cinsel Organların Çağrıştırılması                   | -            | -          | 1                 | 20         | -         | -          | -         | -          | -             | -          |
|   | Cinsel Davranışların Çağrıştırılması                | 3            | 60         | 1                 | 20         | 1         | 50         | 1         | 100        | -             | -          |
|   | <b>Toplam</b>                                       | <b>5</b>     | <b>100</b> | <b>5</b>          | <b>100</b> | <b>2</b>  | <b>100</b> | <b>1</b>  | <b>100</b> | <b>-</b>      | <b>-</b>   |

## 5. Sonuç

Alanın kavramsal zemininden hareketle, pazarlama iletişimi stratejisi olarak cinsel çekicilik kullanımına odaklanan bu çalışmada, popüler dijital yayın platformlarından biri olan Netflix Türkiye'nin film ve dizileri için ürettiği afişlerde söz konusu platformun algoritması gözetilerek cinsel çekicilik kullanımına ne düzeyde başvurulduğu, başvuru alan cinsel çekicilik kategorilerinin ve bunların alt kategorilerinin ne sıklıkta tercih edildiği ve cinsel çekicilik kullanımı ile kategorilerin film ve dizi türlerine göre dağılımının nasıl gerçekleştiği üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda 21-24 Nisan 2022 tarih aralığında Netflix Türkiye'de yayınlanan film ve dizi afişleri söz konusu platformun içerik ve algoritmasına uygun olacak biçimde mercak altına alınmıştır. Afişlerdeki cinsel çekicilik içerikleri literatürde kabul gördüğü şekliyle 5 farklı kategori kapsamında değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Söz konusu kategoriler çıplaklık/giyim, cinsel davranış, fiziksel çekicilik, cinsel imalar ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgelerden oluşmakta ve bu kategorilerin ise toplam 16 alt boyutu bulunmaktadır. Bu haliyle cinsel çekicilik kullanımı bağlamında gerçekleştirilen

incelemeler sonucunda, Netflix Türkiye'nin yayınladığı hem film ve hem dizi afişlerinde çıplaklık/giyim, cinsel davranış, fiziksel çekicilik, cinsel imalar ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorileri arasından; drama, komedi, aksiyon, Asya dizileri, ödüllü yapımlar, Amerikan dizileri, romantizm ve suç türündeki film ve dizilerde en çok cinsel davranış ve fiziksel çekicilik en az ise cinsel imalar ve bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorilerinin tercih edildiği fark edilmiştir.

Çalışmada öne çıkan diğer birtakım önemli bulguları ise aşağıdaki biçimde özetlemek mümkündür;

Netflix dijital platformunda 21-24 Nisan 2022 tarih aralığında yapılan analizler neticesinde, drama (1045), komedi (961), romantizm (457), aksiyon (452) ve ödüllü yapımlar (323) film türlerinde 3238, drama (747), Amerikan dizileri (585), komedi (508), suç (344) ve Asya dizileri (325) dizi türlerinde 2509 ve toplamda ise 5747 afiş mercek altına alınmıştır. Bu çerçevede 3238 film afişinin 343'ünde (%10,59), 2509 dizi afişinin 261'inde (%10,40), toplamda ise 5747 afişin 604'ünde (%10,51) cinsel çekicilik içeriğine rastlanılmıştır. Film türleri özelinde oransal olarak cinsel çekicilik afişi en fazla romantizm (%24,72), en az aksiyon (%4,20); dizi türleri özelinde ise en fazla drama (%13,92), en az komedi (%7,28) türlerinde karşımıza çıkmaktadır. Cinsel çekicilik kategorilerini oluşturan alt boyutlar bağlamında ön plana çıkan bulgulara baktığımızda, en fazla kullanım cinsel davranış kategorisi altında bulunan cinsel etkileşim içeren göz teması (%19,86) ve fiziksel çekicilik kategorisinde yer alan yüz güzelliğine vurgu yapılması boyutunda (%15,56) en az kullanım ise bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi içeriğinde yer alan cinsel organların çağrıştırılması (%0,16) ve cinsel imalar kategorisindeki kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı (%0,49) boyutunda gerçekleşmiştir.

Film ve dizi afişlerine ilişkin bulgular kendi özelinde irdelendiğinde ise alt boyutlarda en fazla ve en az kullanım açısından farklılaşma göze çarpmaktadır. Buna göre; film afişlerinde en fazla kullanım cinsel davranış kategorisindeki cinsel etkileşim içeren göz teması (%25,94) ve fiziksel çekicilik kategorisinde yer alan vücut yapısına vurgu yapılması (%11,37); en az kullanım ise bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisi alt boyutu olan cinsel içerikli kelime kullanımı (%0,58) ve cinsel imalar kategorisinde bulunan vücut yapısına vurgu yapılmasıdır (%0,87). Bununla beraber bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisindeki cinsel organların çağrıştırılması boyutunda hiçbir kullanım gerçekleşmemiştir. Dizi afişlerinde ise bu türde en fazla kullanımı, fiziksel çekicilik kategorisindeki yüz güzelliğine vurgu yapılması (%22,22) ve cinsel davranış kategorisindeki birden fazla cinsel etkileşim içeren davranış (%17,62); en az kullanım ise bilinçaltına hitap eden cinsel imgeler kategorisindeki cinsel organların çağrıştırılması (%0,38) ve çıplaklık/giyim kategorisindeki iç çamaşırı ile vücudun teşhiri (%1,14) şeklinde sıralamak mümkündür. Dizi afişleri özelindeki bu bulgulara ek olarak cinsel imalar kategorisinde yer alan kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan nesne kullanımı ve kinaye yoluyla cinsel anlam taşıyan olay kullanımı boyutlarında hiçbir kullanımın olmadığı fark edilmiştir.

Araştırma sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda Netflix Türkiye'nin pazarlama iletişim stratejisi olarak cinsel çekiciliği film ve dizi afişlerinde önemsenecek ölçüde kullandığını söylemek mümkündür. İncelenen film ve dizi afişlerinde ağırlıklı olarak cinsel içerikli ikna argümanlarının izleyici kitleye cinsel davranış ve fiziksel çekicilik kategorileri üzerinden ulaştırıldığı anlaşılmaktadır. Söz konusu kategorilerin alt boyutlarında ise cinsel etkileşim içeren göz teması ve yüz güzelliğine vurgu yapılması cinsel çekicilik içeriklerinden yararlandığı anlaşılmaktadır. Tüm film ve dizi türleri arasında beklendiği üzere film ve dizi türünün muhteviyatına uygun olacak şekilde cinsel çekicilik kullanımının ağırlıklı olarak romantizm türündeki afişlerde ön plana çıktığı görülmektedir.

## 6. Extended Abstract

The present study aimed to uncover the sub-dimensions of the use of sexual attraction as a marketing communication strategy in the posters produced/used by Netflix Turkey, which is one of the digital broadcasting platforms, for its movies and TV series.

The present study, which was based on the general screening model, tested the use of sexual attractiveness categories in the posters produced/used by Netflix Turkey for its movies and series by using the quantitative content analysis method. It also tested whether there was a differentiation between these posters. In this context, the study data were collected from the first five genres that had the most poster

content in the movie and TV series genres on Netflix by adopting the non-random purposeful sampling method between the dates of 21-24 April 2022.

As a result of the analysis, the use of sexual attractiveness elements was found in 343 of 3238 (10.59%) posters of 3238 movies, in 261 (10.40%) of 2509 TV series posters, 604 (10.51%) posters in total. Among the sexual attractiveness categories, sexual behavior was used the most with 52.81% (in 319 posters), followed by physical attraction with 29.14% (in 176 posters), and nudity/clothing with 12.75% (in 77 posters), followed by sexual images appealing to the subconscious with 3.64%, and sexual innuendo with 1.66% (in 10 posters).

When the use of sub-categories in the scope of sexual attractiveness categories in the framework of film genres was evaluated, it was found in the drama genre that exposing the body with nudity was used in the nudity/clothing category, eye contact involving sexual interaction was used in the sexual behavior category; emphasizing the body structure was used in the physical attractiveness category; evoking sexual behaviors was used in the subconscious sexual images category; in the comedy genre, the display of the body with nudity was used in the nudity/clothing category; the eye contact that included sexual interaction was used in the sexual behavior category; the emphasis on the body structure was used in the physical attractiveness category; the use of sexually meaningful events was seen via insinuating in the sexual innuendo category; sexually explicit words and invoking sexual behavior were used in the subconscious sexual images category; in the romance genre, exposing the body with nudity was used in the category of nudity/clothing; eye contact involving sexual interaction was used in the category of sexual behavior; emphasizing facial beauty was used in the category of physical attractiveness; use of events with a sexual meaning by insinuating was seen in the category of sexual innuendo; invoking sexual behaviors was seen in the category of sexual images that appealed to the subconscious; in the action genre, exposing the body with very tight clothes was seen in the nudity/clothing category; eye contact involving sexual interaction was seen in the sexual behavior category; emphasizing the facial beauty was seen in the physical attractiveness category; and evoking sexual behaviors was seen in the subconscious sexual images category; in the category of award-winning productions, nudity and the display of the body was used in the category of nudity/clothing; eye contact involving sexual interaction was used in the category of sexual behavior; emphasizing facial beauty was used in the category of physical attractiveness, and evoking sexual behavior was used in the category of sexual images that appealed to the subconscious.

When the most usage of the subcategories in the categories of sexual attraction in the framework of series genres was evaluated, it was found in the drama genre that the display of nudity and the body was used as well as in the nudity/clothing category, the behaviors involving more than one sexual interaction were used in the sexual behavior category; the emphasis on facial beauty was used in the physical attractiveness category, the evocation of sexual behaviors was used in the subconscious sexual images category; in the genre of American TV series, the exposure of the body with very tight clothes was used in the nudity/clothing category; the behavior involving more than one sexual interaction was used in the sexual behavior category; the emphasis on facial beauty was used in the physical attractiveness category; the use of sexually explicit words was used in the subconscious sexual images category; in the comedy genre, the display of nudity and the body was used in the nudity/clothing category, the behavior involving more than one sexual interaction was used in the sexual behavior category, the emphasis on facial beauty was used in the physical attractiveness category; the use of both sexual words and sexual behaviors was used in the subconscious sexual images category; in the category of crime, nudity and the display of the body was used in the nudity/clothing category; behaviors involving more than one sexual interaction was used in the sexual behavior category; emphasizing facial beauty was used in the physical attractiveness category; and evoking sexual behaviors was used in the subconscious sexual images category; in the genre of Asian TV series, it was found that nudity and the display of the body was used in the nudity/clothing category; behaviors that included more than one sexual interaction were used in the sexual behavior category, and facial beauty was used in the physical attractiveness category.

In light of the findings obtained as a result of the present study, it is possible to argue that Netflix Turkey uses sexual attraction as a marketing communication strategy to care about in its movie and TV series posters.

**Keywords:** Marketing Communication, Marketing Communication Strategies, Sexual Attraction, Poster, Netflix Turkey.

### Kaynakça

- Arklan, Ü., Rençber, H., & Kartal, N. Z. (2021). Örgütlerde dijital halkla ilişkiler yönetimi. İçinde Erdal Eke (Ed.), *Yönetim dijital çağın yeni normal pratikleri* (ss. 393 – 418). Nobel Yayıncılık.
- Bahar, R. (2006). Eğitim fakültesi, güzel sanatlar eğitimi bölümleri, grafik atölye derslerinde afiş konusunun ele alınış biçimleri üzerine bir araştırma. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı.
- Baştürk, S., & Taştepe, M. (2013). Evren ve örneklem. İçinde Savaş Baştürk (Ed.), *Bilimsel araştırma yöntemleri* (ss. 129-159), Vize Yayıncılık.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, E. Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Pegem Akademi.
- Chang, C. T., & Tseng, C. H. (2013). Can sex sell bread? The impacts of sexual appeal type, product type and sensation seeking. *International Journal of Advertising*, 32(4), 559-585. doi: 10.2501/IJA-32-4-559-585.
- Çakır, V., & Demir, S. (2011). İzleyicilerin film seçme davranışında film afişlerinin rolü. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 6(1), 11-28.
- Çelik, R., & Cebe, F. (2021). Görsel iletişim açısından internette yer alan film afişleri; Nuri Bilge Ceylan film afişleri üzerine bir inceleme. *Balkan ve Yakındoğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), 17-24.
- Dejnaka, A. (2017). Technologization of marketing communication – new trends. *Annales Universitatis Mariae Curie-Sklodowska*, (2), 59-68. doi: 10.17951/h.2017.51.2.59.
- Deliduman, C., & Çakmak, S. (2017). Kültürel afiş uygulamalarında illüstrasyon. *İdil Dergisi*, 6(29), 311-328. doi: 10.7816/idil-06-29-05.
- Ergin, A. N., Sert, N. Y., & Salmanova, L. (2018). Reklamlarda cinsel çekicilik kullanımının tüketiciler üzerindeki etkisi: Biscolata reklamlarının youtube kanalı üzerinden netnografik bir incelemesi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 211-222.
- Fagerholm, C. (2009). The use of colour in movie poster design: An analysis of four genres. *Digitaalinen Viestinta Metropolia*.
- Göker, G., & Göker, N. (2020). Bir reklam çekiciliği olarak akışkan cinsellik: The secret life of flowers örneğinde bir çözümleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (34), 260-282. doi: 10.31123/akil.779895.
- Gül, S. S., & Nizam, Ö. K. (2021). Sosyal bilimlerde içerik ve söylem analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 181-198. doi: 10.30794/pausbed.803182.
- Güney, N. (2009). Sinema filmlerinin reklam ve tanıtımında afiş ve fragmanların rolü. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı*.
- Gürdin, B. (2016). Sigara karşıtı televizyon reklamlarında kullanılan korku çekiciliği faktörü etkinliğinin beyin görüntüleme tekniği ile ölçümü. Yayımlanmamış doktora tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı.
- Holat, O. (2021). Netflix'teki Türk dizi afişlerinin göstergebilimsel çözümlemesi. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (27), 291-311.
- Holm, O. (2006). Integrated marketing communication: From tactics to strategy. *An International Journal*, 11(1), 23-33. doi: 10.1108/13563280610643525.  
https://help.netflix.com/tr/node/412 [Erişim tarihi: 18 Nisan 2022].  
https://sozluk.gov.tr/ [Erişim tarihi: 13 Nisan 2022]
- Ismail, A. R., & Melewar, T. C. (2014). Attitude of muslim consumers toward sex appeal in advertising: A comparative study between subcultures in Malaysia. *Journal of Promotion Management*, 20(5), 553-570. doi: 10.1080/10496491.2014.946204.
- İnceoğlu, M. (2011). *Tutum algı iletişim*. Siyasal Kitabevi.
- Juliantari, N. L. P. (2014). Semiotic analysis of “the conjuring” movie poster advertisement. *Journal of Humanis*, 9(3), 1-7.

Keller, K. L. (2001). Mastering the marketing communications mix: Micro and macro perspectives on integrated marketing communication programs. *Journal of Marketing Management*, 17(7-8), 819-847. doi: 10.1362/026725701323366836.

Kumcağız, H. (2020). Cinsel sorunlar ve nedenleri. İçinde Kurtman Ersanlı & Hatice Kumcağız (Ed.), *Cinsel sağlık eğitimi* (ss. 1-12), Pegem Akademi.

Liu, F., Cheng, H., & Li, J. (2009). Consumer responses to sex appeal advertising: a cross-cultural study. *International Marketing Review*, 27(4/5), 501-520. doi: 10.1108/02651330910972002.

Malinowska, M. (2013). Marketing communications' effectiveness in Poland-lessons from the business in information society. *Studia Ekonomiczne*, 150, 133-143.

Neuman, W. L. (2014). *Toplumsal araştırma yöntemleri: nitel ve nicel yaklaşımlar*. Yayın Odası Yayıncılık.

Odabaşı, Y., & Oyman, M. (2005). *Pazarlama iletişimi yönetimi*. MediaCat Yayıncılık.

Öğülmüş, S. (1991). İçerik çözümlemesi. *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences*, 24(1), 213-228. doi: 10.1501/Egifak\_0000000729.

Öksüz, Y. (2020). Cinsel eğitim. İçinde Kurtman Ersanlı & Hatice Kumcağız (Ed.), *Cinsel sağlık eğitimi* (ss. 13-48), Pegem Akademi.

Özpolat, K. (2020). T.C. Sağlık Bakanlığı tarafından Covid-19 pandemisine yönelik yapılan afiş tasarımlarının incelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30(2), 273-285. doi: 10.18069/fıratbed.724103.

Putrevu, S. (2008). Consumer responses toward sexual and nonsexual appeals: The influence of involvement, need for cognition (NFC), and gender. *Journal of Advertising*, 37(2), 57-70. doi: 10.2753/JOA0091-3367370205.

Reichert, T. (2003). What is sex in advertising? Perspectives from consumer behavior and social science research. In Tom Reizhert & Jacqueline Lambiase (Ed.), *Sex in advertising: Perspectives on the Erotic Appeal* (pp. 11-38), Publishers Mahwah.

Richmond, D., & Hartman, T. P. (1982). Sex appeal in advertising. *Journal of Advertising Research*, 22(5), 53-61.

Sarı, A. (2007). Şebnem İşigüzel'in "Tabut" adlı öyküsüyle Thomas Bernhard'ın "Jauregg" adlı öyküsünde enest ilişki. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 15-26.

Sarpal, R., Saleh, R., Teck, T. S., Chia, K. M., & Yee, L. M. (2018). Literature review on the use of sex appeal vs non-sex appeal advertising in the Malaysian context. *International Journal of Marketing Studies*, 10(2), 28-35. doi: 10.5539/ijms.v10n2p28.

Shanthi, P., & Thiyagarajan, S. (2012). Impact of viewer's perception on effectiveness of couple image sex appeal advertisements. *European Journal of Business and Management*, 4(1), 11-22.

Suher, H. K., & İspir, N. B. (2008). Türk dergi reklamlarında cinsellik: Önyargı ya da gerçeğin yansımaları. *Selçuk İletişim*, 5(2), 80-94.

Şahin, E. (2014). Cinsel çekicilik içeren televizyon reklamları ve markaya yönelik tutum oluşmasında kültürel farklılıkların rolü. Yayımlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.

Şimşek, H. (2007). Pazarlama iletişimi "gayrı-resmî" silahı: Tuzak pazarlama ve uygulanan stratejiler. *Selçuk İletişim*, 5(1), 135-143.

Tai, H. C. (1999). Advertising ethics: The use of sexual appeal in Chinese advertising. *Kluwe Academic Publishers*, 3(1), 87-100.

Talflinger, R. F. (1996). Taking advantage you and me, babe: Sex and advertising. <https://public.wsu.edu/~taflinge/sex.html> [Accessed: 20 April 2022].

Tellan, D., (2015). Pazarlama iletişimi ekseninde çevrecilik: Yeşil kurum, marka ve halkla ilişkiler. *Atatürk İletişim Dergisi*, (9), 77-90.

Toker, A., & Sulak, H. (2020). Reklam filmlerinde kullanılan çekicilik türleri ve tüketiciler üzerindeki etkilerine yönelik bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(Ek), 117-133. doi: 10.21076/vizyoner.727107.

Tüfekçi, Ö. K., & Oyman, T. (2020). Reklamlarda çekicilik kullanımı. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(9), 1-31.

Venkatesan, M., & Coskun, A. F. (2019). Digital posters for interactive cellular media and bioengineering education. 2(455), 1-5. doi: 10.1038/s42003-019-0702-1.

White, M. D., & Marsh, E. E. (2006). Content analysis: A flexible methodology. Library trends, 55(1), 22-45.

Yıldız, M. E. (2019). Yasalarda psikolojik unsur yaratılması ve afif örneklemi. Kritik İletifim Çalışmaları Dergisi, 1(1), 43-64.

Yolaç, G., & Demir, N. (2004). Bütünleşik pazarlama iletifimi. Öneri Dergisi, 6(21), 121-127. doi: 10.14783/maruoneri.680128.

Yüksekbilgili, N. Ş. (2013). Afif tasarımı dikkate alınan kriterlerin algılanmasının analizi. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Grafik Tasarımı Anasanat Dalı.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %40/%30/%30 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %40/%30/%30 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Mesnevî-i Şerîf'te Yer Alan "Bir Adamın Ayının Vefâkârlığına Güvenmesi" Başlıklı Hikâyenin Farklı Tercüme ve Şerhlere Göre Değerlendirilmesi

Nurgül SUCU KÖROĞLU\*   
Hilal KARADAĞ\*\* 

## ÖZ

Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî'nin vefatının üzerinden sekiz yüz yılı aşkın bir zaman geçse de fikirleri ve özellikle *Mesnevî*'si güncelliğini korumaktadır. *Mesnevî*'nin 14. yüzyıldan günümüze kadar birçok tercüme ve şerhi yapılmış olup bu çalışmalar hâlen devam etmektedir. Mevlâna, *Mesnevî*'de üzerinde durduğu hemen her konuyla alakalı hikâyeleri fikirlerinin arasına ustaca yerleştirmiştir. *Mesnevî*'deki hikâyeler; hayatın her yönünü kapsayan, insanları farklı konularda düşündüren orijinal metinlerdir. Bu hikâyelerden birisi de, *Mesnevî*'nin II. cildinin 1922-2129. beyitleri arasına serpiştirilmiş olan, toplam 135 beyitten müteşekkil "Bir Adamın Ayının Vefâkârlığına Güvenmesi" başlıklı hikâyedir. Bu makalede; ilgili hikâye toplam 22 *Mesnevî* tercüme ve şerhinden yola çıkarak farklı açılardan değerlendirilmiş, bu vesileyle *Mesnevî* mütercim/şârihlerinin konuyu ele alış şekilleriyle ilgili birtakım sonuçlara ulaşılmıştır. Burada ilgili hikâye özelinde eserleri incelenen *Mesnevî* mütercim/şârihlerinin adlarını kronolojik olarak şöyle sıralayabiliriz: Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi, Şem'î Şem'ullâh, Ankaravî İsmail Rusûhî, Dervîş Muhammed Şifâyî, Nahîfî, Mehmed Şâkir Efendi, M. Murad Nakşebendî, Fazlullâh Rahîmî, Ahmed Avni Konuk, Tâhirü'l-Mevlevî, Veled Çelebi İzbudak, M. Muhlis Koner, Abdülbâki Gölpinarlı, Âmil Çelebioğlu, Şefik Can, Ahmet Metin Şahin, Adnan Karaismailoğlu, H. Hüseyin Top, Mehmet Kanar, Derya Örs, Hicabi Kırlangıç ve Muharrem Derici.

**Anahtar Kelimeler:** *Mesnevî*, Hikâye, Tercüme, Şerh, Özet, Mukayese.

## An Evaluation of the Story Titled "A Man's Confidence in the Loyalty of A Bear" in the Mathnawi-i Sharif According to Different Translations and Commentaries

### ABSTRACT

Despite passage of 800 years since his death, Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî's ideas and especially his *Mathnawi* still maintain their currency. Many translations and commentaries of *Mathnawi* have been made since the 14th century and such efforts are still continuing. Mevlâna skillfully placed among his ideas stories related to almost every subject he treated. Stories in *Mathnawi* are original texts that cover all aspects of life and make people think about different subjects. One of these stories is a story titled "A Man's Confidence in the Loyalty of A Bear", containing a total of 135 couplets, interspersed between the 1922nd and 2129th couplets in *Mathnawi*'s 2nd volume. In this article, the related story has been evaluated from different perspectives based on 22 *Mathnawi* translations and commentaries, and some conclusions have been reached regarding the way *Mathnawi* translators handled the subject. The names of the *Mathnawi* translators whose works were examined in terms of the related story can be listed chronologically as follows: Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi, Sham'î Sham'ullâh, Ankaravî Ismail Rusûhî, Dervish Muhammed Shifâyî, Nahîfî, Mehmed Shâkir Efendi, M. Murad Nakshbendî, Fazlullâh Rahîmî, Ahmed Avni Konuk, Tâhirü'l-Mevlevî, Veled Çelebi İzbudak, M. Muhlis Koner, Abdülbâki Gölpinarlı, Âmil Çelebioğlu, Şefik Can, Ahmet Metin Şahin, Adnan Karaismailoğlu, H. Hüseyin Top, Mehmet Kanar, Derya Örs, Hicabi Kırlangıç and Muharrem Derici.

**Keywords:** *Mathnawi*, Story, Translation, Commentary, Summary, Comparison.

### 1. Giriş

Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî, 30 Eylül 1207 yılında bugünkü Afganistan sınırları içerisinde yer alan Horasan bölgesinin Belh şehrinde dünyaya gelmiştir. Babası, Belh'in büyük âlimlerinden Muhammed Bahâüddîn Veled; annesi, Belh emiri Rükneddîn'in kızı Mümine Hatun'dur (Fürûzanfer, 1963, s. 4-10). Henüz beş yaşında iken, İbn Arabî'nin; "Sübbânallah! Bir okyanus bir deniz'in arkasından gidiyor..." (Beytur, 1965, s. 91) mealindeki övgü dolu sözlerine muhatap olan Mevlâna, devrinin büyük âlimlerinin dikkatini çekmiştir. Ferîdüddîn-i Attâr'ın, *Esrâr-nâme* adlı eserini Mevlâna'ya hediye etmiş olması da, onun takdirini

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, nurgulsucu@selcuk.edu.tr

\*\* Yüksek Lisans Mezun Öğrenci, Selçuk Üniversitesi Mevlana Araştırmaları Enstitüsü, Mevlana ve Mevlevilik Araştırmaları Ana Bilim Dalı, akinhilal1694@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 14.06.2022



kazandığının işaretidir (Lugal, 1977, s. 249). "Zaten bu âlem sizin canlarınızın hâşimhanesidir. Uyanın o tarafa gidin. Bu âlemin sınırı vardır. O âlem ise esasen sınırsızdır. Nakış ve biçim o anlama settir, engeldir" (İzbudak, 1988, b. 525-526) sözlerine binaen, ömür boyu kendini bu dünyanın maddi yönünden uzak tutmaya çalışan Mevlâna, 17 Aralık 1273 Pazar günü, 66 yaşında, Konya'da vefat etmiştir (Ahmed Eflâkî, 1964, s. 580). *Mesnevî*'nin yanında, *Divân-ı Kebîr*, *Mecâlis-i Seb'a*, *Fîbî Mâ Fîb* ve *Mektûbât* adlı eserleri de vardır.

*Mesnevî*'nin, Farsça asıl metniyle birlikte hâlihazırda 26 dilde yayını yapılmıştır.<sup>1</sup> Günümüzde de Kur'an-ı Kerim ve hadislerden sonra en çok okunan kitaplardan biridir. Dünya kütüphanelerinde birçok yazma nüshası bulunan *Mesnevî*'nin en eski nüshası, Konya Mevlâna Müzesi İhtisas Kütüphanesi 51 numarada kayıtlı Veledî Nüshası'dır (m. 1278). *Mesnevî*'nin tıpkıbasımlarından ilim âleminde en muteber olanı ise, Reynold Alleyne Nicholson'ın tahkikli baskısıdır (Nicholson, 1373). Bu çalışmada yer alan Farsça metinlerde de Nicholson baskısı esas alınmıştır.

Bu çalışmada; *Mesnevî*'nin II. cildinin 1922-2129 numaralı beyitleri arasına serpiştirilmiş olan toplam 135<sup>2</sup> beyitten müteşekkil, "İ'timâd-kerden ber-telluk u vefâ-yı hirs / Bir Adamın, Ayının Vefâkârlığına Güvenmesi" başlıklı hikâyenin, toplam 22 *Mesnevî* müterciminin/şârihinin eserlerinde nasıl işlendiği incelenmektedir. Hikâye özetle şöyledir:

Bir ejderha bir ayıyı yakalar. Yolda giden birisi, ayının feryadını duyup geri döner ve ayıyı ejderhanın pençesinden kurtarır. Ayı, o adamın yapmış olduğu iyiliği gördükten sonra Ashab-ı Kehf'in köpeği gibi onun peşine takılır. Adam bir müddet sonra hastalanıp yatağa düşer. Ona gönül vermiş olan ayı ise yanından ayrılmaz. Ziyaretine gelen biri ayı ile ne işi olduğunu sorunca, adam olup biteni anlatır. Ziyaretçi; "Ayıya güvenme, ahmağın dostluğu düşmanlıktan beterdir, onu yanından uzaklaştır!" dese de, adam bunu yanlış anlar ve onun kendisini kışkırdığını düşünerek; "Ayının cismine değil, sevgisine bak..." diye cevap verir. Ziyaretçi; "Ahmakların sevgisi aldattıcıdır, benim hasedim ayının sevgisinden daha iyidir, gel bana güven de bu ayıdan kurtul, hemcinsini bırakıp da bir ayıya güvenme..." dese de, adam ziyaretçiyi yanından kovar. O olgun kişi buna rağmen oradan ayrılmayıp nasihatlerine devam etse de, adam onun elini bırakıp ayının elini tutar. Ziyaretçi iyi niyetle ne kadar ısrar etse de bir türlü sözünü dinletemeyince kızarak ve içinden "lâ-havle" çekerek adamı bırakıp gider. Bir müddet sonra adam uyuyunca yüzüne bir sinek konar. Yanındaki ayı da gelip sineği kovalar. Sinek, her kovalanışından sonra aynı yere konmaya devam eder. Bunun üzerine ayı sineğe kızar ve kocaman bir taş parçasını, sineği öldürmek niyetiyle, uyuyan adamın suratına fırlatır. Taş, uyuyan adamın suratını paramparça eder. Bu hadise o günden sonra bütün âleme yayılır.

Hikâyede, olay örgüsünün etrafında; ahmakların dostluğunun insana zarar verdiği, akıllı düşmanın ahmak dosttan daha iyi olduğu, Hak dostlarının her nerede olursa olsun mazlumların feryadını işitip onların yardımına koştuğu, cahillerin sevgisinin kişiye faydadan çok zarar vereceği, suizanda bulunmanın kötülüğü, akıllı insanlarla istişarenin önemi, ahmakların verdiği söze güvenilmemesi gerektiği gibi konular hakkında uzun uzun örnekler ve nasihatler yer alır. Olayda geçen "ayı"nın kişiye verdiği zarardan yola çıkılarak, akıyla değil de nefsiyle hareket eden iradesi zayıf kişilerin sözlerine sadık kalamadıkları vurgulanır. Bu hususu akıldan çıkarmamanın ve ahmaklarla münasebeti bu çizgiye göre ayarlamamanın gerekliliği konusunda türlü örneklere ve özlü sözlere yer verilir. Hikâyede yer alan "ayı" figürünün bazı kaynaklarda karşımıza "maymun" olarak çıktığını da görmekteyiz. Mesela 17. yüzyıl müelliflerinden Bostanzâde Yahyâ Efendi'nin *Mir'âtü'l-Ahlâk* adlı eserinin "Emanet ve Sadakat" konulu bölümünde bu hikâyeye ufak farklılıklarla ve "ayı" yerine "maymun" figürü ile yer alır (Sucu, 2012, s. 287).

Çalışma girişle birlikte toplam altı bölümden oluşmaktadır. Giriş, 1. bölüm olarak adlandırılmıştır. İkinci bölümde, ilgili hikâyenin beyit beyit tercümesini veren çalışmalar değerlendirilmiştir. Bunlar kronolojik olarak; Nahîfî'nin (d. 1646-ö. 1737) *Manzum Mesnevî Tercümesi* (h.1143/m.1730)<sup>3</sup>, Mehmed Şâkir

<sup>1</sup> Türkçe, Arapça, İngilizce, Almanca, İsveççe, İtalyanca, Urduca, Fransızca, Japonca, Arnavutça, İspanyolca, Türkmençe, Tacikçe, Çince, Özbekçe, Kazakça, Flemenkçe, Yunanca, Malayca, Rusça, Azerice, Boşnakça, Kürtçe, Svahilice ve Kırgızca. Ayrıca Konya Büyükşehir Belediyesi tarafından Gürcüce, Uygur Türkçesi, Tatar Türkçesi çeviri çalışmaları da tamamlanmış olup basım aşamasındadır. Ayrıntılı bilgi için bkz. (Karadağ, 2021, s. 103-123).

<sup>2</sup> Bazı tercüme/şerhlerde bu sayının arttığı yahut azaldığı görülmektedir. Bu durum, ilgili tercüme/şerhler bölümünde belirtilmiştir. Kanaatimizce; bu farklılıklar büyük oranda, tercüme yahut şerhte esas alınan *Mesnevî* nüshası farkından kaynaklanmaktadır.

<sup>3</sup> Parantez içlerinde eserlerin telif/istinsah/baskı tarihleri verilmiştir.

Efendi'nin (d. 1762-ö. 1836) *Tercemânü'l-Ma'nevî fî Tercemeti'l-Mesnevî* (h.1251/m.1835), Veled Çelebi İzbudak'ın (d. 1869-ö. 1953) *Mesnevî* (1942), Abdülbâki Gölpinarlı'nın (d. 1890-ö. 1982) *Mesnevî Tercemesi ve Şerhi* (1981)<sup>4</sup>, Âmil Çelebioğlu'nun (d. 1934-ö. 1990) *Mesnevî-i Şerif Aslı ve Sadeleştirilmesiyle Manzum Nahîfî Tercümesi* (1967)<sup>5</sup>, Ahmet Metin Şahin'in (d. 1935-) *Mesnevî: Nazmen Tercüme* (2006), Adnan Karaismailoğlu'nun (d. 1957-) *Mesnevî* (2007), Mehmet Kanar'ın (d. 1976-) *Mesnevî* (2014), Hicabi Kırlangıç&Derya Örs'ün (d. 1966-) *Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî-Mesnevî* (2008), Hicabi Kırlangıç'ın *Mesnevî* (2017) adlı eserleridir. Buradaki değerlendirme, ele alınan bütün tercümelere göre ilgili hikâyenin başlığı ve ilk üç beyti üzerinden yapılmıştır. Tercüme arasındaki benzerlikler ve farklılıkların daha net anlaşılabilmesi için, ilgili başlık ve beyitler Farsça orijinal metni ve Türkçe tercümeleriyle birlikte tablo üzerinde gösterilmiştir.

Üçüncü bölümde, ilgili hikâyenin şerhini veren çalışmalar değerlendirilmiştir. Bunlar kronolojik olarak; Şem'î Şem'ullâh'ın (d. 1533-ö. 1603) *Şerh-i Mesnevî* (h.1009/m.1600), Ankaravî İsmail Rusûhî'nin (d. ?-ö. 1632) *Mecmû'atü'l-Letâif ve Matmûratü'l-Ma'ârif* (h.1289/m.1806), Derviş Muhammed Şifâyî'nin (d. 1604-ö. 1672) *e's-Şerhu'l-Kitâbi'l-Mesnevîyi'l-Ma'nevîyi'l-Muhtasar* (h.1082/m.1672), M. Murad Nakşbendî'nin (d. 1808-ö. 1848) *Hülâsatü's-Şurûh fî Nihâyeti'l-Vuzûb* (h.1261/m.1845), Ahmed Avni Konuk'un (d. 1868-ö. 1938) *Mesnevî-i Şerif Şerhi* (1937), Tâhirül-Mevlevî'nin (d. 1877-ö. 1951) *Şerh-i Mesnevî* (1953), M. Muhlis Koner'in<sup>6</sup> (d. 1886-ö. 1957) *Mesnevî'nin Özü (I-II)*, *Bugünün İlmî, Bugünün Anlayışı, Bugünün Açık Diliyle Mesnevî'nin Bütün Bahislerinden Seçmeler* (1957), Abdülbâki Gölpinarlı'nın *Mesnevî Tercemesi ve Şerhi*, H. Hüseyin Top'un (d. 1933-) *Mesnevî-i Ma'nevî Şerhi* (2011) ve Muharrem Derici'nin (d. 1947-) *Mesnevî Şerhi* (2018) adlı eserleridir. Buradaki değerlendirme, ilgili hikâyenin ahde vefanın önemine dair nasihatler niteliğinde olan son beyti üzerinden yapılmaktadır. Şerhler arasındaki benzerlik ve farklılıkların daha net anlaşılabilmesi için, ilgili beyit Farsça orijinal metni ve Türkçe şerhleriyle birlikte tablo üzerinde gösterilmiştir.

Dördüncü bölümde, ilgili hikâyenin özet tercümesini veren mütercimlerin çalışmaları değerlendirilmiştir. Bunlar kronolojik olarak; Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi'nin (d. ?-ö. 1598?) *Cezîre-i Mesnevî* (h.1004/m.1595), Fazlullâh Rahîmî'nin (d. 1847-ö. 1924) *Mesnevî Hikâyeleri [Gülzâr-ı Hakikat] (I-III)* (h.1327/m.1909), M. Muhlis Koner'in *Mesnevî'nin Özü (I-II)*, Şefik Can'ın (d. 1909-ö. 2005) *Konularına Göre Açıklamalı Mesnevî Tercümesi* (1997) adlı eserleridir. Buradaki değerlendirme; tekrara düşmemek adına, diğerlerinin de genel olarak yorumlanmasıyla birlikte, özet tercümesi en kısa olan mütercimin tam metni üzerinden yapılmıştır.

Beşinci bölümde; ilgili hikâyede yer alan ayet ve hadisler incelenmiş, bunların orijinal *Mesnevî* metninde nasıl geçtikleri ele alınmış, tercüme ve şerhlerdeki sayıları ise toplu olarak verilmiştir.

Altıncı bölüm, makalenin sonuç kısmıdır. Bu bölümde; söz konusu hikâye üzerinden, ele aldığımız tercüme ve şerhlerin genel bir değerlendirmesi yapılmış, benzerlikleri ve farklılıkları, hepsinin özelliklerinin toplu olarak gösterildiği bir tablo ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada yer alan *Mesnevî* tercüme ve şerhlerini seçerken; Osmanlı dönemi, Cumhuriyet dönemi ve günümüz çalışmalarından örnekler bulunmasına dikkat edilmiştir. Bunlardan Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi (özet tercüme), Şem'î Şem'ullâh (şerh), Ankaravî İsmâil Rusûhî (şerh), Derviş Muhammed Şifâyî (şerh), Nahîfî (beyit beyit tercüme), Murad Nakşbendî (şerh) ve Mehmed Şâkir Efendi (beyit beyit tercüme) Osmanlı dönemi mütercim/şârihleridir. Fazlullâh Rahîmî (özet tercüme), Ahmed Avni Konuk (şerh), Veled Çelebi İzbudak (tercüme), Tâhirül-Mevlevî (şerh), M. Muhlis Koner (özet tercüme/şerh), Abdülbâki Gölpinarlı (beyit beyit tercüme/şerh), Âmil Çelebioğlu (tercüme) ile Şefik Can (özet tercüme) Cumhuriyet devri ve 2000 yılı öncesi mütercim/şârihleridir. Ahmet Metin Şahin (beyit beyit tercüme), Adnan Karaismailoğlu (beyit beyit tercüme), H. Hüseyin Top (şerh), Mehmet Kanar (beyit beyit tercüme), Hicabi Kırlangıç&Derya Örs (beyit beyit tercüme), Hicabi Kırlangıç (beyit beyit tercüme) ve Muharrem Derici

<sup>4</sup> Gölpinarlı her ne kadar eserine "*Mesnevî Tercemesi ve Şerhi*" adını verse de, aslında bu çalışma *Mesnevî'nin* tercümesi mahiyetinde olup, ilaveten, ciltlerin sonunda sadece ilgili bölümlerde yer alan ayet ve hadislerin açıklamaları kapsamında değerlendirilebilecek toplu bilgiler içermektedir. Bu sebeple Gölpinarlı'nın eseri hem tercüme hem de şerhler grubuna dâhil edilmiştir.

<sup>5</sup> Bu çalışma kapsamında, sadece Âmil Çelebioğlu'nun sadeleştirilmiş Nahîfî tercümesinden faydalanılmış, Nahîfî'nin orijinal tercümesi ise ilgili çalışma kapsamında değerlendirilmiştir.

<sup>6</sup> İlgili hikâyede "İzah" başlığı altında hikâyenin son beytinin kısa bir şerhi bulunmaktadır. Bu sebeple M. Muhlis Koner'in eseri hem şerh hem de özet tercüme grubuna dâhil edilmiştir.

(şerh) 2000 yılı sonrası ve günümüz mütercimleri/şârihleri kategorisinde değerlendirebileceğimiz isimlerdir. Bu eserlerin, ilgili hikâyenin örnek beyitleri ekseninde bir arada değerlendirilip mukayese edilmesinin, *Mesnevi* tercüme ve şerhlerinin geçmişten günümüze nasıl bir çizgi takip ettiğinin belirlenmesine katkıda bulunacağını ümit etmekteyiz.

## 2. Hikâyenin Beyit Beyit Tercümesini Veren Eserlerin Değerlendirilmesi:

Bu kategoride yer alan eserler, *Mesnevi*'yi sadece tercüme eden eserler olup, aşağıda hikâyenin başlığı ve ilk üç beyti ekseninde kronolojik olarak değerlendirilmektedir. Mukayesenin daha net görülebilmesi için, başlık ve beyitler bir tablo üzerinde gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Hikâyenin Başlığı ve İlk Üç Beytinin Tercümesi

| Mütercim, Eser Adı   | Tercümede Bulunduğu Cilt ve Beyit Numarası/Aralığı <sup>7</sup> | Hikâyenin Başlığı ve İlk Üç Beyti  |
|--|---|--|
|  |   | اعتماد کردن بر تملق و وفای خرس<br>اژدهایی خرس را در می کشید<br>شیر مردی رفت و فریادش رسید<br>شیر مردانند در عالم مدهد<br>آن زمان کافغان مظلومان رسد<br>بانگ مظلومان ز هر جا بشنوند<br>آن طرف چون رحمت حق می دوند   |
| Nahîfî, <i>Manzum Mesnevi Tercümesi</i>                                | I. Kitap<br>II. Defter<br>1950-1951-1952. Beyitler              | <b>Bir Şahıs Bir Ayunun Temelluk u Vefâsına İ'timâd İtdügidür</b><br><br>Oldu bir hirse musallat ejdehâ<br>İtdi bir merd ana tedbîr-i rehâ<br><br>Şîr-i merdân oldu imdâd-ı cihân<br>Dâd-ı mazlûma iderler bezl-i cân<br><br>İtseler feryâd-ı mazlûmânı gûş<br>Hem-çü bahr-i rahmet eylerler hurûş |
| Mehmed Şâkir Efendi, <i>Tercemânü'l Ma'nevî fi Tercemeti'l-Mesnevî</i> | II. Cilt<br>1940-1941-1942. Beyitler                            | <b>Bir Ahmakın Hirsin Temelluk u Vefâsına İ'timâd Eylemesi</b><br><br>Ejdehâ bir hirsî itmişdi zebûn<br>Bir yigit imdâd idüp kıldı masûn<br><br>Şîr-i merdân ol zamân eyler meded<br>Âh-ı mazlûmân bulursa hadd ü 'add<br><br>İşidürler bâng-i mazlûmânı hep<br>İrişürler ol zamân çün fazl-ı Rab  |
| Veled Çelebi İzbudak, <i>Mesnevî</i>                                   | II. Cilt<br>1932-1933-1934. Beyit Aralığı                       | <b>Bir Adamın, Ayının Vefâkârlığına Güvenmesi</b><br><br>Bir ejderha bir ayıyı yakalamıştı. Yiğidin biri, giderken ayının bağırmasını duydu.<br><br>Âlemde düşkünlere yardımcı erler vardır. Onlar, mazlumlar feryat ettiler mi derhal yetişirler.   |

<sup>7</sup> Manzum tercüme için "beyitler", mensur tercüme için ise "beyit aralığı" ibaresi kullanılmıştır.

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | Mazlumların seslerini her yerden işitirler, Hak rahmeti gibi o tarafa koşarlar.   |
| <b>Abdülbâki Gölpınarlı, <i>Mesnevî Tercemesi ve Şerhi</i></b>                                       | II. Cilt<br>1932-1933-1934. Beyit<br>Aralığı               | <b>Bir Adamın, Ayının Yaltaklanmasına, Vefâsına Güvenmesi</b><br><br>Bir ejderha, bir aya sarılmıştı. Arslan bir er, yürüdü, ayının feryadına erişti.<br><br>Mazlumların feryatlarını duydular mı, imdatlarına koşan arslan erler vardır dünyada.<br><br>Onlar nerde olurlarsa olsunlar, mazlumların feryatlarını duyarlar, Tanrı rahmeti gibi o yana koşarlar. |
| <b>Âmil Çelebioğlu, <i>Mesnevî-i Şerif: Aslı ve Sadeleştirilmişiyile Manzum Nahîfî Tercümesi</i></b> | I. Kitap<br>II. Defter<br>1950-1951-1952. Beyit<br>Aralığı | <b>Bir Şahsın, Bir Ayının Dalkavukluğuna ve Vefâsına İtimat Etmesi</b><br><br>Bir aya bir ejderha musallat olmuştu. Bir yiğit de onu kurtarmaya gitti.<br><br>Âlemde yardıma koşan arslan gibi kimseler vardır. Mazluma yardım için canlarını feda ederler.<br><br>Mazlûmların feryadını işitince, rahmet denizi gibi koşarlar.                                 |
| <b>Ahmet Metin Şahin, <i>Mesnevî: Nazmen Tercüme</i></b>   | I. Kitap<br>II. Defter<br>1933-1934-1935. Beyitler         | <b>Bir Ayının Yaltaklanmasıyla Vefâsına Bir Kimsenin İtimat Göstermesi</b><br><br>Bir koc' oğlan var, sarar bir ejdehâ<br>Bir adam aslan yürek ermişti yâ!<br><br>Halka imdat eyleyen mert kimseler<br>Duysa feryat, hep koşup gelmekteler<br><br>Duysalar her nerde, feryat var yine<br>Oldular, Hak rahmeti onlar yine  |
| <b>Adnan Karaismailoğlu, <i>Mesnevî</i></b>  | Tek Cilt<br>II. Defter<br>1922-1923-1924. Beyit<br>Aralığı | <b>Ayının Dalkavukluğuna ve Vefâsına Güvenmek</b><br><br>Bir ejderha bir ayıyı yutuyordu, aslan gibi bir adam gidip imdadına yetişti.<br><br>Dünyada mazlumların feryadı eriştiğinde yardım edecek aslan gibi adamlar vardır.<br><br>Mazlumların sesini nereden duysalar, Hakk'ın rahmeti gibi o tarafa koşarlar.   |
| <b>Mehmet Kanar, <i>Mesnevî</i></b>  | I. Kitap<br>II. Defter<br>---                              | <b>Ayının Yaltaklanmasına, Vefâsına Güvenmek</b><br><br>Büyük bir yılan aya sarılmıştı<br>Aslan yürekli biri gitti, yardımına koştu<br><br>Mazlumların feryadını duyduklarında<br>Yardıma koşan aslan yürekli vardır dünyada<br><br>Nerede duysalar mazlumların feryadını<br>O tarafa koşarlar Hakk'ın rahmeti gibi   |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>Hicabi Kırlangıç&amp;Derya Örs,</b><br/><i>Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî-<br/>Mesnevî</i></p> | <p>Tek Cilt<br/>II. Defter<br/>1922-1923-1924. Beyit<br/>Aralığı</p> | <p><b>Ayının Dostluğuna ve Vefâsına Güvenmek</b></p> <p>Bir ejderha bir ayıyı yutuyordu. Aslan yürekli bir adam gidip ayının imdadına yetişti.</p> <p>Âlemde mazlumların imdadına yetişen aslan yürekli adamlar vardır.</p> <p>Onlar, mazlumların sesini duyduklarında hemen Hakk'ın rahmeti gibi yardıma koşarlar.</p> |
| <p><b>Hicabi Kırlangıç, Mesnevî</b></p>   | <p>I. Kitap<br/>II. Defter<br/>1928-1929-1930. Beyitler</p>          | <p><b>Ayının Dostluğuna ve Vefâsına Güvenmek</b></p> <p>Bir ayıyı yutuyordu ejderha<br/>Cesur bir adam yetişti imdâda</p> <p>Mazlumların feryadı geldiğinde<br/>Yardım eden yiğitler var âlemde</p> <p>Nereden duysalar mazlum sesini<br/>O yana koşarlar Hak rahmeti gibi</p>  |

Yukarıdaki tabloda görüleceği üzere, *Mesnevî*'nin II. cildinde yer alan "Bir Adamın Ayının Vefâkârlığına Güvenmesi" başlıklı hikâye, on mütercimden beşinin eserinde (Nahîfî, Mehmed Şâkir Efendi, Ahmet Metin Şahin, Mehmet Kanar, Hicabi Kırlangıç) manzum; beşinin eserinde de (Veled Çelebi İzbudak, Abdülbâki Gölpinarlı, Âmil Çelebioğlu, Adnan Karaismailoğlu, Hicabi Kırlangıç&Derya Örs) mensur olarak tercüme edilmiştir. Bu çalışmalarla ilgili detaylar şöyledir:

Nahîfî'nin 1967 yılında üç kitap olarak basılan *Manzum Nahîfî Tercümesi* (Çelebioğlu, 1967) isimli eserinin ilk cildinin ikinci defterinin 1950-2161. beyitleri arasında yer alan ilgili hikâye, 135 beyitten müteşekkildir. *Mesnevî*'nin tamamının ilk manzum tercümesi mahiyetindeki eser, 1852 yılında Bulak Matbaası'nda basılmıştır. Fâ'ilâtün /Fâ'ilâtün /Fâ'ilün vezniyle kaleme alınan eserde, Arapça-Farsça kelimelerin ve tamlamaların yoğun olarak kullanıldığını görmekteyiz.

Mehmed Şâkir Efendi'nin *Tercemânü'l-Ma'nevî fî Tercemeti'l-Mesnevî* adlı eserinin 2. cildinin 1940-2152. beyitleri arasında yer alan hikâye, 137 beyitten müteşekkildir. Bu eserde hikâyenin tamamı, *Mesnevî*'nin Farsça asıl metnine göre 2 beyit fazladır. Bu fazlalığın sebebi, mütercimin, iki yerde birer beyti ikişer beyit ile tercüme etmesinden kaynaklanmaktadır. Tartışmalı olan yedinci cildin tercümesini de içeren bu eser, *Mesnevî*'nin tamamının, Nahîfî'nin eserinden sonraki ikinci manzum tercümesi mahiyetindedir. Eser üzerinde bir doktora çalışması yapılmıştır (Karadağ, 2018). Fâ'ilâtün/Fâ'ilâtün/Fâ'ilün vezniyle kaleme alınan eserde Arapça/Farsça kelimeler ve tamlamaların yoğun olarak kullanıldığı görülür.

Veled Çelebi İzbudak'ın *Mesnevî* (İzbudak, 1988) isimli mensur eserinin 2. cildinde yer alan hikâye, 1932-2140 numaralı beyit aralığındadır ve toplam 135 beyitten oluşmaktadır. İlk defa 1942 yılında Milli Eğitim Bakanlığı tarafından 6 cilt olarak basılan eserin ön sözü Abdülbaki Gölpinarlı'ya aittir. Cilt sonlarında da yine Gölpinarlı'nın eklediği, özel adlarla ilgili açıklamalar vardır. İlk baskısı imla ve üslup özellikleri bakımından birtakım eleştirilere maruz kalan bu eserin, bazı bölümleri sonraki baskılarında düzeltilmiştir. Eserin, Selçuk Üniversitesi Mevlâna Araştırmaları Enstitüsü Feridun Nafiz Uzluk Arşivi'nde mütercimin el yazısını içeren bir nüshası vardır. Bu tercümenin çok sayıda müsveddelerinin yanı sıra Mevlâna Müzesi Kütüphanesi'nde Şücâeddin Onuk tarafından istinsah edilen düzenli bir nüshası da bulunmaktadır.<sup>8</sup> Eserde, ilgili hikâye gayet sade ve kolay anlaşılır bir Türkçe ile mensur olarak tercüme edilmiştir.

İlgili hikâye, Abdülbâki Gölpinarlı'nın *Mesnevî Tercümesi ve Şerhi* (Gölpinarlı, 1981) isimli eserinin 2. cildinde yer almaktadır. Hikâyenin tamamı, 1932-2140 numaralı beyit aralığında toplam 134 beyitle tercüme edilmiştir. Eser, *Mesnevî*'nin tamamının mensur tercümesi/şerhi mahiyetinde olup, Mevlâna

<sup>8</sup> Veled Çelebi İzbudak tarafından Osmanlı Türkçesi ile hazırlanan bu eser, Şücâeddin Onuk tarafından yeniden düzenlenerek 1938-1942 tarihleri arasında istinsah edilmiştir. Eser, Konya Mevlana Müzesi İhtisat Kütüphanesi 5223 numarada kayıtlıdır ve toplam 30 defterden oluşmaktadır.

Müzesi İhtisas Kütüphanesi numara 51'de kayıtlı Farsça *Mesnevî* metni esas alınarak hazırlanmıştır. Toplam 6 cilt ve 3 kitaptan oluşan eserde, ilgili hikâyenin tercümesinde öz Türkçe kelimelerin ve devrik cümlelerin çokluğu dikkat çekmektedir.

Hikâye 137 beyit olarak<sup>9</sup>, Ahmet Metin Şahin'in *Mesnevî: Nazmen Tercüme* (Şahin, 2006) isimli eserinin ilk kitabının 2. defterinin 1933-2036. beyitleri yer almaktadır. Eser, *Mesnevî*'nin tamamını kapsayan manzum bir tercüme mahiyetinde olup 3 cilt hâlinde yayımlanmıştır. Fâ'îlâtün/Fâ'îlâtün/Fâ'îlün vezniyle kaleme alınan eserde, tercüme sade bir Türkçe ile yapılmıştır. Hikâyede geçen "ayı" için, "koca oğlan" ibaresinin kullanılması dikkat çekicidir.

Hikâye 134 beyit olarak, Adnan Karaismailoğlu'nun *Mesnevî* (Karaismailoğlu, 2009) isimli mensur tercümesinin ikinci defterinde 1922-2129 numaralı beyit aralığında yer almaktadır. Eser, *Mesnevî*'nin tamamını ihtiva eden mensur bir tercüme mahiyetinde olup tek cilt hâlinde yayımlanmıştır. Gayet sade ve kolay anlaşılır bir Türkçe ile kaleme alınmıştır.

Mehmet Kanar'ın *Mesnevî*'nin tamamını serbest vezinle nazmen tercüme ettiği *Mesnevî -I-II* (Kanar, 2014) adlı eserinin ilk cildinin birinci defterinde yer alan hikâye, toplam 135 beyitten oluşmaktadır. Farsça öğrenimi açısından faydalı bir çalışma olan eserde sade bir kullanılmıştır. Farsça aslından birebir çeviri yapıldığı için devrik cümleler oldukça fazladır. Beyitler numaralandırılmamıştır.

Hicabi Kırılgiç ve Derya Örs'ün mensur *Mevlâna Celâleddîn-i Râmî-Mesnevî* (Kırılgiç&Örs, 2008) isimli eserlerinin ikinci cildinde yer alan hikâye, 1922-2129 numaralı beyit aralığındadır ve toplam 134 beyitten oluşmaktadır. Altı ciltten müteşekkil olan ve sade bir dille kaleme alınan eserde, metin içerisinde geçen ayet ve hadisler dipnotlarda detaylandırılmıştır. Bununla birlikte, bazı terimler ve özel adların açıklamalarına da yer verilmiştir.

Hicabi Kırılgiç'in *Mesnevî I-II* (Kırılgiç, 2017) adlı çalışması, 11'li hece vezniyle yazılmış olup *Mesnevî*'nin tamamını kapsayan manzum bir tercüme mahiyetindedir. Günümüze en yakın tarihte yazılan manzum *Mesnevî* tercümesi olması hasebiyle önemlidir. İlgili hikâye; eserin ilk cildinin 2. defterinde, 1928-2136. beyitler arasında toplam 135 beyit hâlinde yer almaktadır.

### 3. Hikâyenin Şerhini Veren Eserlerin Değerlendirilmesi:

Bu kategoride, 10 *Mesnevî* şârihinin eserlerine yer verilmiş ve bu eserler, ilgili hikâyenin son beyti ekseninde kronolojik olarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Eserler arasındaki karşılaştırmanın daha net görülebilmesi için ilgili hikâyenin son beyitlerinin şerhleri tek bir tablo üzerinde gösterilmiştir.

Tablo 2. Hikâyenin Son Beytinin Şerhi

| Şârih, Eser Adı   | Şerhte Bulunduğu Cilt ve Beyit Aralığı/Numarası | Hikâyenin Son Beyti (135. Beyit)   |
|---|---|--|
|   |   | و آن که حق را ساخت در پیمان سندن<br>تن کند چون تار و گورد او تن  |
| Şem'î Şem'ullâh, <i>Şerh-i Mesnevî</i>                      | II. Cilt<br>---                                 | <b>V'ân ki dâned 'ahd bâkî mî koned</b><br>Ve ol kimse bilür kime 'ahd ü vefâ eyler ya'nî Hudâ-yı Te'âlâya yemin eylemek hemân Hazret-i Hudâ ile 'ahdleşmekdür. Pes her kim ki bu husûsî bile<br><b>Ten koned çün târ u gird-i û tened</b><br>cesedini târ gibi eyler ve anun çevresini örer ve tokur ya'nî Hazret-i Hudâ'nun rızâsı dâ'iresinden taşra çıkmaz ve 'ahdini sımaz. Bu sebebden dimişlerdür ki tevbeden sonra olan günâh yitmiş mertebe ziyâderekdür tevbeden evvel vâkı' olan günâhdan. Târ bunda arış ma'nâsınadır ki arış ve arğac dirler [gird çevre ma'nâsınadır]. |
| Ankaravî, <i>Mecmû'atü'l-Letâyif ve Matmûratü'l-Ma'ârif</i> | II. Cilt<br>2146                                | <b>V'ân ki dâned 'ahd bâkî mî koned</b><br><b>Ten koned çün târ u gird-i û tened</b><br>Ve ol kimseler bilür 'ahdi kimünle eyler ya'nî 'ahdi ne kimse ile eyledüğini   |

<sup>9</sup> Eserde, ilgili hikâyenin 8. beytinden sonra 2 beyit daha yer almaktadır ancak bu beyitler sıralamaya dâhil edilmeden, 1940/a (ilave beyit)-1940/b (ilave beyit) şeklinde gösterilmiştir. Beyit sayısındaki farklılık buradan kaynaklanmaktadır.

|  |                             |   |
|--|-----------------------------|---|
|  |                             | bilen kimse cesedini târ gibi eyler ve anun çevresini tolanur. Ya'nî ol kimse ki 'ahdi ma'nen Hazret-i Hakk ile eylediğini bile aslâ ol 'ahdden dönmez ve berî olmaz. Eger ol 'ahdi yerine getürmede anun teni târ gibi hafif ü nizâr olursa da yine 'ahdinden berî olmayup anun etrafına tolanur demek olur.   |
| <b>Derviş Muhammed Şifâyî,</b><br><i>e'ş-Şerhu'l-Kitâbi'l-Mesnevîyi'l-Ma'nevîyi'l-Muhtasar</i> | II. Cilt<br>---             | <b>V'an ki dâned 'ahd bâkî mî koned</b><br><b>Ten koned çün târ u gird-i û tened</b><br>Ve o kimse ki 'ahdi hakikatde kimünle itdüğün bile cismini iplik gibi nahîf ider ve ol 'ahd etrafına tolanur zirâ ki 'ahd hakikatde Cenâb-ı Hudâ iledür husûsâ ki yemîn ola.  |
| <b>M. Murad Nakşebendî,</b><br><i>Hülâsatü's-Şurûh fî Nihâyeti'l-Vuzûh</i>                     | II. Cilt<br>-               | O kimse ki bilir ve 'irfânı vardır 'ahdi kim ile itmişdür. Ya'nî Allâh Te'âlâ ile itmişdür. Gerçi sûretde 'ahdi o kimse iledir tenini tel gibi zâ'if ider ve o 'ahdinin etrafında dolanır ya'nî onu bozmaz.   |
| <b>Ahmed Avni Konuk,</b><br><i>Mesnevî-i Şerif Şerhi</i>                                       | IV. Cilt<br>2126            | Ve o kimse ki bilir, korkuya mensup olan ahdi eder ve cismi iplik gibi yapar ve onun etrafında dolaşır. Ahdin ehemmiyetini bilen kimse, o ahdi korkarak yapar ve yaptığı vakit dahi o ahdi yerine getirmek için cismine eza ve cefadan ve zahmetten iplik gibi inceltir ve o ahdinin ifası etrafında dolaşır. Bu terceme ve izah, Ankaravî nüshasına göredir. Hind nüshalarında birinci mısra; <i>و ان که داند عهد با که می کند</i> yani, "Ve o kimse ki, ahdi kimin ile yaptığını bilir" suretindedir. Yani, "Ahdine vefâ eden kimse, yemini Zât-ı ecell ü a'lâya karşı yaptığını bilir. Binâenaleyh ism-i celil-i ilâhiye kemâl-i hürmetinden, yeminiine sâdık kalır" demek olur. |
| <b>Tâhirü'l-Mevlevî, Şerh-i Mesnevî</b>  | VII. Cilt<br>6088           | Yemin etmekle, hatta bazılarının yaptığı, (والله على ما نقول وكيل) yani: "Söylediklerimize ve ettiğimiz mukâveleye Allah vekildir" demekle, kiminle muâhede yaptığını bilen kimse vücudunu iplik yapar, o ahdin etrafında döner. Sarılan bir iplik sarıldığı yumağı nasıl kuvvetlendirirse, mukâvelenin hakikatinde Allah ile muâhede olduğunu bilen bir adam da onun kırılmaması ve verdiği sözün muhafazası için onun etrafında döner dolaşır.  |
| <b>M. Muhlis Koner,</b><br><i>Mesnevî'nin Özü (I-II)</i>                                       | I. Kitap<br>II. Defter<br>- | Bahsi bitirirken ahde vefanın ehemmiyet ve kıymeti hakkında bir de şu Mesnevi beytini inceleyelim:<br><b>و ان که حق را ساخت در پیمان سند</b><br><b>تن کند چون تار و گرد او تند</b><br>(Kiminle ahdettiğini bilen kimse, tenini iplik gibi inceltir ve ahdinin etrafına dolanır.) Yani, ahdi yerine getirmek hususundaki çalışmalarımız o kadar kuvvetli olacak ki, bu yüzden adeta iplik gibi zayıflayacağız ve ahdimize sarılacağız.<br>Görülüyor ki ahde vefa ahlaki vasıfların başında gelmektedir. <sup>10</sup>  |
| <b>Abdülbâki Gölpınarlı,</b><br><i>Mesnevî Tercemesi ve Şerhi</i>                              | II. Cilt<br>2140            | Sen onun "Ahitlerinizde, bağlandığınız sözlerde durun" hükmünden el yu; "antlarınızı koruyun" ayetini okuma ona. Bil ki ahdinde Tanrı'yı dayanaç yapan kişi, canını ipliğe döndürür de çevresinde döner dolaşır, o ahdi örer durur. "Ey inananlar, ahitlerinizi yerine getirin..." (Mâide, 5/1).<br>"Boş yere yemin etmenizden dolayı sorumlu tutmaz sizi Allah, fakat yürekten ve kasten ettiğiniz yeminler yüzünden sorumlu tutar. Yemin kefareti, ailenize yedirdiğiniz yemeklerden orta derecede olanıyla on yoksulu doyurmak yahut onları giydirmek yahut da bir kul azat etmektir.  |

<sup>10</sup> M. Muhlis Koner'in eserinde, ilgili hikâyenin son beytinden önceki beytlere dair "izah" başlığıyla kısa bir şerh yer almaktadır. Özet tercümeden hemen sonra verilen, şerh mahiyetinde değerlendirebileceğimiz bu bölüm şöyledir:

"İzahı Hikâye ve tercümede maksat açık olarak izah edildiği veçhile, ahmak, yaptığı hareketin nereye varacağını düşünemediğinden etrafına daima telâfi edilemeyecek zararlar verir. Bunun için ahmağın muhabbetinden düşmanın hasedi daha iyidir, sözü yersiz değildir. Sonra ahmağın sözüne, ahdine de güvenilmez. Yemin etse bile ona da sadık değildir. Çünkü onun yemini içten değil, bir âdet ve bir alışkanlıktır. Yemin edenler ekseriya sözüne güvenilmeyen kimselerdir. Bunun için Mevlâna; nefis-i emmâresini yemin bağıyla mukayyet kılanlar daha çabuk sıklır ve yeminlerini daha çabuk bozarlar, buyurmaktadır.

Hülâsa sözünde durmak, ahdine vefa göstermek dinimizin en kavi esaslarındandır. Nitekim Sure-i Mâide'deki şu ayet-i celile bunu gösteriyor. (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ) «Ey iman edenler taahhütlerinizi, ifa edin.» Bu ahde, ister Allah ile kul ister insanlar arasında olsun, riayet şarttır. Sonra aynı surenin aşağısına doğru: (إِذَا حَلَفْتُمْ وَاحْفَظُوا أَيْمَانَكُمْ) «Eğer yemin ederseniz, yeminlerinizi muhafaza ediniz!..» buyrulmaktadır" (Koner, 2005, s. 208).

|  |                  |   |
|--|------------------|---|
|  |                  | Bunlara gücü yetmeyen üç gün oruç tutar. İşte yemininizi bozarsanız budur kefareti. Koruyun antlarınızı. Allah, şükredenlerden olursunuz diye ayetleri işte böyle açıklar size" (Mâide, 5/89).  |
| <b>H. Hüseyin Top,<br/>Mesnevi-i Ma'nevî Şerhi</b> | IV. Cilt<br>6147 | Verdiği söze Hakk'ı senet yapan kişi, bedenini iplik gibi yapar ve onun etrafında dolaşır durur.<br>"Allah şahit olsun ki sana şunu vereceğim tarzında söz veren kimse, verdiği söze Hakk'ı şahit tutar ve O'nu senet yerine koyar. O sözünün etrafında döner, dolaşır ve bazen sıkıntıya düşer, iğne-ipliğe döner ama sözünü yerine getirir."<br>Ahdî Allah adına yaptığını bilen kişi, Hakk'ın hürmetine yeminini yerine getirir. |
| <b>Muharrem Derici,<br/>Mesnevi Şerhi</b>          | II. Cilt<br>2140 | Kiminle ahdedtiğini bilen, tenini iplik hâline kor, o ahdin etrafında dolanır, o ahdi örer durur.   |

İlgili hikâyenin son beyti ekseninde toplam 10 şârihin eserlerini kronolojik olarak şöyle değerlendirebiliriz:

Şem'î Şem'ullah'ın mensur *Şerh-i Mesnevi* adlı eserinde beyitlere numara verilmemiştir. İlgili hikâye, eserin ikinci cildinde yer almakta ve toplam 132 beyit açıklamasından oluşmaktadır. Şem'î, hikâye beyitlerini mısralar hâlinde şerh etmiştir. Bazı yerlerde, manayı pekiştirmek için köşeli parantez içinde "[ ]" özel açıklamalar yapmıştır. Şem'î'nin şerhinde dikkatimizi çeken bir husus da, bu beyitte yer almasa da, yer yer "hikâyet" başlığı altında konuyla ilgili örnek olayların anlatılmasıdır. Bu olaylar bazen tarihî ve menkıbevi unsurları ihtiva etmekte, bazen de felsefi boyutları olan kısa ve düşündürücü açıklamaları barındırmaktadır. *Mesnevi*'nin tamamının ilk Türkçe mensur şerhi olan eser üzerinde bir doktora çalışması yapılmıştır (Koçoğlu, 2009). Şem'î'nin eserinde, ilgili hikâyenin şerhi bünyesinde, 16 ayet ve 11 hadis ihtibası vardır.

Ankaravî İsmail Rusûhî'nin *Mecmû'âtü'l-Letâ'if ve Matmûratü'l-Ma'ârif* adlı eserinin ikinci cildinde bahsi geçen hikâye, 1938-2146. beyitler arasında toplam 134 beyitten oluşmaktadır. Ankaravî, hikâyeyi Şem'î gibi mısralar hâlinde değil, beyitler hâlinde şerh etmiştir. Beyitlerin şerhini genellikle kısa tutarken gerekli gördüğü yerlerde bazı kelimelerin açıklamasını yapmış ve konuyla ilgili örnekler vermiştir. *Mecmû'âtü'l-Letâ'if ve Matmûratü'l-Ma'ârif*; hem yazıldığı dönem olan 17. yüzyılda, hem de daha sonraki dönemlerde pek çok açıdan yararlanılabilecek bir temel kaynak olarak kabul görmüş bir eserdir (Güleç, 2008, s. 144). Şerhte, muhtelif tasavvufi kaynaklardan ve din âlimlerinin sözlerinden büyük oranda istifade edilmiştir. Eser, ayet ve hadisler yönünden oldukça zengindir. Bu beyitte olmasa da; ilgili hikâyenin şerhinin yapıldığı 134 beyit genelinde yer alan ayet ve hadislerin Arapça okunuşları metin içerisinde verilmiş, ayetlerin mealleri ve numaraları dipnotta belirtilmiştir. İlk baskısı 7 cilt hâlinde Bulak Matbaası'nda (1936), ikinci baskısı Matbaa-i Âmir'e'de (1872) yapılan ve *Mesnevi*'nin tamamının mensur şerhi mahiyetinde olan eserle ilgili bir de doktora çalışması mevcuttur (Yalap, 2014).

Derviş Muhammed Şifâî'nin *e's-Şerhu'l-Kitâbi'l-Mesneviyyi'l-Ma'nevîyyi'l-Muhtasar* adlı eseri *Mesnevi*'nin ilk 2 cildinin mensur şerhi mahiyetindedir. Eserin 2. cildinde yer alan ilgili hikâye, 135 beyit hâlinde şerh edilmiştir. Sultan Selim Medresesi'nde müderris olan Şifâî'nin eseri, medresede verdiği *Mesnevi* derslerinden oluşur. Yazıldığı dönemin dil özelliklerini yansıtan eserde beyitler numaralandırılmamıştır. Eserin ilk cildi kitap olarak yayımlanmış (Özdemir, 2016), 2. cildi üzerinde ise bir doktora çalışması yapılmıştır (Cengiz, 2021).

Hikâye, M. Murad Nakşbendî'nin *Hülâsatü's-Şurûh fi Nihâyeti'l-Vuzûh* adlı eserinin 2. cildinde 125 beyit hâlinde şerh edilmiştir. Eserde beyitler numaralandırılmamıştır. Hikâyenin beyit sayısındaki eksiklik, tercümeye esas alınan nüshadaki varak eksikliğinden kaynaklanmaktadır. Hikâye; felsefi söylemlerden uzak, sade bir dil kullanılarak tasavvufun ince meselelerine dair orijinal yorumlar getiren nazik bir üslupla şerh edilmiştir. *Mesnevi*'nin tamamının kısa bir mensur şerhi olan *Hülâsatü's-Şurûh fi Nihâyeti'l-Vuzûh* 6 ciltten müteşekkildir. Eser üzerinde bir doktora çalışması (Ağır, 2010) yapılmış, eserin ilk 1001 beytini konu edinen bir de kitap yayımlanmıştır (Güntan, 2010).

Hikâyenin tamamı 134 beyit hâlinde, Ahmed Avni Konuk'un *Mesnevi-i Şerif Şerhi* isimli eserinin 4. cildinin 1918-2126 numaralı beyit aralığında yer almaktadır. Şârihin 1929 yılında başlayıp 1937 yılında tamamladığı eser, *Mesnevi*'nin tamamının mensur şerhi mahiyetinde olup 13 cilt hâlinde basılmıştır. Ahmed Avni Konuk, ilgili hikâyenin şerhinde klasik şerh yöntemini (Erdogan, 1997, s. 286-293) uygulamıştır. İlk



olarak ilgili beyit tercüme edilmiş, akabinde kelimeler kısaca açıklanmış, gerekli görülen yerlerde kelimelerin detaylı izahına yer verilmiş, daha sonra şerh kısmına geçilmiştir. Hikâyenin şerh kısmında çok sayıda ayet ve hadis bulunması dikkat çekicidir. Yukarıya örnek olarak aldığımız beyitte bulunmasa da, Konuk'un şerhinde, genel olarak manayı kuvvetlendiren hikâye örneklerine de rastlanır. Eser, Mustafa Tahralı başkanlığında bir ekip tarafından hazırlanarak yayımlanmıştır (Konuk, 2009).

Tâhirü'l-Mevlevî'nin *Şerb-i Mesnevî* isimli eserinin 7. cildinde yer alan hikâye, 5879-6088 numaralı beyit aralığındadır ve toplam 136 beyitten müteşekkildir. Eser, *Mesnevî*'nin tamamını kapsayan mensur bir şerh mahiyetinde olup klasik şerh geleneğine uygun olarak hazırlanmıştır. 18 ciltten oluşan eser, tek bir ciltmiş gibi numaralandırılmıştır. Beyitlerin Farsça orijinal metinlerinin altında öncelikle Latin harfleriyle okunuşları verilmiş, hemen altına da Türkçe tercümeleri eklenmiştir. Daha sonra beyitte geçen bazı kelimelerle ilgili kısa açıklamalar yapılmış ve şerhe geçilmiştir. Tâhirü'l-Mevlevî'nin *Şerb-i Mesnevî*'si, adeta Mevlevîlere ve Mevlâna muhiplerine ders verir bir tarzda kaleme alınmıştır. İlk 4 cildi ve 5. cildinden de 1000 beyit kadarı Tâhirü'l-Mevlevî'ye ait olan bu şerhin geri kalanı Şefik Can tarafından tamamlanmış ve eser 18 cilt hâlinde basılmıştır (Olgun, 1971).

M. Muhlis Koner'in *Mesnevî'nin Özü (I-II)* adlı eserine, çalışmamızın özet tercüme kısmında ayrıca değinilmiştir. İlgili hikâye, Koner'in iki ciltlik bu eserinin ilk cildinin 206-208 numaralı sayfa aralığındadır. Koner'in eserinde, ilgili hikâyenin son beytinden önceki beyitlerle ilgili, "izah" başlığıyla kısa bir şerh yer almaktadır.

Abdülbâki Gölpınarlı'nın, *Mesnevî Tercemesi ve Şerhi* adlı eserinin ilk kısmıyla ilgili bilgiler, çalışmamızın tercümeyle ilgili bölümde verilmiştir. Eserin şerh niteliği gösteren yönünü de burada ele alacağız. Bu eserde dikkat çeken husus, şârihin, beyitleri teker teker değil belli bir konu bütünlüğünün akabinde dipnot vererek topluca şerh etmiş olmasıdır. Dipnotlarda "şerh" olarak adlandırılan başlıkların altında ise sadece ayet, hadis ve özel isimlerle ilgili açıklamalar yer almaktadır. Eserin dili oldukça sadedir. Eserin bütününde şerh usulü böyledir ve ilgili hikâyenin şerhinde de aynı yöntem uygulanmıştır. Bu bölümde ayrıca hikâyenin kaynağıyla ilgili bilgilere de yer verilmiştir. Buna göre; Bedüzzaman Fürûzanfer bu hikâyenin kaynağının *Ferâ'idü's-Sülûk* adlı eserde bulunduğunu söylemektedir. *Ferâ'idü's-Sülûk* ise h. 610-m. 1213 yılında telifi tamamlanan bir eser olup *Keşfü'z-Zunûn*'da<sup>11</sup> ve zeylinde (Çelebi, 2017) adı geçmemektedir. Bedüzzaman bu eserin sadece adını vermekle yetinmiş, müellifinin kim olduğunu söylememiştir. Naklettiği metinde, adamın yüzüne konan sineği öldürmek için suratına on batmanlık taşı atan hayvan, ayı değil maymun olarak geçmektedir (Fürûzanfer, 1382, s. 206-208). Gölpınarlı'ya göre; bu hikâye bir yerden alıntı değildir, ağızdan ağıza söylenegelen bir halk hikâyesidir (Gölpınarlı, 1981, s. 552).

H. Hüseyin Top'un *Mesnevî-i Ma'nevî Şerhi* adlı eseri, *Mesnevî*'nin tamamını kapsayan mensur bir tercümedir. 12 ciltten oluşan eser, baştan sona tek bir ciltmiş gibi numaralandırılmıştır. Bahsi geçen hikâye eserin 4. cildinin 5939-6147 numaralı beyit aralığında toplam 137 beyit hâlinde yer almaktadır. H. Hüseyin Top'un şerhinde, parantez içinde hemen herkesin kolaylıkla anlayabileceği şekilde ayrıntılı açıklamaların bulunması dikkat çekicidir. Eserde, beyitlerin önce tercümeleri sonra şerhleri verilmiştir. Şârihin Tâhirü'l-Mevlevî'ye yakın bir tarzı benimsediği görülür. Eser oldukça hacimli bir şerh niteliğinde olmakla birlikte, diğer şerhlere göre anlaşılması daha kolaydır. Telifine 2011 yılında başlanan eser, 2019 yılında tamamlanarak 12 cilt hâlinde yayımlanmıştır (Top, 2019). Eserin ciltlerinin yayım tarihleri birbirinden farklı olup ilgili hikâyenin geçtiği 4. cilt, 2013 yılında yayımlanmıştır.

Muharrem Dericî'nin *Mesnevî Şerhi*, adlı eseri *Mesnevî*'nin tamamının en güncel şerhi mahiyetindedir. İlgili hikâye, 6 ciltten müteşekkil eserin 2. cildinin 1932-2140 numaralı beyit aralığında toplam 135 beyit hâlinde yer almaktadır. Hikâyede şerh kısa tutulmuş ve bazı beyitlerin şerhine yer verilmemiştir. Eserin dili sadedir (Dericî, 2018).

#### 4. Hikâyenin Özet Tercümesini Veren Eserlerin Değerlendirilmesi:

Bu kategoride; ilgili hikâyenin özet tercümesini ihtiva eden 4 mütercim eserleri tanıtılmış, bunlar arasında en nitelikli gördüğümüz M. Muhlis Koner'in özet tercümesi baştan sonra verilirken, diğerleri (Âsafî Dal Mehmed Çelebi, Fazlullâh Rahîmî ve Şefik Can'ın eserleri) tekrara düşmemek adına sadece belli

<sup>11</sup> Kâtip Çelebi tarafından 1652 yılında Arapça olarak kaleme alınan; çok sayıda yazar, eser ve çeşitli bilim dalları hakkında bilgiler veren bibliyografik bir eserdir.

başlı özellikleri vurgulanacak şekilde kısa örneklerle tanıtılmıştır. Değerlendirme, yukarıdaki kategorilerde olduğu gibi, burada da kronolojik olarak yapılmıştır:

**4.1. Cezîre-i Mesnevî:** Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi bu eseri, 16. yüzyıl şairlerinden Yûsuf Sîneçâk'ın (d. ?/?-ö. 953/1546) eserinden<sup>12</sup> hareketle oluşturmuştur. İki eserin, isimlerinin aynı olmasının yanında konu ve bölümler bakımından da benzediği görülür. Yûsuf Sîneçâk'ın eserinin daha önce telif edilmesinden dolayı, daha sonra *Cezîre-i Mesnevî* adıyla kaleme alınan bu tür eserlerin (Güleç, 2004) ondan esinlendiğini söyleyebiliriz. Yûsuf Sîneçâk'ın *Mesnevî*'nin 366 seçme beytinden oluşan eserinde, çalışma konumuz olan hikâye bir bütün olarak yer almadığı için bu eser çalışmamıza doğrudan dâhil edilmemiştir. Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi'nin eseri, 1586-1595 yılları arasında kaleme alınan ve toplam 3447 seçme beytin tercümesini ihtiva eden manzum bir eserdir. Seçme beyitler arasında *Mesnevî*'nin altı cildinden de örneklere rastlanır. Seçme beyitlerin Farsça orijinal metninin de bulunduğu eser, aruzun Mefâ'îlün/Mefâ'îlün/Fe'ûlün vezniyle kaleme alınmıştır. 128 varaktan oluşan eserin tek nüshası, Milli Kütüphane Adnan Ötügen İl Halk Kütüphanesi Koleksiyonu'ndadır. Eser üzerinde bir doktora çalışması yapılmıştır (Sonuş, 2012).

İlgili hikâyenin, Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi tarafından kaleme alınan *Cezîre-i Mesnevî* adlı eserinin 126b-128a varakları ve 3385-3434. beyitleri arasında yer alan özet tercümesinin başlığı ve son 2 beyti şöyledir:

“Bir Ayı ile Merd-i Harâsün Kısasıdır  
3433 Ol ebleh mihr-i mihr-i hirs-i hod-bîn  
Çü kindür mihr-i anun mihr-i de kîn

3434 Hem ‘ahdi süst olur âbâdı vîrân  
Vefâsı az olur güfti firâvân” (Sonuş, 2012, s. 521-526)

Buradaki toplam 50 beyitle hikâyeyi ana hatlarıyla özetleyen mütercim, özetinde herhangi bir ayet, hadis veya kıssaya yer vermemiştir. Eser, manzum bir özet tercüme olmasından dolayı önemlidir. Sanat gösterme çabasından uzak, sade bir dille kaleme alınmış didaktik bir eserdir.

**4.2. Mesnevî Hikâyeleri [Gülzâr-ı Hakikat] (I-III):** Fazlullah Rahîmî'nin bu eseri üç ciltlik bir seçme tercüme niteliğindedir. Rahîmî eserinin ilk cildinde 42, 2. cildinde 35, 3. cildinde 48 olmak üzere, *Mesnevî*'den seçilmiş toplam 125 hikâyeyi özetleyerek tercüme etmiştir. Aliye Uzunlar ve Arzu Meral tarafından metni hazırlanan eser (2016), H. Hüseyin Top tarafından *Gülzâr-ı Hakikat Mesnevî'de Geçen Bütün Hikâyeler ve Hikâyelerin Mesajları* adıyla yeniden yayımlanmıştır (2021).

Burada, Fazlullah Rahîmî'nin eserinde geçen “Bir Ayı ile Hem-Dem Olan ve Söz Dinlemeyen Bir Ahmak Adamın Serencâmı” başlıklı hikâyenin ilk paragrafına yer verilmiştir:

“Bir ejderha, bir ayıyı telef ederken arslan gibi bir babayığit, ayının feryâdına yetişerek ayıyı mühlükeden kurtardı. Ayı bu mürüvveti, bu iyiliği o genç yigitten görünce, Ashâb-ı Kehf'in kelbi gibi bir daha o merd-i kerimden ayrılmadı. Gece gündüz ona hâdim ve enis oldu, Kıtmîr gibi kapısını bekledi, daima hizmetinde bulunurdu” (Uzunlar-Meral, 2016, s. 216).

Fazlullah Rahîmî'nin *Mesnevî Hikâyeleri [Gülzâr-ı Hakikat] (I-III)* adlı eserinin 216-219 numaralı sayfa aralığında yer alan ilgili hikâye, mensur özet tercüme mahiyetindedir. Mütercim, hikâyeyi ana hatlarıyla özetlemiş, sade bir şekilde ele almış, ayet ve hadis iktibaslarına yer vermemiştir.

**4.3. Mesnevî'nin Özü (I-II), Bugünün İlmî, Bugünün Anlayışı, Bugünün Açık Diliyle Mesnevî'nin Bütün Bahislerinden Seçmeler:** M. Muhlis Koner'in *Mesnevî*'nin tamamının özet tercümesi şeklinde hazırladığı bu eseri 2 ciltten müteşekkildir. Eser, mütercimin ölümünden kısa bir süre önce 1957 yılında tamamlanmış, ilk olarak 1961 yılında yayımlanmıştır. Koner bu eserinde, *Mesnevî*'de geçen hikâyeleri, konularına göre sıralamış, beyit numarası vermeden ve hikâyedeki olaylarla doğrudan ilgisi bulunmayan beyitleri çıkararak özetlemiştir.

Eserde geçen, “Adamın, Ayının Vefâkârlığına Güvenmesi” başlıklı hikâyenin özet tercümesi şöyledir:

<sup>12</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. (Çoban, 2021).

“Bir ejderha bir ayıyı yakalamıştı. Yiğidin biri giderken ayının bağırdığını duydu. Hemen koşarak ayıyı ejderhanın pençesinden kurtardı. Ayı ejderhadan kurtulup o babayığit erden bu lütfu görünce Ashâb-ı Kehf'in köpeği gibi onun peşine takıldı. Birisi oradan geçerken o babayığite: (Ne yapıyorsun kardeş. Bu ayı ile ne işin var?) dedi. Er, ejderha hikâyesini anlattı. O adam (Ayıya güvenme!.. Bunu yanından defet. Hemcinsini bırakıp da ayıya itimat etmek doğru değildir) dediyse de er: (Git, git!.. Hasetçi herif. Kendi işine bak) dedi. Adam cevaben: (İşim bu idi amma sana nasip değil) dedi.

Hülasa bu sözler erin kulağına girmedir. Daima suizanda bulunmak insanın önünde kuvvetli bir settir. Adam tekrar: (Ben senin düşmanın değilim, dediğimi yaparsan kendine lutfetmiş olursun) dedi. Er: (Uykum geldi, beni bırak işine git) dedi. Bunun üzerine adam kızarak ahmağı bırakıp gitti. Ayı ile yiğit eve vardılar. Adam çok yorgundu, yatıp uyudu. Ayı sinek kovmakta idi. Sinek kovuldukça inadına yine kalktığı yere gelip konuyordu. Nihayet ayı, o adamın yüzünden kaç kere sineği kovduysa sinek tekrar yine konuyordu. Ayı sineğe pek ziyade kızdı, hemen dışarıya çıktı ve kocaman bir taş yakalayıp getirdi. Sineğin yine uyuyan adamın suratına konmuş olduğunu görünce, o koca değirmen taşını alıp sineği ezmek için adamın suratına fırlattı. Taş, uyuyan adamın suratını paramparça etti.

İşte Mevlâna bu hikâye üzerine şu öğütleri veriyorlar:

Ahmağın dostluğuna, söz ve ahbine inanma!

او بهر حیلہ کہ دانسی رائندی است  
این حسودی من از مهرش به است  
کین او مهر است و مهر اوست کین  
گفت او زفت و وفای او نحیف  
بشکند سوگند، مرد کز سخن  
تومیف از مکر و سو گندش به دوغ  
که کنی بندش به سوگند گران

دوستی ابله بترا از دشمنی است  
گفت مهر ابلهان عشوه ده است  
مهر ابله مهر خرس آمد یقین  
عهد او سست است و ویران و ضعیف  
گر خورد سوگند هم باور مکن  
چون که بی سوگند گفتش بد دروغ  
ز آن که نفس اشفته تر گردد از آن

Tercemesi:

1. Ahmağın dostluğu düşmanlıktan beterdir. Ne suretle olursa olsun onun yanından sürülmesi lazımdır.
2. Ahmakların sevgisi aldatıcı bir sevgidir. Benim hasedim onun sevgisinden daha iyidir.
3. Ahmağın muhabbeti, ayının muhabbetine yakındır. Onun sevgisi kin, kini sevgidir.
4. Onun ahdi gevşek ve zayıftır. Sözü kavi ise de vefası çok anıktır.
5. Eğer yemin ve ant içse de güvenme. Çünkü eğri sözlü yalancı yemini de bozar, ahbine vefa etmez.
6. Mademki yemin etmeden ahdini bozuyor, yemin etse onu daha beter bozacaktır.
7. Zira nefsi ağır bir yemin bağı ile bağlarsan, nefis bundan daha ziyade daralır ve perişan olur.” (Koner, 2005).

İlgili hikâye, M. Muhlis Koner’in iki ciltlik bu eserinin ilk cildinin 206-208 numaralı sayfa aralığında yer alır. Öncelikle sade bir dille hikâyenin olay örgüsünü özetleyen mütercim/şârih, özet tercümesinin hemen akabinde Mevlâna’nın hikâyenin içerisine yerleştirdiği öğüt niteliğindeki beyitleri 7 madde hâlinde sıralamış ve tercüme etmiştir. Son olarak hikâyenin ahde vefanın önemine dair son beytini de kapsayan kısa bir şerhini yapmıştır. (Bkz. Bölüm 3)

**4.4. Konularına Göre Açıklamalı Mesnevi Tercümesi (I-II-III):** Şefik Can’ın bu eseri, adından da anlaşılacağı üzere, *Mesnevi* konularını özet olarak tercüme eden mensur bir eserdir. Eserde, hikâyelerdeki olay örgülerinin arasında geçen ve doğrudan olaylarla ilgisi bulunmayan beyitler çıkarılmış, birbiri içine girmiş hikâyeler müstakil olarak tercüme edilmiştir. Eserde, *Mesnevi* beyitlerine numara verilirken Nicholson neşrindeki beyit numaraları esas alınmıştır. Eser 1997 yılında 6 cilt/3 kitap hâlinde basılmıştır.

Şefik Can’ın eserinde geçen “*Bir Adamın Ayının Yaltaklanmasına, Vefâsına Güvenmesi*” başlıklı hikâyenin son 2 beytinin özet tercümesi şu şekildedir:

2129 "Kaya uyuyan adamın yüzünü yamyassı etti. Bu örnek de bütün dünyaya yayıldı.

2130 Ahmağın sevgisi, tıpkı ayının sevgisidir. Onun kini sevgidir, sevgisi de kin" (s. 412).

İlgili hikâye; bu eserin birinci cildinin 409-412 numaralı sayfa ve 1969-2130 numaralı beyit aralığında yer alır. Toplam 38 beyitte ele alınan hikâyeye ilgili kısımda, ayetler ve hadisler çoğunlukla sadece metin içinde verilmekle birlikte, şayet bir kıssaya işaret ediliyorsa, dipnotlarda kısa açıklamalarla birlikte izah edilmiştir.

## 5. Hikâyede Geçen Ayet ve Hadislerin Değerlendirilmesi:

Hikâyenin orijinal metninde geçen ve mütercimlerin/şârihlerin eserlerindeki ilgili bölüme dâhil ettikleri ayet ve hadisleri aşağıdaki başlıklar altında değerlendirmek mümkündür:

### 5.1. Hikâyenin Orijinal Metninde Geçen Ayet ve Hadisler:

Hikâyenin Farsça orijinal metninde, beytin birinde 2 ayet olmak üzere toplam 6 beyitte, 7 ayet ve 2 hadis geçmektedir:

#### 5.1.1. Ayetler:

Burada, ilgili hikâyede geçen 7 ayetin ne şekilde yer aldığı, iktibas mı (Aladağ, 2021, s. 95-107) yoksa telmih mi olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. İlgili beyitlerin önce Farsça orijinal metinleri ve tercümeleri verilmiş, daha sonra, bağlantı kurulan ayetlere değinilmiştir.

##### 5.1.1.1. Hikâyenin 5. Beyti:

محض مهر و داوری و رحمتتد  
همجو حق بی علت و بی رشوتتد

(222/1936)

Onlar; tamamiyle sevgi, adalet ve rahmetten ibarettir. **Hak (C.C.) gibi onlar da sebepsiz** ve karşılıksızdır. (Onlardan, yaptıkları hiçbir şeyin hesabı sorulmaz ve onlar hiçbir şeyden karşılık beklemezler.

Bu beyitte, Enbiyâ Suresi 23. ayete telmihte bulunulmuştur. "*Allah (C.C.) yaptığından sorumlu tutulamaz; onlar ise sorguya çekileceklerdir.*"<sup>13</sup>

##### 5.1.1.2. Hikâyenin 23. Beyti:

گفت ادعوا الله بی زاری میباش  
تا بجوشد شیرهای مهر هاش

(222/1954)

Dedi ki; "**Allah'a** (yanıp yakılarak) **dua edin**, yalvarıp yakarmayı bırakmayın, tâ ki sevgi ve şefkat sütleri coşsun (kaynasın)..."

Bu beyitte yer alan, "Allah'a dua edin الله ادعوا" ibaresi Kur'an-ı Kerim'de iki yerde geçmektedir: "De ki; **ister Allah deyip dua edin, ister Rahman deyin** ..." (İsrâ, 17/110), "... **Allah'a** Allah için dindar ve ihlaslı olarak **dua edin**..." (Mü'min, 40/14)

Beyitte, ilgili ayetlerden lafzen ve nâkıs iktibas yapılmıştır.

##### 5.1.1.3. Hikâyenin 25. Beyti:

فی السماء رزقکم بشئیده ای  
اندر این پستی چه بر چفسیده ای

(223/1956)

(Mademki), "**Rızkınız semadadır...**" ayetini işittin, o hâlde bu aşağılık (dünyaya) neden yapışmaktasın?

<sup>13</sup> Ayetlerin mealleri, *Kur'an-ı Kerim ve Açıklamalı Meâlî*'nden (TDV, 1993) alınmıştır.

Beyitte, Zâriyât Suresi'nin 22. ayetinden lafzen iktibas yapılmıştır.  
 “**Semada da rızkınız** ve size vaat edilen başka şeyler **vardır.**”

#### 5.1.1.4. Hikâyenin 90. Beyti:

پس ره بند و نصیحت بسته شد  
 امر عرض عنهم پیوسته شد  
 (226/2065)

Sonra, öğüt ve nasihat yolu kapandı, “**Onlardan yüz çevir!..**” buyruğu geldi.

Beyitte geçen “**أعرض عنهم - Onlardan yüz çevir...**” ibaresi Kur'an-ı Kerim'in farklı sure ve ayetlerinde toplam 10 defa geçmektedir: (Nisâ, 4/63,81; Mâide, 5/42; En'âm, 6/68,106; A'râf, 7/199; Hicr, 15/94; Secde, 32/30; Necm 53/29; Hûd, 11/76).

Beyitte ilgili ayetlerin bir kısmı lafzen iktibas edilmiştir.

#### 5.1.1.5. Hikâyenin 91 ve 92. Beyitleri:

چون دوایت میفزاید درد پس  
 قصه با طالب بگو بر خوان عبس  
 (227/2067)

Mademki senin ilacın derdini artırmaktadır, o hâlde (bu) kıssayı talip olana anlat ve **Abese Suresi**'ni oku.

چون که اعمی طالب حق آمده ست  
 بهر فقر او را نشاید سینه خست  
 (227/2068)

Âmâ olan kişi Hakk'ı ve hakikatleri öğrenmek istediğinde, fakirliğinden dolayı onun gönlünü incitmek (onu azarlamak) uygun olmaz.

Bu beyitlerin ilkinde Abese Suresi'nin ilk ayetinden (80/1) hem lafzen iktibas yapılmış hem de surenin sebab-i nüzulüne (Aydemir, 1988, s. 305) telmihte bulunulmuştur. “... **yüzünü ekşitti** ve döndü...”

İkinci beyitte ise Abese Suresi'nin ilk dört ayetinden manen iktibas yapılmıştır: “**Peygamber o amanın kendisine gelmesinden dolayı yüzünü ekşitti ve çevirdi. Resulüm onun hâlini sana kim bildirdi? Belki o temizlenecek yahut öğüt alacak da o öğüt ona fayda verecek...**” (Abese, 80/1-4).

#### 5.1.1.6. Hikâyenin 134. beytinde 2 ayet geçmektedir:

توز اوفوا بالعقوبش دست شو  
 احفظوا أيمانكم با او مگو  
 (229/2139)

“Sen, onun ‘**Akitlerinizi yerine getiriniz**’ ayetini anlamasından ve yerine getirmesinden ümidini kes de; ‘**Sözlerinizi koruyunuz/tutunuz**’ ayetinin hükmünü ona söyleme...”

Beytin ilk mısrasında Mâide Suresi'nin 1. ayetinden lafzen iktibas yapılmıştır: “... **akitlerin gereğini yerine getiriniz...**” (Mâide, 5/1)

İkinci mısradan ise aynı surenin 89. ayetinden lafzen iktibas yapılmıştır: “... **yeminlerinizi koruyun...**” (Mâide, 5/89)

### 5.1.2. Hadisler:

Burada, ilgili hikâyenin Farsça metninde geçen, tespit edebildiğimiz tek hadis ele alınmaktadır. İlgili beytin önce orijinal metni, daha sonra tercümesi verilmiş, son olarak da bağlantı kurulan hadis tespit edilmeye çalışılmıştır.

#### 5.1.2.1. Hikâyenin 101. Beyti:

یاد الناس معادن هین بیار  
معدنی باشد فزون از صد هزار  
(227/2078)

Haydi, “İnsanlar madenler (gibidir)”, sözünü hatırla. (Yerine göre) bir maden yüz bin madenden daha kıymetli olur.

Ebû Hüreyre (R.A.)’den rivayet edildiğine göre, Peygamber (S.A.V.) şöyle buyurmuştur: “**İnsanlar, altın ve gümüş madeni gibidirler.** İslâm’dan önce hayırlı olanlar, İslâm’dan sonra da, İslâm’ı benimsemek şartıyla hayırlıdırlar. Ruhlar, askerî birlikler gibidir. Birbirleriyle tanışan ruhlar, birbirleriyle ülfet ederler, tanışmayanlar da ayrılığa düşerler”<sup>14</sup> (Buhârî, Enbiyâ, 2).

Beyitte geçen, “**en-nâsü ma’âdin – insanlar madenler (gibidir)**” ibaresi sahih bir hadis metninden lafzen iktibas edilmiştir.

### 5.2. Hikâyenin Şerhlerinde Geçen Ayet ve Hadisler:

Hikâyenin asıl metninde geçen ayet ve hadislerin yanında, şerhlere ilave edilen ayet ve hadisler de vardır. Şerhlerde geçen ayet (sure ve ayet numaraları ile birlikte) ve hadis sayılarını şöyle sıralayabiliriz:

**Şem’î Şem’ullâh, Şerh-i Mesnevî:** 17 ayet ([Mâide, 5/1, 67, 89], [A’râf, 7/55, 99], [Hicr, 15/97], [Nahl, 16/127], [İsrâ, 17/110], [Şu’arâ, 26/88-89], [Secde, 32/30], [Zâriyât, 51/22], [Münâfikûn, 63/1], [Talâk, 65/3], [Abese, 80/1, 2]) ve 11 hadis.

**Ankaravî İsmail Rusûhî, Mecmû’atü’l-Letâyif ve Matmûratü’l-Ma’ârif:** 21 ayet ([Mâide, 5/1, 3, 89, 95, 98], [A’râf, 7/55], [Hicr, 15/97], [Nahl, 16/127], [İsrâ, 17/110], [Tâhâ, 20/97], [Secde, 32/30], [Yâsîn, 36/15], [Zümer, 39/9], [Mü’min, 40/60], [Zâriyât, 51/22], [Abese, 80/1-4]) ve 5 hadis.

**Derviş Muhammed Şifâyî, e’s-Şerhu’l-Kitâbi’l-Mesneviyyi’l-Ma’neviyyi’l-Muhtasar:** 6 ayet ([Mâide, 5/42, 89], [İsrâ, 17/37, 110], [Yâsîn, 36/15], [Zâriyât, 51/9, 22]) ve 2 hadis.

**M. Murad Nakşbendî, Hülâsatü’s-Şurûh fî Nihâyeti’l-Vuzûh:** 7 ayet ([Mâide, 5/1, 89], [Şu’arâ, 26/88-89], [Secde, 32/30], [Mü’min, 40/14], [Zâriyât, 51/22]) ve 1 hadis.

**Ahmed Avni Konuk, Mesnevî-i Şerîf Şerhi:** 25 ayet ([Bakara, 2/29, 268], [Mâide, 5/1, 89], [En’âm, 6/149], [A’râf, 7/55], [Hicr, 15/21], [İsrâ, 17/29, 110], [Tâhâ, 20/97], [Nûr, 24/26], [Lokman, 31/20], [Secde, 32/5, 30], [Mü’min, 40/60], [Hucurât, 49/12, 17], [Zâriyât, 51/22], [Kalem, 68/4], [Abese, 80/1-4], [Kâri’a, 101/7-8]) ve 5 hadis.

**Tâhirü’l-Mevlevî, Şerh-i Mesnevî:** 16 ayet ([Mâide, 5/1, 89], [Furkân, 25/27-29], [Şu’arâ, 26/88-89], [Secde, 32/30], [Zümer, 39/9], [Mü’min, 40/60], [Zâriyât, 51/22], [İnsan, 76/21], [Abese, 80/1-4]) ve 10 hadis.

**M. Muhlis Koner, Mesnevî’nin Özü (I-II):** 2 ayet (Mâide, 5/1, 89).

**Abdülbâki Gölpınarlı, Mesnevî Tercemesi ve Şerhi:** 18 ayet ([Nisâ, 4/63], [Mâide, 5/42], [En’âm, 6/68], [A’râf, 7/199], [Hûd, 11/76], [Hicr, 15/94], [İsrâ, 17/110], [Enbiyâ, 21/23], [Furkân, 25/88-89], [Secde, 32/30], [Mü’min, 40/14], [Zâriyât, 51/22], [Necm, 53/29], [Abese, 80/1-4]) ve 2 hadis.

**H. Hüseyin Top, Mesnevî-i Ma’nevî Şerhi:** 26 ayet ([Bakara, 2/29, 286], [Mâide 5/1], [A’râf, 7/55], [İsrâ, 17/29, 110], [Tâhâ, 20/97], [Nûr, 24/26], [Lokman, 31/20], [Secde, 32/30], [Mü’min, 40/60], [Fetih, 48/29], [Hucurât, 49/12], [Vâkı’a, 56/17-21], [İnsan, 76/21], [Abese, 80/1-4], [Kâri’a, 101/7-9]) ve 6 hadis.

<sup>14</sup> Ayrıntılı bilgi için bkz. (Yardı, 2008, s. 253).

**Muharrem Derici, *Mesnevî Şerhi***: 17 ayet ([Mâide 5/1,89], [Nahl, 16/91], [Furkân, 25/27-29],[Şu'arâ, 26/88-89], [Secde, 32/29-30], [Zümer, 39/9], [Mü'min, 40/60], [Zâriyât, 51/22], [Abese 80/1-4]) ve 7 hadis.

## 6. Sonuç

*Mesnevî*'de temsilî anlatım metodu dediğimiz bir üslup kullanan Mevlâna; bu üslup sayesinde, anlatmak istediklerini, çeşitli hikâyeler vasıtasıyla insanların aklında daha iyi kalacak ve asırlarca hafızalarda yer edecek şekilde eserine ustaca yerleştirmiştir. *Mesnevî*'de, bu minval üzere, bazen müstakil fakat çoğu zaman iç içe geçmiş çok sayıda hikâye yer alır. Bunlardan biri de; *Mesnevî'nin* II. cildinin 1922-2129. beyitleri arasına serpiştirilmiş, toplam 135 beyitten oluşan "Bir Adamın Ayının Vefâkârlığına Güvenmesi" başlıklı hikâyedir. Hikâyenin olay örgüsü; bir ejderhanın bir ayıyı yakalayıp öldürmeye kast etmesi, bir yiğit adamın ayının feryadını duyarak yardımına yetişmesi ve ayıyı ejderhanın elinden kurtarması üzerine ayının o yiğit ile dost olup onun yanından hiç ayrılmaması, adamın bu durumun yanlışlığını fark edip ayıdan dost olmayacağını söyleyen bütün sevenlerinin sözlerine kulak tıkayıp bu dostluğu inadına sürdürmesi, bir gün ayının uyuyan adamın yüzüne konan sineği kovalamak niyetiyle kocaman bir taş parçasını alarak fırlatması, böylelikle, bilmeden de olsa adamın yüzünün parçalanarak ölümüne sebep olması şeklinde özetlenebilir. Buradaki "ayı" figürü, bazı kaynaklarda karşımıza "maymun" olarak da çıkmaktadır. Hikâyede, olay örgüsünün etrafında; ahmakların dostluğunun insana zarar verdiği, akıllı düşmanın ahmak dosttan daha iyi olduğu, Hak dostlarının nerede olursa olsun mazlumların feryadını işitip onların yardımlarına koştuğu, akıllı insanlarla istişarenin önemi, ahmakların verdiği söze güvenilmemesi gerektiği gibi konular hakkında uzun uzun nasihatler ve örnekler yer alır.

Bu çalışmada; ilgili hikâye, 10 beyit beyit tercüme, 10 şerh ve 4 özet tercüme ekseninde değerlendirilmiştir. Çalışmadaki tüm incelemeler farklı kategorilerin kendi aralarında kronolojik olarak sıralanmasıyla oluşturulmuş ve her bir kategorinin sonunda, her esere özgü değerlendirmelerin yanında, genel değerlendirmeler de yapılmıştır. İlgili hikâye ekseninde ele aldığımız eserlerin belli başlı özellikleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

**Tablo 3.** İlgili Hikâye Ekseninde İncelenen Eserlerin Toplu Özellikleri

| Mütercim/Şârih (d./ö.)                       | Eser Adı, Telif/İstinsah/Baskı Tarihi  | Dönemi  | Hikâyenin Yeri      | Beyit Sayısı | Beyit Aralıkları | Eserin Biçimi      | Çeviri Yöntemi |
|--|--|---------|---------------------|--------------|------------------|--------------------|----------------|
| Asafî (Dal) Mehmed Çelebi (d. ?-ö. 1598?)    | <i>Cezîre-i Mesnevî</i> (h.1004/m.1595)  | Osmanlı | -                   | 49           | 3385-3434        | <i>Manzum Aruz</i> | Özet Tercüme   |
| Şem'î Şem'ullâh (d. 1533-ö. 1603)            | <i>Şerh-i Mesnevî</i> (h.1009/m.1600)  | Osmanlı | II. Cilt            | 132          | -                | Mensur             | Şerh           |
| Ankaravî İsmâil Rusûhî (d. ?-ö. 1632)        | <i>Mecmû'atü'l-Letâyif ve Matmûratü'l-Ma'ârif</i> (h.1289/m.1806)              | Osmanlı | II. Cilt            | 134          | 1938-2146        | Mensur             | Şerh           |
| Derviş Muhammed Şifâî (d. 1604-1605-ö. 1672) | <i>e's-Şerhu'l-Kitâbi'l-Mesnevîyyi'l-Ma'nevîyyi'l-Mubtasar</i> (h.1082/m.1672) | Osmanlı | II. Cilt            | 135          | -                | Mensur             | Şerh           |
| Nahîfî (d. 1646-ö. 1737)                     | <i>Manzum Mesnevî Tercümesi</i> (h.1143/m.1730)                                | Osmanlı | I. Kitap II. Defter | 135          | 1950-2161        | <i>Manzum Aruz</i> | Tercüme        |
| Mehmed Şâkir Efendi (d. 1762-ö. 1836)        | <i>Tercemânü'l-Ma'nevî fî Tercemeti'l-Mesnevî</i> (h.1251/m.1835)              | Osmanlı | II. Cilt            | 137          | 1940-2152        | <i>Manzum Aruz</i> | Tercüme        |

|  |  |              |                        |         |           |                           |                      |
|--|--|--------------|------------------------|---------|-----------|---------------------------|----------------------|
| M. Murad Nakşbendî<br>(d. 1808-ö. 1848)                  | <i>Hülâsatü'ş-Şürûh<br/>fî Nihâyeti'l-<br/>Vuzûh</i><br>(h.1261/m.1845)                            | Osmanlı      | II. Cilt               | 135     | -         | Mensur                    | Şerh                 |
| Fazlullâh Rahîmî<br>(d. 1847-ö. 1924)                    | <i>Mesnevî<br/>Hikâyeleri<br/>[Gülzâr-ı<br/>Hakikat]</i><br>(h.1327/m.1909)                        | Cumhuriyet   | II. Cilt               | -       | -         | Mensur                    | Özet<br>Tercüme      |
| Ahmed Avni Konuk<br>(d. 1868-ö. 1938)                    | <i>Mesnevî-i Şerîf<br/>Şerhi</i> (1937)  | Cumhuriyet   | IV. Cilt               | 134     | 1918-2126 | Mensur                    | Şerh                 |
| Tâhirü'l-Mevlevî<br>(d. 1877-ö. 1951)                    | <i>Şerh-i Mesnevî</i><br>(1953)  | Cumhuriyet   | VII. Cilt              | 136     | 5879-6088 | Mensur                    | Şerh                 |
| Veled Çelebi İzbudak<br>(d. 1869-ö. 1953)                | <i>Mesnevî</i><br>(1942)   | Cumhuriyet   | II. Cilt               | 135     | 1932-2140 | Mensur                    | Tercüme              |
| M. Muhlis Kocer<br>(d. 1886-ö. 1957)                     | <i>Mesnevî'nin Özü</i><br>(1957)   | Cumhuriyet   | I. Kitap<br>II. Defter | -       | -         | Mensur                    | Şerh/Özet<br>Tercüme |
| Âmil Çelebioğlu<br>(d. 1934-ö. 1990)                     | <i>Mesnevî-i Şerîf:<br/>Aslı ve<br/>Sadelerlendirilmiş<br/>Manzum Nahiyye<br/>Tercümesi</i> (1967) | Cumhuriyet   | I. Kitap<br>II. Defter | 135     | 1950-2160 | Mensur                    | Tercüme              |
| Abdülbâki Gölpınarlı<br>(d. 1890-ö. 1982)                | <i>Mesnevî Tercemesi<br/>ve Şerhi</i> (1981)   | Cumhuriyet   | II. Cilt               | 134     | 1930-2138 | Mensur                    | Tercüme/<br>Şerh     |
| Şefik Can<br>(d. 1909-ö. 2005)                           | <i>Konularına Göre<br/>Açıklamalı<br/>Mesnevî Tercümesi</i><br>(1997)                              | Cumhuriyet   | I. Kitap<br>II. Defter | 38      | 1932-2129 | Mensur                    | Özet<br>Tercüme      |
| Ahmet Metin Şahin<br>(d. 1935-)                          | <i>Mesnevî: Nazmen<br/>Tercüme</i> (2006)  | 2000 sonrası | I. Kitap<br>II. Defter | 137     | 1933-2036 | <i>Manzum<br/>Aruz</i>    | Tercüme              |
| Adnan Karaismailoğlu<br>(d. 1957-)                       | <i>Mesnevî</i><br>(2007)   | 2000 sonrası | II. Defter             | 134     | 1922-2129 | Mensur                    | Tercüme              |
| H. Hüseyin Top<br>(d. 1933-)                             | <i>Mesnevî-i Ma'nevî<br/>Şerhi</i> (2011-2019)   | 2000 sonrası | IV. Cilt               | 135 + 2 | 5939-6147 | Mensur                    | Şerh                 |
| Mehmet Kanar<br>(d. 1976-)                               | <i>Mesnevî</i><br>(2014)   | 2000 sonrası | I. Kitap<br>II. Defter | 135     | -         | <i>Manzum<br/>Serbest</i> | Tercüme              |
| Hicabi Kırlangıç & Derya<br>Örs<br>(d. 1966- & d. 1966-) | <i>Mevlâna<br/>Celâleddîn-i Râmî-<br/>Mesnevî</i> (2008)   | 2000 sonrası | II. Defter             | 134     | 1922-2129 | Mensur                    | Tercüme              |
| Hicabi Kırlangıç   | <i>Mesnevî</i><br>(2017)   | 2000 sonrası | I. Kitap<br>II. Defter | 134     | 1928-2136 | <i>Manzum<br/>Hece</i>    | Tercüme              |
| Muharrem Derici<br>(d. 1947-)                            | <i>Mesnevî Şerhi</i><br>(2018)   | 2000 sonrası | II. Cilt               | 135     | 1932-2140 | Mensur                    | Şerh                 |

Değerlendirmeye aldığımız tercüme ve şerhlerden 7'si Osmanlı dönemine, 8'i Cumhuriyet devrine ve 7'si 2000 yılı sonrası günümüz çalışmalarına dâhil edilebilecek nitelikte eserlerdir. Bunlardan 6'sı manzum, 16'sı mensur çalışmalardır. Tercüme ve şerhlerin yüzyıllara göre dil ve üslup özelliklerinde birtakım farklılıklar görülmektedir. Osmanlı devri mütercimlerinin/şârihlerinin eserlerinde Arapça/Farsça kelimeler ve tamlamaların yoğun kullanımından dolayı dil hayli ağırdır. Cumhuriyet devri *Mesnevî* tercüme/şerhlerinde, kullanılan dil daha sade olmakla birlikte kelimelere yüklenen anlamın yoğun ve karmaşık olduğu görülür. 2000 yılı sonrası çalışmalarında ise; günümüze yaklaştıkça, kullanılan kelime sayısının ve teferruatların azalmasının yanında dilde sadeleşme ve kolay anlaşılır ifadelerin kullanımı bir üslup özelliği olarak kendini göstermektedir.

*Mesnevî*'deki ilgili hikâyenin orijinal metninde 7 ayet, 1 hadis; şerhlerinde ise toplam 155 ayet ve 49 hadis yer almaktadır.

Mütercim/şârihlerden bazılarının birbirinin takipçisi olduğu görülmektedir. Mesela; Derviş Muhammed Şifâî'nin eseri, Ankaravî'den; Şefik Can ve H. Hüseyin Top'un eserleri, Tâhirü'l-Mevlevî'den; Adnan Karaismailoğlu, Hicabi Kırlangıç ve Muharrem Derici'nin eserleri ise Veled Çelebi İzbudak ile Abdülbâki Gölpınarlı'dan izler taşımaktadır.



Abdülbâki Gölpinarlı'nın çalışması, hem tercüme hem de şerh niteliğinde olduğundan her iki kategoriye de dâhil edilmesi gereken bir eserdir. M. Muhlis Koner'in çalışması ise, muhtevası gereği hem şerhler hem de özet tercüme grubuna dâhil edilmesi gereken bir eserdir.

Bu eserlerin ilgili hikâyenin örnek beyitleri ekseninde bir arada değerlendirilip mukayese edilmesinin, *Mesnevi* tercüme ve şerhlerinin geçmişten günümüze nasıl bir çizgi takip ettiğinin belirlenmesine katkıda bulunmasını ve *Mesnevi*'deki diğer hikâyelerin de benzer bir üslupla mukayese edileceği farklı çalışmalara örnek teşkil etmesini ümit ederiz.

## 7. Extended Abstract

Using a style called the allegoric method in *Mathnawi* through various stories, Mevlâna placed in his work the ideas he wanted to convey and the messages he wanted to deliver in a way that would remain in people's minds better and would be remembered for centuries. There are numerous stories in *Mathnawi*, sometimes separate but often intertwined, in this manner. One of these stories is a story titled "*A Man's Confidence in the Loyalty of A Bear*", consisting of 135 couplets in total, interspersed between the 1922nd and 2129th couplets in *Mathnawi*'s 2nd volume. The plot of the story can be summarized as follows; a dragon intends to catch and kill a bear. A valiant man hears the cry of the bear and comes to its aid and saves the bear from the dragon's hand. The bear becomes friends with that valiant man and never leaves his side. The man cannot realize the mistake of this situation and ignores the words of all his friends and acquaintances who claim that a bear cannot make proper friends and continues this friendship obstinately. One day the bear picks up a large piece of stone and throws it with the intention of chasing a fly that landed on the sleeping man's face, thus causing the man's face to be smashed and consequently his death, albeit unknowingly. In the story, the plot also contains long pieces of advice and examples such as that friendship with fools harms people, a wise enemy is better than a foolish friend, the friends of God hear the cry of the oppressed wherever they are and come to their aid, one should consult with wise people, and the promise of fools should not be trusted.

In this study, the story in question was examined through 10 couplet-by-couplet translations, 10 commentaries and 4 abstract translations. All the analyses in the study were created by chronological ordering of different categories among themselves, and both specific and general evaluations were made at the end of each category.

The works treated in the couplet-by-couplet translations group include Nahîf's (b. 1646-d. 1737) *Manzum Mesnevi Tercümesi* (Birthdate: Hejira 1143/1730 A. D.), Mehmed Şakir Efendi's (b. 1762-d. 1836) *Tercemânü'l-Ma'nevî fî Tercemeti'l-Mesnevi* (H.1251/A. D. 1835), Veled Çelebi İzbudak's (H. 1869-A. D. 1953) *Mesnevi* (1942), Abdülbâki Gölpinarlı's (b. 1890-d. 1982) *Mesnevi Tercemesi ve Şerhi* (1981), Âmil Çelebioğlu's (H. 1934-A. D. 1990) *Mesnevi-i Şerif Aslı ve Sadeleştirilmesiyle Manzum Nahîfî Tercümesi* (1967), Ahmet Metin Şahin's (1935-) *Mesnevi: Nazmen Tercüme* (2006), Adnan Karaismailoğlu's (1957-) *Mesnevi* (2007), Mehmet Kanar's (1976-) *Mesnevi* (2014), Hicabi Kırlandıç & Derya Örs's (1966-) *Mevlâna Celaleddin-i Râmî-Mesnevi* (2008) and Hicabi Kırlandıç's (b. 1966-) *Mesnevi* (2017).

The works handled in the commentary group are Shamî Sham'ullâh's (birth 1533-death 1603) *Şerb-i Mesnevi* (H. 1009/A. D. 1600), Ankaravî İsmail Rusûhî's (1632) *Mecmû'atü'l-Letâyif and Matmûratü'l-Ma'ârif* (H. 1289/A. D. 1806), Dervish Muhammed Shifâyî's (b. 1604-d. 1672) *e-Ş-Şerbu'l-Kitâbi'l-Mesnevîyyi'l-Ma'nevîyyi'l-Muhtasar* (H. 1082/A. D. 1672), M. Murad Nakshbendî's (b. 1808-d. 1848) *Hülâsatü's-Şurûh fî Nihhayati'l-Vuzûh* (H. 1261/A. D. 1845), Ahmed Avni Konuk's (b. 1868-d. 1938) *Mesnevi-i Şerif Şerhi* (1937), Tâhirü'l-Mevlevî's (b. 1877-d. 1951) *Şerb-i Mesnevi* (1953), M. Muhlis Koner's (b. 1886-d. 1957) *Mesnevi'nin Özü (I-II)*, *Bugünün İlmî, Bugünün Anlayış, Bugünün Açık Diliyle Mesnevi'nin Bütün Bahislerinden Seçmeler* (1957), Abdülbâki Gölpinarlı's *Mesnevi Tercemesi ve Şerhi*, H. Hüseyin Top's (b. 1933-) *Mesnevi-i Ma'nevî Şerhi* (2011) and Muharrem Derici's (b. 1947) *Mesnevi Şerhi* (2018).

The works handled in the abstract translations group include Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi's (b. ?-d. 1598?) *Cezîre-i Mesnevi* (H. 1004/A. D. 1595), Fazlullâh Rahîmî's (b. 1847-d. 1924) *Mesnevi Hikâyeleri [Gülzâr-ı Hakikat] (I-III)* (H. 1327/A. D. 1909), M. Muhlis Koner's *Mesnevi'nin Özü (I-II)*, Şefik Can's (b. 1909-d. 2005) *Konularına Göre Açıklamalı Mesnevi Tercümesi* (1997).

In the selection of the *Mathnawi* translations and commentaries that we have included in our study, attention has been paid to include examples from the Ottoman period, the Republican period and from contemporary studies. Of these, 7 are works from the Ottoman period, 8 are from the Republican era, 7 works belong to the post-2000 contemporary era. Some differences are observed in language and stylistic features of translations and commentaries in terms of centuries. The language is quite pompous due to the extensive use of Arabic/Persian words and phrases in the works of the translators of the Ottoman period. Although the language used is simpler in the *Mathnawi* translations/commentaries of the Republican era, it is seen that the meaning attributed to the words is intense and complex. Concerning the works after the year 2000, on the other hand, the closer they are to the present day, the fewer the number of words and details become, and the simplification of the language and the use of easy-to-understand expressions emerge as a stylistic feature. It is seen that some of the translators are followers of each other. For example; Dervish Muhammed Shifâyî's work bear traces of Ankaravî; The works of Şefik Can and H. Hüseyin Top bear traces of Tâhirü'l-Mevlevî; The works of Adnan Karaismailoğlu, Hicabi Kırlangıç and Muharrem Derici, on the other hand, bear traces of Veled Çelebi İzbudak and Abdülbâki Gölpinarlı.

We hope that the evaluation and comparison of these works in the context of the sample couplets of the story in question will contribute to the determination of what kind of course *Mathnawi* translations and commentaries have followed from past to present, and will set an example for different studies that will compare other stories in *Mathnawi* with a similar style.

**Keywords:** Mathnawi, Translation, Commentary, Translator, Commentator, Abstract, Style.

#### Kaynakça

- Ağır, H. M. (2010). *Hulâsatü's-Şurûh Adlı Mesnevî Şerhinin 2. Cildinin 103-204 Varaklarının Günümüz Harflerine Aktarılması ve İncelemesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Fatih Üniversitesi.
- Ahmed Eflâkî (1964). *Âriflerin Menkabeleri*. (Çev. Tahsin Yazıcı), Şark İslam Klasikleri: 26, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Aladağ, M. Ş. (2021). Âyetlerin İktibâsında Öne Çıkan Edebî Gayeler: Klasik Arap Edebiyatı Özelinde. *Balkesir İlahiyat Dergisi*, (13), 95-117.
- Ankaravî İsmâil Rusûhî (1872). *Şerb-i Mesnevî (Mecmû'atü'l-Letâ'if ve Matmûratü'l-Ma'ârif) I-VII*. İstanbul: Matbaa-i Âmire.
- Âsafî (Dal) Mehmed Çelebi. *Cezîre-i Mesnevî*. Milli Kütüphane, Ankara Adnan Ötügen İl Halk Kütüphanesi Koleksiyonu, No: 407.
- Aydemir, A. (1988). Abese Sûresi. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi* (C. I, ss. 305-306). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayınları.
- Beytur, M. B. (1965). *Mesnevi Gözüyle Mevlâna, Şiirleri, Aşk ve Felsefesi*. İstanbul: Sulhi Garan Matbaası.
- Buhârî, (1988). *Sabîh-i Buhârî ve Tercemesi*. (Çev. Mehmed Sofuoğlu), İstanbul: Ötügen Yayınları.
- Can, Ş. (1997). *Konularına Göre Açıklamalı Mesnevî Tercümesi I-III*. İstanbul: Ötügen Yayınları.
- Cengiz, A. (2021). *Derviş Muhammed Şifâyî, e's-Şerbu'l -Kitâbi'l-Mesneviyyi'l-Ma'neviyyi'l-Muhtasar, Cilt 2 (İnceleme-Metin-Sözlük)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Niğde: Ömer Halisdemir Üniversitesi.
- Çelebioğlu, A. (Haz.). (1967). *Mesnevî-i Şerif: Aslı ve Sadeleştirilmişiyile Manzum Nabîfî Tercümesi I-III*. İstanbul: Sönmez Neşriyat.
- Çoban, A. (2021). *Mevlevî Sülûkû: Cezîre-i Mesnevî ve Şerhlerine Göre*. Konya: Palet Yayınları.
- Derici, M. (2018). *Mesnevî Şerhi*. Ankara: Son Çağ Yayınları.
- Erdoğan, M. (1997). Edebiyatımızda Şerh Geleneğine Genel Bir Bakış. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 286-293.
- Fürûzanfer, B. (1963). *Mevlâna Celâleddîn*. (Çev. Feridun Nafiz Uzluk), İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Fürûzanfer, B. (1382/1961). *Ehâdîs ve Kısas-ı Mesnevî*. Tahran: İntişârât-ı Emîr-i Kebîr.
- Gölpinarlı, A. (1981). *Mesnevî Tercemesi ve Şerhi I-II*. İstanbul: İnkılap ve Aka Kitapevleri.
- Güleç, İ. (2004). Türk Edebiyatında Cezîre-i Mesnevî Şerhleri. *Osmanlı Araştırmaları Dergisi*, 24(24), 159-179.
- Güleç, İ. (2008). *Türk Edebiyatında Mesnevî Tercüme ve Şerhleri*. İstanbul: Pan Yayınları.
- Güntan, Z. (2010). *Muhammed Murad Nakşebendî ve Hulâsatü's- Şurûh Adlı Mesnevî Şerhinden İlk 1001 Beyit*. Konya: İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayınları.

- İzbudak, V. Ç. (Çev.). (1988). Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî Mesnevî I-IV. İstanbul: MEGSB Yayınları.
- Kanar, M. (2014). *Mesnevî - Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî, I-II [Mesnevî-i Ma'nevî]*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Karadağ, S. (2018). *Türk Edebiyatında Manzum Mesnevî Tercümeleri ve Mehmed Şâkir Efendi'nin Mesnevî Tercümeleri (II Cilt) (İnceleme-Metin)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Karadağ S. (2021). Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî Hayatı ve Eserleri, Eserlerin Tercüme ve Şerhleri. Mustafa Kara&Hülya Küçük (Ed.), *Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî-Hakk'a Daveti* içinde (s. 103-123). Konya: Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.
- Karaismailoğlu, A. (Çev.). (2009). *Mesnevî*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- Kâtip Çelebi (2017). *Keşfü'l-Zunûn*. C. I-V. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Kırlangıç, H.&Örs, D. (Çev.). (2008). *Mevlâna Celâleddîn-i Rûmî – Mesnevî*. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
- Kırlangıç, H. (Çev.). (2017). *Mesnevî I-II (Altı Defter)*. Ankara: Hece Yayınları.
- Koçoğlu, T. (2009). *Şem'î Şem'ullâh Şerb-i Mesnevî (II Cilt) (İnceleme-Tenkitledirilen Metin- Sözlük)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kayseri: Erciyes Üniversitesi.
- Koner, M. M. (2005). *Mesnevî'nin Özü I-II, Bugünün İlmî, Bugünün Anlayışı, Bugünün Açık Diliyle Mesnevî'nin Bütün Bahislerinden Seçmeler*. Konya: Tablet Yayınları.
- Konuk, A. A. (2006-2009). *Mesnevî-i Şerif Şerhi I-XIII*. (Haz. Mustafa Tahralı ve diğerleri). İstanbul: Kitabevi Yayınları.
- Kur'an-ı Kerim ve Açıklamalı Meâli* (1993). Ankara: TDV Yayınları.
- Lugal, N. (Çev.). (1977). *Devletsâh Tezkiresi*. 1001 Temel Eser İstanbul: Tercüman Yayınları.
- Nicholson, R. A. (h.ş.1373). *Şeş Defter-i Mesnevî-i Ma'nevî (Mutâbık-ı Nüsha-i Tashîh-Şode-i Reynold Nicholson)*. Tahran: İntişârât-ı Behnûd. Çâp-i Evvel.
- Olgun, Tâhirü'l-Mevlevî (1971). *Şerh-i Mesnevî*. İstanbul: Selam Yayınları.
- Onuk, Ş. (Müstensih). (1942). *Mesnevî-i Şerif*. Mevlâna Müzesi İhtisas Kütüphanesi. No: 5223.
- Özdemir, M. (2016). *Derviş Muhammed Şifâyî Mesnevî Şerhi e's-Şerbu'l-Kitâbi'l-Mesnevîyyi'l-Ma'nevîyyi'l-Muhtasar*. İstanbul: Doğu Kütüphanesi Yayınları.
- Sonuş, D. (2012). *Asaîfî Dal Mehmet Çelebi'nin Cezîre-i Mesnevîsi (İnceleme-Metin)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Sucu, N. (2012). Bostanzâde Yahyâ Efendi'nin Mir'âtü'l-Ahlâk'ında Geçen Hikâyelerin Günümüzde Okunup Anlaşılmasına Dâir Bir Değerlendirme. B.A. Çetinkaya (Ed.), *Dinî ve Felsefî Metinler Yirmibirinci Yüzyılda Yeniden Okuma, Anlama, Algulama Sempozyumu Bildiri Kitabı* içinde (C. I, s. 283-296). İstanbul: Sultanbeyli Belediyesi Yayınları.
- Şahin, Ahmet Metin (2006). *Mesnevî: Nazmen Tercüme*. Konya: Büyükşehir Belediyesi Yayınları.
- Top, H. H. (2013). *Mesnevî-i Ma'nevî Şerhi*, Konya: Rûmî Yayınları.
- Top, H. H. (Haz.). (2021). *Gülzâr-ı Hakikat (Hakikatın Gül Bahçesi) Mesnevî-i Şerif'te Geçen Bütün Hikâyeler ve Hikâyelerin Mesajları*. İstanbul: Ötügen Neşriyat.
- Uzunlar, A. &Meral, A. (Haz.). (2016). *Fazlullah Rahîmî Mesnevî Hikâyeleri [Gülzâr-ı Hakikat]*. C. I-III, *Orijinal Metin (Frankripsiyon)*. İstanbul: Revak Kitabevi Yayınları.
- Yalap, H. (2014). *İsmâil Rusûhî-yi Ankaravî Şerb-i Mesnevî (Mecmû'atu'l-Letayîf ve Matmûratu'l- Ma'ârif) (II Cilt) (İnceleme-Metin-Sözlük)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Niğde: Niğde Üniversitesi.
- Yardımlı, A. (2008). *Mesnevî Hadisleri (Tespit ve Tabric)*. İstanbul: Damla Yayınevi.

#### Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# BIST Enerji Şirketlerinin CRITIC ve CODAS Bütünleşik Yaklaşımı ile Finansal Açıdan Değerlendirilmesi

Ali AKGÜN\* 

## ÖZ

Enerji sektörü günümüzde stratejik bir öneme sahiptir. Bu nedenle enerji sektöründeki işletmeler faaliyetlerini etkin ve verimli bir şekilde yürütmek durumundadırlar. Faaliyetlerin etkin ve verimli olarak yürütülmesinin en başta gelen koşullarından biri de sağlam bir finansal yapıya sahip olmaktır. Bu araştırmanın amacı stratejik önemi her geçen gün artan enerji şirketlerinin Borsa İstanbul'a kayıtlı olanların finansal açıdan değerlendirilmesi ve finansal performans derecelerinin belirlenmesidir. Bu amaçla BIST'e kayıtlı şirketlerin finansal oranları değerlendirme kriteri olarak belirlenmiş ve ilgili finansal oranlar Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) duyurulan finansal tablolarından hesaplanmıştır. Finansal açıdan değerlendirme için ilgili finansal oranlar çok kriterli karar verme teknikleri olan CRITIC ve CODAS yöntemleri ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda 2020 yılında finansal açıdan en iyi şirketler sırasıyla Naturel Gaz Sanayi ve Ticaret A.Ş., Doğu Aras Enerji Yatırımları A.Ş. ve Kartal Yenilenebilir Enerji Üretim A.Ş. olarak belirlenirken 2021 yılında en iyi şirketler Doğu Aras Enerji Yatırımları A.Ş., Margün Enerji Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Esenboğa Elektrik Üretim A.Ş. olarak belirlenmiştir. Yine 2020 yılında Hun Yenilenebilir Enerji Üretim A.Ş. ve 2021 yılında ise Biotrend Çevre ve Enerji Yatırımları A.Ş. finansal açıdan değerlendirmede en son sırada yer aldıkları tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** BIST Enerji Şirketleri, Çok Kriterli Karar Verme, Finansal Performans, CRITIC Yöntemi, CODAS Yöntemi

## Financial Evaluation of BIST Energy Companies with CRITIC and CODAS Integrated Approach

### ABSTRACT

Today, the energy industry is strategically significant. Businesses in the energy sector must therefore conduct their operations properly and efficiently. Having a sound financial framework is one of the most important requirements for the effective and efficient execution of activities. This study's objective is to assess the energy firms, whose strategic significance is growing daily, and to ascertain the levels of financial performance of those listed on Borsa Istanbul (BIST). The evaluation criteria for this purpose were the financial ratios of the businesses registered in BIST, and the corresponding financial ratios were computed from the financial statements released on the Public Disclosure Platform. The essential financial ratios were examined for the purpose of financial evaluation using the multi-criteria CRITIC and CODAS methods. According to the analysis, Naturel Gaz Industry and Trade Inc., Dogu Aras Energy Investments Inc., and Kartal Renewable Energy Production Inc. will each have the best financial performances in 2020. While Dogu Aras Energy Investments Inc., Margün Energy Industry and Trade Inc., and Esenboga Electricity Production Inc. have been identified as the top businesses for 2021. In the financial examination, it has been concluded that Hun Renewable Energy Production Inc. in 2020 and Biotrend Environment and Energy Investments Inc. in 2021 are last.

**Keywords:** BIST Energy Companies, Multi-Criteria Decision Making, Financial Performance, CRITIC Method, CODAS Method

### 1. Giriş

Günümüzde enerji ülkelerin kalkınmasında kilit rol oynayan unsurların başında gelmektedir. Kalkınmadaki bu önemli rolünün yanı sıra küresel rekabette ulusal ekonomilerin rekabet edebilirliğini artıran ve bu sayede toplumun refah seviyesini yükselmesini sağlayan stratejik bir kaynak olarak görülmektedir. Her ne kadar pandemi küresel üretim ve lojistik ağında yavaşlamaya neden olsa da dünya üzerinde artan nüfus ve teknolojik gelişmelerle birlikte enerji talebi de her geçen gün artmaktadır.

Bireylerin sınırsız istek ve ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan üretimin ana girdilerinden olan enerji birincil ve ikincil kaynaklardan elde edilen enerji olarak ikiye ayrılmaktadır. Birincil enerji kaynakları doğada kendiliğinden bulunan ve dönüşüme uğramamış enerji kaynaklarıdır. Kömür, doğalgaz, petrol, rüzgar, jeotermal, hidroelektrik vb. birincil enerji kaynaklarına örnek gösterilebilir. İkincil enerji kaynakları ise birincil enerji kaynaklarından dönüştürülerek elde edilen enerji kaynaklarıdır. Petrol ürünleri, biyogaz, ısıtma, elektrik vb. de ikincil enerji kaynaklarıdır. İkincil enerji kaynakları içinde en önemlisi elektrik enerjisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Birincil enerji kaynakları aynı zamanda kendi içinde yenilenebilir ve

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, aakgun@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 01.08.2022

yenilenemeyen enerji kaynakları olarak da sınıflandırılmaktadır. Genel olarak enerji kaynaklarına bakıldığında yenilenebilir enerji kaynakları dışında kalan enerji kaynaklarının tamamının sınırlı kaynaklar olduğu ve günümüzde bu sınırlı kaynakların çeşitliliğinin ve veriminin artırılarak kesintisiz enerji talebinin karşılanması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Üretimde kullanılan elektrik enerjisinin sınırlı kaynaklardan elde ediliyor olması enerji kaynakları sahipliğinin stratejik önemini de ortaya koymaktadır. Doğal yollardan oluşan birincil enerji kaynaklarına sahip olan ekonomiler enerji ihracatçısı olarak gelir elde ederken, bu kaynaklara sahip olmayan ekonomiler ise enerji ithalatçısı olarak enerji ithal etmektedir. Enerji ithalatçısı olan ekonomilerin en önemli maliyet kalemini oluşturması nedeniyle ilgili ekonomilerin enerji fiyatlarına duyarlılığı üst seviyededir. Enerjinin bir çok sektörde girdi unsuru olarak kullanılması özellikle enerji ithalatçısı ekonomileri enerji kaynak çeşitliliğini artırmaya yönelik politikalar izlemeye yöneltmiştir. Bu noktada enerji arz güvenliği kavramı giderek önem kazanmaktadır.

Enerji ithalatçısı ekonomilerden biri olan Türkiye’de son yıllarda artan enerji ihtiyacını hem iç hem de dış kaynaklardan sağlayacak politikalar yürütmektedir. İstikrarlı bir büyüme hedefi ve potansiyeli olan Türkiye’nin enerji ihtiyacı bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin önem derecesini de artırmıştır. Enerjinin stratejik önemi de göz önüne alındığında ülkemizde enerji sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin performansı ve etkin ve verimli şekilde çalışmaları öncelikle karlılıklarını daha sonra ise ülke ekonomisinin gelişimini etkileyen bir unsurdur. Enerjinin üretimi, toptan satışı ve dağıtımında yıllar itibarıyla kamunun payının azalıp özel sektörün payının artması sonucunda enerji şirketlerinin verimliliğinin ve finansal açıdan güçlü olmalarının önemi daha da artmaktadır. Bu açıdan bakıldığında enerji sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin finansal açıdan değerlendirilmesi başta sektördeki şirketler olmak üzere ülke ekonomisi açısından da önem arz etmektedir. Pandeminin yarattığı şokun yavaş yavaş ortadan kalkmaya başlaması ile birlikte üretimde artan talebin enerji ihtiyacını artırdığı bu nedenle de enerji ithalatçısı olan ülkemiz açısından enerjinin temin edilmesi ve dağıtılması noktasında özel sektörün aldığı pay dikkate alındığında enerji sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin finansal açıdan değerlendirilmesi gerekliliği öne çıkmaktadır.

Enerji şirketlerinin performansının ölçülmesinde kullanılan yöntemlerden biri finansal oranlar aracılığıyla yapılan finansal analizlerdir. Kritik öneme sahip finansal oranların hesaplanarak işletmelerin karşılaştırıldığı analizler yapıldığı gibi finansal oranların sektör ortalamaları hesaplanarak da ilgili işletmelerin finansal analizi yapılabilmektedir. Performans ölçümünde finansal oranlardan sıklıkla yararlanıldığı görülmekle birlikte finansal analiz açısından çeşitli çok kriterli karar verme teknikleri ile de analizler yapıldığı görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı stratejik öneme sahip enerji sektöründe faaliyetlerini sürdüren işletmelerden Borsa İstanbul’da kayıtlı olanların finansal analizlerini çok kriterli karar verme yöntemlerinden CRITIC ve CODAS bütünleşik yaklaşımı ile ölçmektir. Elde edilen sonuçlar aynı zamanda çalışma kapsamındaki işletmelerin performanslarını da ortaya koymaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünden sonra literatür taramasına yer verilmiştir. İlgili literatür incelendikten sonra çalışmada kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Araştırmanın amacı, kapsamı ve veri seti ile birlikte analiz sonucu elde edilen bulgular çalışmanın analiz ve bulgular kısmında yer almaktadır. Sonuç kısmında ise elde edilen bulgular sonucunda ulaşılan sonuçlar değerlendirilmiş ve daha sonraki çalışmalar için öneriler sunulmuştur.

## 2. Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde birçok sektörde finansal açıdan yapılan değerlendirmelerin olduğu gözlenmesine rağmen özellikle ulusal çalışmalarda enerji şirketlerinin finansal açıdan değerlendirilmesi üzerine yapılan çalışmaların sayıca az olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda literatürde özellikle enerji şirketlerinin finansal açıdan değerlendirmesine yönelik çalışmalara Tablo 1’de yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Enerji Şirketlerinin Finansal Açıdan Değerlendirilmesi Üzerine Yapılan Araştırmalar

| Yazar/ (Yıl)                      | Araştırmanın Yöntemi          | Araştırmanın Amacı ve Kapsamı  | Araştırmanın Sonuçları  |
|-----------------------------------|-------------------------------|--|---|
| Sakarya ve ark. (2015)            | TOPSIS                        | Enerji şirketlerinin finansal performanslarının analiz edildiği bu çalışmada 2010-2014 yıllarında BIST’te işlem gören enerji şirketleri araştırmaya dahil edilmiştir.  | Yapılan araştırma sonucunda TUPRS ve AYGAZ şirketlerinin istikrarlı bir şekilde başarılı performans gösterdiği tespit edilmiştir.   |
| Metin ve ark. (2015)              | TOPSIS ve MOORA               | BIST’e kote enerji işletmelerinin finansal performanslarının analiz edilmesinin amaçlandığı bu çalışmada 2010-2015 dönemi çalışma kapsamına dahil edilmiştir.  | Analiz sonucunda finansal performans sıralamalarının TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile elde edilen sonuçlar arasında farklar olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada kullanılan yöntemlerde üç işletmenin performans sıralaması aynı çıkmıştır.  |
| Bobinaite (2015)                  | Oran Analizi                  | Çalışmada Baltık bölgesinde rüzgardan elektrik enerjisi üreten işletmelerin 2009-2013 dönemi finansal durumlarının karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi amaçlanmıştır.   | Analiz sonucunda Baltık bölgesindeki işletmelerin finansal sürdürülebilirliklerinin orta düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.  |
| Eyüboğlu ve Çelik (2016)          | Bulanık AHP ve Bulanık TOPSIS | 2008-2013 yılları arasında 13 enerji firmasının finansal verileri ile finansal performans analizi yapılmıştır.   | Çalışmanın bulguları sonucunda AVTUR, TRCAS ve AKSUE en başarılı performans gösteren şirketler olarak belirlenmiştir.   |
| İlkuçar ve Çifci (2016)           | TOPSIS                        | Çalışmada Borsa İstanbul’da kayıtlı elektrik işletmelerinin 2015 yılı finansal verileri ile performans değerlendirmesi yapılmıştır.  | Çalışma sonucunda en yüksek performans gösteren şirket AYEN ve en düşük performans gösteren şirket ise AKENR olarak belirlenmiştir.   |
| Gupta (2017)                      | Panel Veri Analizi            | Çalışmanın amacı alternatif enerji işletmelerinin finansal performansını değerlendirmektir. Bu amaçla 26 ülkeden 158 işletmenin verileri kullanılmıştır.   | Çalışma sonucunda teknoloji ve inovasyonun yüksek olduğu ülkelerde alternatif enerji şirketlerinin performansının arttığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda ülkeler arasındaki kültürel farklılıkların, alternatif enerji şirketlerinin ülkeler arasındaki farklı finansal performansın nedeni olduğu belirlenmiştir. |
| Paun (2017)                       | Oran Analizi ve Yatay Analiz  | Çalışmada Romanya enerji sektöründe bulunan 91 işletmenin 2012-2015 dönemi finansal verilerinden yararlanarak işletmelerin finansal analizlerinin yapılması amaçlanmıştır.   | Çalışma sonucunda klasik enerji üreticilerinin yenilenebilir enerji üreten şirketler göre daha iyi finansal performans gösterdiği tespit edilmiştir.  |
| Bağcı ve Yüksel Yiğiter (2019)    | SD ve WASPAS                  | Araştırmada BIST’e kayıtlı enerji işletmelerinin finansal performanslarının analiz amaçlanmıştır. Bu amaçla 2008-2017 dönemi araştırma kapsamında incelenmiştir.   | Yapılan araştırmadan elde edilen sonuçlara göre finansal performansı başarılı olan işletmelerin yıllar itibarıyla değişmesine rağmen, finansal performansı düşük olan işletmenin AKENR olduğu tespit edilmiştir.  |
| Orçun (2019)                      | WASPAS                        | Araştırmada BIST Elektrik endeksindeki işletmelerin finansal performanslarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla 2016 ve 2017 yıllarına ait veriler hesaplanmıştır.   | Analiz sonucunda her iki yılda da finansal performansı en yüksek işletme AYEN olarak tespit edilmiştir. Ayrıca işletmelerin finansal performans sıralamaları ile borsa getirileri arasında istatistiksel anlamda anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.   |
| Kayahan Karakul ve Özaydın (2019) | TOPSIS VE VIKOR               | Çalışmanın amacı BIST’e kayıtlı elektrik şirketlerinin finansal performanslarına göre sıralanmasıdır. Çalışmada 2017 yılı finansal verileri kullanılmıştır.  | Çalışma sonucunda 2017 yılında TOPSIS yöntemine göre en başarılı firma AKSEN ve VIKOR yöntemine göre ENJSA firması en başarılı firma olarak belirlenmiştir.   |
| Leventakos ve Dagoumas (2019)     | Oran Analizi                  | Avrupa enerji şirketlerinin 2008-2017 dönemi finansal ve likide performanslarının değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla şirketlerin likidite, karlılık, operasyonel performans ve sermaye yapıları incelenmiştir. | Gaz ve petrol şirketleri, enerji şirketlerine göre daha az riskli bulunmuştur. Aynı zamanda yenilenebilir enerji sektöründe faaliyette bulunan işletmeler yüksek karlılık potansiyeli olan şirketler olarak öne çıkmaktadır.  |
| Çiftçi ve Yıldırım (2020)         | Gri İlişkisel Analiz          | Araştırmanın amacı BIST’e kayıtlı enerji işletmelerinin 2011-2019 dönemindeki finansal performanslarının çok kriterli karar  | Yapılan analiz sonucunda finansal performans en başarılı işletme AKSEN ve en başarısız işletme ise ZOREN olarak belirlenmiştir.   |

|                             |                                      |  |   |
|-----------------------------|--------------------------------------|--|---|
|                             |                                      | verme yöntemleri ile analiz edilmesidir. Araştırma kapsamında altı işletme analiz kapsamında incelenmiştir.  |   |
| Karcıoğlu ve ark. (2020)    | Sezgisel Bulanık Mantık ve Entropi   | BIST'e kayıtlı sekiz işletmenin 2013-2017 dönemindeki finansal performanslarının incelenmesi amaçlanmıştır.  | Çalışmanın sonunda finansal performans açısından en başarılı şirket ODAS iken finansal performansı en başarısız şirket ise AYEN olarak tespit edilmiştir.   |
| Ağ ve Kuloğlu (2020)        | Veri Zarflama Analizi                | Çalışmanın amacı 2019 yılında Borsa İstanbul'a kayıtlı enerji şirketlerinin etkinliklerinin finansal açıdan ölçülmesidir.  | Yapılan analiz sonucunda Borsa İstanbul'a kayıtlı beş işletmenin etkin olduğu belirlenmiş ve enerji işletmelerinin etkinlik yüzdesi %62,5 olarak bulunmuştur.   |
| Kara ve Uslu (2020)         | Non-Parametrik Veri Zarflama Analizi | Türkiye'de faaliyet gösteren elektrik dağıtım işletmelerinin 2013-2018 yıllarındaki etkinliklerini belirlemek ve etkinsizliğe neden olan faktörleri belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında yirmi bir işletme incelemeye alınmıştır.  | Elde edilen sonuçlara göre 2018 yılında Uludağ en etkin şirket, en etkisiz şirket olarak da Dicle şirketi olarak belirlenmiştir.  |
| Mercan ve Çetin (2020)      | COPRAS ve VIKOR                      | Çalışmanın amacı 2014-2018 yılları arasında Borsa İstanbul Elektrik endeksi firmalarının performanslarının finansal açıdan ölçülmesidir.   | Analiz sonucunda kullanılan her iki yöntemde de en başarılı firma ENJSA olarak tespit edilmiştir. Başarısız en düşük firma ise ZOREN olarak tespit edilmiştir.  |
| Keleş ve ark. (2021)        | ROC ve SMART                         | Çalışmanın amacı borsaya kayıtlı elektrik üretimi yapan şirketlerin Covid19 dönemi finansal performanslarını değerlendirilmesidir. Bu amaçla çalışma kapsamındaki şirketlerin 2020 yılı verilerinden yararlanılmıştır.   | Çalışma sonucunda finansal açıdan performansı en yüksek şirket 2020 yılı için AKSEN ve finansal performansı en düşük şirket ise ZOREN olduğu tespit edilmiştir.   |
| Topal (2021)                | Entropi Tabanlı Cocoso               | Araştırmanın amacı elektrik üretimi yapan şirketlerin 2019 yılında finansal performanslarının ölçülmesidir. Performans ölçümü için çok kriterli karar verme yöntemlerinden Entropi ve Cocoso yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamında Forbes 500 listesindeki ilk kırk şirket arasından on tanesi araştırmaya dahil edilmiştir. | Araştırma sonucuna göre elektrik üretim şirketleri arasında finansal yönden en başarılı şirket Enka ve en başarısız şirket ise Gama Enerji olarak belirlenmiştir.   |
| Beller Dikmen (2021)        | Oran Analizi                         | Araştırmada Türkiye'de enerjinin üretimi ve dağıtım faaliyetinde bulunan işletmelerin finansal açıdan değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla araştırma kapsamındaki şirketlerin 2015-2019 dönemi verilerinden yararlanılmıştır.  | Analiz sonucunda sektörün likidite oranlarının standart oranların altında olduğu, ve sektörün kaynak yapısında uzun vadeli banka kredilerinin ağırlıklı olduğu tespit edilmiştir. Aynı zamanda sektörün alacak tahsil süresinin sürekli artış eğiliminde olduğu ve genel olarak aktiflerini etkin bir şekilde kullanmadığı sonucuna ulaşılmıştır. |
| Sabau-Popa vd. (2021)       | Panel Veri Analizi                   | Bükreş borsası enerji sektöründe listelenen şirketlerin nakit akış ve gelirleri ile performans analizi yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla 8 enerji şirketinin 2011-2018 dönemi verileri kullanılmıştır.  | Çalışma sonucunda nakit akışları ile verimlilik arasında herhangi bir korelasyona rastlanmadığı tespit edilmiştir.  |
| Özdemir ve Parmaksız (2022) | TOPSIS ve EDAS                       | Araştırmada Borsa İstanbul Enerji endeksinde kayıtlı işletmelerin finansal performanslarının çok kriterli karar verme yöntemleri ve oran analizi yöntemleri ile birlikte değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamındaki şirketlerin 2019 ve 2020 yılı verilerinden yararlanılmıştır.  | Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre performans sıralamalarında yıl bazında kullanılan yöntemler arasında ufak farklar olduğu tespit edilmiştir.  |

Tablo 1'de verilen bilgiler doğrultusunda enerji şirketlerinin finansal açıdan değerlendirilmesinde ağırlıklı olarak çok kriterli karar verme tekniklerinin kullanıldığı görülmekle birlikte oran analizi, panel veri analiz ve veri zarflama analizlerinin de kullanıldığı görülmektedir. Yine yapılan çalışmalarda kullanılan değişkenlerin finansal oranlar arasından seçildiği tespit edilmiştir. Literatürde finansal performans üzerine



yapılan çalışmaların sayısı fazla olmakla birlikte yalnızca enerji sektörüne üzerine yapılan çalışma sayısı az olduğu görülmektedir. Literatür incelemesi sonucunda, yalnızca enerji sektörünün finansal açıdan değerlendirildiği ulusal çalışmaların yabancı çalışmalardan fazla olduğu da belirlenmiştir.

### 3. Yöntem

Araştırma kapsamındaki şirketlerin değerlendirilmesinde çok kriterli karar verme yöntemlerinden CRITIC (Criteria Importance Through Intercriteria Correlation) yöntemi ile birlikte CODAS (Combinative Distance-based Assessment) yöntemleri bir arada kullanılacaktır. Çok kriterli karar verme yöntemlerinde karar verilecek alternatiflere ait karar kriterleri kullanılarak değerlendirmeler yapılmaktadır. Bu çalışmada karar kriterlerinin ağırlıklandırılmasında CRITIC yöntemi kullanılırken değerlendirme için CODAS yöntemi kullanılmıştır. CODAS yöntemi iki farklı çok kriterli karar verme yönteminin güçlü yanlarının birleştirilmesinden ortaya çıkan yeni bir çok kriterli karar verme yöntemi olması nedeniyle çalışmada kullanılmıştır. Karar kriterlerinin ağırlıklandırılmasında kullanılan CRITIC yöntemi ise objektif bir değerlendirme sunduğu için ağırlıklandırmada tercih edilmiştir.

#### 3.1. CRITIC Yöntemi

Karar verme problemlerinde sayıca fazla kriterin bulunmasından kaynaklı olarak değerlendirmede kullanılacak kriterlerin ağırlıklandırılmasında objektif bir yöntem olarak geliştirilen CRITIC yöntemi 1995 yılında Diakoulaki vd. tarafından literatüre kazandırılmıştır. CRITIC yönteminde değerlendirme kriterleri analitik olarak incelenmektedir. Bu açıdan CRITIC yönteminin öznel bir ağırlıklandırma yöntemi olduğu söylenebilir. Yöntemdeki öznellik ağırlıklandırmada kriterler arası korelasyonu dikkate almasıdır. Aynı zamanda her bir kriter kendi içinde standart sapmayı da ağırlığa dahil ederek kriterler arasındaki korelasyon ile kriterler arasındaki zıtlıklar belirlenmekte ve bu zıtlıklar standart sapma ile ağırlıklandırılmaktadır. Böylece kriterlerin değişkenlikleri, kriterler arası ilişkilerin derecesi ve yönü kriter ağırlıklarını belirlemektedir. CRITIC yönteminde gerçek veriler üzerinde işlem yapılarak sonuca ulaşıldığı için karar vericilerin karar üzerindeki etkileri de ortadan kalkmaktadır (Demir ve ark., 2021; Ecer, 2020; Ayçin, 2019; Arslan, 2020).

CRITIC yöntemi beş aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar şu şekildedir (Diakoulaki ve ark., 1995);

- a. *Karar matrisi aşaması:* CRITIC yönteminin ilk aşamasında  $x_{ij}$  değerlerinden oluşan ve  $X$  ile gösterilen karar matrisi oluşturularak Eşitlik 1’de gösterilmektedir. Eşitlik 1’de bulunan  $A_i$  :  $i$ . Karar alternatifini ( $i=1,2,3,\dots,m$ );  $x_{ij}$  :  $j$ . değerlendirme kriterine için  $i$ . alternatifinin değerini göstermektedir.

$$X = \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \vdots \\ A_m \end{matrix} \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

- b. *Karar matrisinin normalize edilmesi:* İkinci aşamada karar matrisindeki değerler normalizasyon işlemine tabi tutularak standart hale getirilir. Fayda/maksimizasyon yönlü kriterler için Eşitlik 2 ve maliyet/minimizasyon yönlü kriterler için Eşitlik 3 yardımıyla değerler normalize edilmektedir. Eşitlikte 2 ve Eşitlik 3’te  $r_{ij}$  :  $j$ . değerlendirme kriterine göre normalize edilmiş  $i$ . alternatifi değerini;  $x_j^{\max}$  :  $j$ . kritere göre karar alternatifinin aldığı maksimum değeri;  $x_j^{\min}$  :  $j$ . kritere göre karar alternatifinin aldığı minimum değeri göstermektedir.

$$r_{ij} = \frac{x_{ij} - x_j^{\min}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}} \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{x_j^{max} - x_{ij}}{x_j^{max} - x_j^{min}} \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (3)$$

- c. *İlişki katsayısı matrisinin oluşturulması:* Üçüncü aşamada ilişki katsayısı matrisi oluşturulmaktadır. Bu aşamada doğrusal ilişki katsayılarından faydalanılmaktadır. Değerlendirme kriterleri arasındaki ilişkilerin derecesini gösteren doğrusal ilişki katsayıları Eşitlik 4'te gösterilen şekilde hesaplanmaktadır. Eşitlik 4'te  $p_{jk}$  : bir j kriteri ile k kriteri arasındaki ilişkinin katsayılarını göstermektedir.

$$p_{jk} = \frac{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - r_j^-) \cdot (r_{ik} - r_k^-)}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (r_{ij} - r_j^-)^2 \cdot \sum_{i=1}^m (r_{ik} - r_k^-)^2}} \quad j, k = 1, 2, \dots, n \quad (4)$$

- d. *C<sub>j</sub> değerlerinin hesaplanması:* Dördüncü aşamada değerlendirme kriterleri arasındaki zıtlık yoğunluğu ve çelişkileri birleştiren j. kriterde bulunan C<sub>j</sub> değerlerini hesaplamak için Eşitlik 5 ve Eşitlik 6'dan yararlanılmaktadır. Eşitlik 5 ve Eşitlik 6'da  $\sigma_j$  : j. kriterin standart sapma değeri; C<sub>j</sub> : j. değerlendirme kriteri göstermektedir.

$$C_j = \sigma_j \cdot \sum_{k=1}^n (1 - p_{jk}) \quad j = 1, 2, \dots, n \quad (5)$$

$$\sigma_j = \sqrt{\frac{\sum_{k=1}^n (r_{ij} - r_j^-)^2}{m - 1}} \quad (6)$$

- e. *Kriter ağırlıklarının hesaplanması:* CRITIC yönteminin son aşamasında her bir kriterin C<sub>j</sub> değeri bütün kriterlerin C<sub>j</sub> değerlerinin toplamına oranlanarak kriterlerin ağırlık değerleri hesaplanmaktadır. Kriterlerin ağırlık değerlerini hesaplayan formül Eşitlik 7'de gösterilmektedir. Eşitlik 7'de bulunan  $w_j$ : j. değerlendirme kriterinin ağırlığını göstermektedir.

$$w_j = \frac{c_j}{\sum_{k=1}^n c_k} \quad (7)$$

### 3.2. CODAS Yöntemi

CODAS (Combinative Distance-based Assessment) yöntemi Ghorabae vd. (2016) tarafından alternatiflerin performans sıralaması tespitinde kullanılmak amacıyla geliştirilmiş bir yöntemdir. Yöntem SAW (Simple Additive Weighting) yöntemi ile WPM (Weighted Product Method) yöntemlerinin avantajlı ve güçlü yönlerinin entegrasyonu sonucu ortaya çıkmış bir yöntemdir. CODAS yönteminin diğer karar verme yöntemlerinden ayıran kısım alternatiflerin negatif ideal çözüme uzaklıklarını dikkate alan Öklid (euclidan) ve Taksicab (taxicab-manhattan-hamming) uzaklıklarını kullanmasıdır. Öklid uzaklığında esas olan iki nokta arasındaki en kısa mesafenin bulunmasıdır. Taksicab uzaklığında ise esas olan birbirine dik doğru parçalarının uzaklıkları toplamıdır. CODAS yöntemine göre negatif ideal çözüme en uzak alternatif öncelikle tercih edilmelidir. Bu amaçla önce Öklid uzaklığına bakılır. Alternatiflerin Öklid uzaklıklarının eşit olması durumunda taksicab uzaklığına bakılarak çözüme ulaşılır. Aynı zamanda CODAS yönteminin

işleyişinde eşik değeri ile duyarlılık analizi yapılarak alternatiflerin sıralamalarındaki tutarlılık kontrol edilmektedir (Ecer, 2020; Demir ve ark., 2021; Ghorabae ve ark. 2016; Tuş ve Aytac Adalı, 2018; Bakır ve Alptekin, 2018).

CODAS yönteminde sekiz aşamadan sonra çözüme ulaşılmaktadır. Bu aşamalar şu şekildedir (Ghorabae ve ark., 2016);

- a. *Karar matrisinin oluşturulması:* İlk aşamada  $x_{ij}$  değerlerinden oluşan karar matrisi Eşitlik 8'de gösterildiği şekilde oluşturulmaktadır. Eşitlik 8'de bulunan  $x_{ij}$  : j. değerlendirme kriterine göre i. alternatif değerini göstermektedir.

$$X = [x_{ij}]_{n \times m} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1m} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2m} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ x_{n1} & x_{n2} & \dots & x_{nm} \end{bmatrix} \quad (8)$$

- b. *Karar matrisinin normalize edilmesi:* Bu aşamada oluşturulan karar matrisi, Eşitlik 9'da hesaplanan doğrusal normalizasyon ile normalize edilir. Eşitlik 9'da yer alan  $N_b$  fayda (maksimum) kriterlerini  $N_c$  ise maliyet (minimum) kriterlerine ait normalizasyon işlemini göstermektedir. Eşitlik 9'da bulunan  $\max_i x_{ij}$  : j. kritere göre karar alternatifinin aldığı maksimum değeri ve  $\min_i x_{ij}$  : j. kritere göre karar alternatifinin aldığı minimum değeri göstermektedir.

$$n_{ij} = \begin{cases} \frac{x_{ij}}{\max_i x_{ij}} & j \in N_b \text{ ise,} \\ \frac{\min_i x_{ij}}{x_{ij}} & j \in N_c \text{ ise,} \end{cases} \quad (9)$$

- c. *Ağırlıklı normalize karar matrisinin oluşturulması:* Kriterlere ilişkin belirlenen ağırlık katsayıları ile normalize edilmiş karar matrisi ağırlıklandırılır. Ağırlıklandırma Eşitlik 10'da gösterilen şekilde hesaplanır. Eşitlik 10'da bulunan  $r_{ij}$  : j. kritere göre ağırlıklandırılmış i alternatifinin değerini;  $w_j$  : j. kriterin ağırlık değerini göstermektedir.

$$r_{ij} = w_j n_{ij} \quad (10)$$

- d. *Negatif ideal çözümün belirlenmesi:* Negatif ideal çözümün belirlenmesi için ağırlıklandırılmış normalize karar matrisinin her bir sütunundaki en küçük (minimum) değerler tespit edilir. Negatif ideal çözümün belirlenmesinde Eşitlik 11 kullanılır. Tüm kriterlere göre negatif ideal çözüme en uzak mesafede bulunan alternatif optimal alternatiftir. Eşitlik 11'de  $ns_j$  : j. kriterin negatif ideal çözüm değerini;  $\min_i r_{ij}$  : j. kriter göre ağırlıklandırılmış i alternatiflerinin minimum değerini göstermektedir.

$$ns = [ns_j]_{1 \times m} \quad ns_j = \min_i r_{ij} \quad (11)$$

- e. *Alternatiflerin negatif ideal çözümden Öklid ve taksicab uzaklıklarının hesaplanması:* Beşinci aşamada alternatiflerin negatif ideal çözüme uzaklıkları öklid ve taksicab yaklaşımları ile hesaplanır. Eşitlik 12 ile öklid uzaklık hesaplanırken Eşitlik 13 ile taksicab uzaklığı hesaplanmaktadır. Eşitlik 12 ve Eşitlik 13'de bulunan  $E_i$  : i. alternatifin öklid uzaklığı;  $T_i$  : i. alternatifin taksicab uzaklığını göstermektedir.

$$E_i = \sqrt{\sum_{j=1}^m (r_{ij} - ns_j)^2} \quad (12)$$

$$T_i = \sum_{j=1}^m |r_{ij} - ns_j| \quad (13)$$

- f. *Göreceli değerlendirme matrisinin oluşturulması:* Göreceli değerlendirme matrisinin oluşturulması için Eşitlik 14 ve Eşitlik 15'den yararlanılır. Eşitlik 14 ve Eşitlik 15'de bulunan  $h_{ik}$  : i. alternatifin göreceli değerlendirme matris değerini göstermektedir.

$$R_a = [h_{ik}]_{n \times n} \quad (14)$$

$$h_{ik} = (E_i - E_k) + (\psi(E_i - E_k) \times (T_i - T_k)) \quad (15)$$

$E_i$  uzaklıklarının eşitliğini gösteren  $\psi$  değeri  $\tau$  değeri yardımı dikkate alınarak hesaplanmaktadır.  $\tau$  değeri ise karar verici tarafından belirlenen bir parametre olmakla birlikte çoğunlukla 0,01 ve 0,05 arasında bir değer seçildiği görülmektedir. Karşılaştırılan iki alternatif arasındaki öklid uzaklıkları arasındaki farkın  $\tau$ 'den küçük olması durumunda alternatifler taksicab uzaklığı ile karşılaştırılarak karar verilmelidir. Eşitlik 16  $\psi$  değeri kullanımını göstermektedir.

$$\psi(x) = \begin{cases} 1 & |x| \geq \tau \text{ ise,} \\ 0 & |x| < \tau \text{ ise,} \end{cases} \quad (16)$$

- g. *Alternatiflerin değerlendirme puanlarının hesaplanması:* Son olarak alternatiflerin değerlendirme puanları Eşitlik 17 yardımıyla hesaplanır.

$$h_{ik} = \sum_{k=1}^n h_{ik} \quad (17)$$

- h. *Alternatiflerin sıralanması:* Elde edilen değerlendirme puanları büyükten küçüğe doğru sıralanır. En iyi alternatif, değerlendirme puanı en yüksek alternatif olacak şekilde sıralama gerçekleştirilir.

## 4. Analiz ve Bulgular

### 4.1. Araştırmanın Amacı, Veri Seti ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı enerji sektöründe faaliyetlerini sürdüren işletmelerden Borsa İstanbul (BIST)'a kote olanların çok kriterli karar verme yöntemlerinden CRITIC ve CODAS bütünleşik yaklaşımı ile finansal açıdan değerlendirilmesidir. Bu amaçla çalışmada karar kriterleri olarak 13 finansal oran kullanılmıştır. Bu finansal oranlar şirketlerin likidite, finansal yapı, aktivite (devir hızı) ve karlılık durumlarını gösteren oranlardan seçilmiştir. Karar kriteri olarak belirlenen oranlar literatürdeki benzer çalışmalar incelenerek tespit edilmiştir (Sakarya ve ark., 2015; Bobinaite, 2015); Paun, 2017; Leventakos ve Dagoumas, 2019; Bağcı ve Yüksel Yiğiter, 2019; Çiftçi ve Yıldırım, 2020; Topal, 2021; Özdemir ve Parmaksız, 2022). Araştırmaya dahil edilen şirketlere ait finansal oranlar Kamuyu Aydınlatma Platformunda (KAP) ilan edilen 2020 ve 2021 dönemi finansal tablolarından elde edilmiştir. 2022 yılına ait yıllık bilanço döneminin devam ediyor olması nedeniyle 2022 yılı değerlendirmeye alınmamıştır. Pandeminin yaşandığı 2020 yılı enerji talebinin azaldığı (küresel ekonomide üretimin azaldığı) dönem olması itibarıyla ve pandemi etkilerinin azalarak devam ettiği 2021 yılı ise enerji talebinin tekrar artmaya başladığı (küresel ekonomide üretimin tekrar artmaya başladığı) dönem olması itibarıyla çalışmaya dahil edilmiştir. İlgili dönemlerde enerji şirketlerinin gösterdiği finansal performansın etkinliği ulusal ekonomik

kalkınmayı da destekleyeceğinden dolayı araştırmada özellikle bu iki döneme odaklanılmıştır. Tablo 2’de araştırmada karar kriteri olarak kullanılan finansal oranlar gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Araştırmada Kullanılan Karar Kriterleri

| Kriter | Finansal Oran                          | Hesaplama                                | Yön               |
|--------|--|--|-------------------|
| L1     | Cari Oran                              | Dönen Değerler/KVYK                      | Maksimum (Fayda)  |
| L2     | Nakit Oranı                            | Nakit ve Nakit Benzerleri/KVYK           | Maksimum (Fayda)  |
| FY1    | Finansal Kaldıraç Oranı                | Toplam Borçlar/Toplam Aktifler           | Minimum (Maliyet) |
| FY2    | Özsermaye/Toplam Borç                  | Özsermaye/Toplam Borç                    | Maksimum (Fayda)  |
| FY3    | KVYK/Toplam Aktifler                   | KVYK/Toplam Aktifler                     | Minimum (Maliyet) |
| FY4    | UVYK/Toplam Aktifler                   | UVYK/Toplam Aktifler                     | Maksimum (Fayda)  |
| FY5    | Maddi Duran Varlıklar/Devamlı Sermaye  | Maddi Duran Varlıklar/Devamlı Sermaye    | Maksimum (Fayda)  |
| DH1    | Aktif Devir Hızı                       | Net Satışlar/Toplam Aktifler             | Maksimum (Fayda)  |
| DH2    | Özsermaye Devir Hızı                   | Net Satışlar/Özsermaye                   | Maksimum (Fayda)  |
| DH3    | Çalışma (İşletme) Sermayesi Devir Hızı | Net Satışlar/Çalışma (İşletme) Sermayesi | Maksimum (Fayda)  |
| K1     | Net Kar Marjı                          | Net Kar/Satışlar                         | Maksimum (Fayda)  |
| K2     | Özsermaye Karlılığı                    | Net Kar/Özsermaye                        | Maksimum (Fayda)  |
| K3     | Aktif Karlılığı                        | Net Kar/Toplam Aktifler                  | Maksimum (Fayda)  |

BIST’e kayıtlı şirketlerden enerji sektöründe faaliyette bulunan 21 şirketten 19 şirket araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırmanın yapıldığı dönem itibarıyla BIST’e kayıtlı Consus Enerji İşletmeciliği ve Hizmetleri A.Ş. ve Smart Güneş Enerjisi Teknolojileri Araştırma Geliştirme Üretim Sanayi ve Ticaret A.Ş. finansal durum tablolarına ulaşılamayan şirketlerdir.

İşletmelerin finansal yönden temel amacı bugünkü piyasa değerlerini maksimize etmektir. Bu temel amaca ulaşmak ve sürdürülebilirliklerini sağlamak için gerekli en önemli araç ise kardır. Bu nedenle şirketlerin finansal açıdan başarılı olmalarının en önde gelen koşulu kar etmeleridir. Bu nedenle 2020 yılı için bu koşulu sağlayamayan bir başka deyişle zarar açıklayan AKENR, AKSUE, AYDEM, AYEN ve ODAŞ kodlu şirketler ve 2021 yılı için zarar açıklayan AKENR, AKSUE, AYDEM, CANTE, ODAŞ ve ZORLU kodlu şirketler araştırma kapsamından çıkarılmıştır. Bu şirketler araştırmaya konu 2020 veya 2021 yıllarının her ikisi için de araştırmaya dahil edilmemişlerdir.

Enerji sektöründe faaliyetlerinin sürdüren şirketlerin finansal analizlerinin yapıldığı bu araştırmada Tablo 3’de araştırmaya dahil edilen şirketler gösterilmektedir.

**Tablo 3.** Araştırma Kapsamındaki Şirketler

| Şirket Kodu | Şirket Adı                                  |
|-------------|---|
| AKSEN       | Aksa Enerji Üretim A.Ş.                     |
| BIOEN       | Biotrend Çevre ve Enerji Yatırımları A.Ş.   |
| ARASE       | Doğu Aras Enerji Yatırımları A.Ş.           |
| ENJSA       | Enerjisa Enerji A.Ş.                        |
| ESEN        | Esenboğa Elektrik Üretim A.Ş.               |
| GWIND       | Galata Wind Enerji A.Ş.                     |
| HUNER       | Hun Yenilenebilir Enerji Üretim A.Ş.        |
| KARYE       | Kartal Yenilenebilir Enerji Üretim A.Ş.     |
| MAGEN       | Margün Enerji Üretim Sanayi ve Ticaret A.Ş. |
| NATEN       | Naturel Yenilenebilir Enerji Ticaret A.Ş.   |
| NTGAZ       | Naturelgaz Sanayi ve Ticaret A.Ş.           |
| PAMEL       | Pamel Yenilenebilir Elektrik Üretim A.Ş.    |

#### 4.2. CRITIC Yöntemine Ait Bulgular

Değerlendirmeden önce kriter ağırlıklarını belirlemede kullanılacak CRITIC yöntemi için alternatifler ve alternatiflere ait değerlendirme kriterlerinden oluşan karar matrisi 2020 ve 2021 yılları için Eşitlik 1’e göre oluşturulmuş ve Tablo 4’te gösterilmiştir.

Tablo 4. 2020 ve 2021 Yılı Karar Matrisleri

| 2020 Yılı Karar Matrisi |       |       |         |       |         |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-------------------------|-------|-------|---------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                         | L1    | L2    | FY1     | FY2   | FY3     | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN                   | 1,050 | 0,095 | 0,513   | 0,948 | 0,347   | 0,166 | 0,911 | 0,761 | 1,563 | 2,087 | 0,077 | 0,121 | 0,059 |
| BIOEN                   | 1,069 | 0,460 | 0,755   | 0,325 | 0,272   | 0,483 | 0,735 | 0,301 | 1,227 | 1,036 | 0,204 | 0,250 | 0,061 |
| ARASE                   | 1,182 | 0,344 | 0,499   | 1,003 | 0,440   | 0,059 | 0,007 | 1,243 | 2,483 | 2,338 | 0,167 | 0,415 | 0,208 |
| ENJSA                   | 0,827 | 0,086 | 0,710   | 0,408 | 0,336   | 0,374 | 0,055 | 0,882 | 3,042 | 3,175 | 0,050 | 0,152 | 0,044 |
| ESEN                    | 1,340 | 0,958 | 0,521   | 0,919 | 0,160   | 0,361 | 0,933 | 0,117 | 0,244 | 0,544 | 0,567 | 0,138 | 0,066 |
| GWIND                   | 0,567 | 0,219 | 0,428   | 1,337 | 0,187   | 0,241 | 0,645 | 0,207 | 0,362 | 1,955 | 0,466 | 0,169 | 0,096 |
| HUNER                   | 0,150 | 0,017 | 0,669   | 0,496 | 0,163   | 0,505 | 0,380 | 0,079 | 0,238 | 3,216 | 0,050 | 0,012 | 0,004 |
| KARYE                   | 0,409 | 0,020 | 0,462   | 1,163 | 0,034   | 0,428 | 1,021 | 0,100 | 0,186 | 7,207 | 0,456 | 0,085 | 0,045 |
| MAGEN                   | 0,708 | 0,530 | 0,578   | 0,730 | 0,175   | 0,403 | 1,060 | 0,081 | 0,191 | 0,649 | 0,864 | 0,165 | 0,070 |
| NATEN                   | 2,471 | 1,776 | 0,449   | 1,226 | 0,091   | 0,358 | 0,818 | 0,106 | 0,192 | 0,471 | 0,707 | 0,136 | 0,075 |
| NTGAZ                   | 0,908 | 0,070 | 0,417   | 1,396 | 0,322   | 0,095 | 0,950 | 1,129 | 1,938 | 3,859 | 0,199 | 0,386 | 0,225 |
| PAMEL                   | 0,174 | 0,136 | 0,379   | 1,637 | 0,123   | 0,256 | 1,065 | 0,071 | 0,114 | 3,301 | 0,347 | 0,039 | 0,024 |
| Yön                     | Fayda | Fayda | Maliyet | Fayda | Maliyet | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda |
| 2021 Yılı Karar Matrisi |       |       |         |       |         |       |       |       |       |       |       |       |       |
|                         | L1    | L2    | FY1     | FY2   | FY3     | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN                   | 1,137 | 0,178 | 0,487   | 1,052 | 0,304   | 0,184 | 0,907 | 0,673 | 1,312 | 1,948 | 0,132 | 0,173 | 0,089 |
| BIOEN                   | 1,441 | 0,361 | 0,697   | 0,435 | 0,259   | 0,438 | 0,661 | 0,234 | 0,773 | 0,626 | 0,003 | 0,002 | 0,001 |
| ARASE                   | 1,210 | 0,126 | 0,522   | 0,916 | 0,455   | 0,067 | 0,005 | 1,896 | 3,967 | 3,447 | 0,081 | 0,320 | 0,153 |
| ENJSA                   | 0,898 | 0,029 | 0,702   | 0,425 | 0,455   | 0,247 | 0,085 | 0,975 | 3,267 | 2,387 | 0,075 | 0,244 | 0,073 |
| ESEN                    | 2,179 | 1,451 | 0,268   | 2,733 | 0,095   | 0,173 | 0,876 | 0,096 | 0,131 | 0,463 | 1,846 | 0,241 | 0,177 |
| GWIND                   | 1,351 | 0,552 | 0,436   | 1,296 | 0,163   | 0,273 | 0,595 | 0,306 | 0,541 | 1,388 | 0,316 | 0,171 | 0,097 |
| HUNER                   | 0,822 | 0,029 | 0,622   | 0,607 | 0,088   | 0,534 | 0,528 | 0,059 | 0,155 | 0,810 | 2,244 | 0,348 | 0,131 |
| KARYE                   | 0,450 | 0,254 | 0,397   | 1,516 | 0,061   | 0,336 | 1,023 | 0,064 | 0,105 | 2,309 | 0,767 | 0,081 | 0,049 |
| MAGEN                   | 2,268 | 1,630 | 0,266   | 2,762 | 0,094   | 0,171 | 0,868 | 0,087 | 0,118 | 0,406 | 1,985 | 0,235 | 0,172 |
| NATEN                   | 2,094 | 1,328 | 0,274   | 2,646 | 0,103   | 0,171 | 0,866 | 0,103 | 0,142 | 0,477 | 1,643 | 0,233 | 0,169 |
| NTGAZ                   | 1,401 | 0,463 | 0,320   | 2,128 | 0,225   | 0,095 | 0,832 | 0,824 | 1,211 | 2,616 | 0,038 | 0,046 | 0,031 |
| PAMEL                   | 0,377 | 0,276 | 0,271   | 2,683 | 0,037   | 0,234 | 1,001 | 0,043 | 0,059 | 3,054 | 0,330 | 0,019 | 0,014 |
| Yön                     | Fayda | Fayda | Maliyet | Fayda | Maliyet | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda | Fayda |

Tablo 5'te gösterilen 2020 ve 2021 yıllarına ait normalize karar matrisleri Eşitlik 2 kullanılarak fayda yönlü kriterler için ve Eşitlik 3 kullanılarak maliyet yönlü kriterler için hesaplanmıştır.

Tablo 5. 2020 ve 2021 Yılı Normalize Edilmiş Karar Matrisleri

| 2020 Yılı Normalize Karar Matrisi |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                   | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN                             | 0,425 | 0,053 | 0,739 | 0,579 | 0,098 | 0,329 | 0,855 | 0,612 | 0,514 | 0,290 | 0,089 | 0,292 | 0,262 |
| BIOEN                             | 0,433 | 0,259 | 0,502 | 0,199 | 0,125 | 0,956 | 0,690 | 0,242 | 0,403 | 0,144 | 0,236 | 0,602 | 0,271 |
| ARASE                             | 0,478 | 0,194 | 0,760 | 0,613 | 0,077 | 0,117 | 0,007 | 1,000 | 0,816 | 0,324 | 0,193 | 1,000 | 0,924 |
| ENJSA                             | 0,335 | 0,048 | 0,534 | 0,249 | 0,101 | 0,741 | 0,052 | 0,710 | 1,000 | 0,441 | 0,058 | 0,366 | 0,196 |
| ESEN                              | 0,542 | 0,539 | 0,727 | 0,561 | 0,213 | 0,715 | 0,876 | 0,094 | 0,080 | 0,075 | 0,656 | 0,333 | 0,293 |
| GWIND                             | 0,229 | 0,123 | 0,886 | 0,817 | 0,182 | 0,477 | 0,606 | 0,167 | 0,119 | 0,271 | 0,539 | 0,407 | 0,427 |
| HUNER                             | 0,061 | 0,010 | 0,567 | 0,303 | 0,209 | 1,000 | 0,357 | 0,064 | 0,078 | 0,446 | 0,058 | 0,029 | 0,018 |
| KARYE                             | 0,166 | 0,011 | 0,820 | 0,710 | 1,000 | 0,848 | 0,959 | 0,080 | 0,061 | 1,000 | 0,528 | 0,205 | 0,200 |
| MAGEN                             | 0,287 | 0,298 | 0,656 | 0,446 | 0,194 | 0,798 | 0,995 | 0,065 | 0,063 | 0,090 | 1,000 | 0,398 | 0,311 |
| NATEN                             | 1,000 | 1,000 | 0,844 | 0,749 | 0,374 | 0,709 | 0,768 | 0,085 | 0,063 | 0,065 | 0,818 | 0,328 | 0,333 |
| NTGAZ                             | 0,367 | 0,039 | 0,909 | 0,853 | 0,106 | 0,188 | 0,892 | 0,908 | 0,637 | 0,535 | 0,230 | 0,930 | 1,000 |
| PAMEL                             | 0,070 | 0,077 | 1,000 | 1,000 | 0,276 | 0,507 | 1,000 | 0,057 | 0,037 | 0,458 | 0,402 | 0,094 | 0,107 |
| Standart Sapma                    | 0,252 | 0,290 | 0,157 | 0,253 | 0,252 | 0,291 | 0,351 | 0,361 | 0,342 | 0,263 | 0,311 | 0,297 | 0,300 |
| 2021 Yılı Normalize Karar Matrisi |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|                                   | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN                             | 0,501 | 0,109 | 0,546 | 0,381 | 0,122 | 0,345 | 0,887 | 0,355 | 0,331 | 0,565 | 0,059 | 0,497 | 0,503 |
| BIOEN                             | 0,635 | 0,221 | 0,382 | 0,157 | 0,143 | 0,820 | 0,646 | 0,123 | 0,195 | 0,182 | 0,001 | 0,006 | 0,006 |
| ARASE                             | 0,534 | 0,077 | 0,510 | 0,332 | 0,081 | 0,125 | 0,005 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 0,036 | 0,920 | 0,864 |
| ENJSA                             | 0,396 | 0,018 | 0,379 | 0,154 | 0,081 | 0,463 | 0,083 | 0,514 | 0,824 | 0,692 | 0,033 | 0,701 | 0,412 |
| ESEN                              | 0,961 | 0,890 | 0,993 | 0,990 | 0,389 | 0,324 | 0,856 | 0,051 | 0,033 | 0,134 | 0,823 | 0,693 | 1,000 |
| GWIND                             | 0,596 | 0,339 | 0,610 | 0,469 | 0,227 | 0,511 | 0,582 | 0,161 | 0,136 | 0,403 | 0,141 | 0,491 | 0,548 |

|                |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| HUNER          | 0,362 | 0,018 | 0,428 | 0,220 | 0,420 | 1,000 | 0,516 | 0,031 | 0,039 | 0,235 | 1,000 | 1,000 | 0,740 |
| KARYE          | 0,198 | 0,156 | 0,670 | 0,549 | 0,607 | 0,629 | 1,000 | 0,034 | 0,026 | 0,670 | 0,342 | 0,233 | 0,277 |
| MAGEN          | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 0,394 | 0,320 | 0,848 | 0,046 | 0,030 | 0,118 | 0,885 | 0,675 | 0,972 |
| NATEN          | 0,923 | 0,815 | 0,971 | 0,958 | 0,359 | 0,320 | 0,847 | 0,054 | 0,036 | 0,138 | 0,732 | 0,670 | 0,955 |
| NTGAZ          | 0,618 | 0,284 | 0,831 | 0,770 | 0,164 | 0,178 | 0,813 | 0,435 | 0,305 | 0,759 | 0,017 | 0,132 | 0,175 |
| PAMEL          | 0,166 | 0,169 | 0,982 | 0,971 | 1,000 | 0,438 | 0,978 | 0,023 | 0,015 | 0,886 | 0,147 | 0,055 | 0,079 |
| Standart Sapma | 0,278 | 0,353 | 0,251 | 0,341 | 0,267 | 0,255 | 0,329 | 0,296 | 0,331 | 0,320 | 0,391 | 0,332 | 0,361 |

Eşitlik 4 gösterilen şekilde hesaplanan kriterler arası ilişki katsayısı matrisleri 2020 ve 2021 yılları için Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6.** 2020 ve 2021 Yılı Kriterler Arası Korelasyon Matrisleri

| 2020 Yılı Kriterler Arası Korelasyon Matrisi |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|  | L1     | L2     | FY1    | FY2    | FY3    | FY4    | FY5    | DH1    | DH2    | DH3    | K1     | K2     | K3     |
| L1   | 1,000  | 0,867  | 0,317  | 0,222  | -0,011 | 0,101  | 0,170  | 0,220  | 0,199  | -0,348 | 0,415  | 0,415  | 0,372  |
| L2   | 0,867  | 1,000  | 0,213  | 0,176  | 0,073  | 0,246  | 0,245  | -0,239 | -0,244 | -0,511 | 0,652  | 0,085  | 0,070  |
| FY1  | 0,317  | 0,213  | 1,000  | 0,940  | 0,369  | 0,131  | 0,630  | 0,198  | 0,040  | 0,419  | 0,443  | 0,328  | 0,446  |
| FY2  | 0,222  | 0,176  | 0,940  | 1,000  | 0,363  | -0,117 | 0,607  | 0,126  | -0,098 | 0,384  | 0,423  | 0,245  | 0,436  |
| FY3  | -0,011 | 0,073  | 0,369  | 0,363  | 1,000  | 0,440  | 0,454  | -0,360 | -0,377 | 0,687  | 0,396  | -0,254 | -0,188 |
| FY4  | 0,101  | 0,246  | 0,131  | -0,117 | 0,440  | 1,000  | 0,333  | -0,466 | -0,249 | 0,165  | 0,358  | -0,303 | -0,453 |
| FY5  | 0,170  | 0,245  | 0,630  | 0,607  | 0,454  | 0,333  | 1,000  | -0,313 | -0,433 | 0,185  | 0,629  | -0,057 | 0,010  |
| DH1  | 0,220  | -0,239 | 0,198  | 0,126  | -0,360 | -0,466 | -0,313 | 1,000  | 0,924  | 0,201  | -0,439 | 0,788  | 0,767  |
| DH2  | 0,199  | -0,244 | 0,040  | -0,098 | -0,377 | -0,249 | -0,433 | 0,924  | 1,000  | 0,165  | -0,498 | 0,657  | 0,540  |
| DH3  | -0,348 | -0,511 | 0,419  | 0,384  | 0,687  | 0,165  | 0,185  | 0,201  | 0,165  | 1,000  | -0,178 | 0,021  | 0,099  |
| K1   | 0,415  | 0,652  | 0,443  | 0,423  | 0,396  | 0,358  | 0,629  | -0,439 | -0,498 | -0,178 | 1,000  | 0,004  | 0,049  |
| K2   | 0,415  | 0,085  | 0,328  | 0,245  | -0,254 | -0,303 | -0,057 | 0,788  | 0,657  | 0,021  | 0,004  | 1,000  | 0,943  |
| K3   | 0,372  | 0,070  | 0,446  | 0,436  | -0,188 | -0,453 | 0,010  | 0,767  | 0,540  | 0,099  | 0,049  | 0,943  | 1,000  |
| 2021 Yılı Kriterler Arası Korelasyon Matrisi |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|  | L1     | L2     | FY1    | FY2    | FY3    | FY4    | FY5    | DH1    | DH2    | DH3    | K1     | K2     | K3     |
| L1   | 1,000  | 0,858  | 0,626  | 0,579  | -0,111 | -0,055 | 0,343  | 0,025  | -0,031 | -0,329 | 0,506  | 0,428  | 0,715  |
| L2   | 0,858  | 1,000  | 0,749  | 0,787  | 0,196  | -0,176 | 0,493  | -0,339 | -0,392 | -0,476 | 0,641  | 0,226  | 0,640  |
| FY1  | 0,626  | 0,749  | 1,000  | 0,977  | 0,618  | -0,062 | 0,756  | -0,179 | -0,281 | 0,113  | 0,481  | 0,149  | 0,471  |
| FY2  | 0,579  | 0,787  | 0,977  | 1,000  | 0,615  | -0,199 | 0,727  | -0,267 | -0,380 | 0,018  | 0,483  | 0,061  | 0,432  |
| FY3  | -0,111 | 0,196  | 0,618  | 0,615  | 1,000  | 0,313  | 0,650  | -0,487 | -0,500 | 0,197  | 0,366  | -0,127 | -0,009 |
| FY4  | -0,055 | -0,176 | -0,062 | -0,199 | 0,313  | 1,000  | 0,262  | -0,347 | -0,235 | -0,121 | 0,317  | 0,139  | -0,058 |
| FY5  | 0,343  | 0,493  | 0,756  | 0,727  | 0,650  | 0,262  | 1,000  | -0,519 | -0,615 | -0,043 | 0,362  | -0,216 | 0,076  |
| DH1  | 0,025  | -0,339 | -0,179 | -0,267 | -0,487 | -0,347 | -0,519 | 1,000  | 0,954  | 0,675  | -0,477 | 0,343  | 0,137  |
| DH2  | -0,031 | -0,392 | -0,281 | -0,380 | -0,500 | -0,235 | -0,615 | 0,954  | 1,000  | 0,623  | -0,482 | 0,366  | 0,096  |
| DH3  | -0,329 | -0,476 | 0,113  | 0,018  | 0,197  | -0,121 | -0,043 | 0,675  | 0,623  | 1,000  | -0,518 | -0,008 | -0,203 |
| K1   | 0,506  | 0,641  | 0,481  | 0,483  | 0,366  | 0,317  | 0,362  | -0,477 | -0,482 | -0,518 | 1,000  | 0,579  | 0,723  |
| K2   | 0,428  | 0,226  | 0,149  | 0,061  | -0,127 | 0,139  | -0,216 | 0,343  | 0,366  | -0,008 | 0,579  | 1,000  | 0,873  |
| K3   | 0,715  | 0,640  | 0,471  | 0,432  | -0,009 | -0,058 | 0,076  | 0,137  | 0,096  | -0,203 | 0,723  | 0,873  | 1,000  |

CRITIC yönteminde son olarak 2020 ve 2021 yılları için Tablo 7'de gösterilen kriter ağırlıklarına ulaşabilmek için Eşitlik 5, Eşitlik 6 ve Eşitlik 7'de gösterilen hesaplamalar yapılarak araştırmada kullanılan değerlendirme kriterlerinin ağırlıklarına ulaşılmıştır.

**Tablo 7.** 2020 ve 2021 Yılı Kriter Ağırlıkları

| 2020 Yılı Kriter Ağırlıkları |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| W1                           | W2    | W3    | W4    | W5    | W6    | W7    | W8    | W9    | W10   | W11   | W12   | W13   |
| 0,062                        | 0,081 | 0,032 | 0,057 | 0,071 | 0,093 | 0,091 | 0,104 | 0,105 | 0,076 | 0,082 | 0,073 | 0,072 |
| 2021 Yılı Kriter Ağırlıkları |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| W1                           | W2    | W3    | W4    | W5    | W6    | W7    | W8    | W9    | W10   | W11   | W12   | W13   |
| 0,058                        | 0,077 | 0,047 | 0,069 | 0,068 | 0,077 | 0,079 | 0,091 | 0,105 | 0,095 | 0,087 | 0,075 | 0,072 |

### 4.3. CODAS Yöntemine Ait Bulgular

Değerlendirme kriterlerinin ağırlıkları belirlendikten sonra alternatifler arası derecelendirme için CODAS yöntemi kullanılmıştır. CODAS yönteminde de ilk aşama karar matrisinin oluşturulmasıdır. Genel olarak çok kriterli karar verme yöntemlerinde oluşturulan karar matrisleri alternatifler ve bu alternatiflere ait değerlendirme kriterlerinden oluşturulduğu için CRITIC yönteminde kullandığımız karar matrisi CODAS yönteminde de karar matrisi olarak kullanılmaktadır. Eşitlik 1 ve Eşitlik 8 karar matrislerini aynı şekilde oluşturulması gerektiğini de gösterdiğinden dolayı Tablo 4'de verilen karar matrisleri CODAS yöntemi içinde geçerlidir.

CODAS yönteminin ikinci adımı da karar matrislerinin normalize edilmesidir. Eşitlik 9 yardımıyla 2020 ve 2021 yılları için karar matrisleri normalize edilmiş ve Tablo 8'de normalize karar matrisleri gösterilmektedir.

**Tablo 8.** 2020 ve 2021 yılı Normalize Edilmiş Karar Matrisleri

| 2020 Yılı Normalize Karar Matrisi |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|                                   | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN                             | 0,425 | 0,053 | 0,739 | 0,579 | 0,098 | 0,329 | 0,855 | 0,612 | 0,514 | 0,290 | 0,089 | 0,292 | 0,262 |
| BIOEN                             | 0,433 | 0,259 | 0,502 | 0,199 | 0,125 | 0,956 | 0,690 | 0,242 | 0,403 | 0,144 | 0,236 | 0,602 | 0,271 |
| ARASE                             | 0,478 | 0,194 | 0,760 | 0,613 | 0,077 | 0,117 | 0,007 | 1,000 | 0,816 | 0,324 | 0,193 | 1,000 | 0,924 |
| ENJSA                             | 0,335 | 0,048 | 0,534 | 0,249 | 0,101 | 0,741 | 0,052 | 0,710 | 1,000 | 0,441 | 0,058 | 0,366 | 0,196 |
| ESEN                              | 0,542 | 0,539 | 0,727 | 0,561 | 0,213 | 0,715 | 0,876 | 0,094 | 0,080 | 0,075 | 0,656 | 0,333 | 0,293 |
| GWIND                             | 0,229 | 0,123 | 0,886 | 0,817 | 0,182 | 0,477 | 0,606 | 0,167 | 0,119 | 0,271 | 0,539 | 0,407 | 0,427 |
| HUNER                             | 0,061 | 0,010 | 0,567 | 0,303 | 0,209 | 1,000 | 0,357 | 0,064 | 0,078 | 0,446 | 0,058 | 0,029 | 0,018 |
| KARYE                             | 0,166 | 0,011 | 0,820 | 0,710 | 1,000 | 0,848 | 0,959 | 0,080 | 0,061 | 1,000 | 0,528 | 0,205 | 0,200 |
| MAGEN                             | 0,287 | 0,298 | 0,656 | 0,446 | 0,194 | 0,798 | 0,995 | 0,065 | 0,063 | 0,090 | 1,000 | 0,398 | 0,311 |
| NATEN                             | 1,000 | 1,000 | 0,844 | 0,749 | 0,374 | 0,709 | 0,768 | 0,085 | 0,063 | 0,065 | 0,818 | 0,328 | 0,333 |
| NTGAZ                             | 0,367 | 0,039 | 0,909 | 0,853 | 0,106 | 0,188 | 0,892 | 0,908 | 0,637 | 0,535 | 0,230 | 0,930 | 1,000 |
| PAMEL                             | 0,070 | 0,077 | 1,000 | 1,000 | 0,276 | 0,507 | 1,000 | 0,057 | 0,037 | 0,458 | 0,402 | 0,094 | 0,107 |
| 2021 Yılı Normalize Karar Matrisi |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|                                   | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN                             | 0,501 | 0,109 | 0,546 | 0,381 | 0,122 | 0,345 | 0,887 | 0,355 | 0,331 | 0,565 | 0,059 | 0,497 | 0,503 |
| BIOEN                             | 0,635 | 0,221 | 0,382 | 0,157 | 0,143 | 0,820 | 0,646 | 0,123 | 0,195 | 0,182 | 0,001 | 0,006 | 0,006 |
| ARASE                             | 0,534 | 0,077 | 0,510 | 0,332 | 0,081 | 0,125 | 0,005 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 0,036 | 0,920 | 0,864 |
| ENJSA                             | 0,396 | 0,018 | 0,379 | 0,154 | 0,081 | 0,463 | 0,083 | 0,514 | 0,824 | 0,692 | 0,033 | 0,701 | 0,412 |
| ESEN                              | 0,961 | 0,890 | 0,993 | 0,990 | 0,389 | 0,324 | 0,856 | 0,051 | 0,033 | 0,134 | 0,823 | 0,693 | 1,000 |
| GWIND                             | 0,596 | 0,339 | 0,610 | 0,469 | 0,227 | 0,511 | 0,582 | 0,161 | 0,136 | 0,403 | 0,141 | 0,491 | 0,548 |
| HUNER                             | 0,362 | 0,018 | 0,428 | 0,220 | 0,420 | 1,000 | 0,516 | 0,031 | 0,039 | 0,235 | 1,000 | 1,000 | 0,740 |
| KARYE                             | 0,198 | 0,156 | 0,670 | 0,549 | 0,607 | 0,629 | 1,000 | 0,034 | 0,026 | 0,670 | 0,342 | 0,233 | 0,277 |
| MAGEN                             | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 0,394 | 0,320 | 0,848 | 0,046 | 0,030 | 0,118 | 0,885 | 0,675 | 0,972 |
| NATEN                             | 0,923 | 0,815 | 0,971 | 0,958 | 0,359 | 0,320 | 0,847 | 0,054 | 0,036 | 0,138 | 0,732 | 0,670 | 0,955 |
| NTGAZ                             | 0,618 | 0,284 | 0,831 | 0,770 | 0,164 | 0,178 | 0,813 | 0,435 | 0,305 | 0,759 | 0,017 | 0,132 | 0,175 |
| PAMEL                             | 0,166 | 0,169 | 0,982 | 0,971 | 1,000 | 0,438 | 0,978 | 0,023 | 0,015 | 0,886 | 0,147 | 0,055 | 0,079 |

CODAS yönteminde bir sonraki aşamada normalize karar matrisleri ağırlıklandırılmaktadır. CRITIC yöntemi sonucunda elde edilen ve Tablo 7'de gösterilen değerlendirme kriter ağırlıkları kullanılarak Eşitlik 10 yardımıyla hesaplanan değerler ile normalize karar matrisleri ağırlıklandırılmakta ve Tablo 9'da 2020 ve 2021 yılları için ağırlıklandırılmış karar matrisleri gösterilmektedir.

**Tablo 9.** 2020 ve 2021 Yılları Ağırlıklandırılmış Normalize Edilmiş Karar Matrisi

| 2020 Yılı Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|  | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN  | 0,026 | 0,004 | 0,024 | 0,033 | 0,007 | 0,031 | 0,078 | 0,064 | 0,054 | 0,022 | 0,007 | 0,021 | 0,019 |
| BIOEN  | 0,027 | 0,021 | 0,016 | 0,011 | 0,009 | 0,089 | 0,063 | 0,025 | 0,042 | 0,011 | 0,019 | 0,044 | 0,020 |
| ARASE  | 0,030 | 0,016 | 0,024 | 0,035 | 0,005 | 0,011 | 0,001 | 0,104 | 0,086 | 0,025 | 0,016 | 0,073 | 0,067 |
| ENJSA  | 0,021 | 0,004 | 0,017 | 0,014 | 0,007 | 0,069 | 0,005 | 0,074 | 0,105 | 0,034 | 0,005 | 0,027 | 0,014 |
| ESEN   | 0,034 | 0,044 | 0,023 | 0,032 | 0,015 | 0,066 | 0,080 | 0,010 | 0,008 | 0,006 | 0,054 | 0,024 | 0,021 |
| GWIND  | 0,014 | 0,010 | 0,028 | 0,047 | 0,013 | 0,044 | 0,055 | 0,017 | 0,012 | 0,021 | 0,044 | 0,030 | 0,031 |
| HUNER  | 0,004 | 0,001 | 0,018 | 0,017 | 0,015 | 0,093 | 0,032 | 0,007 | 0,008 | 0,034 | 0,005 | 0,002 | 0,001 |



|   |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| KARYE   | 0,010 | 0,001 | 0,026 | 0,040 | 0,071 | 0,079 | 0,087 | 0,008 | 0,006 | 0,076 | 0,043 | 0,015 | 0,014 |
| MAGEN   | 0,018 | 0,024 | 0,021 | 0,025 | 0,014 | 0,074 | 0,091 | 0,007 | 0,007 | 0,007 | 0,082 | 0,029 | 0,022 |
| NATEN   | 0,062 | 0,081 | 0,027 | 0,043 | 0,027 | 0,066 | 0,070 | 0,009 | 0,007 | 0,005 | 0,067 | 0,024 | 0,024 |
| NTGAZ   | 0,023 | 0,003 | 0,029 | 0,049 | 0,008 | 0,017 | 0,081 | 0,094 | 0,067 | 0,041 | 0,019 | 0,068 | 0,072 |
| PAMEL   | 0,004 | 0,006 | 0,032 | 0,057 | 0,020 | 0,047 | 0,091 | 0,006 | 0,004 | 0,035 | 0,033 | 0,007 | 0,008 |
| <b>2021 Yılı Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi</b> |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|   | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| AKSEN   | 0,029 | 0,008 | 0,026 | 0,026 | 0,008 | 0,027 | 0,070 | 0,032 | 0,035 | 0,054 | 0,005 | 0,037 | 0,036 |
| BIOEN   | 0,037 | 0,017 | 0,018 | 0,011 | 0,010 | 0,063 | 0,051 | 0,011 | 0,020 | 0,017 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ARASE   | 0,031 | 0,006 | 0,024 | 0,023 | 0,006 | 0,010 | 0,000 | 0,091 | 0,105 | 0,095 | 0,003 | 0,069 | 0,062 |
| ENJSA   | 0,023 | 0,001 | 0,018 | 0,011 | 0,006 | 0,036 | 0,007 | 0,047 | 0,087 | 0,066 | 0,003 | 0,053 | 0,030 |
| ESEN  | 0,056 | 0,069 | 0,047 | 0,068 | 0,026 | 0,025 | 0,068 | 0,005 | 0,003 | 0,013 | 0,072 | 0,052 | 0,072 |
| GWIND   | 0,035 | 0,026 | 0,029 | 0,032 | 0,015 | 0,039 | 0,046 | 0,015 | 0,014 | 0,038 | 0,012 | 0,037 | 0,039 |
| HUNER   | 0,021 | 0,001 | 0,020 | 0,015 | 0,029 | 0,077 | 0,041 | 0,003 | 0,004 | 0,022 | 0,087 | 0,075 | 0,053 |
| KARYE   | 0,011 | 0,012 | 0,031 | 0,038 | 0,041 | 0,048 | 0,079 | 0,003 | 0,003 | 0,064 | 0,030 | 0,017 | 0,020 |
| MAGEN   | 0,058 | 0,077 | 0,047 | 0,069 | 0,027 | 0,025 | 0,067 | 0,004 | 0,003 | 0,011 | 0,077 | 0,051 | 0,070 |
| NATEN   | 0,054 | 0,063 | 0,046 | 0,066 | 0,024 | 0,025 | 0,067 | 0,005 | 0,004 | 0,013 | 0,064 | 0,050 | 0,069 |
| NTGAZ   | 0,036 | 0,022 | 0,039 | 0,053 | 0,011 | 0,014 | 0,064 | 0,040 | 0,032 | 0,072 | 0,001 | 0,010 | 0,013 |
| PAMEL   | 0,010 | 0,013 | 0,046 | 0,067 | 0,068 | 0,034 | 0,077 | 0,002 | 0,002 | 0,084 | 0,013 | 0,004 | 0,006 |

Tablo 10'da gösterilen 2020 ve 2021 yılları için negatif ideal çözüm değerleri Eşitlik 11 dikkate alınarak belirlenmiştir.

**Tablo 10.** 2020 ve 2021 Yılları Negatif İdeal Çözüm Değerleri

| 2020 Yılı Negatif İdeal Çözüm Değerleri |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
|   | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| NİÇ                                     | 0,004 | 0,001 | 0,016 | 0,011 | 0,005 | 0,011 | 0,001 | 0,006 | 0,004 | 0,005 | 0,005 | 0,002 | 0,001 |
| 2021 Yılı Negatif İdeal Çözüm Değerleri |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
|   | L1    | L2    | FY1   | FY2   | FY3   | FY4   | FY5   | DH1   | DH2   | DH3   | K1    | K2    | K3    |
| NİÇ                                     | 0,010 | 0,001 | 0,018 | 0,011 | 0,006 | 0,010 | 0,000 | 0,002 | 0,002 | 0,011 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |

Belirlenen negatif ideal çözüm değerleri kullanılarak Eşitlik 12 yardımıyla Öklid uzaklığı ( $E_i$ ) Eşitlik 13 ve Taksicab ( $T_i$ ) uzaklıkları 2020 ve 2021 yılları için hesaplanmış ve Tablo 11'de gösterilmiştir.

**Tablo 11.** 2020 ve 2021 Yılları Negatif İdeal Çözüm Değerlerine Olan Uzaklıklar

| 2020 Yılı Negatif İdeal Çözüm Değerlerine Olan Uzaklıklar |                        |                           |
|---|------------------------|---------------------------|
| Alternatifler   | $E_i$ (Öklid Uzaklığı) | $T_i$ (Taksicab Uzaklığı) |
| AKSEN   | 0,119                  | 0,318                     |
| BIOEN   | 0,123                  | 0,325                     |
| ARASE   | 0,167                  | 0,421                     |
| ENJSA   | 0,142                  | 0,324                     |
| ESEN  | 0,126                  | 0,345                     |
| GWIND   | 0,097                  | 0,294                     |
| HUNER   | 0,093                  | 0,165                     |
| KARYE   | 0,156                  | 0,404                     |
| MAGEN   | 0,142                  | 0,349                     |
| NATEN   | 0,155                  | 0,440                     |
| NTGAZ   | 0,176                  | 0,499                     |
| PAMEL   | 0,117                  | 0,278                     |
| 2021 Yılı Negatif İdeal Çözüm Değerlerine Olan Uzaklıklar |                        |                           |
| Alternatifler   | $E_i$ (Öklid Uzaklığı) | $T_i$ (Taksicab Uzaklığı) |
| AKSEN   | 0,111                  | 0,322                     |
| BIOEN   | 0,083                  | 0,184                     |
| ARASE   | 0,187                  | 0,454                     |
| ENJSA   | 0,130                  | 0,317                     |
| ESEN  | 0,171                  | 0,505                     |
| GWIND   | 0,094                  | 0,306                     |
| HUNER   | 0,152                  | 0,377                     |

|              |       |       |
|--------------|-------|-------|
| <b>KARYE</b> | 0,120 | 0,326 |
| <b>MAGEN</b> | 0,176 | 0,515 |
| <b>NATEN</b> | 0,161 | 0,479 |
| <b>NTGAZ</b> | 0,117 | 0,336 |
| <b>PAMEL</b> | 0,141 | 0,355 |

Eşitlik 15 ve Eşitlik 16'ya göre hesaplanan değerler ile 2020 ve 2021 yıllarına ait görelî değerlendirme matrisleri oluşturulmuş ve Tablo 12'de gösterilmiştir. Hesaplamalar yapılırken literatürde bütün çalışmalarda kullanılan eşik değeri diğer çalışmalardaki gibi 0,02 olarak belirlenmiştir.

**Tablo 12.** 2020 ve 2021 Yılları Görelî Değerlendirme Matrisi

| 2020 Yılı Görelî Değerlendirme Matrisi |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |       |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 0,000                                  | -0,004 | -0,048 | -0,023 | -0,007 | 0,022  | 0,026  | -0,037 | -0,023 | -0,036 | -0,057 | 0,002  | 0,120 |
| 0,004                                  | 0,000  | -0,044 | -0,019 | -0,003 | 0,026  | 0,030  | -0,033 | -0,019 | -0,032 | -0,053 | 0,006  | 0,124 |
| 0,048                                  | 0,044  | 0,000  | 0,025  | 0,041  | 0,070  | 0,074  | 0,011  | 0,025  | 0,012  | -0,009 | 0,050  | 0,168 |
| 0,023                                  | 0,019  | -0,025 | 0,000  | 0,016  | 0,045  | 0,049  | -0,014 | 0,000  | -0,013 | -0,034 | 0,025  | 0,143 |
| 0,007                                  | 0,003  | -0,041 | -0,016 | 0,000  | 0,029  | 0,033  | -0,030 | -0,016 | -0,029 | -0,050 | 0,009  | 0,127 |
| -0,022                                 | -0,026 | -0,070 | -0,045 | -0,029 | 0,000  | 0,004  | -0,059 | -0,045 | -0,058 | -0,079 | -0,020 | 0,098 |
| -0,026                                 | -0,030 | -0,074 | -0,049 | -0,033 | -0,004 | 0,000  | -0,063 | -0,049 | -0,062 | -0,082 | -0,024 | 0,093 |
| 0,037                                  | 0,033  | -0,011 | 0,014  | 0,030  | 0,059  | 0,063  | 0,000  | 0,014  | 0,001  | -0,020 | 0,039  | 0,157 |
| 0,023                                  | 0,019  | -0,025 | 0,000  | 0,016  | 0,045  | 0,049  | -0,014 | 0,000  | -0,013 | -0,034 | 0,025  | 0,143 |
| 0,036                                  | 0,032  | -0,012 | 0,013  | 0,029  | 0,058  | 0,062  | -0,001 | 0,013  | 0,000  | -0,021 | 0,038  | 0,156 |
| 0,057                                  | 0,053  | 0,009  | 0,034  | 0,050  | 0,079  | 0,084  | 0,020  | 0,034  | 0,021  | 0,000  | 0,059  | 0,178 |
| -0,002                                 | -0,006 | -0,050 | -0,025 | -0,009 | 0,020  | 0,024  | -0,039 | -0,025 | -0,038 | -0,059 | 0,000  | 0,118 |
| 2021 Yılı Görelî Değerlendirme Matrisi |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |       |
| 0,000                                  | 0,028  | -0,076 | -0,019 | -0,060 | 0,017  | -0,041 | -0,009 | -0,065 | -0,050 | -0,006 | -0,030 | 0,112 |
| -0,028                                 | 0,000  | -0,103 | -0,047 | -0,087 | -0,011 | -0,069 | -0,037 | -0,092 | -0,078 | -0,034 | -0,058 | 0,083 |
| 0,076                                  | 0,105  | 0,000  | 0,057  | 0,016  | 0,093  | 0,035  | 0,067  | 0,011  | 0,026  | 0,070  | 0,046  | 0,189 |
| 0,019                                  | 0,047  | -0,057 | 0,000  | -0,041 | 0,036  | -0,022 | 0,010  | -0,046 | -0,031 | 0,013  | -0,011 | 0,131 |
| 0,060                                  | 0,089  | -0,016 | 0,041  | 0,000  | 0,077  | 0,019  | 0,051  | -0,005 | 0,010  | 0,054  | 0,030  | 0,173 |
| -0,017                                 | 0,011  | -0,093 | -0,036 | -0,077 | 0,000  | -0,058 | -0,026 | -0,082 | -0,067 | -0,023 | -0,047 | 0,095 |
| 0,041                                  | 0,069  | -0,035 | 0,022  | -0,019 | 0,058  | 0,000  | 0,032  | -0,024 | -0,009 | 0,035  | 0,011  | 0,153 |
| 0,009                                  | 0,037  | -0,067 | -0,010 | -0,051 | 0,026  | -0,032 | 0,000  | -0,056 | -0,041 | 0,003  | -0,021 | 0,121 |
| 0,065                                  | 0,094  | -0,011 | 0,046  | 0,005  | 0,082  | 0,024  | 0,056  | 0,000  | 0,015  | 0,059  | 0,035  | 0,178 |
| 0,050                                  | 0,078  | -0,026 | 0,031  | -0,010 | 0,067  | 0,009  | 0,041  | -0,015 | 0,000  | 0,044  | 0,020  | 0,163 |
| 0,006                                  | 0,034  | -0,070 | -0,013 | -0,054 | 0,023  | -0,035 | -0,003 | -0,059 | -0,044 | 0,000  | -0,024 | 0,118 |
| 0,030                                  | 0,058  | -0,046 | 0,011  | -0,030 | 0,047  | -0,011 | 0,021  | -0,035 | -0,020 | 0,024  | 0,000  | 0,142 |

Son olarak alternatifler arasındaki sıralama, Eşitlik 17 yardımıyla hesaplanan değerlerin büyükten küçüğe sıralanması ile elde edilmektedir. 2020 ve 2021 yıllarına ait alternatifler arasındaki sıralama Tablo 13'de gösterilmektedir.

**Tablo 13.** 2020 ve 2021 Yılları Ait CODAS Yöntemi Sonuçları ve Sıralamalar

| 2020 Yılı CODAS Yöntemi Değerlendirme Sonuçları |        |          |
|---|--------|----------|
| Alternatifler                                   | Ki     | Sıralama |
| AKSEN   | -0,065 | 9        |
| BIOEN   | -0,013 | 8        |
| ARASE   | 0,559  | 2        |
| ENJSA   | 0,234  | 5        |
| ESEN  | 0,026  | 7        |
| GWIND   | -0,351 | 11       |
| HUNER   | -0,403 | 12       |
| KARYE   | 0,416  | 3        |
| MAGEN   | 0,234  | 5        |
| NATEN   | 0,403  | 4        |
| NTGAZ   | 0,678  | 1        |
| PAMEL   | -0,091 | 10       |
| 2021 Yılı CODAS Yöntemi Değerlendirme Sonuçları |        |          |
| Alternatifler                                   | Ki     | Sıralama |
| AKSEN   | -0,199 | 10       |
| BIOEN   | -0,561 | 12       |
| ARASE   | 0,791  | 1        |
| ENJSA   | 0,048  | 7        |
| ESEN  | 0,583  | 3        |
| GWIND   | -0,420 | 11       |
| HUNER   | 0,334  | 5        |
| KARYE   | -0,082 | 8        |
| MAGEN   | 0,648  | 2        |
| NATEN   | 0,452  | 4        |
| NTGAZ   | -0,121 | 9        |
| PAMEL   | 0,191  | 6        |

## 5. Sonuç

Enerji günümüzün tüketime dayalı toplumlarında mal/hizmet üreten işletmeler için en önemli girdilerin başında gelmektedir. Birincil enerji kaynakları olan fosil yakıtlardan üretilen enerjinin kaynağı itibariyle sınırlı olması ve yerine ikame edilebilecek yenilenebilir enerji kaynaklarının maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle enerji etkin ve verimli kullanılması gereken bir faktördür. Enerjinin üreten ve tüketen tüm toplumlar için önemi ortada iken özellikle doğal enerji kaynakları yönünden yetersiz kalan ve yenilenebilir enerji için gerekli teknolojik gelişmeleri yakalamaya ve bu teknolojik gelişmelerin maliyetlerini finanse etmeye çalışan ekonomilerde enerji verimliliği ön plana çıkmaktadır. Büyüme ve kalkınmayı desteklemek için enerji ithalatçısı olan ekonomimizde de enerji üzerine çalışan şirketlerin finansal başarısı önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde enerji sektöründe faaliyetlerini yürüten şirketlerin finansal başarısı ilgili şirketlerin kaynaklarını etkin ve verimli bir şekilde kullanarak yüksek performans göstermelerine bağlıdır.

BIST'te kayıtlı enerji şirketlerinin finansal açıdan değerlendirildiği bu çalışmada ilgili şirketlerin belirli finansal oranlarından yararlanılmıştır. Finansal oranlar belirlenirken işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeme gücünü, finansal yapı durumunu, devir hızlarını ve karlılık durumunu ortaya koyan finansal oranlar yapılan yazın incelemesi sonucunda tespit edilmiştir. Değerlendirme kriteri olarak kullanılan finansal oranlar çok kriterli karar verme yöntemlerinden CRITIC ve CODAS yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada finansal değerlendirme için çok kriterli karar verme yöntemlerinin kullanılmasının nedeni kriter ve alternatif sayısının yüksek olması nedeniyle karmaşık ve çok boyutlu bir değerlendirme sürecinin analitik bir çerçevede objektif bir şekilde değerlendirilmesine imkan vermesidir.

Araştırmaya BIST'te kayıtlı enerji sektöründe faaliyetlerini sürdüren işletmeler dahil edilmiştir. BIST'e kayıtlı şirketlerin tercih edilmesinin temel nedeni finansal tablolarının bağımsız denetimden geçerek kamuya ilan edilmesidir. Araştırma dönemi itibariyle finansal durum tablolarını kamuya ilan etmeyen iki şirket araştırma dışında bırakılmıştır. Finansal değerlendirmenin yapıldığı bu çalışmada araştırma dönemlerinde zarar açıklayan şirketlerde araştırma dışında bırakılmıştır. Her ne kadar finansal açıdan

işletmelerin temel amacı şirketlerin değerlerini artırarak sürdürülebilirliğin sağlanması olsa da bu temel amaca ulaşmanın en önemli aracı kardır. Bu nedenle ilgili dönemde zarar açıklayan şirketler de finansal açıdan başarısız kabul edilmiş ve araştırma kapsamı dışında bırakılmışlardır.

Araştırmada öncelikle CRITIC yöntemi ile değerlendirme kriterlerinin analizdeki ağırlıkları belirlenmiştir. Her bir değerlendirme kriterinin finansal analizdeki önem derecesi farklıdır. Bu önem dereceleri sübjektif olarak uzman görüşü ile belirlenebildiği gibi analitik yöntemlerle de belirlenebilmektedir. Kriter ağırlıklarının belirlenmesinde CRITIC yönteminin kullanılmasının ana nedeni ilgili yöntemin kriter ağırlıklarının belirlenmesi amacıyla literatüre kazandırılmış olmasının yanı sıra kriterler arası korelasyonu dikkate alarak her bir kriterin standart sapmasını da kriter ağırlığına dahil eden öznel bir yöntem olmasıdır. CRITIC yönteminden elde edilen sonuçlar incelendiğinde 2020 yılı için finansal açıdan değerlendirmede ağırlığı en yüksek olan kriterlerin sırasıyla Özsermaye Devir Hızı, Aktif Devir Hızı ve UVYK/Toplam Aktifler olduğu ve 2021 yılı için Özsermaye Devir Hızı, Çalışma (İşletme) Sermayesi Devir Hızı ve Aktif Devir Hızı olduğu görülmektedir. Her ne kadar bu kriterlerin ağırlığı yüksek olsa da diğer kriterlerle aralarında göreceli olarak yüksek bir fark olmadığı ve değerlendirme kriterlerinin ağırlıklarından kaynaklanan önem derecelerinin araştırma kapsamındaki her iki dönem içinde birbirlerine yakın olduğu görülmüştür. Değerlendirmede önem dereceleri nispeten daha yüksek çıkan finansal oranlara bakıldığında işletmelerin faaliyetlerinin etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştiğini ortaya koyan oranlar olması araştırmanın temel amacı olan finansal değerlendirme açısından da önemlidir. Aynı zamanda enerji şirketlerinin finansal açıdan değerlendirilmesinde devir hızı oranlarının önemi de ortaya konulmuştur.

Değerlendirme kriterlerinin ağırlıkları belirlendikten sonra işletmelerin 2020 ve 2021 yıllarına ait finansal değerlendirmesi CODAS yöntemi ile yapılmıştır. CODAS yönteminin kullanılmasının en önemli nedeni negatif ideal çözüm değerlerine uzaklığın hesaplanmasında Öklid ve taksicab uzaklıklarının kullanılmasıdır. CODAS analizi sonuçlarına göre 2020 yılında finansal açıdan en iyi şirketler sırasıyla Naturel Gaz Sanayi ve Ticaret A.Ş., Doğu Aras Enerji Yatırımları A.Ş. ve Kartal Yenilenebilir Enerji Üretim A.Ş. olarak belirlenirken 2021 yılında en iyi şirketler Doğu Aras Enerji Yatırımları A.Ş., Margün Enerji Sanayi ve Ticaret A.Ş. ve Esenboğa Elektrik Üretim A.Ş. olarak belirlenmiştir. Yine 2020 yılında Hun Yenilenebilir Enerji Üretim A.Ş. ve 2021 yılında ise Biotrend Çevre ve Enerji Yatırımları A.Ş. finansal açıdan değerlendirmede en son sırada yer almaktadırlar. BIST'te kayıtlı enerji şirketlerinin finansal oranlar kullanılarak finansal açıdan değerlendirildiği bu çalışmada elde edilen sonuçlar aynı zamanda ilgili şirketlerin finansal performanslarını da ortaya koymaktadır. Bu açıdan bakıldığında elde edilen sıralama şirketlerin ilgili dönemdeki finansal performans sıralamalarını da göstermektedir. Pandeminin başladığı 2020 yılı küresel ekonomide kriz dönemi ve pandemi etkilerinin yavaşlayarak devam ettiği 2021 yılı ise küresel ekonomide kriz döneminden çıkış ve yeni normale dönüşün başladığı dönem olarak kabul edebileceğimiz dönemlerdir. Küresel ekonominin yavaşladığı ve tekrar canlanmaya başladığı ve dolayısıyla enerji ihtiyacının azaldığı ve yeniden artışa geçtiği dönemlerde finansal durumu kuvvetli ve finansal performansı önde olan işletmelerin özsermayelerinin ve verimliliklerinin yüksek olduğu görülmektedir. Araştırmanın her iki döneminde de finansal açıdan istikrarlı bir şekilde yukarılarda olan işletmeler küresel üretimin yeniden artmaya başladığı bu dönemde ekonominin ihtiyacı olan enerji açığını giderme noktasında da önemli bir rol üstlendikleri söylenebilir. Enerji sektöründe faaliyette bulunan işletmelerden özsermayelerinin kuvvetli, yabancı kaynak dağılımında uzun vadeli yabancı kaynakların ağırlıklı olduğu, likiditesi yüksek işletmeler varlıklarını etkin bir şekilde kullandıkları takdirde karlılıklarını artırdıkları ve finansal açıdan başarılı olan işletmeler oldukları belirlenmiştir.

Araştırmada elde edilen sonuçlar özellikle değerlendirme kriterlerine karşı duyarlılık içermektedir. Bu nedenle daha sonra yapılacak çalışmalarda kullanılacak değerlendirme kriterleri çeşitlendirilerek ve sayıca artırılarak analizler genişletilebilir. Aynı zamanda araştırma dönem sayısı artırılarak yeni çalışmalar da yapılabilir. Araştırmada kullanılan yöntemlerin yanına oran analizi yöntemi de eklenerek daha derinlikli bir çalışma yapmak da mümkündür.

## 6. Extended Abstract

In today's consumption-based economies, energy is one of the most crucial inputs for enterprises that generate goods or services. Energy is an element that needs to be used properly and efficiently because the

energy produced from fossil fuels, which are the primary energy sources, is limited in terms of source and the costs of renewable energy sources that can be substituted are high. The financial viability of energy-related enterprises becomes a crucial aspect in our economy, which imports energy to fund growth and development. Energy-related businesses in our nation must perform well by making effective and efficient use of their resources if they are to be financially successful.

The financial ratios that show a company's ability to pay its short-term debts, financial structure, turnover rates, and profitability of the enterprise have been established as a result of the literature review in this study, which evaluates the financial health of the energy companies registered in BIST. Utilizing multi-criteria decision making techniques CRITIC and CODAS, financial ratios utilized as evaluation criteria were examined. Due to the large number of criteria and options, multi-criteria decision making approaches are used in the study for financial evaluation because they enable a complicated and multidimensional evaluation process to be examined objectively in an analytical framework.

The study covered companies that are still operating in the energy sector and are registered with BIST. Companies that reported losses during the research period were regarded to be unsuccessful financially and were left out of the study's purview.

The CRITIC approach was used in the research to first determine the weights of the analyses' evaluation criteria. The primary justification for using the CRITIC method to calculate criterion weights is that the related method has been introduced to the literature to calculate criterion weights, and it is also a subjective method that takes into account the correlation between the criteria and incorporates the standard deviation of each criterion in the criterion weight. The criteria that have the most weight in financial evaluation for 2020 are the equity turnover ratio, asset turnover ratio, and long-term liabilities/total assets ratio. For 2021, it appears that the equity turnover ratio, working capital turnover ratio, and asset turnover ratio will be the most important metrics. The effectiveness and efficiency of the firms' activities is crucial for the financial evaluation, which is the primary goal of the research, even while taking into account the financial ratios, which are substantially more significant in the evaluation.

The CODAS approach was used to evaluate the financial health of the firms for the years 2020 and 2021 after setting the weights of the evaluation criteria. The use of Euclidean and taxicab distances to get the distance to the negative ideal solution values is the primary justification for employing the CODAS technique. The CODAS research' findings indicate that Naturelgaz Industry and Trade Inc., Dou Aras Energy Investments Inc., and Kartal Renewable Energy Production Inc. will each have the best financial years in 2020. While Dogu Aras Energy Investments Inc., Margün Energy Industry and Trade Inc., and Esenboga Electricity Production Inc. have been identified as the top businesses for 2021. In terms of financial evaluation, Hun Renewable Energy Production Inc. will come in last position in 2020, followed by Biotrend Environment and Energy Investments Inc. in 2021. The findings of this study, in which the financial performance of relevant companies is analyzed using financial ratios for energy companies registered in BIST, also show the financial performance of those companies. From this vantage point, the results reflect the financial performance rankings of the businesses during the pertinent time. The global economy entered a period of crisis in the years 2020, when the epidemic first appeared, and we might regard the years 2021, when the impacts of the pandemic started to wane, as the years when the world economy emerged from that crisis and resumed its return to the new normal. It is observed that the equity and productivity of the enterprises with strong financial status and leading financial performance are high during periods when the global economy slows and then begins to recover, and as a result, the need for energy declines and then begins to increase once more. It may be claimed that during this time when world production started to expand again, the businesses who performed the best financially during both research periods were crucial in helping to fill the economy's energy gap. The energy sector's businesses have been found to have strong equity capital, long-term foreign resources dominate the distribution of foreign resources, and businesses with high liquidity boost their profitability if they successfully manage their finances and make good use of their assets.

**Keywords:** BIST Energy Companies, Multi-Criteria Decision Making, Financial Performance, CRITIC Method, CODAS Method

### Kaynakça

- Ağ, A. & Kuloğlu, E. (2020). İşletmelerin finansal performansının veri zarflama analizi yöntemiyle tespit edilmesi: Borsa İstanbul'da işlem gören enerji işletmelerine yönelik bir uygulama. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(Özel Sayı), 3756-3772.
- Arslan, R. (2020). CRITIC yöntemi. H. Bircan (Ed), *Çok kriterli karar verme problemlerinde kriter ağırlıklandırma yöntemleri* (s.117-135) içinde. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ayçin, E. (2019). *Çok kriterli karar verme : Bilgisayar uygulamalı çözümler* (1. Basım). Nobel Akademik Yayıncılık
- Bağcı, H. & Yüksel Yiğiter, Ş. (2019). BİST'te yer alan enerji şirketlerinin finansal performansının Sd ve WASPAS yöntemleriyle ölçülmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(18), 877-898.
- Bakır, M. & Alptekin, N. (2018). Hizmet kalitesi ölçümüne yeni bir yaklaşım: CODAS yöntemi ile Havayolu işletmeleri üzerine bir uygulama. *Business and Management Studies: An International Journal*, 6(4), 1336-1353.
- Beller Dikmen, B. (2021). Elektrik enerjisi sektörünün finansal performanslarının oran analizi yöntemi ile incelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 912-926.
- Bobinaite, V., (2015). Financial sustainability of wind electricity sectors in the Baltic States. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, Elsevier, vol. 47(C), pages 794-815.
- Çiftçi, H.V. & Yıldırım, B.F. (2020). BIST enerji sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal performanslarının incelenmesi: Gri sayılara dayalı zaman kesiti örneği. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 22(3), 384-404.
- Demir, G., Özyalçın, A.T., & Bircan, H. (2021). *Çok kriterli karar verme yöntemleri ve ÇKKV yazılımı ile problem çözümü* (1. Basım). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Diakoulaki, D., Mavrotas, G. & Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The CRITIC method. *Computers & Operations Research* 22(7), 763-770.
- Ecer, F. (2020). *Çok kriterli karar verme* (1. Basım). Seçkin Yayıncılık.
- Eyüboğlu, K. & Çelik, P. (2016). Financial performance evaluation of Turkish energy companies with fuzzy AHP and fuzzy TOPSIS methods. *Business and Economics Research Journal*, 7(3), 21-37.
- Ghorabae, M.K., Zavadskas, E.K., Turskis, Z. & Antucheviciene, J. (2016). A new combinative distance-based assessment (CODAS) method for multi-criteria decision-making. *Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research*, 50(3), 25-44.
- Gupta, K., (2017). Do economic and societal factors influence the financial performance of alternative energy firms? *Energy Economics*, Elsevier, vol. 65(C), pages 172-182.
- İlkuçar, ve Çifci, A. (2016). Performance evaluation of electricity generation companies traded on BIST according to the financial parameters through the application of the TOPSIS method. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 2(3), 1010-1021.
- Kara, O. & Uslu, M. (2020). Elektrik dağıtım şirketlerinin etkinliği: Bootstrap tahminli iki aşamalı DEA analizi. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 189-206.
- Karcioğlu, R., Yalçın, S., & Gültekin, Ö.F. (2020). Sezgisel bulanık mantık ve entropi tabanlı çok kriterli karar verme yöntemiyle finansal performans analizi: BIST'te işlem gören enerji şirketleri üzerine bir uygulama. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 360-372.
- Kayahan Karakul, A., & Özaydın, G. (2019). TOPSIS ve VIKOR yöntemleri ile finansal performans değerlendirilmesi: XELKT üzerinde bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 60, 68-86.
- Keleş, M.K., Armağan, İ.Ü. & Özdağoğlu, A. (2021). Elektrik enerjisi üreten şirketlerin Covid 19 salgını ortamındaki finansal performanslarının ROC ve SMART Bütünleşik Yaklaşımı ile Analizi. *BŞEÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 227-235.
- Leventakos, K. & Dagoumas, A.S. (2019). Financial analysis of European Energy Companies. *Macro Management & Public Policies*, 1(2), 29-40.
- Mercan, Y. & Çetin, O. (2020). COPRAS ve VIKOR yöntemleri ile BIST elektrik endeksindeki firmalarının finansal performans analizi. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 5(9), 123-139.

Metin, S., Yaman, S. & Korkmaz, T. (2017). Finansal performansın TOPSIS ve MOORA yöntemleri ile belirlenmesi: BİST enerji firmaları üzerine karşılaştırmalı bir uygulama. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 371-394.

Orçun, Ç. (2019). Enerji sektöründe WASPAS yöntemiyle performans analizi. *BAİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(2), 439-453.

Özdemir, O. & Parmaksız, S. (2022). BIST Enerji işletmelerinin finansal performanslarının çok kriterli karar verme teknikleri ile karşılaştırılması: TOPSIS ve EDAS yöntemleri ile analiz. *Başkent Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 34-56.

Paun, D. (2017). Sustainability and financial performance of companies in the energy sector in Romania. *Sustainability*, 9(1722), 2-11.

Sabau-Popa, C.D.; Rus, L.; Gherai, D.S.; Mare, C.; Tara, I.G. Study on Companies from the Energy Sector from the Perspective of Performance through the Operating Cash Flow. *Energies* 2021, 14, 3667. <https://doi.org/10.3390/en14123667>

Sakarya, Ş., Yıldırım, H.H. & Akkuş, H.T. (2015, Ekim, 21-24). BİST’de işlem gören enerji şirketlerinin finansal performanslarının TOPSIS çok kriterli karar verme yöntemi ile belirlenmesi. 19. Finans Sempozyumu, Çorum, Türkiye.

Topal, A. (2021). Çok kriterli karar verme analizi ile elektrik üretim şirketlerinin finansal performans analizi: Entropi tabanlı Cocosu yöntemi. *BMIJ*, 9(2), 532-546.

Tuş, A. & Aytaç Adalı, E. (2018). Personnel assessment with CODAS and PSI methods. *The Journal of Operations Research, Statistics, Econometrics and Management Information Systems*, 6(2), 243-255.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

## Pers Minyatürlerinde Mimari Mekânın Olay ve Eylem Bağlamında Bir Analizi

Zeynel DÜNDAR\*   
Emre DEMİREL\*\* 

### ÖZ

Resim sanatında mimari bir yapının salt biçimsel ve teknik özelliklerinin bir analizi, mekânın nasıl biçimlendiğini anlamaya yardımcı olsa da eylem ve mekân arasındaki yakın ilişkinin de ihmal edilmesine neden olabilir. Bu durum, mekânı geometrik ilişkiler ağında idealize edilmiş normlarla sınırlandırmakta ve o mekânın nasıl deneyimlendiği hakkında fikir vermemektedir. Fakat bir mekân deneyimi, ancak beden ile mekân arasında kurulan ilişki ve iletişimle sağlanabilir.

Bu makale, tarihsel sürecin bir kesitinde Pers kültürünün mekânı nasıl anladığına ve bir tür resim sanatı olan minyatürlerinde nasıl ifade ettiğine ışık tutmayı amaçlamaktadır. Dolayısıyla nakkaş Kemaleddin Behzad'ın iki minyatürü ve Le Corbuser'in Bursa Yeşil Cami eskizinde mekânı temsil yöntemi tarihsel, biçimsel veya tekniğe dayalı olmayan bir stratejiyle izlenmektedir.

Resim sanatında mekân deneyiminin anlaşılabilmesi için bu çalışmada fenomenoloji tabanlı bir yorumlama yöntemi tercih edilmiştir. Martin Heidegger tarafından geliştirilen bu yorumlama yöntemi, Kartezyen düşünce geleneğini eleştirir ve insanın mekân ile olan ilişkisini bütüncül bir ontolojiye çıkarmayı hedefler. Bu bağlamda, bir mekânın bilinçsel bir inşasının ve temsilinin o mekânın nasıl deneyimlendiğine bağlı olduğu fikri bu makalenin temel argümanıdır. Bu yaklaşım şekli, Pers minyatürlerini olay, eylem ve mekân yönünden araştırmak için bir model olabilir. Bu bağlamda, mimari mekânı tarihsel ve biçimsel bakış açısıyla ele alan yöntemlere alternatif bir yöntem önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Mimarlık, Minyatür Sanatı, Mekânsal Deneyim, Hareket, Zaman.

## An Analysis of Architectural Space in Persian Miniatures in the Context of Event and Action

### ABSTRACT

Although an analysis of the purely formal and technical characteristics of an architectural structure in painting helps to understand how the space is shaped, it may also cause the close relationship between action and space to be neglected. This situation limits the space with idealized norms in the network of geometric relations and does not give an idea about how that space is experienced. However, a space experience can only be achieved through the relationship and communication established between the body and space.

This article aims to shed light on how Persian culture understood space and expressed it in miniatures, which is a kind of painting art, in a cross-section of the historical process. Therefore, the method of representing the space in the two miniatures of the artist Kemaleddin Behzad and the sketch of Le Corbuser's Bursa Green Mosque is followed with a strategy that is not based on historical, formal or technique.

In order to understand the experience of space in painting, a phenomenology-based interpretation method was preferred in this study. This interpretation method, developed by Martin Heidegger, criticizes the Cartesian tradition of thought and aims to bring the relationship of man with space to a holistic ontology. In this context, the idea that a conscious construction and representation of a space depends on how that space is experienced is the main argument of this article. This approach can be a model for investigating Persian miniatures in terms of event, action and space. In this context, an alternative method is proposed to the methods that deal with architectural space from a historical and formal point of view.

**Keywords:** Architecture, Miniature Art, Spatial Experience, Movement, Time.

### 1. Giriş

“Olaysız mekân yoktur” (Tschumi, 1990, s. 88).

İsviçreli mimar Bernard Tschumi mimarlık tarihinin çok statik bir tarih olduğunu ifade etmektedir. Özellikle tarihsel süreçte mimarlığın yapının biçimsel yönü ve dayanıklılığıyla ilgilendiğini belirtmiştir. Fakat ona göre mimari bir mekân, gerçekte bu sayılanların yanı sıra “deneyim” ve “olay” yönleriyle de oluşmaktadır (Khan & Hannah, 2008, s. 52-53).

\* Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, zeyneldundar@icloud.com

\*\* Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi, emredem77@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 18.07.2022



Mimarlığın diğer sanatlarla ilişkisi üzerinde duran Tschumi'ye göre mimarlık, beden hareketi yoluyla mekânı harekete geçirmekle ilgilidir. Özellikle vücudun hareketi ve mevcudiyeti ile ilgilenen performans sanatlarında ve sinemada bedenin belirli bir mekândaki hareketi olmadan bunlardan bahsedilemez. Buradan anlaşılmaktadır ki Tschumi'ye göre mekânı bir kavram yapan şey aslında bedensel deneyimdir. Özellikle belli bir koreografiye dayanan sanatlarda asıl verilmek istenen mesaj bu deneyimin aktarılmasıdır.

Bu makale Tschumi'nin mimarlığı temsil edebilmek için performans dayalı sanatlardan mekân deneyimi arayışına benzer bir stratejiyle, mimari mekân deneyimini resim sanatı üzerinden okumaktadır. Fakat salt "görme" duyusuna hitap eden resim sanatı tiyatro ve sinema gibi performans dayalı değildir. Bu bağlamda makale, tarihsel sürecin bir kesitinde Pers kültürünün mekân kavramına yaklaşımını anlamak için mekânı bir tür resim sanatı olan minyatürler üzerinden okumaktadır. Çünkü metnin eşlik ettiği görsel anlatılar olarak minyatürler, algılanan dünya olarak mekânı kendine has bir dille ifade eder. Başka bir ifade ile mekânsal bir deneyim önerir. Böylece minyatürlerde mimarlık temsilde çalışır ve mekân temsiller aracılığıyla iletişime geçer. Bu nedenle bir deneyimin, iki boyutlu bir sath bile olsa, minyatürlerde temsile taşındığı görülebilir.

### 1.1. Fenomenoloji Tabanlı Yorumlama

Duyumsanan dünyayı temsil etmenin yeniden üretim pratiklerinden biri olarak resim sanatı, aynı zamanda görme biçimlerinin de bir temsilcisidir. Görme biçimleri, toplumların farklı zaman anlayışlarına göre resim sanatında mekânın ifadesinde ve temsilinde farklılık gösterebilmektedir. Bu bağlamda ister temsil edilen, ister fiziksel bir yapı olsun; mimari bir mekânın biçimsel, tarihsel veya strüktürel bir analizi, o yapıya dair önemli bilgiler verir. Her ne kadar mimarlık tarihi için bu analizler göz ardı edilemez bir öneme sahip olsa da temelde mimari mekân salt biçimsel özelliklerden oluşan statik bir bütünlük değildir. Bir sanat formu olmanın yanında, bünyesinde bedensel eylem sonucu bir deneyim barındıran mekânın bir de zaman boyutu vardır. Dolayısıyla resim sanatında da temsil edilen her mekân bir zaman formuna sahiptir. Nitekim kendine has bir ifadeyle mimari mekânı derinliksiz ve iki boyutlu bir şekilde tasvir eden minyatürler Rönesans'ın perspektif kuralları ve kaygılarıyla anlatılmamaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada incelenen minyatürler herhangi bir kurala veya matematiksel bakışa dayanmadan "olay-mekân-eylem" ilişkisinde incelenmektedir.

Bu bağlamda, 1470'lerden 1500'lü yılların başına kadar günümüz Afganistan'ında bulunan Herat'ta hüküm süren Hüseyin Baykara döneminin minyatürleri çalışmada ele alınmıştır. Burada, kültürel ve sanatsal eserlerin altın çağı (Subtelny, 1988, s. 488) olarak nitelendirilen dönemin önemli nakkaşlarından biri olan Kemaleddin Behzad'ın iki minyatürü incelenmiştir. Ayrıca Bursa Yeşil Cami ve Le Corbusier'in mimari mekânı nasıl algıladığı da minyatürleri incelemek için seçilen konulardır. Bu incelemede tarihsel, biçimsel veya tekniğe dayalı olmayan bir strateji izlenmektedir. Resim sanatında mekân deneyiminin anlaşılabilmesi için bu çalışmada fenomenoloji tabanlı bir yorumlama yöntemi tercih edilmiştir. Martin Heidegger tarafından geliştirilen bu yorumlama yöntemi, Kartezyen düşünce geleneğini eleştirir ve insanın mekân ile olan ilişkisini bütüncül bir ontolojiye çıkarmayı hedefler. Bu ontolojik teze göre, gündelik yaşantının bir farkındalık anında anlamı, ancak yorumlama ile açıklanabilir (Çüçen, 2012, s. 139). Bu farkındalık ânı, mekân ve o mekânda bulunan öznenin belleğinde inşa edilen mekâna dair deneyim ile ilgilidir. Böylece bir deneyim ögesi olan hareket ve hareketi meydana getiren zaman üzerinden, minyatürlerde mekân yorumlanabilecektir. Bu bağlamda sanat ve diğer disiplinler arasında sürekli bir alış-veriş halinde, "yükü" bir kelime olan mimarlığa farklı bir açıdan yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşım minyatürlerin mimarlığa nasıl bir mesaj verdiği ile ilgilidir. Bu mesajı satır aralarından çıkarıp anlamlı bir tartışma ortamı yaratmak bu çalışmanın amacıdır.

Bununla birlikte çalışma, Batı'nın Rönesans perspektifi ile Doğu'nun minyatür geleneği arasında bir karşılaştırma yaparak, birini aşağı çekip ötekini yüceltmeye çalışmamaktadır. Aksine, minyatürlerde mekân inşasını anlamlı bir okuma haline getirebilmek için dönemin Batı dünyasının mekân algısına ışık tutarak aradaki farklılıkları ortaya çıkarmaktadır. Böylece yan yana getirilen farklı zaman ve mekân kavramları çerçevesinde, Rönesans'ın perspektif sistemi hakkında elde edilen bilgi minyatürlerdeki mekân sistemini anlamak için yol gösterici olacaktır.

İster Rönesans perspektif kuralları ile ifade edilen üç boyutlu bir mekân olsun, ister minyatürlerdeki gibi iki boyutlu, her iki durumda da resimde mekâna bir zaman boyutu atfedilir. Mekâna atfedilen zaman

izleyici ile mekân arasında kurulacak olan iletişimi belirlemektedir. Bu durumda Rönesans perspektifiyle tasvir edilmiş olan zaman statik bir zamandır. Statik zaman, ölçülebilen matematiksel kurallara bağlı kalarak, mekânı anlık bir görsel imaja indirgemektedir.

Perspektif derinlikte ifade edilen mekân ile insanın görsel algısı arasındaki ilişki, bireyin gözüne göre resim düzlemindeki nesnelerin kesin ve geometrik bir hiyerarşide temsil edilmesine dayanmaktadır. Grignon'a göre bu bir gözbağcı (illüzyonist) etkidir ve izleyicinin gözüne anlık bir imaj olarak kopyalanır (Grignon, 1996, s. 46). Burada ortaya çıkan resimsel alan yanılmalı bir derinlik kazanmaktadır (Panofsky, 2020, s. 99). Böyle bir resimsel mekân izleyicinin konumuna mutlak bağımlılık halindedir. Bu mutlak bağımlılık moderniteyle gelen bireyselliğin bir sonucu olarak, zamanı lineer bir kavrayışa; mekânı ise, hapsedici bir kapalı sisteme dönüştürmüştür (Özgül, 2012, s. 171). Burada zaman ve mekân, üzerinde kontrol sağlanan ve mümkün olan en küçük parçalara homojen bir şekilde bölünerek tüketilebilen kavramlar haline gelmiştir. Bu indirgemeci tavırda mekânın kendisi izleyicinin gözünü referans alan ve geometrik kurallarla yeniden inşa eden bir illüzyondan başka bir şey değildir. İzleyici ile resimsel mekân arasına bir sınır getiren bu tavırda kişi yalnızca bir bakış açısından ve dondurulmuş bir anda mekânı seyrederek. Gözün perspektif mekân ile olan sınırlı ilişkisinde nesneler arasında hareket edememesi, mekânı doğrudan deneyimlememesine sebep olmaktadır. Zamanın bir tek âna indirgendığı perspektifte önemli olan sanatçının o anda dünyayı nasıl tasvir ettiği. Dolayısıyla izleyici sanatçının o anki bakış noktasından mekânı seyretme durumundadır. Burada “zaman, olayların içinde gerçekleştiği ancak olaylar üzerinde hiçbir etkisi olmayan bir kaptır” (a.g.e, s. 175).

Diğer taraftan, minyatürlerde süregelen dinamik zaman nesnelerle birlikte mekânın da hiyerarşiden bağımsız ve akışkan bir şekilde ifade edilmesini sağlamaktadır. Bu süreklilik, lineer perspektifin aksine izleyicinin konumunu sabit bir noktada tutmak yerine mekânda hareket etmesine olanak vermektedir. Böylece fiziksel anlamda iki boyutlu yüzey dahi olsa minyatürler izleyiciye bir mekân deneyimi inşa etmektedir. Le Corbusier, insanın duyularıyla birlikte mekânda hareket etmesi sonucu duygusal deneyimlerinin oluştuğu belirtmektedir. Bu deneyim mekân ve bedenin karşılıklı etkileşimde bulunması sonucu oluşmaktadır (Le Corbusier, 2018, s. 38).

Minyatürlerde günlük alışlagelen lineer zaman algısının ve işlevinin ötesinde, mekânın sembolik bir anlamı vardır. Behzad'ın minyatürleri ile Sufizm arasında, nakkaşın sanatsal yolu ile Sufi'nin mistik yolu ve her ikisini “aynı gerçekliğin arayıcısı” olarak tanımlanabilecek yakın bir ilişki olduğu söylenebilir. Behzad Sufizm öğretisine bağlı kalarak, minyatürlerinde dünyayı öznel bir bakış açısından tasvir etmemiştir. Emir'e göre Ortadoğulu düşünürler minyatür resmi, “mutlak” olanın kendini dışı vurduğu ayrıcalıklı bir mekân olarak felsefi bir çerçeve oluşturmuşlardır (Emir, 2018, s. 5). Bu durumda minyatürlerde mimari yapılar ve figürler ölçek ve oran-orantı açısından bağımsızdır. Aynı zamanda mimari bir mekânın içi ve dışı eşzamanlı tasvir edilebilir. Ressam, iki boyutlu yüzey üzerine tüm önyargılardan ve bakış açılarından bağımsız bir zaman-mekân yaratır. Özel bir niteliğe sahip olan bu durumda mekânın görsel açısı “zaman” bakımından farklı mekânsal anlayışlar üretmektedir. Minyatürde mekân, bakan göze göre belli bir hiyerarşide kurulmamıştır. Aksine, birbiri ile belli bir anlamsal ilişki içinde ve iç içe geçmiş bir mekân kurulumundan söz edilmektedir. Lineer perspektifin kullanılmadığı minyatürlerde derinlik, sözü edilen bu anlamsal ilişkide verilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, kullanılan renklerin canlılığı ve göreliliği mekânda bir hareket unsuru yaratmaktadır. Sonuç olarak, Pers minyatürleri mekânın iki boyutlu heterojen bir şekilde bir düzlem üzerinde inşa edilmesine dayanmaktadır. Nasr'a göre, bu ifade şeklinde iki boyutlu yüzeyin her ufku, farklı varlık durumlarını ve bilinç düzeylerini sembolize eder (Nasr, 1969, s. 130). Minyatürde mekânın üç boyutlu olmayan karakteri, günlük deneyimlenen doğal mekândan kendini açık bir şekilde ayırmaktadır. Başka bir ifade ile minyatürde mekân doğal olmayan başka bir dünyanın uzamının özetidir ve bu bilinç modu, günlük süregelen insan yaşantısının bilincinden farklı bir şekilde tasvir edilmektedir.

Verilen bu ön bilgiler doğrultusunda, bu çalışma şu argüman çerçevesinde temellendirilmektedir: zamanın “statik” veya “dinamik” olarak algılanması, resim sanatında mekânın temsilini belirlemektedir. Buna göre;

Statik (donuk-anlık) zaman, seyredilen mekân; dinamik (akışkan-süregelen) zaman ise deneyimlenen mekân olarak kavramsallaşmaktadır (Demirel & Dündar, 2018, s. 251). Çünkü minyatürde ressam için mimari bir mekânın hangi döneme ait olduğunun veya yapı stiline bir önemi yoktur. Minyatürde ressamın

asıl kaygısı mekânı izleyiciye nasıl deneyimletebileceği ile ilgilidir. Burada ressam minyatürdeki olay örgüsünü resmederken, izleyicinin tasvir edilen figürlerle beraber olayı tekrar deneyimlemesi ile ilgilenmektedir.

Bu anlamda bu çalışmanın ortaya çıkarmaya çalıştığı konu, minyatürlerin bir resim formu olmanın yanında mekân bağlamında mimarlığa verdiği mesajı da ortaya çıkarmaktır. Minyatürlerin olay örgüsündeki koreografi, deneyimlenen mekân bağlamında mekânın matematiksel yaklaşımının ötesindedir. Burada asıl üzerinde durulan şey mekânın topografik özelliğidir. Böylece beden ile mekân arasında kurulan diyalekt, minyatürlerde resimsel mekânı şekillendirmektedir.

## 2. Kemaleddin Behzad

1450'de günümüz Afganistan'ının güneybatısındaki Herat'ta doğan Behzad, Ali Şir Nevai ve Mirak Nakkaş'tan eğitim almıştır. Dönemin Timur imparatorluğunun başkenti olan Herat, sanatsal alanda zengin saray yaşantısıyla bilinmektedir. Saray ve çevresinin sanata bakış açısı, dönemin diğer önemli kültür durakları olan şehirlerden sanatçıların Herat'a gelmesini kaçınılmaz kılmıştır. Herat'ın 1507'de Timurluların elinden çıkmasıyla Behzad, Şah İsmail için çalışmaya devam eder (Barry, 2004, s. 152).

Derin bir edebiyat ve tasavvuf anlayışıyla eserlerinde gizli bir geometri kullanan Kemaleddin Behzad'ın ortaya çıkışı Herat minyatür ekolünde yeni bir tavır yaratmıştır. Onun kendi tasavvufi gerçekliğini kullandığı teknikteki becerisi ve insanın günlük yaşantısına olan özel ilgisi, tema ve içerik olarak eserlerinin daha etkili ve önemli bir kompozisyonda oluşmasını sağlamıştır (Mütevazı vd., 2017, s. 47). Ashrafi, Behzad'ın renklerin etkisini kullanarak ve şekilleri kendi üslubuyla birleştirerek geometrik bir yöntem elde ettiğini belirtmektedir. Böylece genel bir bütünlük elde eden Behzad, minyatürlerinde mimari nitelikteki nesnelere belirli bir orantı sisteminde çizmiştir. Ressam, eserlerinde bir tür ortogonal perspektif elde etmek için figürlerin dairesel bir düzende yerleştirilmelerinin gerektiğini tespit etmiştir (Görsel 2). Bu durum kompozisyonda bir tür iç hareket etkisi yaratır (Aşrafi, 1988, s. 82). Behzad'ın form ile içeriği iyi bir şekilde birleştirme çabaları, onu fenomenlerin kendi doğasında var olan gerçekliği göstermeye itmiştir. Behzad'ın minyatürlerinde iş başında olan birçok değişik figür gündelik yaşantı halleri ile ele alınmıştır. Yemek yapan kadınlar, çadır hayatı yaşayan insanlar veya kaval çalan çobanlar gibi... insanların günlük yaşantısı anlatılmaktadır. Aynı zamanda Behzad'ın eserlerindeki manevi derinlik, resme bakan izleyicide yoğun etkiler bırakmaktadır (Hattstein & Delius, 2007, s. 428). Görsel 1'deki *Havarnak Kalesinin İnşası* adlı Behzad'ın minyatürü, resim sanatında mekânın zaman yönünden bir açıklamasını yapabilmek için seçilmiş olan örneklerden biridir. Bu resim perspektif, hareket, renk ve sanatçının manevi derinliği üzerinden incelenmiştir.

### 2.1. Eylem: "Havarnak Kalesi'nin İnşası"

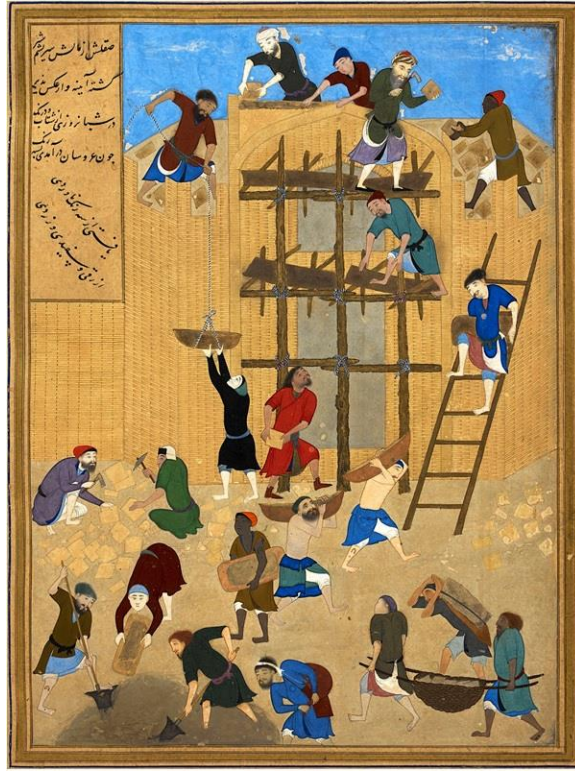
Kemaleddin Behzad tarafından 1494-1495 yıllarında yapılan Havarnak Kalesi'nin İnşası adlı minyatür, Genceli Nizami'nin Khamsa kitabındaki 5600 beyitten oluşan ve "Yedi Suret" anlamına gelen Heft Peyker adlı bölümde bulunmaktadır. Kısaca resmin hikâyesine değinilecek olursa, Sasani hükümdarı Yezdgird'in oğlu olan Behram'ın mesnevilere konu olan hayatı efsaneleştirilerek anlatılmaktadır (Kahraman, 1994, s. 345). Behram doğduğunda, babası onu yetiştirmesi için Mezopotamya hükümdarlarından olan Numan'a emanet eder. Numan, Behram'ın yetişmesine çok dikkat eder ve onun için Havarnak Kalesi'ni (Köşkü) yaptırır (a.g.e, s. 352). Bu kale Hire şehrinde, Fırat nehri güzergâhındaki yüksek bir tepe üzerine inşa edilmekteydi. Dolayısıyla burada oturanlar Hire manzarasını görebilmekteydi. Buranın inşası tamamlanma aşamasına geldiğinde ünlü Romalı Mimar Simnar (Senemmar) olayı meydana gelir:

Nizami, bu kalenin inşasının bitimine doğru bir gün Numan ile kalenin mimarı Simnar'ın ziyarete geldiğini anlatmaktadır. Simnar bu yapıya daha önce bir örneği görülmemiş güzellikte bir kubbe inşa etmiştir. Hükümdar Numan, Simnar'ın böylesine güzel bir kubbe inşa etmek için yalnızca kendisinin bildiği bir sırrı olduğunu biliyordu. Bu sırrın kendisi dışında başka biri için kullanılmasından korkan Numan, Simnar'ı Havarnak'ın en yüksek noktasından aşağı iter ve öldürür. Böylece yapının kubbesi ve tavanındaki mimari detay bilgileri mimarıyla birlikte ortadan kalkacaktır (Günaltay, 1922, s. 204).

Behzad'ın Havarnak Kalesi'nin İnşası adlı eseri şüphesiz çok katmanlı bir hikâye olarak okunabilir. Ettehad, bu kalenin yedi kıvrımlı odası olduğunu ve her birinin farklı renklerde yapıldığı bildirmektedir. Bu

hikâye aslen MS 410 yılına dayanmaktadır. Nizami bu hikâyeyi 1197’de kendi bakış açısından yeniden yazmıştır. Behzad ise Nizami’nin bu hikâyesini 1494-1495 yıllarında resmetmiştir. Behzad, Sinmar’ın ölümüyle birlikte tarihin önde gelen mimarlık eserlerinden biri olarak bilinen yapıyı inşa ederken hayatını kaybeden pek çok işçinin trajik kaderini tasvir etmiştir. Böylece Behzad bu süreçte hayatlarını kaybeden meçhul işçilere duyulan sempatinin yankısını uyandırmaktadır (Ettehad, 2021).

Görsel 1’de görüldüğü üzere Behzad figürlerin jest, hareket ve duruşlarını bir yaşantı dünyasında resmetmeye çalışmıştır. Mekân bağlamında insanın günlük yaşantı dünyasına dönük bu ilgi, her ne kadar lineer perspektif kurallarına uyulmamışsa da ideal bir gerçeklikle temsil edilmektedir. Burada minyatüre bakan göz, belirgin bir şekilde kullanılmış olan zıt ve canlı renklerle resim yüzeyinde rahatlıkla hareket edebilmektedir. Aynı şekilde, Görsel 2’de gösterildiği gibi mekândaki hareket, yatay ve dikey unsurlar gözün nereye takip etmesi gerektiğini öğütlemektedir. Bu resimde belirli bir ritimde farklı unsurlardan geometrik bir yerleşimle oluşturulan bu kompozisyon kendi kendine yeter hale gelmiştir. İlk başta hareket halindeki “meşgul” işçi figürleri, kalenin yükselen ojival kapısının önünde duran sade ve geometrik ağaç iskeleye göre konumlandırılmıştır.

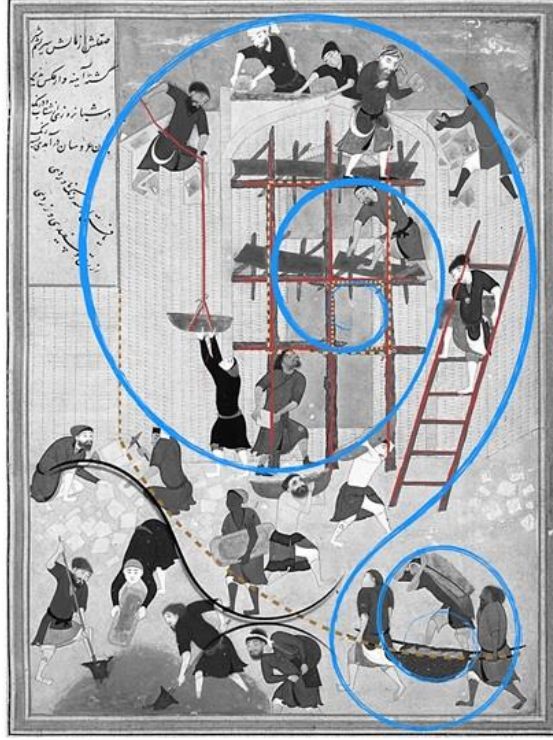


**Görsel 1.** Kemaleddin Behzad, “Havarnak Kalesi’nin İnşası”, 1494-1495, Minyatür Tekniği, Herat, Genceli Nizami’nin “Khamsa” adlı kitabında bulunmaktadır, British Library, OR 6810, f. 154v (Nizâmî Ganjavî, Khamsah, Digitised manuscripts, [https://www.bl.uk/manuscripts/Viewer.aspx?ref=or\\_6810\\_f098v](https://www.bl.uk/manuscripts/Viewer.aspx?ref=or_6810_f098v) Erişim: 20/09/2021).

Buradaki resimsel mekân (piktoryal mekân) eğer tek veya iki kaçırlı perspektif derinlikle ifade edilmiş olsaydı, büyük ihtimalle resim mekânın merkezi yükselen yapının taç kapısı ve taç kapının önüne inşa edilmiş olan ağaç iskele olacaktır. Oysa her ne kadar bu minyatür resmin merkezi geometrik ağaç iskele gibi görünse de asıl odak, hareket ve canlı renk kullanımıyla işçilerin üzerine çevrilmiş durumdadır. Burada Behzad resmin merkezi olan taç kapının önüne iskeleyi yerleştirerek aslında resimsel mekânın dinamizmine dair bir mesaj vermektedir.

Bu bağlamda, resmin ana konusu olan bina kasıtlı bir şekilde basitleştirilmiştir. Ressam, binayı sergilemekten çok mekânsal bir öneride bulunmaktadır. Bu öneri ressamın mekân kavramına bakışıyla

ilgilidir. Buradan hareketle, Behzad'a göre mekân, üzerinde her türlü eylemin tecrübe edilebildiği topografik ve çok katmanlı bir gerçekliktir. Topografya bu makalede, haritacılıktaki gibi yer-yüzeyi şekillerinin ve kot farklılıklarının grafik bir anlatımı şeklinde kullanılmamıştır. Leatherbarrow topografyayı, bedenün bir düzlem üzerindeki hareketi sonucu elde ettiği duygusal ve duyuşal durumlar olarak ifade etmektedir. Bu durumda bir düzlem üzerinde bedenün yatay ve dikey hareketleri ve bununla birlikte mekânsal deneyimleri, bir mekânı bellekte tekrar inşa etmektedir (Leatherbarrow, 2015, s. 11).



**Görsel 2.** Bir eylem mekânı olarak “Havarnak Kalesi'nin İnşası” adlı minyatürde figürlerin hareketi ve kompozisyon çizgisel bir yolla izlenmiştir. Görsel 1'deki dijital kopya üzerinden yazar tarafından müdahale edilmiştir.

Görsel 2'de, görünüşte önemsiz görünen ayrıntıların bir araya gelmesiyle resimdeki nesnelere ve figürlerin hareketi çizgisel bir yolla takip edilmiştir. Aslında, bu kompozisyonun bariz bir şekilde katı ve statik bir “durum mekânı” olmasını engelleyen şey, ressamın burada uyguladığı küçük ayrıntılardır. Burada ortaya çıkan diyagonal yön ressamın belli bir kaygıyla figürlerin hareketini ve nesnelere yerleştirdiğini göstermektedir. Bu kaygı izleyicinin gözünün farkında olmadan resimdeki hareketi takip etmesini ve dolayısıyla resimsel mekânın bir eylem mekânı olmasını sağlamaya çalışmak içindir. Yapının taç kapısı, gerçekte statik bir mimari unsur olarak sabit durmak zorundadır. Oysa ressam bu statik mimari öğenin önüne ip ve ağaçlarla inşa edilmiş “geçici” bir yapı inşa ederek odak ve merkezin aynı noktada buluşmasının önüne geçmiştir. Bu durumda ressam izleyiciden gözün burada belli bir süre dinlendikten sonra odağın resmin tüm topografyasında gezinmesini istemektedir. Burada form, renk ve gizli geometrik hareket yöntemleri kullanan sanatçı, mesajını ritmik bir duyuşal algıda ve tüm uyaran unsurlar arasındaki dengeli ilişkide bir uyum içerisinde vermektedir. Pakbaz'a göre Behzad, soğuk ve sıcak renkleri saf veya kırık halde, aydınlık veya karanlık ise birbirine ritmik bir şekilde örüntüleyerek poetik bir görsel anlatım meydana getirmektedir. Böylece izleyiciyi etkilemekte, değiştirmekte veya güçlendirmektedir (Pakbaz, 2008, s. 601).

Hillenbrand, Behzad'ın başarısının sırrını, entelektüel açıdan dayatılan bir düzen ile gündelik hayatın gelişigüzel kargaşası arasında göze batmayan bir dengeyi sürdürmesine bağlamaktadır (Hillenbrand, 1992, s. 77). Behzad piktoryal mekândaki diğer nesnelere resim alanını orantılı bir şekilde ölçeklendirmiştir. Bu



sebeple mekân çok sayıda figürle donatılmasına rağmen resim aşırı kalabalık görünmekten kaçınmaktadır. Bunun nedeni ressamın figürlere manevra alanı bırakmış olmasıdır. Böylece resimdeki her figür kendi alanını işgal etmekle birlikte, şekilsiz veya kötü tanımlanmış bir grup halinde toplanma tehlikesi de ortadan kaldırılmıştır. Buradaki figürler diyagonal bir seride yerleştirildiğinde (Görsel 2) belirginleşmektedir. Hillenbrand, böyle bir kompozisyonda ister izole edilmiş olsun, isterse de örtülmüş; birbirini izleyen her bir figürün minyatürde yeni bir düzlem meydana getirdiğini bildirmektedir (a.g.e, s. 92). Nitekim Görsel 3'te her ne kadar birbirine yakın çizilmiş olsa da figürlerin birbirine zıt yönleri, onların bir diğerinin manevra alanını işgal etmemesini sağlamıştır. Sanatçı eğer lineer derinlikli bir perspektif kullanmış olsaydı bu sayıda figür muhtemelen yukarıda bahsedildiği gibi, resim mekânında istenmeyen bir yoğunluk meydana getirecekti. Çünkü lineer perspektif sanatçıyı belli matematiksel kurallara bağlı kalmak zorunda bırakacaktır. Oysa bu resimde lineer perspektifin olmayışı gözü rahatsız etmemektedir.



**Görsel 3.** Görsel 1'deki "Havarnak Kalesi'nin İnşası" adlı minyatürden bir detay

## 2.2. Süregelen Mutlak Zaman

Zaman kavramının çizgisel doğrultuda ve ardışık bir şekilde sürüp gittiği düşüncesi gibi, lineer perspektif derinlikte de mekân boylu boyunca uzanıp giden bir çizgisellik olarak algılanmaktadır. Buradaki asıl mesele zaman ve mekânın birbirinden ayrılmaz bir bütünlük olduğunun göz ardı edilmesi ve çoğu kez zamanın mekân, mekânın da zaman olarak algılanmasıdır. Örneğin Görsel 3'teki resim detayı üzerinden bu durum açıklanabilir:

Minyatür detayında, öndeki turuncu başlıklı figürün elinde olan nesne, arkasındaki mavili figürün arka tarafına doğru uzanmaktadır. Kurallı bir çizim stratejisinde, öndeki figürün elindeki nesne arkasındaki figürün belirli bir bölgesini kapatmak zorunda olacaktır. Fakat sanatçının burada kullandığı üslup izleyiciye ontolojik bir rahatsızlık vermemekle birlikte, resim düzlemindeki her figürün kendi varlığını ortaya çıkarabilme potansiyelini doğurmaktadır. Perspektif kuralları her ne kadar figürün elindeki nesnenin, mavili figürün ön tarafında gösterilmesi gerektiğini dertse de gerçekte hangi figürün (neye göre) önde, hangisinin arkada olduğu tartışmalı bir konudur. Fakat ardışık ve lineer olmayan mutlak bir zaman kavramı bu tür kuralları dikkate almaz. Mutlak zaman kavramında bir nesne tıpkı bu resimde olduğu gibi hem önde hem

de arkada olabilir. Çünkü İbn Arabî'ye göre uzaklık ve yakınlıkta olduğu gibi, öndelik veya arkadalık da izafi kavramlardır (Yousef, 2014, s. 84). Dolayısıyla bu resimdeki detay sanatçının bilinçsel bir tercihi olarak anlaşılmalıdır. Bu tercih, mutlak zamanın sağladığı bir olanak olarak resmin mekânında bulunan tüm mimari yapıların, figürlerin ve nesnelerin kendini ifşa edebilme, varlığını gösterebilme ve görünme isteğini mümkün hale getirebilmektedir. Resim mekânındaki herhangi bir nesne, varlığını mekân ve zaman yönünden başka bir nesneye indirgememiştir. Başka bir deyişle, perspektif kuralları öyle gerektirdiği için bir nesne başka bir nesnenin arkasında kalmak veya o nesneye göre daha küçük görünmek zorunda değildir. Çünkü bu düşünce sisteminde perspektif hiyerarşisi reddedilmektedir.

Bu resimde (Görsel 2) tasvir edilen mekânda gözü resme çekmek için bir dizi nesne bulunmaktadır. Örneğin resimdeki merdiven gözün bir şekilde mekânda yukarı çıkmasını öğütlemektedir. Her ne kadar merdivende bulunan figür yukarıdan aşağı doğru bir iniş halinde olsa da bir duvara yaslanan taşınabilir bir merdiven ilk etapta yukarıya doğru hareketi akla getirmektedir. Bunun yanında resmin merkezinde bulunan ağaç iskelenin geometrik örüntüsü, resimde geçici bir sabit unsur olarak gözün orada soluklandığı, devamında piktoryal mekânın diğer alanlarını keşfetmeye çıktığı bir durak noktası olarak okunabilmektedir. Ağaç iskelenin önünde bulunduğu kapı ise Doğu mimarisine ait gösterişli ve bezemeli bir taç kapı olmanın ötesinde, bir şekilde kendini gizlemeye çalışmaktadır. Her ne kadar resmin ana konusu yapının kendisi ve o esnada yapının taç kapısının inşa edilmesi olsa da asıl gösterilmeye çalışılan konu orada inşaat ustalarının ve işçilerin içinde buldukları eylem halidir. Sanatçı, mimari formdan ziyade konuyu anlamlı bir şekilde bütünleştirmiş ve ortaya çıkan yeni resimsel zeminde zıt renklerin daha cesurca kendilerini gösterebilmesi için yeni bir katman yaratmıştır.

Behzad'ın eserlerinde anlatılan konularda, birincil anlamlarıyla birlikte derin tasavvuf izleri görülmektedir. Alegorik bir yorumlama ile Behzad'ın bu minyatürünün de sıradan bir inşa faaliyetinin ötesinde, İbn Arabî öğretilerinden izler taşıdığı öngörülmektedir.

İbn Arabî, varoluşu zaman ve mekân birlikteliğinde "hafta" kavramı üzerinden açıklar. Ona göre bir anlık varoluş, yaratılışın ilahi haftasıyla mümkündür. Arabî'ye göre ilahi haftanın her bir günü bir yön olarak, Cumartesi ise zaman olarak anlık bir bütünlük oluşturur. Bu durumda her bir an, yaratılışın ilahi haftasında meydana gelmektedir. Arabî, anlık yaratılışı anlaşılır bir hale getirmek için burada 'hafta' ifadesini, gündelik hayatta bilinen hafta kavramıyla ilişkilendirmiştir (a.g.e, s. 55). Gerçekte, bunun takvim haftasıyla ilgisinin olduğu söylenemez. Arabî, tek tanrılı dinlerin kutsal kitaplarında geçen, Tanrının altı günde yeri ve göğü yaratmasını ve yedinci günde dinlenmesini, "Arşa istiva etti" (Kuran: 7/54; 10/3; 57/41; 50/38; 25/59; 11/7; 32/4) ayetlerini referans alarak yaratıcı haftayı yorumlamaktadır:

Arabî bahsettiği altı yönü haftanın altı günüyle ilişkilendirir. Ona göre bu yönler Pazar, Pazartesi, Salı, Çarşamba, Perşembe ve Cuma olarak; aşağı, yukarı, ön, arka, sağ ve sol yönleri temsil eder. Ona göre bütün evren mekân bağlamında bu altı günde (yönde) yaratılmaktadır. Cumartesi günü ise yedinci gündür. Yani Tanrının "arşa istiva etmesi" veya kimi kutsal metinlerde dinlenmeye çekilmesidir. Arabî'ye göre Cumartesi, içinde üç boyutlu evrenin açığa çıktığı "zaman" olarak açıklanmaktadır (2x, 2y, 2z + t). Buna göre var olan (zuhur eden) varlık, zaman ve mekânda vücut sahibi olmaktadır (Yousef, 2014, s. 56).

Arabî'nin yaratılış haftasına dair yorumunun bu tasvirde Behzad tarafından sembolik bir dille ustaca nakşedildiği öngörülmektedir. Nitekim Nizami'nin Heft Peyker'indeki yedi (7) sayısına yapılan güçlü vurgu ve Arabî'nin yaratılış haftasının günlerini zaman ve mekân olarak tanımlaması bu resim üzerinden okunabilmektedir.

Arabî, "O, her gün yeni bir iş-oluş üzeredir" (Kuran: 55/29) ayetini açıklarken haftanın Cumartesi dışındaki altı gününü mekânsal yönler olarak açıklamıştı. Nizami'nin Heft Peyker'inde ise, Cumartesi: Siyah; Pazar: Sarı (veya altın); Pazartesi: Yeşil; Salı: Gül Rengi (Kırmızı); Çarşamba: Mavi; Perşembe: Sandal Rengi (veya kahverengi) ve Cuma: Beyaz olmak üzere haftanın her günü farklı bir renkle temsil edilmektedir (Barry, 2004, s. 33). Bu bağlamda Behzad'ın metin-resim ilişkisini kurarken Sufizmden yararlandığı öngörülmektedir. Gerçekten de Görsel 1'de, meşgul figürlerin ve yapının tıpkı Heft Peyker'deki gibi, iddialı renklerle temsil edildikleri ve Arabî'nin ilahi haftasındaki yönler gibi bu figürlerin de her birinin birbirinden ayrı ve bağımsız yönlere (aşağı-yukarı, sağ-sol, ön-arka) yönelikleri görülmektedir. Ressamın burada evrenin ilahi haftada yaratılmasını sembolik bir biçimde "Havarnak Kalesi'nin İnşası" olarak tasvir ettiği düşünülmektedir. Bu durumda Behzad'ın Arabî'nin öğretisindeki

mekânı oluşturan yönleri bu resim üzerinde simgesel bir dille temsil edilmiştir. Zaman ise bu yönlerin (figürlerin) sahip olduğu “eylem” ile ifade edilmektedir.

### 3. Mekânsal Deneyim

Görsel 4'teki resimde Behzad yapıya bir tek bakış noktasından bakmak yerine, mekânı süregelen bir düzlem olarak resmetmiştir. Bununla birlikte yapıların ön cephesinin de çoğu zaman kaldırılmasıyla izleyiciye asıl verilmek istenen mesaj, bir olay-mekân birlikteliği sunmaktır. Bu durumda Behzad yapıyı kat yerlerinden açarak “topografik” bir düzlem meydana getirmiştir. Bu minyatür Nizami'nin Khamsa (Hamse) adlı eserinin birinci cildinde yer alan Mahzan al-Asrar (Sırlar Hazinesi) adlı bölümde bulunmaktadır. Behzad burada izleyiciyi bir hamamın içine almaktadır. Olay-mekân bağlamında bu minyatürün konusu kısaca şöyledir:

Bu minyatürde sağdaki kapı bir mahremiyet alanına veya göreceli bir mahremiyete işaret etmektedir. Barbara Brend, ana salonda erkeklerin bakışlarını kibarca birbirlerinden uzağa çevrilmiş halde ve uygun bir edeple giyinip soyunduklarını ifade etmektedir. Sol tarafta ise görkemli bir iç mimariyle ifade edilen, halifenin kullanımına ayrılmış bir alan daha bulunmaktadır. Burada iki kişi doğrudan Harun Reşid ile ilgilenirken görünüşe göre iki kişi daha kendi faaliyetine dalmış görünmektedir. Anlatının odak noktası olan bu alan, Farsça yazının okuma yönüne doğru, sağdan sola bir akış halinde ifade edilmiştir. Metin, Harun Reşid hamamı ziyaret ettiğinde, başını tıraş eden berberin halifenin kızıyla evlenmek istediğini söylemektedir. Harun Reşid, daha sonra da tekrarlanan bu küstahlığa öfkelenmiştir. Harun Reşid elinde ustura olan birinin bu davranışını bir tehdit olarak algılar ve bu durumu vezirine aktarır. Vezir, berberin küstahlığının, halifenin özel berberi olmak gibi bir hazinenin başında durmasından kaynaklanabileceğini tahmin eder: halife berberin pozisyonunu değiştirmelidir. Harun Reşid berberin pozisyonu değiştirdikten sonra farklı bir noktada duran berber kendini artık halifenin dengi hissetmez (Brend, 2014).

Bu resimde Behzad özellikle hiyerarşi reddetmektedir: özel odadaki kandillerin duvarda bıraktıkları is, tıraş eden berberin konumu ya da halifenin cübbesinin ve tacının geçici olarak bir kenara bırakıldığı göz önüne alındığında, Harun Reşid'in bir anlamda diğerleriyle aynı seviyede ve savunmasız bir adam haline geldiği ayrıntısı okunabilmektedir. Bu durum minyatür evrenindeki her nesneye, kendini eşit oranda gösterebildiği bir potansiyel doğurmaktadır.

Bu minyatürdeki hamam yapısının cepheleri ortadan kaldırılmış ve iç mekânlar detaylı bir şekilde tasvir edilmiştir. Cephe bağlamında yalnızca resmin sağ tarafındaki giriş kapısı izleyiciye bir fikir vermektedir. Olay, sadece hamamın soldaki özel alanında geçmesine rağmen Behzad, giriş kapısından başlayarak ortadaki genel alanı da minyatürde özellikle göstermiştir. Bu resim eğer perspektif derinlikle ifade edilseydi, sadece olayın geçtiği mekânın anlık bir imaj olarak resmedilmesi kaçınılmaz olacaktı. Oysa Behzad burada zamanı donmuş bir durum olarak değil, süregelen bir eylem halinde ifade etmiştir. Daha basit bir ifade ile sadece olayın geçtiği mekân yerine, resimdeki figürlerin o mekâna gelene kadar nerelerden geçtiklerini de anlatmaktadır. Behzad mekân deneyimini koreografik bir kurgu ile izleyiciye tekrar yaşatmak istemektedir. Bu durumda izleyici, Harun Reşid'in özel alana gelene kadar giriş kapısından içeri girdiğini, ortak alanda tacını, kaftanını ve diğer giysilerini çıkardığını, son olarak mavi kapıdan geçerek asıl olayın meydana geldiği mekânda yerini aldığını okumaktadır. Çünkü her ne kadar iki boyutlu piktoryal bir mekân olsa da, izleyici minyatürde süregelen bir zamanı deneyimlemektedir. Bu serüven sanatçının olaya, zamana ve mekâna bakışıyla ilgilidir. Ressam anlatmak istediği olayı bir tek karede vermek yerine, bir tür yakın ilişkisellik kurarak izleyicinin de tanıklık etmesini arzulamaktadır. Bu ilişkisellik mekânsal bir ilişkiselliktir. Hamamda yıkanırken tesadüfen bir olaya tanıklık eden herhangi biri, o hamama girerken yine bir dizi kapılardan ve alanlardan geçmiştir.

İncelenen her iki minyatürde görüldüğü gibi Behzad mimari yapının gerçekçi bir temsilini göstermekten kaçınmıştır. O, bedeninin hareketi boyunca mekânı deneyimlemesiyle ilgilenmiş ve minyatürlerinde süregelen bir evren kesitini belli bir koreografiyle yaratmıştır. Başka bir ifade ile mekânı bir tek ânda hapsetmemiş, birbiri ardına gelen her bir ânı anlamlı bir bütünlükte ilişkilendirmiştir. Bu bağlamda bu bütünlükteki her bir âna farklı bir bakış açısından bakılmasında sakınca yoktur. Önemli olan bu mekânlar arasındaki ilişkiselliktir. Bu düşünce sisteminde evrendeki her bir nesne başlı başına bir varoluşa sahiptir. Nesnelerin birbirleriyle çeşitli bağları olabilir fakat bir nesne başka bir nesnenin varoluş sebebi değildir. Buradan



hareketle, incelenen minyatür evreninde figürlerin ve nesnelerin hiyerarşiyi kabul etmedikleri görülmektedir. Bu hiyerarşi gerek zamansal bir öncelik-sonralık, gerek olayın önemine göre, gerek de mekânsal bir öndelik-arkadalıktır. Bu konuda İbn Arabî, uzaklık ve yakınlığı şöyle açıklamaktadır: “her ne kadar mesafe bakımından bir uzaklık söz konusu ise de görülen her nesne gözle bitişiktir. Çünkü göz onu görmeye onunla birleşmiş olur.” (İbn Arabî, 1971, s. 136).

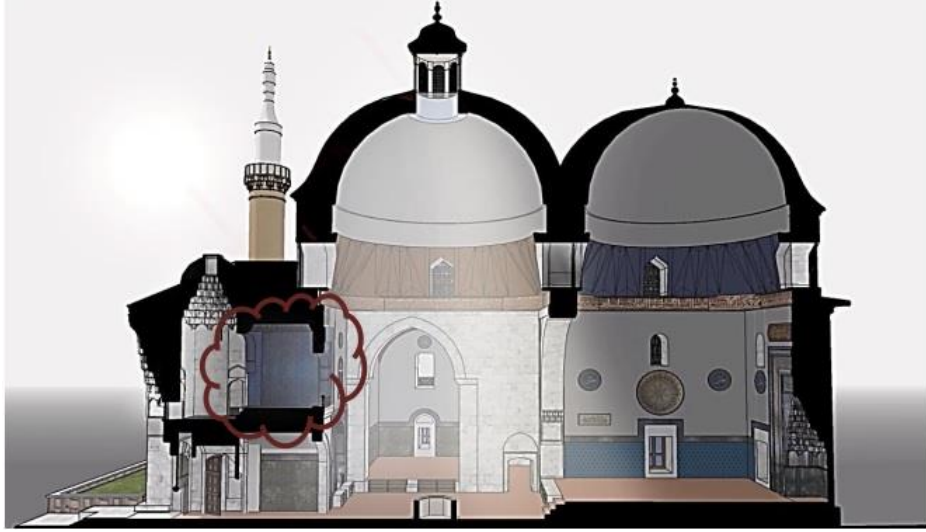
Behzad, 1490’lı yıllarda mimari mekânı geleneksel bir sanatta gerek hiyerarşiyi reddederek, gerek tamamlanmamış bir mekân sunarak mimarlık pratiğine bir mesaj vermektedir. Bu mesaj mimarlığın nasıl temsil edilebileceğiyle ilgilidir. Buna göre Behzad, mimarlığın bir imaj ve nesne sorunu olarak değil, beden tamamlanmamış bir temsilde mekânı deneyimlemesiyle ilgilenmiştir. Bu bağlamda izleyici, minyatürlerde mimarinin maddi gerçekliğinin ötesine geçerek temsil edilen mekânı duysal ve duygusal anlamda bilincinde yeniden inşa etmektedir. Buradan anlaşılmaktadır ki mimari mekân tasarımında yapı tekniği, malzeme ve biçimsel kaygılar kadar, koreografik ve topografik yaklaşımlar da göz önünde tutulmalıdır. Çünkü bir mekân tasarımı sadece plastik bir sanatsal form inşası değildir. Mekân, bünyesinde bedeni ve hareketi barındıran çok katmanlı bir “yaşantı” bütünlüğü olarak ele alınmalıdır. Burada mimari mekân tasarımında minyatürlerin görsel üslubundan öte, izleyiciye sunduğu mekânsal deneyim referans olarak verilmektedir.



**Görsel 4.** Kemaleddin Behzad, “Harun Reşid ve Berber”, 1494-1495, Herat, Nizami’nin “Khamsa” adlı kitabında bulunmaktadır, British Library, OR 6810, f. 27v. (Nizāmī Ganjavī, Khamsah, Digitised manuscripts, [https://www.bl.uk/manuscripts/Viewer.aspx?ref=or\\_6810\\_f003v](https://www.bl.uk/manuscripts/Viewer.aspx?ref=or_6810_f003v) Erişim: 19/09/202).

Görsel 4’teki minyatürün mekânsal kompozisyonu temelde sağdan sola doğru giriş, ortak soyunma/hazırlanma mekânı ve özel yıkanma bölümlerinden oluşmaktadır. Burada, sağdaki ana giriş kapısı duvarının beyaz, ortadaki ortak mekânın duvar ve zeminlerinin koyu tonla, soldaki özel yıkanma bölümünün de duvarlarının açık tonla anlatıldığı görülmektedir. Gerçekte, izleyici ve ressam bu hamamın fiziksel özelliklerini bilmemektedir. Fakat ressam mekânlar arasında renk tonlarıyla bir zıtlık oluşturarak bir yerden diğerine geçişi hissettirmektedir. Bu da ressamın mimari mekân bağlamında yapının biçimsel ve teknik özelliklerini geri plana ittiğini göstermektedir. Yine, minyatürde üç bölümden meydana gelen hamam boyutsal anlamda başka bir deneyim yaşatmaktadır. Sağdaki ana giriş kapısının üst kısmı boş

bırakılmıştır. Mekânın ortadaki soyunma/hazırlanma alanına geçildiğinde yapının tavanının dramatik bir şekilde yükseldiği görülmektedir.



**Görsel 5.** Bursa Yeşil Cami, Boy Kesit, 3B Modelleme. “Hünkâr Mahfili” bulut içerisinde işaretlenmiştir. (Kişisel Arşiv).

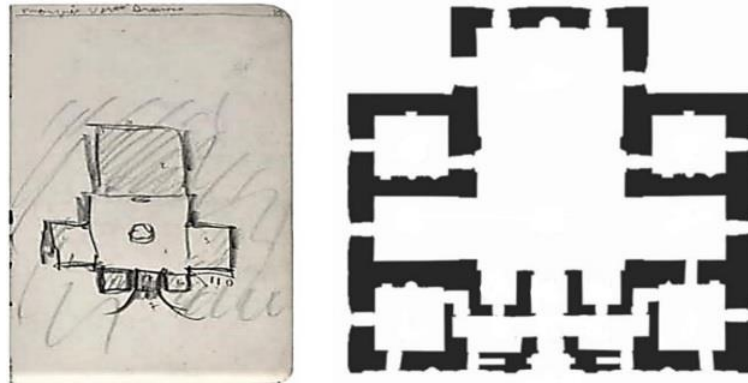
Benzer şekilde, 1419 yılında mimar Hacı İvaz Paşa tarafından yapılan (Yıldırım, 2017, s. 166) Bursa Yeşil Cami'nin iç mekânları Behzad'ın Görsel 4'teki minyatürüyle paralellik gösteren mekânsal bir deneyim yaratmaktadır. Harun Reşid ve Berber minyatüründeki gibi bu yapıya da alçak bir giriş bölümünden girilmektedir. Temelde ters “T” planlı bu yapının orta bölümü diğerlerine oranla daha yüksek bir kubbeye sahiptir. Beyaz renkli bir malzemeye kaplanmış olan bu orta alanın duvarları aynı zamanda kubbeden ışık aldığı için daha aydınlıktır. Görünüşte her iki yapı türü farklı amaçlara hizmet etmek için inşa edilmiştir. Biri ibadet yapısyken diğeri başlı başına yıkanma işlevi için yapılmıştır. Fakat her iki yapı türü bir şekilde içinde “mahremiyet” barındıran kamusal alanlar olarak ortaya çıkmaktadır. Bu caminin giriş bölümünün üst kısmında hünkâr mahfili bulunmaktadır (Görsel 5 üzerinde işaretlenmiştir). Bu mekân mahrem bir alan olarak sadece padişahın kullanımına açıktır. Dolayısıyla konum olarak tüm yapıya hâkim bir görüş vizyonu sunmanın yanında, ölçek olarak diğerk ortak mekânlara oranla daha küçüktür.

Cami yapısında (Görsel 5) mekânlar kot farkları, boyutları ve zıt renk kullanımı açısından süregelen bir doğrultuda inşa edilmiştir. Görsel 4'teki gibi, içeri giren bir kişi sırasıyla bir sokaktan avluya, avludan caminin girişine, devamında alçak tavanlı giriş bölümünden geçerek birden aydınlık ve ferah ortak alana çıkar. Hamam minyatüründe ortadaki yüksek ve görece daha aydınlık alan olan ortak hazırlanma alanı, kıyafetlerin çıkarıldığı ve havluların kurutulduğu bir yer olarak okunmaktadır. Başka bir ifade ile yıkanma işlevinin öncesi ve sonrası olarak bir hazırlanma mekânıdır. Cami görselinde ortadaki alan benzer şekilde, etrafında bulunan eyvanlara geçişi sağlayan bir ara mekân olarak ifade edilebilir. Bu alan, üzerinde ibadet edilen bir alan olmakla birlikte, ibadetin yapılacağı mekânlara geçişi de sağlamaktadır.



**Görsel 6.** Bursa Yeşil Camii Hünkâr Mahfilinden bir görsel. (<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bursa/gezilecekyer/yesil-cami>, erişim: 5 Şubat 2022).

Hem cami hem de minyatür örneğinde görüldüğü üzere, beden mekânlar arasında süregelen bir akış halinde hareket ederek bir deneyim kazanmaktadır. Behzad'ın mimari yapının fotogerçekçi bir temsiliyle ilgilenmeyişi Le Corbusier'in mekân kavramını nasıl ele aldığıyla paraleldir. Bu yaklaşım ünlü mimarın 1910'lu yılların başlarında yaptığı Şark Seyahati esnasındaki eskizlerinden okunabilmektedir. Bu bağlamda onun eskizlerinde, Behzad'ın minyatürleri gibi, mimari yapının dış görüntüsü ve detaylar görüldükleri şekilde resmedilmemiştir. Le Corbusier, bir mekânın nasıl deneyimlendiğiyle ilgilenmiştir. O eskizlerinde yapıyı net bir şekilde işlememiş, kasıtlı olarak bir şekilde eksik bırakmıştır. Görsel 7'de görüldüğü gibi Le Corbusier, Behzad'ın tasvirlerindeki gibi, eskizlerindeki tamamlanmamışlık biçimiyle mimari mekânı fiziksel varlığından kurtarmakta ve onu duysal bir deneyime dönüştürmektedir. Böylece mimariye ilişkin algı, onun mutlak bir fiziksel nesne veya plastik bir sanat eseri tanımıyla sınırlı kalmamaktadır. Mimari mekân temsiliindeki bu tamamlanmamışlık, o mekânı izleyicinin bilincinde her seferinde tekrar inşa etmektedir.



**Görsel 7.** Bursa Yeşil Caminin İki Farklı Plan Temsili: soldaki: Le Corbusier, plan eskizi, (Corbusier, L.,&Gresleri, 2002); sağdaki: Zemin Kat Mimari Plan (Yavaş, 2009, s. 596)

Le Corbusier bu caminin yapı stili, tarihsel özelliği, malzemesi, çini süslemelerini veya hacimlerinin net konumları hakkında bilgi vermekten kaçınmaktadır. Bunun yerine karanlıktan aydınlığa veya açık yüzeyli mekânlardan koyu yüzeyli mekânlara geçişte yaratılmış olan duyuşsal tepkileri keskin bir şekilde aktarmaktadır. Bu, mevcut bir yapının nesnel varlığını yeniden inşa etmek değil, onun deneyimsel bir haritasının yapılandırılmaya çalışıldığının bir göstergesidir. Örneğin lacivert çinilerle kaplı en karanlık bölüm olan hünkâr mahfili, beyaz mermer duvarlı büyük ortak mekânı net görececek şekilde konumlandırılmıştır (Görsel 5 ve Görsel 6).

Boyutsal açıdan küçük ve karanlık bir bölümden daha büyük ve aydınlık bir bölüme geçmek, mekânın kendini nasıl sunduğunu etkileyen duyuşsal bir deneyim yaratmaktadır. Burada hem cami hem de minyatür örneğinde görüldüğü üzere, beden mekânlar arasında süregelen bir akış halinde hareket ederek bir deneyim kazanmaktadır.

#### 4. Sonuç

Bu çalışmada Kemaleddin Behzad'ın incelenen her iki minyatüründe, mekânın bedensel deneyimi fenomenolojik bir okumayla yapılmış ve mekânın teknik yönleri diyaloga sokulmamıştır. Örneğin incelenen ikinci minyatürdeki hamam sahnesinde hikâyeye konu olan mahrem mekânlar, tüm kapı ve pencereler kapalıyken bile yapının cepheleri izleyiciye açıktır. Emir'e göre bu durum korunmak ve gizlenmek için değil, tam tersine göstermek ve açığa çıkarmak için uygulanan bir yöntemdir. Burada izleyicide uyandırılmak istenen etki, bir tek bakış açısının ötesinde olan bütünsel veya mutlak bir vizyon etkisidir. Bu bütünsel ve mutlak vizyon etkisine, cami örneğindeki hünkâr mahfilinde de ulaşılmaya çalışılmıştır. Yine bu vizyonda minyatür evrenindeki nesnelere kendi varlık alanını işgal eder ve hiçbir şeyin başka bir şeyin arkasında gösterilmesine izin verilmez (Emir, 2018, s. 196). Merleau-Ponty'e göre var olabilme, her şeyden önce herhangi bir sınırlama veya bakış açısının ötesinde, mekânın varlığına katılımdır (Merleau-Ponty, 2007, s. 363). Burada yalnızca mekân bağlamında bir tek bakış açısından bahsedilmemektedir. Minyatürlerde aynı zamanda ânlık değil, süregelen bir zaman algısı okunabilmektedir.

Çalışmada incelenen her iki minyatürdeki mimari yapıların biçimsel, tarihsel veya yapısal özelliklerinin göz ardı edildiği ve birer eylem mekânı halinde anlatıldıkları görülmüştür. Bu bağlamda incelenen minyatürlerde mekânı şekillendiren şey zamandır. Örneğin *Havarnak Kalesinin İnşası* adlı minyatürde mekânlar arası bir akış tasvir edilmediği halde bu resim mekân kavramının tanımını yapabilmek için önemli bir yol gösterici olarak okunabilir. Dolayısıyla Görsel 1'de her ne kadar asıl konu bir yapının inşası olsa da asıl mekân figürlerin bir eylem ve hareket halinde olduğu resmin mekânıdır. Bu çalışma Behzad'ın resim tekniğinin ötesinde, onun mekânı nasıl anladığıyla ilgilenmektedir. Burada mekân, bedenin hareketlerinin açığa çıktığı bir eylem ve bu eylem sonucu şekillenen bir yer olarak tüm ön yargılardan, zamansal ve mekânsal dayatmalardan arındırılmış bilinçsel bir inşa olarak okunmaktadır. Bu çerçevede her iki minyatür örneğinde olduğu gibi, Behzad'ın mekânı seyredilen resimsel bir obje olmaktan öteye taşıdığı görülmektedir. Burada sanatçı mekân ile beden arasında bir diyalekt kurmakta ve bunun sonucunda bir deneyim oluşturmaktadır. Böylece izleyiciye de her defasında bu deneyim aktarılabilmektedir. Bedenin mekândaki hareketi sonucu deneyim kazandığını belirten Strauss'a göre, beden mekânda hareket ettikçe mekân ile arasında karşılıklı bir etkileşim ve iletişim kurulmaktadır (Strauss, 1966, s. 21). Sonuç olarak resim sanatında zamanın bir tek âna indirgenmesi, mekânın seyredilen statik bir imaj olarak algılanmasına yol açmaktadır. Diğer taraftan, minyatürlerdeki gibi süregelen ve dinamik bir zaman anlayışı ise mekâna deneyimlenen dinamik bir gerçeklik kazandırmaktadır.

Le Corbusier'in cami eskizi ve Behzad'ın mekânsal tasvirinde, mimarının var olan salt nesnel temsillere indirgenmediği görülmektedir. Aksi halde mimarlık pratiği şartlandırılmış ve standartlandırılmış bir konumda yerini alacaktır. Oysa her ikisinin temsillerinde alternatif bir mekân kavramı önerilmektedir. Bu durumda Behzad'ın minyatürlerine her bakıldığında, mekân yeni anlamlar ve duygular üretmekte, canlı kalmakta ve deneyimlenmektedir.

Behzad minyatürlerinde mekânın süregelen bir zaman fikriyle okunmasını önermektedir. Bu piktoriyal mekânda mimari özelliklerin ötesinde, mekânın koreografik kurgusunun ön plana çıktığı görülmektedir. Dolayısıyla bu koreografide figürlerle birlikte seyirci de her defasında bir deneyim yaşamaktadır. Böylece ressam olayı ve mekânı, hareket ile ilişkilendirmiştir. Bu ilişki, ressamın zamanı nasıl anladığıyla ilgilidir ve

bir mekândan diğerine geçişi, dolayısıyla mimari yapının nasıl deneyimlendiğini öyküleyen bir ilişkidir. Bu sayede incelenen minyatürlerdeki mekân bir “durum mekânı” olmanın ötesinde, bir “olay mekânı” haline gelmektedir. Başka bir ifade ile statik bir mekân olmanın ötesinde, dinamik bir mekân olmaktadır.

Sonuç olarak, mimarlığın ne anlama gelmesi gerektiğine dair katı ve önyargılı kalıplara sokulması, mekâna dair bilinci geçmişin bir yerlerinde hapseder. Çünkü mekâna dair anlam, şeylerin ilk görüldüğü âna atıfta bulunur. Bir yapının bitmiş formu, tamamlandığı âni işaret eder ve orada kalır. Her ne kadar aslına sadık kalınarak gelecekte tekrar inşa edilse de, o form ilk tamamlandığı zamanı temsil eder. Fakat resim sanatında mimari mekânı kalıcı yapan şey, formun aksine bedensel eylemi ilk sıraya koyan tamamlanmamış halidir. Bu bağlamda mekâna dair anlam, her defasında zaman kavramının nasıl algılandığı ile ilişkili olmaktadır.

Behzad minyatürlerinde mekânı yaratmadan önce bedenin yolculuğuyla ilgilenmiştir. Bu, mimari cephe benzeri sınırları ortadan kaldırarak bedenin o mekânda hareket etmesini sağlama yöntemidir. Böylece resimsel anlamda mekân daha az tanımlanmış ve daha belirsiz bir biçimde temsil edilmektedir. Dolayısıyla bu makalede ele alınan örnekler görünüşte birbirleriyle ilgisiz gibi görünse de temelde aynı kaygıyı taşımaktadır. Hem Le Corbusier’in hem de Behzad’ın asıl ilgi alanı, mevcut gerçekliğin bir resminin ötesinde, beden ile mekânın duysal temasını temsil etmektir.

### 5. Extended Abstract

A lot of research has been done about Persian miniatures so far. Some of these studies were concerned with space in miniature art. However, the common feature of these works is to deal with how the miniatures deal with space in terms of style. In other words, they were interested in some geometric patterns and ornamental features of miniatures, which is a traditional art. In fact, these mentioned works are not wrong to see miniatures as a visual art form. Because the spaces built in miniatures are built with a series of pattern systems and thus a general composition is formed. However, while this study agrees with this approach in the representation of space in miniature art, it argues that the concept of time should not be ignored. Thus, it aims to read the perception of time of Persian culture in a certain historical process and how it shapes space through miniatures. In short, this study aims to create a logical and understandable discussion environment with data obtained from non-architectural sources, such as miniatures, in order to understand the space. In this context, this study, which examines space in terms of time, focuses on the actual experience of space, beyond its formal characteristics. Today, it is generally accepted that a traditional art belonging to a civilization should not be evaluated purely in terms of style, formal analysis or historical perspective. The meaning of the forms should not be ignored in the miniature art, in which the worldview, literary texts and spiritual reality, which is also dominant in Persian culture, are visualized with a symbolic language. In this context, two miniatures of the painter Kemaleddin Behzad were examined in the period of Hüseyin Baykara, who ruled in Herat, today's Afghanistan, between 1470 and 1500. This examination was made with a phenomenology-based interpretation method that is not based on form and technique.

An "ongoing" expression of time in miniatures enabled the space to be represented in a "fluid" perception. Here, time is not a single moment, nor is space depicted from a single point of view. Nevertheless, a multi-layered unity was created by establishing a kind of "relationship" between these multiple perspectives and moments of time. This shows that the space in miniatures is expressed as a "space of action", as a topographic plane on which the body can move. Undoubtedly, Behzad tried to create a mutual interaction between the viewer and the pictorial space in the art of painting, which appeals only to the sense of sight, and he succeeded in this. The secret of his success is that he has a multi-layered worldview that feeds the background in his works. This study followed the traces of the Sufism teaching in both miniatures of the artist. Finally, the construction of space in the painter's pictorial universe can be read in terms of the ideas of a mystical Sufi like Ibn Arabi about time and space.

Within the framework of all these, the argument of this study is based on the following: every space represented in the art of painting is represented by a time understanding. The way time is perceived is what shapes space. Just like a photographic frame, a momentary representation of time limits space in a static state to just a visual contact. However, the idea of an ongoing time allows space to be experienced.



This study, by reading the concept of space through miniatures, also tries to extract the message that miniatures give to architectural practice from between the lines. Accordingly, an architectural space is not merely a formal and structural art object. An architectural space as a construction of life is a topographic plane that allows all kinds of actions of the body. Just like the choreography that the painter uses in his miniatures, it is suggested that the architect should apply to a certain choreography in a space design. In his miniatures, the painter concentrates on what he really wants to convey and avoids all unnecessary details, sometimes with the expression of intertwined interior and exterior spaces, and sometimes with an attitude that rejects hierarchy. In this context, it emerges that the most important thing in the design of an architectural space is whether the plastic form of the building or the action space should not be ignored. With this approach, this study can be a research model to read space in terms of time in Behzad's miniatures. Thus, it is suggested as an alternative method to the methods that deal with the concept of space from a formal, historical and technical point of view.

**Keywords:** Architecture, Figurative Art, Spatial Experience, Movement, Time.

### Kaynakça

- Altuntaş, H. (2005). *Kur'an-ı Kerim Meâli* (Vol. 30). Diyanet İşleri Başkanlığı.
- Aşrafî, M. (1988). *İran'da Resmin Edebiyatla Eşzamanlılığı*. Çev: Rouin Pakbaz. Tahran: Negah Yayınları.
- Barry, M. A. (2004). *Figurative art in medieval Islam and the riddle of Bihzad of Herat (1465-1535)*. Flammarion.
- Brend, B. (2014). *The Khamsab of Nizami: a Timurid masterpiece*. <https://blogs.bl.uk/asian-and-african/2014/05/the-khamsab-of-nizami-a-timurid-masterpiece.html> [Accessed: 25 May 2019].
- Corbusier, L., & Gresleri, G. (2002). *Voyage d'Orient: carnets*. Electa architecture.
- Çüçen, A. K. (2012). *Martin Heidegger: varlık ve zaman*. Sentez Yayıncılık.
- Demirel, E., & Dündar, Z. (2018). Bihzâd'ın Minyatürleri: Minyatür Sanatında Zaman ve Mekânın İnşasına Dair İki Örnek. *Sanat Yazıları* 39, 249-262.
- Emir, N. E. (2018). *Lifting the veil from the face of depiction: Middle Eastern miniature painting in light of sufism and phenomenology*. Doktora Tezi, University of Amsterdam.
- Ettehad, A. *Iranian Storytellers*.  
[http://www.contemporarypractices.net/essays/volume%20XVI/V16\\_05\\_IRANIAN%20STORY%20TELLERS.pdf](http://www.contemporarypractices.net/essays/volume%20XVI/V16_05_IRANIAN%20STORY%20TELLERS.pdf) [Accessed: 12 January 2021].
- Ganjavi, N. *Khamsab*. Digitised manuscripts.  
[https://www.bl.uk/manuscripts/Viewer.aspx?ref=or\\_6810\\_f098v](https://www.bl.uk/manuscripts/Viewer.aspx?ref=or_6810_f098v) [Accessed: 20 September 2021].
- Grignon, I. (1996). Remarks on the concept of pictorial space in Islamic painting." *METU JFA* 16 45-57.
- Günaltay, Ş. (1922). *İslam tarihi*. Evkav-i İslamiye Matbaası.
- Hattstein, M. (Ed.). (2007). *İslam: sanatı ve mimarisi*. Literatür Yayıncılık.
- Hillenbrand, R. (1992). The Uses of Space in Timurid Painting. *Timurid Art and Culture: Iran and Central Asia in the Fifteenth Century*, 76-102.  
<https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/bursa/gezilecekyer/yesil-cami> [Accessed: 5 February 2022].
- İbn Arabî, M. (1971). *Fususul-Hikem*, çev. M. Gençosman, İstanbul.
- Kahraman, B. (1994). Heft Peyker Çevirileri ve Ali Şir Nevai'nin Seb'ai Seyyare'si. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (9-10), 345-366.
- Khan, O., & Hannah, D. (2008). Performance/architecture: an interview with Bernard Tschumi. *Journal of Architectural Education*, 61(4), 52-58. DOI: 10.1111/j.1531-314X.2008.00187.x
- Le Corbusier. (2018). *Mimarlık Öğrencileriyle Söyleşi*, Çev: Samih Rifat. *Yapı Kredi Yayınları, İstanbul*.
- Leatherbarrow, D. (2015). *Topographical stories: studies in landscape and architecture*. University of Pennsylvania Press.
- Subtelny, M. E. (1988). Socioeconomic Bases of Cultural Patronage under the Later Timurids. *International Journal of Middle East Studies*, 20(4), 479-505.
- Merleau-Ponty, M. (2007). *The Merleau-Ponty Reader*. Northwestern University Press.

Mütevazı, Y., Payam, B. & Negar. (2017). Sanatçının Aşkınında Ortak Bir Sanat Dünyasının Yararılması, David Hackney ve Kamaluddin Behzad'ın Eserlerinin Karşılaştırmalı Bir İncelemesi. *Görsel Sanatlar Araştırma Grubu*, 6/11. 47-61.

Nasr, S. H. (1969). 'The World of Imagination' and the Concept of Space in the Persian Miniature. *Islamic Quarterly*, 13(3), 129.

Özgül, G. E. (2012). Farklı Bir Görme Biçimi Olarak Tasvir: Matrakçi Nasuh'un Topografik Tasvirleri. *Millî Folklor Dergisi*, 5, 96, 170-189.

Pakbaz, R. (2008). Encyclopedia of art. *Tebzan: Contemporary Culture*.

Panofsky, E. (2020). *Perspective as symbolic form*. Princeton University Press.

Straus, E. W. (1966). Phenomenological psychology: the selected papers of Erwin W. Strauss. *Translated by E. Eng. London: Tavistock Publications*.

Tschumi, B. (1990). Spaces and Events, The Discourse of Events reproduced in Questions of Space. *London: Architectural Association*.

Yavaş, D. (2009). Bursa Yeşil Camide Yapılan Onarımlar. *Türk Dünyası Araştırmaları*, (183).

Yıldırım, S. (2017). Bursa Yeşil Cami Mihrabı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 47(1).

Yousef, M. H. (2014). *Ibn 'Arabî-Time and Cosmology*. Routledge.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %70/%30 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %70/%30 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# 1990'lı Yılların Kültürel İkliminde Sinemaya Gitme ve Seyir Deneyimleri: Konya Örneği

Özlem ÖZGÜR\* 

## ÖZ

Bu çalışma Yeni Sinema Tarihi Yaklaşımı çerçevesinde 1990'lı yıllarda Konya'da sinemaya gitme ve seyir deneyimlerine odaklanan nitel bir izleyici araştırmasıdır. Yeni Sinema Tarihi Yaklaşımı filmlere ilişkin metinsel yorumlamalar yapılmasını, yönetmen veya aktörlerle ilgilenilmesini yeterli bulmamakta, sinemayı sadece film izlenen bir mekân olarak da görmemektedir. Yeni Sinema Tarihi Yaklaşımı'na göre seyir mekânları içinde birçok belirleyici barındıran film tüketiminin sosyal alanlarıdır. Sinemaya gitmenin sadece perdedeki içeriğiyle değil, aynı zamanda gösterimlerin gerçekleştiği sonsuz çeşitlilikteki zaman ve mekânlarda nasıl şekillendiğinin ortaya koyulması gerektiği Yeni Sinema Tarihi yaklaşımının çıkış noktasını oluşturmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada 1990'lı yıllarda Konya'da yaşayan farklı sosyoekonomik statülerdeki bireylere olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılarak ulaşılmıştır. 5 kadın 7 erkekten oluşan 12 kişilik örneklem grubuna farklı araştırmaların bulguları göz önünde tutularak hazırlanmış sorular yöneltilerek yarı yapılandırılmış tek türlü görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerden elde edilen veriler tematik analiz yöntemi kullanılarak bulgulanmıştır. Analiz boyunca sürekli olarak ileri geri hareket edilmiş; kodlamalar ve kategoriler sürekli olarak kontrol edilmiştir. Böylece zengin ayrıntılar ve betimlemeler yapılarak 17 farklı temaya ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** 1990'lı Yıllar, Konya Sinemaları, Yeni Sinema Tarihi, Seyir Deneyimleri

## Experiences of Movie-Going and Viewing in the Cultural Climate of the 1990s: The Case of Konya

### ABSTRACT

This study is a qualitative audience research focusing on the experiences of going to the cinema and watching in Konya in the 1990s within the framework of the New Cinema History Approach. According to the New Cinema History Approach, viewing spaces are social areas of film consumption that contain many determinants. The fact that it is necessary to reveal how going to the cinema is shaped not only by its content on the screen, but also in the infinite variety of times and places where screenings take place, constitutes the starting point of the New Cinema History approach. Therefore, in this study, individuals with different socioeconomic statuses living in Konya in the 1990s were reached by using purposeful and snowball sampling methods from non-probability sampling methods. A sample group of 12 people consisting of 5 women and 7 men was asked questions prepared by considering the findings of different researches and semi-structured one-round interviews were conducted. The data obtained from these interviews were found by using thematic analysis method. Throughout the analysis, there was a continuous movement back and forth; encodings and categories were constantly checked. Thus, rich details and descriptions were made and 17 different themes were reached.

**Keywords:** 1990s, Konya Cinemas, New Cinema History, Cinematic Experiences

### 1. Giriş

1895 yılında Paris'teki ilk film gösteriminden birkaç sene sonra sinema filmleri gelişen teknoloji ve toplumsal etkilerle beraber kendine özel gösterim salonlarına kavuşmuş böylece seyir mekânları ortaya çıkmıştır. Bir seyir mekânı olarak sinema salonları izleyicilerin artan ilgisiyle zamanla sosyal hayatın içinde yerini sağlamlaştırmıştır. Bu süreçte "film izleme pratiği, sadece film perdesiyle değil filmin gösterildiği seyir mekânlarıyla, izleyicilerin belleğiyle ilişki kurmuştur (Kanbur, 2007, s. 113)". Çünkü sinema salonları sadece bir filmi izlemek için gidilen mekanlar değildir. Sinema salonları, insanları bir araya getiren karşılaştıran bir toplumsal mekân olma özelliğiyle, sosyalleşme bağlamında etkileyici ve şekillendirici rolü olan kilit kültürel paylaşım alanları olarak değerlendirilmektedir (Kirel, 2010, s. 102). Dolayısıyla filmler üzerine akademik çalışmalar yapan akademisyenler uzun zamandır sinemaya gitmenin sadece perdedeki içeriğiyle değil, aynı zamanda gösterimlerin gerçekleştiği sonsuz çeşitlilikteki zaman ve mekânlarla da şekillendiğini ortaya koymaya gayret etmişler (Maltby, 2011), sinemaya gitme deneyimleri, motivasyonları ve bu sosyal deneyimin sürükleyiciliği ile ilgilenmişlerdir. Araştırmacılar sinemaya gitmenin sosyal bir olay olduğunu açıklarken, sinema mekânının da bu sosyal olay çerçevesinde şekillenen bir kamusal alan

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, ozlemozgur@selcuk.edu.tr  
Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 05.06.2022



olduğunu da belirtmektedir. Ayrıca bu kamusal alanda şekillenen söz konusu sosyal deneyimin sinemaya gidilen dönemin koşullarından ve kültürel uygulamalardan çok da bağımsız olmadığını da altını çizmişlerdir (Van de Vijver & Biltereyst, 2013). Hatta Richard C. Allen (1990, s. 348) sinema tarihinin filmlerin sanki hiç izleyicisi yokmuş gibi veya herkes tarafından ve aynı şekilde izleniyormuşçasına izleyiciye önem verilmeksizin yazılmasının yeterli olmadığını dile getirmiştir. Benzer bir bakış açısına sahip olan başta Richard Maltby olmak üzere Lies Van de Vijver, Annette Kuhn, Daniela Treveri Gennari, Daniël Biltereyst ve Philippe Meers gibi araştırmacılar 1990'lı yıllarda başlayıp 2000'li yıllarda daha da yaygınlık kazanan “Yeni Sinema Tarihi”, yaklaşımını benimseyerek film metninin sinema tarihindeki merkezîyetini kutsallaştırmaktan çıkarmış, film izleme mekânları ve sinema seyircisine odaklanmışlardır.

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda bu araştırma Yeni Sinema Tarihi yaklaşımı doğrultusunda, 1990'lı yılların kültürel ikliminde Konya'da sinemaya gitme ve seyir deneyimleri üzerine odaklanmış nitel bir çalışmadır. Araştırmanın Konya ili özelinde yapılmasındaki belirleyici nokta Konya'nın oldukça eski bir sinema kültürüne sahip olmasıdır. Hakan Aydın (2008) “Sinemanın Taşrada Gelişim Süreci: Konya'da İlk Sinemalar ve Gösterilen Filmler (1910–1950)” isimli kapsamlı çalışmasında Konya'da ilk film gösteriminin 1910 yılında gerçekleştirildiğini, 1913 yılında da ilk sinema salonunun açıldığını, 1923 yılında ise Konya'nın ikinci sinema mekânının izleyicilerle buluştuğunu belirtmektedir. 1900'lü yılların başındaki bu iki deneyimin Konya'da daha sonraki yıllarda özel sinema salonlarının açılması noktasında güçlü bir arka plan oluşturduğunun altını çizmektedir. Hatta Aydın (2008) 1900'lü yıllardan günümüze sahipleri ve konuları değişse de bu salonlarda film izlemek üzere buluşan Konyalı izleyicilerin deneyimlerinin araştırılmasını ve söz konusu salonlarda gerçekleştirilen film gösterimlerinin şehrin kültürel dokusunu nasıl etkilediğinin bulgulanması gerektiğini de tavsiye etmektedir.

Araştırmada 1990'lı yılların merkeze alınmasındaki temel gerekçe ise, bu yılların gerek Türkiye gerek dünya için siyasal, sosyal ve ekonomik alanda kırılmaların derinden yaşandığı bir dönem olmasıdır. 12 Eylül sonrası Türkiye'de yaşanan kargaşa ve belirsizlik ortamı, 1990'lı yıllarda da kendini hissettirmiş, çift kutuplu dünya düzeninin de tarihe karışması ile birlikte küreselleşen dünya düzeni içerisindeki ekonomik ve politik değişim toplumsal yapıdaki birçok alana yansımıştır. Büyük sermaye sahiplerinin dahil olduğu bu küresel döngüde medya alanı da etkiyi hissetmiş ve geleneksel medya araçları için dönüşüm ve teknolojiye uyum zorunlu hale gelmiştir. Bu durum Türk sineması açısından ağır sonuçlar doğurmuş, Türk sineması “kendi evinde misafir haline gelmiş (Kırel, 2004, s. 50)”, Hollywood filmlerinin karşısında ciddi bir kan kaybı yaşamış, üretim krizi baş göstermiştir (Atam, 2011). Bu dönemde Türkiye'de yıllık üretilen film sayısı 10'a kadar düşmüştür (Pösteği, 2012, s. 30). Çekilen film sayısındaki düşüşle birlikte sınırlı imkanlar dahilinde çekilen Türk filmleri gösterim olanağını yakalayamamıştır. Bir yandan Amerikan dağıtım kuruluşlarının ülkeye girişinin yarattığı problemler bir diğer yandan özel televizyon yayıncılığının başlaması izleyici seçimlerinde belirleyici olmaya başlamış, Türk sinema sektörü için bu kriz giderek büyümüştür (Karakaya, 2014, s. 29). Bu dönemde Türk sinemasının ayakta kalabilmesi adına Avrupa'da Hollywood filmlerine karşı oluşturulan Euroimage Fonu'na üye olunmuştur. Euro İmage Fonu'nundan faydalanarak yapım ve dağıtım olanağı bulan ya da Kültür Bakanlığı'nın yapım projelerine sağladığı kaynakların yanında yönetmenlerin kendi imkânlarıyla birlikte sponsorluk desteği ile çektiği filmler bütün zor koşullara rağmen Türk sinema sektörünü ayakta tutmayı başarmıştır (Esen, 2010, s. 184-185). Özellikle 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren Türk sineması yeni bir başlangıç yapmış Asuman Suner'in Yeni Türk Sineması olarak adlandırdığı dönem başlamıştır. Suner (2006, s. 33-35) Yeni Türk Sineması'nın ortaya çıkışını aynı yıl gösterime giren Yavuz Turgul'un yönetmenliğini yaptığı Eşkya ve Derviş Zaim'in yönetmenliğini yaptığı Tabutta Röveşata filmlerini temel alarak iki farklı düzlemde ele almanın mümkün olduğunu belirtir. Çünkü Eşkya, Yeşilçam sinemasının ana izleklerini Hollywood tarzı iyi kotarılmış ve parlak bir görsel dille harmanlayarak, sadece gösterime girdiği dönemde gişe başarısı elde etmekle kalmayıp Türkiye'de popüler sinemanın defalarca başvuracağı formülü de yaratmıştır. Derviş Zaim'in Tabutta Röveşata filmi ise Türk sinemasında daha önce görülmemiş yalın, gösterişsiz ancak son derece vurucu yeni üslubu ile dikkat çekmiştir. Derviş Zaim'in bu yeni üslubuna benzer yaklaşım Zeki Demirkubuz, Nuri Bilge Ceylan, Yeşim Ustaoglu gibi Yeni Türk Sineması'nın sanat kanadını temsil eden yönetmenlerin filmlerinde de görülmüştür (Suner, 2006, s. 37; Karakaya, 2014, s. 75).

## 2. Yeni Sinema Tarihi Yaklaşımı

Maltby (2006, s. 85) sinema tarihinin daha fazla önem kazanması için, metinsel yorumlama uygulamalarını yapmaktan, Hollywood krallarıyla ve kraliçeleriyle ilgilenmekten çok, ünlülerin performanslarının izleyicilerin sıradan hayal dünyasında oynadığı rolleri ilgilendiren tarihler yazmaya çalışarak, parçası olduğu sosyal tarihle ilgilenmesi gerektiğini savunmakta ve bunun da “Yeni Sinema Tarihi” yaklaşımının benimsenerek gerçekleşeceğini iddia etmektedir.

Yeni Sinema Tarihi, filmi çeşitli izleyiciler tarafından tüketilen kültürel bir eser olarak tanımlamayı amaçlamaktadır. Çünkü izleyicinin filminden çıkardığı anlam sosyal kültürel bağlamlara derinlemesine gömülüdür (Allen, 2011). Bu alandaki araştırmalar, belirli yerlerin ve izleyicilerin mikrohistorileri ile karakterize edilmekte ve medyanın estetik, eleştirel ve yorumlayıcı boyutlarına dayanan bir tarih yazımından farklılaşmaktadır (Sedgwick, 2000).

Yeni Sinema Tarihi yaklaşımı çerçevesinde, sinemanın sosyal deneyimi üzerine odaklanan çalışmaların büyük bir çoğunluğu ampirik ve tarihsel bağlamları göz önünde bulundurmaktadır. Bu araştırmalar genellikle ABD, İngiltere ve film gösterim kültürünün kapsamlı bir şekilde araştırıldığı diğer bazı büyük Avrupa ülkelerinde yürütülmektedir (Meers, Biltereyst, & Van De Vijver, 2010). Söz konusu araştırmalarda sosyo- ekonomik, etnografik yöntemler kullanılarak, film izleyicilerinin seyir deneyimleri bulgulanırken, izleyicilerin heterojenliklerinin altı çizilmekte; sosyal, kültürel ve tarihsel koşulların önemi vurgulanmaktadır. Ayrıca akademisyenler, gerçek izleyicilerin günlük yaşamlarına ait sosyal, tarihsel ve kültürel bağlamda yaşadıkları deneyimlerle ilgilenmek amacıyla, belli başlı yerler, insanlar ve kronolojilerin yakın ve ayrıntılı çalışmalarına odaklanmak için geniş genellemeler ve büyük nicel araştırma tasarımları alanını terk etmişler (Van de Vijver, 2017), küresel sorulara yerel cevaplar arayarak vaka çalışmalarına önem vermişlerdir. Söz konusu araştırmalar 20. yüzyılın başlarındaki sinemaya gitme deneyimi; çocuklar, kadınlar, etnik ve diğer azınlık grupları gibi belli başlı film izleyicilerinin incelenmesi; sinema belleği ve hayranlık duyma; belli başlı filmlerin ve türlerin izleyici tarafından kabul edilmesi; üretim stratejileri, izleyicilerin kavrayışı ve filmlerin gerçek tüketimi arasındaki ilişki; izleyici kabulü ile dağıtım ve sergileme stratejilerindeki değişiklikler arasındaki bağlantı; büyük bir çeşitliliğe sahip izleyici topluluklarına yakından bağlı olan Hollywood sinemasının kültürel bir kaynak olarak sorgulanması gibi konularda çığır açan sonuçlara ulaşmıştır (Biltereyst, Lotze, & Meers, 2012). Bu sonuçlar içerisinde, filmlerin evrensel olarak dağıtılmamış olması, genel geçer bir kullanımının olmaması ve aynı koşullarda izlenmemiş veya deneyimlenmemiş olması Yeni Sinema Tarihi çerçevesinde gerçekleştirilecek olan izleyici araştırmalarının ana eksenini oluşturmuştur (Sedgwick, 2000).

Ayrıca Yeni Sinema Tarihi kapsamındaki çalışmalar ampirik ve tarihsel bağlamların yanında mekânın ve mekânsal dönüşümlerin de birbirine sıkı sıkıya bağlı olduğunu dile getirmekte (Massey, 2005), film gösterim mekanlarının tarihsel olarak araştırılmasını ve izleyiciler ile sinemaya gitme deneyimlerinin çeşitliliğinin kabul edilmesini teşvik etmektedir (Sedgwick, 2000). Hatta Meers ve Biltereyst (2012., 2012) geleneksel film çalışmalarının film deneyiminin mekansallığını göz ardı eden yaklaşımının aksine, bir mekân olarak sinema salonunu, sinemaya gitmeye ilişkin yapılandırılmış sosyal bir alan olarak tanımlamaktadır (Massey, 2005). Allen'a göre (2011); bu sosyal alan heterojenliğin alanıdır belli başlı sosyal etkileşim uygulamalarının bir ürünüdür. Sinemanın alanını kabul etmek, onun sosyallığını ve doğuştan gelen olaysallığını tanımlamak anlamına gelmektedir. Yaşananları olaylı kılan şey, belirli sosyal alanlardaki birden fazla bireysel yörüngenin benzersiz bir biçimde bir araya gelerek iletişime geçmesidir (Allen, 2011, s. 51). Bu yönüyle sinema salonları heterotopik mekânlardır. Foucault (1986) heterotopik mekan tanımlaması ile, sıradan gündelik alanın bariz sürekliliğini ve normalliklerini kesintiye uğratan çeşitli kurum ve yerlere işaret etmektedir. Gündelik toplumun aynılığına, basamaklılığına ve güncelliğine ötekilik kattıkları için, Foucault bu yerlere "heterotopyalar" adını vermiştir. Heterotopyalar diğer yerlerdir. Mezarlıklar, tiyatrolar kütüphaneler ve müzeler, fuarlar ve karnavallar, tatil kampları, hamamlar, saunalar, moteller ve sinemalar birer heterotopyadır ve buradaki deneyimler oldukça değerli ve çok çeşitlidir. Dolayısıyla sinema mekânı, bağımsız sosyal aktörlerin ortak sahip olduğu en somut şeydir; bu mekânın içinde film izlemek için bir araya gelerek her seferinde yeni ve oldukça farklı bir seyir deneyimi yaşarlar (Massey, 2005, s. 26-28).

### 3. Yeni Sinema Tarihi Çerçevesinde Türkiye'de Sinemaya Gitme ve Seyir Deneyimleri

Son on beş yılda Yeni Sinema Tarihi yaklaşımı yalnızca epistemolojik değil, bir dizi metodolojik aracın da araştırma repertuarının arasına katılmasını sağlamıştır. Tarih, antropoloji, sosyoloji ve hatta kent çalışmaları veya mimarlık gibi sosyal bilimlerin farklı alanlarındaki disiplinlerin veri toplama tekniklerinden ve analitik araçlarından yararlanarak sinema mekânları ve bu mekânların deneyimlenmesini çalışan araştırmacılar, yenilikçi yöntemleri kullanmakta daha isteklidir. Araştırmacıların bu yaklaşımı, yalnızca Türkiye'de sinema tarihine yeni bilgileri eklemekle kalmamış, aynı zamanda sinemaya dair çalışmalarda araştırmacıları masa başından da kaldırarak, nitelikli ampirik çalışmaların alanyazında önemli bir yer edinmesini sağlamıştır (Çam & Şanlıer Yüksel, 2020, s. 614). Böylece filmler sadece metinsel olarak analiz edilmemiş izleyiciler ve mekanların da dahil olduğu farklı araştırmalar literatüre kazandırılmıştır. Bu araştırmalar içerisinde Erkılıç (2009), Tanrıöver (2011), Akbulut (2014), Uçar İlboğa (2018), Şanlıer Yüksel ve Çam (2019), Kaya (2017), Gökmen ve Gür (2017) ve Öztürk (2013) gerçekleştirdikleri kapsamlı çalışmalarının bulguları ile dikkat çekmektedirler.

Erkılıç (2009) 2000'li yıllarda Türk sinemasının yeni seyircisinin genç üniversiteli bir kitle olduğunu, kadınların yeniden sinemaya gitmeye başladığı gözlemlemektedir. Tanrıöver (2011)'in gerçekleştirdiği çalışma da benzer bulgulara işaret eder. Tanrıöver (2011), sinemaya gitme alışkanlığını, genç, eğitilmiş, sosyoekonomik düzeyi yüksek ve kentlerin merkez mahallelerinde yaşayan, kent içinde dolaşabilen grupların gerçekleştirdiği bir kültürel pratik olarak tanımlanmaktadır. Benzer şekilde Akbulut (2014) sinemaya gitmenin, film izlemekten ibaret olmadığını toplumsal, siyasal ve kültürel bir deneyim olduğunu ifade etmektedir.

Uçar İlboğa (2018) araştırmasında katılımcıların eğitsel ve ekonomik koşullarının sosyal/kültürel etkinliklere katılımlarına ve sinema izleme pratiklerine yansımada belirgin bir farklılaşmanın olmadığını ortaya koymuştur. Ancak farklılaşmanın daha çok kadın ve erkek ayrımında kendini gösterdiğinin altını çizmekte, kadınların erkekler kadar sinemaya gitme noktasında özgür olamadıklarını vurgulamaktadır. Benzer şekilde Şanlıer Yüksel ve Çam (2019, s. 63-94) da Adana'da erken dönemde sinemaların erkek egemen alanlar olduğunu ve salt bir erkek eğlencesi olarak değerlendirildiğini; ulus-devletin inşası ve Türk modernleşmesi sırasında sinemanın araçsallaştığı, kadınların ve genç kızların bu bağlamda sinemayla bir araya geldiğini; 1960-1980 dönemindeyse sinemanın bu kez kadınlara evden çıkma, diğer kadınlarla toplumsallaşma ve şehri yeni biçimlerde deneyimleme imkânı vererek yeni bir kamusal alan oluşturduğunu ve bir biçimde özgürlük olanağı sağladığını bulgulamaktadır. Ancak Şanlıer Yüksel ve Çam (2019)'ın aksine Kaya (2017) 1950-1980 yılları arasında sinemaya gitmeyi tek bir sosyal deneyim potansiyelinde eritmek yerine farklı çatışmaların ve karşılaşmaların da yaşandığı bir mücadele alanı olarak bulgulamaktadır. Kaya (2017) özellikle sinemaya giden kadınların bu deneyimi diğer kadınlarla birlikte kolektif bir biçimde gerçekleştirmelerinde samimi ve eğlenceli olduğunun ancak kadınların eril baskılardan ve/veya tacizlerden kaçmak için de böylesi bir tercihte bulduklarının da göz önüne bulundurulması gerektiğinin altını çizmektedir.

Gökmen ve Gür'ün (2017) gerçekleştirdiği çalışmada ise açık hava sinemalarının filmle dolaylı olarak bir eğlence mekânı olmaktan öte bir sosyalleşme alanı olarak işlevleri olduğu saptanmıştır. 1950'li yılların sonu ile televizyonun ortaya çıktığı 70'li yıllara kadarki dönemde gidilecek eğlence mekânının yok denecek kadar azlığı, bu mekânlarda çok sayıda deneyimin bir arada yaşanmasını da beraberinde getirmiştir. Yani açık hava sinemaları, bireylerin bir taraftan film izleyerek eğlendikleri, bir taraftan da bir araya geldikleri, sohbet ettikleri, etkileşimde buldukları kültürel bir mekân olarak önem taşımaktadır. Benzer şekilde Öztürk (2013, s. 21) de insanların günlük deneyimlerinde açık hava sinemalarının istisna olmaktan ziyade merkezi bir yer tuttuğunu belirtmekte ve açık hava sinemalarında film izleme deneyiminin, katılımlı ve sözün görsellikle iç içe geçtiği bir kültür olduğunun altını çizmektedir.

Yukarıda sözü geçen araştırmalar nitel desenleri benimseyen çalışmalardır. Bu araştırmalarda nitel veri toplama tekniklerinden biri olan görüşme tekniği kullanılmış ve sözlü tarih yaklaşımından yararlanılmıştır. Araştırmaların bulgularından da anlaşılacağı üzere sözlü tarih, sözünü söyleyemeyenin kendisine birinci ağızdan ifade edebilme alanı yaratır. Toplumsal gerçekliğin yalnızca makro yapılarla değil, mikro düzeyde deneyimlerle ifadesini bulduğu bir alan olarak sözlü tarih çalışmaları, Türkiye'de sinema çalışmaları için de olanaklar sunmaktadır (Çam & Şanlıer Yüksel, 2020, s. 614).

#### 4. Araştırma Metodolojisi

##### 4.1. Örneklem

Bu araştırmada genelde nitel araştırmalarda tercih edilen olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden amaçlı ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmacı kendi kişisel gözlemlerinden hareket ederek, araştırmanın problemine uygun olduğunu düşündüğü katılımcıları araştırmaya dahil etmiştir. Bu katılımcıların tavsiyeleri ile de diğer katılımcılara ulaşılmıştır (Gürbüz & Şahin, 2018, s. 131-132). Farklı sosyo demografik özelliklere sahip, 1990'lı yıllarda Konya'da yaşayan 5 kadın, 7 erkek olmak üzere 12 katılımcı araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örneklem dahilindeki 7 katılımcı memleketleri Konya olduğu için Konya'da yaşadıklarını belirtirken, 5 katılımcı tayin, evlilik ve eğitim alma gibi gerekçelerle Konya'da yaşamaya başlamışlardır. Aşağıdaki tabloda katılımcıların cinsiyetleri ve 1990'lı yıllarda yaptıkları meslekler ayrıntılandırılmıştır.

**Tablo 1.** Katılımcıların cinsiyet ve meslekleri

| Katılımcı | Cinsiyet | Meslek                       |
|-----------|----------|------------------------------|
| K1        | Erkek    | Serbest meslek               |
| K2        | Erkek    | Serbest meslek               |
| K3        | Erkek    | İşçi                         |
| K4        | Erkek    | Zanaatkar                    |
| K5        | Erkek    | Zanaatkar                    |
| K6        | Erkek    | Üniversite Öğrencisi         |
| K7        | Kadın    | Memur                        |
| K8        | Kadın    | Avukat                       |
| K9        | Erkek    | Akademisyen                  |
| K10       | Kadın    | Hemşire/Üniversite Öğrencisi |
| K11       | Kadın    | Ev hanımı                    |
| K12       | Kadın    | Öğretmen                     |

##### 4.2. Yöntem

Bu araştırmada görüşmelerden elde edilen veriler, nitel araştırma desenlerinden tematik analiz yöntemi kullanılarak bulgulanmıştır. Bu yöntem, veri setini minimum düzeyde organize etmenin en uygun yollarından biri olması, zengin ayrıntılarla betimleme yapmanın mümkün kılınması ve esnekliği nedeniyle seçilmiştir (Braun & Clarke, 2006, s. 79). Tematik analiz, tüm veri seti arasında sürekli ileri geri hareket etmenin gerekli olduğu bir süreçtir (Braun & Clarke, 2006, s. 86). Braun ve Clarke (2006) ve Flick (2014) tematik analiz yapmak için altı temel adım özetlemiştir: 1. Verilere aşına olmak, 2. Başlangıç kodları oluşturmak, 3. Temalara ulaşmak, 4. Temaları gözden geçirmek, 5. Temaları tanımlamak ve adlandırmak, 6. Rapor üretmektir. Bu makalede esnek de olsa söz konusu adımlar izlenmiştir. Bu adımların her biri analiz sırasında atılmış olsa da süreç bu altı adımın gösterdiği kadar basit değildir. Sadece veri seti içinde değil, bu adımlar arasında da sürekli bir ileri geri hareket söz konusudur. Yani araştırmacı sürekli olarak geriye dönüp kontrol ederek ilerlemiştir.

##### 4.3. Veri Toplama Süreci

Yukarıdaki açıklamalar doğrultusunda araştırmacı aşağıdaki soruları katılımcılara yönlendirerek yarı yapılandırılmış görüşmeleri gerçekleştirmiştir. Ayrıca araştırma soruları hazırlanırken Yeni Sinema Tarihi yaklaşımı çerçevesinde sinemaya gitme ve seyir deneyimleri ile ilgili olarak gerçekleştirilmiş nitel araştırmalar (Kaya, 2017; Erkiç, 2009; Öztürk, 2013; Akbulut, 2014; Şanlıer Yüksel & Çam, 2019) göz önünde bulundurulmuştur.

- Kendinizi tanıtır mısınız?
- 1990'larda Konya'da yaşama gerekçeniz ne idi?
- 1990'lı yıllar sizin için ne ifade ediyor?
- 1990'lı yıllarda Konya'daki sinema kültürü nasıldı?
- 1990'larda Konya'da sinemaya gitmek pahalı bir eğlence miydi?
- Bu yıllarda hangi filmleri izlediniz?(Türk mü yabancı mı?) İsimlerini hatırlıyor musunuz?
- Bu dönemde izlediğiniz filmlerle ilgili aklınızda kalan sahneler replikler var mı?

- Filmler hangi sıklıkla değişirdi?
- Hangi salonlar vardı? Bu salonlar nerede idi?
- Sinemaya tek başınıza mı gidersiniz? Yanınızda kimler olurdu?
- Sinema salonları kadınlar için güvenlik açısından problemlili bir mekan mıydı?
- Konya'da bu yıllarda Açık hava sineması (yazlık sinema) var mıydı?
- Acaba bu yıllarda Konya'da sinema ve seyir deneyimlerinize ilgili unutamadığınız bir anınız var mı?

Yarı yapılandırılmış görüşmelerin tamamı araştırmacı tarafından gerçekleştirilecek olup, görüşmelerin büyük bir çoğunluğu yüz yüze ve pandemi şartları nedeniyle bir araya gelemeyen katılımcılar için internet ortamı üzerinden gerçekleştirilmiştir. Araştırmacı “ortaya çıkan kavramlar ve süreçler birbirini tekrar etmeye başladığı andan itibaren yeterli örneklem sayısına ulaşıldığı (Yıldırım & Şimşek, 2011, s. 115)” için çalışmaya yeni katılımcı eklemeyi durdurarak veri toplama sürecini sonlandırılmış ve kodlama aşamasına geçilmiştir.

## 5. Bulgular ve Yorumlar

### 5.1. 1990'lı Yıllara Duyulan Özlem ya da 1990'lı Yıllar Nostaljisi

Katılımcıların tamamı 1990'lı yıllarda kendilerine bir hayat kurmak için uğraştıklarını ifade etmişlerdir. Bu nedenle 1990'lı yıllar katılımcılar için koşturmacalı yıllardır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu iş hayatına atıldıklarını, mesleklerinde ilerlemeye ve aile kurmaya odaklandıklarını belirtirken, öğrenci olan 2 katılımcı eğitimlerini tamamlamaya çalıştıklarını ifade etmiştir. Evlenerek eşi ile birlikte Konya'ya gelen 1 katılımcı çevreyi tanımaya ve uyum sağlamaya gayret ettiğini belirtmiştir. Benzer bir durum öğretmen olarak ilk görev yeri Konya'ya tayin olan katılımcı için de geçerlidir. Ayrıca örneklem dahilindeki katılımcılar 1980'li yılların karmaşık ve kaotik ortamından sonra 1990'lı yıllarda büyük bir dönüşümün yaşandığını bu duruma o dönemde uyum sağlamakta zorlandıklarını ancak insan ilişkilerinin daha içten ve samimi olduğunu, birbirlerine daha saygılı olduklarını daha çok güvendiklerini dile getirmişlerdir. Dolayısıyla katılımcılar bu yılları özlemle anmakta, nostaljik bir bakış geliştirmektedir.

### 5.2. 1990'lı Yılların Makul Bilet Fiyatları

Katılımcıların tamamı 1990'lı yıllarda bilet fiyatlarının çok yüksek olmadığını, rahatlıkla gidebildiklerini ifade etmişlerdir. Ancak bir katılımcı o yıllarda öğrenci olduğunu ve okuyabilmek için de çalıştığını bu nedenle para sıkıntısının çok olmadığını ancak “paramı harcadığıma değsin diye düşünür bilet alırken çok seçici davranırdım” diyerek eklemiştir. Hatta K3 “sinema filmleri ucuzdu iki film oynardı filmin biri biterdi. 15 dakika ara olurdu. Sonra ikinci filmi izlerdik. Cüzzü fiyatlara film izlerdik. Ucuzdu yani. Biletleri almadan hiç girmezdik buna niyet de etmezdik çünkü uygun fiyatlara bilet alırdık” derken K8 de “uzun yıllar iki film için bilet aldık ama bu bizim bütçemizi zorlayacak düzeyde değildi” diyerek bilet fiyatlarının iki film için ödeme yapmalarına rağmen makul olduğunun altını çizmiştir. Benzer şekilde K5 de “aslında bu dönemde ekonomik sıkıntılar vardı ama sinemaya gitmek pahalı değildi. Abim İskenderun'dan buraya her 15 günde bir gelirdi. Bize 20 lira para verirdi biz haftada iki defa sinemaya giderdik. O zaman sigaraya da başlamıştık bu parayla sigara da alırdık, yol parası verirdik, Alaaddin Tepesi'nde bulunan kafeteryalarda bir şeyler içerdik. Abimin bir sonraki gelişine kadar paramız yeterdi. O yüzden kıyaslama yaptığımda paramızın yettiğini görüyorum. Demek ki o dönemde bilet fiyatları çok da pahalı değildi” diyerek bilet fiyatlarının bu dönemde bütçelerini zorlayacak kadar yüksek olmadığını belirtmektedir.

### 5.3. Yeme İçme Mekânlarına Dönüşmemiş Olan 1990'lı Yılların Sinemaları

Katılımcıların tamamı bu dönemde sinema salonlarında film izlemenin öncelikli hedefleri olduğunu, bilet fiyatlarına patlamış mısır ya da içeceklerin dahil olmadığını ifade etmişlerdir. K6, K7, K8 ve K9'un bu noktadaki düşünceleri oldukça dikkat çekicidir. K8 “Çok öyle yiyelim içelim demezdik. Yemek içmek bu kadar ön planda değildi. Arada salonlardan çıkardık çünkü salonlar çok dolu oluyordu temiz hava alalım diye çıkıyorduk. O esnada çay kahve içerdik” derken, K7 “Kızımı götürmeye başladım 1996 yılından sonra, ona bir mısır alıyordum, seviyordum. Ama öyle yiyelim içelim düşüncesinde olmazdık” diyerek benzer bir yaklaşımı benimsediğini dile getirmiştir. K6 ise “Mısır patlağına para vermiyorduk, küçük büfeler vardı,

film ara verdiğinde orada çay veya gazoz içer dönerdik salona” şeklinde düşüncelerini ifade etmiş yeme içme alanının sinema salonundan ayrı konumlandırıldığına altını çizmiştir. Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere 1990'lı yılların izleyicileri için film izleme deneyimi ön plandadır. Hatta K9 “Bu yıllarda salonlarda öyle çok şey yenilip içilmezdi, bu yüzden salonlarda şimdiki gibi ağır bir koku olmazdı, bu koku yüzünden de son yıllarda sinemaya gitmedim” diyerek son yıllarda gelişen yeme içme alışkanlıklarının sinemaya gitme noktasında caydırıcı olduğunu ifade etmektedir.

#### 5.4. Çok Kanallı Dönemin Yayın Çeşitliliğine Rağmen Tercih Edilen Sinema Salonları

Örneklem dahilindeki katılımcılar 1990'lı yıllarda çok kanallı döneme geçildiğini artan yayın çeşitliliğine rağmen sinemaya gitmeyi tercih ettiklerini ifade etmişlerdir. K6'nın bu noktadaki düşünceleri diğer katılımcıların görüşlerini özetler niteliktedir: “Bu dönemde yayın çeşitliliği vardı tabii kanal sayısı artmıştı çünkü ama filmler televizyonda geç yayınlanıyordu. Bizler de izlemek istediğimiz filmler Konya’da vizyona girdiğinde kaçırmak istemiyorduk, belki o film bir sene sonra televizyonda gösterilecek ya da hiç gösterilmeyecek. Bir de geniş ekranda, sinema salonunda izlemenin keyfi başkaydı hala da öyle en azından benim jenerasyonum için” diyerek bir filmi kendine özel mekânda, geniş perdede izleme deneyiminin önemine vurgu yapar.

#### 5.5. Kendine Vakit Ayırmanın Bir Yolu Olarak Kuaföre ya da Sinemaya Gitmek

Örneklem dahilindeki katılımcılardan K8'in sinemaya gitme deneyimleri ile ilgili olarak söyledikleri oldukça ilginçtir: “90'lı yıllarda hayatımın odak noktası hukuktu. Etrafımdakilerle hukuk sohbeti yapıyordum. Bu bazen sıkıcı olabiliyordu. Bu durum diğer avukat arkadaşlar için de geçerliydi. Biz de kuaföre ya da sinemaya giderdik, çoğunlukla da sinemaya giderdik çarşamba günleri, çünkü çarşamba günleri dava olmazdı adliyede. Adliye kapalı olduğu için icra dairesindeki dosyaları alırdık. İcra daireleri 90'lı yıllarda açılan Kent Sineması'nın bulunduğu binanın üst katındaydı. İcra dosyalarını alır yeni film gelmiş ise hemen girerdik. Salon genelde boş olurdu. Elimizde dosyalar, çantalarımız kendimizi sinemada bulurduk kendimiz beş arkadaş, hemen yerleşip film izlerdik, bu bizim için bir deşarj olma yoluydu. Sonra diğer avukatlar da bize özenip onlar da gelmeye başladılar” diyerek günlük hayatın yoğun temposundan ve stresinden kurtulmanın yolu olarak sinemayı tercih etmekte ve kendilerine vakit ayırarak kültürel bir ürünü deneyimlediklerini dile getirmektedir.

#### 5.6. Teatral Deneyimin Sürükleyiciliği: Sinema Salonundan Çıkamamak

Katılımcılardan K3 ve K12 sinemada film izlerken bazen zamanın farkında olmadıklarını bazen de farkında olsalar bile filmin sonunu merak ettikleri için salondan çıkmak istemediklerini bu yüzden de oturdukları yerlerin güzergâhındaki son otobüs seferini de kaçırdıklarını dile getirmişlerdir: K3 “Bazen yetişmezdi film, eve giden son otobüsü de kaçırdık, yürümek zorunda kaldık bir buçuk saat yürüdüğümüzü hatırlıyorum. Şikâyet de etmezdim çünkü filmin en heyecanlı yerini kaçırmayı hiçbirimiz istemiyorduk” derken, K12 de benzer bir duruma işaret etmektedir. K12 “Şimdiki eşim o zaman erkek arkadaşım. Filmin süresini de çok tahmin edemedik herhalde filme kaptırılmış kendimizi bir çıktık ki son otobüs de kalkmış. Bir başka filmde de fark ettik kalırsak otobüs kaçacak önceden tecrübeliyiz ya, ama filmin sonunu tercih ettik” şeklinde değerlendirmiştir. Dolayısıyla katılımcılar teatral deneyimin sürükleyiciliğine kapılarak sinema salonlarından çıkamamışlar ya da çıkmamayı tercih etmişlerdir.

#### 5.7. Kolektif Bir Deneyim Olarak Sinemaya Gitme

Araştırmanın örneğini oluşturan 12 katılımcıdan 9'u sinemaya kardeşleri, çocukları, eşleri arkadaşları, akrabaları veya komşularıyla birlikte gitmeyi tercih etmektedir. Bu katılımcılar tek başına sinemaya gitmenin kendileri için sıkıcı olabileceği için tercih etmediklerini bu yüzden de sinemaya gitme tekliflerini her zaman değerlendirdiklerini bu sayede sosyal ilişkilerini de geliştirdiklerini dile getirmişlerdir. K4'ün bu konudaki değerlendirmesi oldukça ilginçtir. K4 “Osman abi bizi mobilet ile götürdü. Biz bir mobilete beş kişi biner giderdik film izleyeceğiz diye. Kimse sinemaya gitmekten vazgeçmek istemezdi birimiz kalsa olmayacak hep birlikte giderdik” diyerek sinemaya gitmenin kolektif yönüne vurgu yapar.

### 5.8. Yeni Geline Bir Şehirde Yalnızlığın Panzehri Olarak Sinemaya Gitme

Katılımcılardan K10 ve K12 1990'lı yıllarda Konya'ya yeni geldiklerini çevreyi tanımadıklarını ve çok fazla arkadaşları da olmadığını bu yüzden sinemaya gitmeyi tercih ettiklerini dile getirmişlerdir. K12 "Konya benim ilk görev yerimdi öğretmen olarak gelmişim, kimseyi de tanıımıyordum. Çok da girişken değildi Konya insanı, ben de hafta sonları sinemaya gidiyordum. Yaklaşık bir sene sonra eşimle tanıştık, o zamana kadar hep yalnız gittim ve hep Kent Sineması'na gittim, diğer salonlara gitmekten çekinmişim. Sonra birlikte yine Kent Sineması'na gitmeye başladık" şeklinde bir yaklaşım geliştirirken, K3 de benzer bir şekilde "Konya'ya okumaya geldim o dönemde, küçük bir kasabadan geldim. Sonradan çok arkadaş edindim ama ilk zamanlar yalnızdım. Ben de maddi imkânlarım el verdikçe sinemaya ya da tiyatroya gittim, genelde de Kent Sineması'na giderdim" şeklinde bir açıklama yapmıştır. Dolayısıyla 1990'lı yıllarda Konya'ya farklı gerekçelerle yeni gelen, çevreyi çok iyi tanımayan bireyler için sinemaya gitme boş zamanlarını geçirmenin yanında yalnız olma durumlarına küçük de olsa bir çözüm olmuştur.

### 5.9. 1990'lı yıllarda Tarihe Karışan Yazlık Sinemalar

Katılımcıların tamamı 1990'lı yıllarda Konya'da yazlık sinema olmadığını, 1980'li yıllarda Emek Sineması'nın varlık gösterdiğini ancak 1990'lı yıllarda hiç aktif olduğunu görmediklerini veya yakın çevrelerinden duymadıklarını dile getirmişlerdir. Ayrıca katılımcılar yazlık sinemanın özlemini duyduklarını da ifade etmişlerdir. K2 "Yazlık sinema daha eğlenceliydi" derken, K3 "Eğlenceliydi akşam giderdik hatta Kültür Park civarındaki evlerde balkonlardan izlerdi insanlar" şeklinde bir açıklama getirmiştir. K7 de 1990'larda vardı ama faaliyet göstermiyordu. Ben 90'lardan önce bir akrabamızın evinin balkonundan izlerdim, çoğu filmi. Film izlemek için onların evine gider balkona dizilirdik. Keşke 90'larda da olsaydı" şeklinde benzer bir deneyimi dile getirmiştir. K4, K5, K6 K8, K9, K11 ve K12 yazlık sinemanın var olduğunu, perdesini gelip geçerken gördüklerini ancak hiç faaliyet göstermediğini belirtmişlerdir. K9'un yazlık sinema deneyimi ile ilgili olarak aktardıkları oldukça dikkat çekicidir. K9 "90'larda Konya'ya Egeli biri olarak geldim o yıllarda yazlık sinemalar vardı Ege'de. Ancak Konya'da faaliyet gösteren Emek Sineması kapanmıştı o yıllarda, perdesini görüyorduk oradan geçerken keşke olsa ben yokluğunu hissetmişim" diyerek Konya'ya farklı bir coğrafyadan gelen biri olarak eski izleme alışkanlıklarını geldiği şehirde devam ettirememenin üzüntüsünü dile getirmiştir.

### 5.10. Film İzleme Kültürü Kazanmak ve Kazandırmak için Gidilen Seyir Mekânları

Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcılardan K4 ve K10'nun sinemada film izleme kültürü ile ilgili olarak söyledikleri oldukça önemlidir. K4 bu yıllarda "Sinemaya gidip film izleme kültürü edindiğim" yıllardı derken benzer şekilde K10 "Küçük bir ilçede doğup büyüdüm ve Ezine'de sinema yoktu, ben 90'lı yıllarda Konya'ya geldikten sonra sinemaya gidip film izledim" diyerek Konya'da sinemaya gitme alışkanlığını edindiğini dile getirmiştir.

### 5.11. Aile içinde Öğrenilen Bir Alışkanlık Olarak Sinemaya Gitme

Araştırmanın katılımcılarından K7 sinemaya gidip film izleme alışkanlığının aile içerisinde kazanıldığına dikkat çekmiştir. K7 "Babam rahmetli çok aydın bir insandı. Sinemayı da çok severdi. Bizleri de hep götürdü. Ben babamdan edindim sinemaya gitme alışkanlığını. Kızıma da öğretmek istedim. Bu nedenle de 1990'lı yıllar kızımın sinemaya gittiğimiz yıllar. Hep götürdüm onu, izleyebileceği filmlere, çok çizgi film izlemişliğim vardır sinemada, şimdi kızım Ankara'da yaşıyor ve sinemaya gitmek için vakit ayırıyor. Onun da kızı var, o da kızına aşılayacaktır diye düşünüyorum" diyerek sinemaya gitme alışkanlığının aile içinde kazanılan bir deneyim olduğu noktasına dikkat çekmiştir.

### 5.12. Homososyal Bir Seyir Mekânına Dönüşen "Zafer Sineması"

Katılımcılar bu dönemde Zafer Sineması'nın şehrin tam merkezinde erotik filmleri gösteren bir salon olduğunu ve izleyicilerinin de erkeklerden oluştuğunu belirtmişlerdir. Bu durumun Konya'da sinemaya gitme kültürünü olumsuz etkilediğine dikkat çekmişlerdir. K7 "Keşke Zafer sineması gibi bir sinema olmasaydı, birçok insanın sinemaya gitme alışkanlığı kazanmasını negatif yönde etkiledi" derken, K11 "Konya'ya evlenerek geldim. Eşimle sinemaya giderdik ama benim yalnız ya da bir arkadaşımınla gitmeme

sıcak bakmazdı. Hep ikimiz gittik. Onun bu tutumu farklı filmleri gösteren sinemaların varlığıydı” diyerek benzer noktaya dikkat çekmiştir. K8’in bu konudaki açıklamaları oldukça önemlidir: “Bu Zafer’deki sinemadan caddeye çıkışlar olurdu. Bir erkek ordusu çıkardı, sigara kokusu yayılırdı etrafa. Bu manzara da insanların sinemaya gitme noktasında çekimser kalmalarına neden oluyordu, özellikle de kadınların” diyerek dönemin erotik filmlerini gösteren salonların sinemaya gitme noktasında negatif etkisinin altını çizmiştir.

### 5.13. Kadınların Kendini Güvende Hissettiği Seyir Mekânı Olarak “Kent Sineması”

Örneklem dahilindeki kadın katılımcıların sadece ikisi sinemaya yalnız gittiklerini ve her zaman Kent Sineması’nı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Sinemaya arkadaşları veya ailelerinden birileriyle giden diğer 3 kadın katılımcı da benzer şekilde Kent Sineması’nı tercih etmiştir. Kadın katılımcıların yalnız veya gruplar halinde sinemaya gitmeleri izleme mekânı tercihlerinde bir değişikliğe neden olmamıştır. Kent Sineması’nın seyir ortamında kendilerini güvende ve rahat hissettikleri için böyle bir tercih yapmışlardır.

### 5.14. Günümüzün Teknolojik İmkânlarıyla “Saray Sineması’nda” Film İzlemek

Örneklem dahilindeki katılımcılardan K7 Saray Sineması’nın ortamının geleneksel seyir mekanının özelliklerine sahip olduğunu belirtmektedir. K6 “ Saray Sineması tam bir sinemaydı, locası vardı mesela sonradan kullanıma kapandı ama varlığı ayrı bir hava katıyordu. Geniş bir sahanlığı vardı. Küçük bir de büfe bulunurdu köşede. Arada büfeden bir şeyler alır sahanlıkta yerdik. Sonra film izlemeye salona geçerdik. Dediğim gibi bu anlamda Saray Sineması tam bir sinemaydı. Günümüzün teknik olanaklarıyla Saray Sineması’nda film izlemeyi isterim” diyerek, mekânın seyir deneyimlerindeki önemine vurgu yapar.

### 5.15. Kendi Evinde Misafir Olan Türk Filmleri

Katılımcıların tamamı 1990’lı yıllarda sinemada çoğunlukla yabancı filmleri izlediklerini ve bu filmleri gösteren Kent Sineması’nı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Sadece dört katılımcı bu dönemde Türk filmlerine ağırlık veren Saray Sineması’nda da Eşkriya, Balalayka, Salkım Hanım’ın Taneleri, Tabutta Röveşata gibi Türk sinemasının kültleşmiş filmlerini izlediklerini dile getirirken, bu dönemde çok daha fazla yabancı film izlediklerinin de altını çizmiştir.

### 5.16. Farklı İnsanlarla Tanışmaya Olanak Tanımayan Seyir Mekânları

Katılımcılardan K7, K8 ve K9 bu dönemde sinema salonlarında film izledikten sonra ya da arada sadece birlikte geldikleri insanlarla konuştuklarını ancak bu mekânlarda kendileriyle birlikte film izleyen insanlarla film ve oyuncular üzerine konuşmak tanışmak istediklerini ancak böyle bir olanağı hiçbir zaman yakalayamadıklarını dile getirmişlerdir. Dolayısıyla 1990’lı yıllarda Konya’daki sinema salonları yeni insanlar tanıyıp ilişki geliştirmek için uygun mekânlar değildir.

### 5.17. 1990’lı Yıllarda Ritüelleşen Sinemaya Gitme Deneyimleri

Araştırmanın örneklemini oluşturan katılımcıların büyük bir çoğunluğu daha önce de bahsedildiği üzere 1990’lı yıllarda sinemaya yakın çevrelerinden insanlarla gitmeyi tercih etmiştir. Sinemaya gitme sıklıkları çoğunlukla filmlerin gelişine göre değişmekle birlikte günlük hayatın akışı içerisindeki sorumluluklardan vakit bulabildikleri oranda pozitif yönlü ilerlemiştir. Ancak K9 sinemaya gitmeyi düzenli bir biçimde gerçekleştirmiştir. K9 “Konya’da o dönem akademisyenler, öğretmenler ve doktorlardan oluşan bir arkadaş grubum vardı. Bu grupla evlerimizde bir araya gelirdik ve çoğunlukla sinemaya giderdik. Her Cuma sinema günümüzdü eğer yeni film gelmişse biz hemen en uygun seansa bilet alırdık” diyerek sinemaya gitmenin kendisi ve görüştüğü sosyal çevresi için ritüele dönüştüğünü dile getirmektedir.

## 6. Sonuç ve Tartışma

Araştırmanın örneklemini oluşturan farklı sosyo ekonomik statüdeki bütün katılımcılar için 1990’lı yıllar özlem duyulan, sevilen insan ilişkilerinin saygıya dayandığı yıllardır. 90’lı yıllarda sinemaya gitme gelenekselleşmiş boş zaman etkinliği olmanın yanı sıra günlük hayatın koşuşturmacası içerisinde fırsat



kollayıp yaratılan boş zamanında da etkinliği olmuş, hatta sinemaya gitmek kendine vakit ayırmanın bir yolu olarak nitelendirilmiştir.

Bu yıllarda bilet fiyatlarının uygunluğu ve Konya'da sosyal imkânların sınırlı olması katılımcıların sinemaya gitmeyi tercih etmeleri noktasında temel belirleyici gerekçeyi oluşturmuştur. Katılımcılar çoğunlukla sinemaya aile ya da arkadaşlarıyla kolektif bir biçimde gidip deneyimlemişlerdir. Dolayısıyla 1990'lı yıllarda sinemaya gruplar halinde gidip filmleri topluca izleme alışkanlığı var olan kişilerarası ilişkilerin sürdürülmesi ve dönüştürülmesi açısından olumlu bir etkiye sahiptir. Grup olarak gerçekleştirilen aktivitenin çekiciliği katılımcılar için önceliklidir. Ancak sinema salonları insanların birbirleriyle tanışıp iletişim kurma noktasında olumlu bir etkiye sahip değildir. Bu noktada seyir mekânları kişilerarası ilişkilerin kurulmasına imkân tanımamaktadır. Ayrıca araştırmanın bulgularına göre az sayıdaki katılımcı için seyir mekânlarında yalnız olmakta bir sakınca yoktur. Ancak bu durum kadınlar için biraz daha farklılaşmaktadır. Kadınlar için ister grupla gidilsin ister yalnız gidilsin sinema salonlarının güvenliği ve gösterdiği filmin içeriği seyir mekânlarında bulunma noktasında belirleyici olmuştur. Bu dönemde erotik içerikli filmleri gösteren salonlar sadece erkeklerin bir araya gelerek film izledikleri homososyal seyir mekânlarına dönüşmüştür. Bu nedenle kadınlar için bu salonlardan uzakta olmak bir zorunluluk haline gelmiştir. Erotik filmleri gösteren sinemaların varlığı bu dönemde sinemaya gitme ve seyir kültürünün gelişmesi noktasında olumsuz etkilere sahip olduğu katılımcıların işaret ettiği önemli bir noktadır.

Katılımcılar için 1990'lı yıllarda yazlık sinemanın var olup aktif olmaması üzüntü vericidir. Yazlık sinema eğer aktif olmuş olsaydı mutlaka gideceklerini sinema salonlarından daha eğlenceli bulduklarını dile getirmişlerdir. Bu durum gerek Gökmen ve Gür (2017)'ün gerekse Kaya (2017)'nin çalışmalarında belirttikleri açık hava sinemalarının sunduğu doğal ortam ve hareket serbestliğinin buralarda daha şenlikli bir seyir deneyimi sunduğu noktasındaki saptamalarını destekler niteliktedir.

Örnekleme dahilindeki katılımcıların büyük bir çoğunluğu 1990'lı yıllarda seyir mekânlarında film izlerken Türk filmlerine öncelik vermemişlerdir. Bu durum Kırel (2004)'in 1990'lı yıllar Türk filmlerinin kendi evinde misafir olduğu ve dönemin sinema salonlarında genellikle Amerikan filmlerinin gösterildiği dikkat çektiği çalışması ile paralellik göstermektedir.

Katılımcıların tamamı sinema salonlarında film izlemeyi 1990'lı yılların çok kanallı dönemindeki yayın çeşitliliğine rağmen tercih etmişlerdir. Bu tercihteki belirleyici teatral deneyimin çekiciliği olmuştur. Hatta katılımcılar bu yıllarda sinema salonlarında yeme içme yerine, seyir mekânında film izlemenin ön planda olduğunu, günümüzde sinema salonlarında bir şeyler yiyip içmenin ön planda olmasını yadırgamakta ve doğru bulmamaktadır. 1990'lı yıllardaki sinema kültürünün daha çok film izleme üzerine kurulu olduğuna dikkat çekmektedir. 1990'lı yılların film izleyicileri, sinemaya giderek filmlere özel seyir mekânlarında film izlemenin önemli bir kültür olduğunu ve bunun küçük yaşlarda aile içinde öğrenilebileceğini ya da ilk gençlik dönemlerinde bireylerin seyir mekânlarına giderek böyle bir kültürü kazanabileceklerini vurgulamaları da oldukça dikkat çekicidir.

Yeni Sinema Tarihi yaklaşımı çerçevesinde gerçekleştirilen bu çalışmada sinemaya gitmenin sosyal yönüne odaklanılmıştır. Seyir mekânları olan sinema salonları sadece bir filmin gösterimi için bir servis penceresi olmaktan ziyade içerisinde birçok faktörü bulunduran bir filmin tüketiminin sosyal alanıdır ve oldukça geniş bağlamlar içerisinde bir dizi sosyal aktiviteyi içermektedir. Seyir mekânları ve seyir deneyimleri üzerine araştırmalar yapanlar için oldukça zengin bir veri kaynağı içermektedir.

## 7. Extended Abstract

This study is a qualitative audience research focusing on the experiences of going to the cinema and watching in Konya in the 1990s within the framework of the New Cinema History Approach. According to the New Cinema History Approach, viewing spaces are social areas of film consumption that contain many determinants. The fact that it is necessary to reveal how going to the cinema is shaped not only by its content on the screen, but also in the infinite variety of times and places where screenings take place, constitutes the starting point of the New Cinema History approach. Therefore, in this study, individuals with different socioeconomic statuses living in Konya in the 1990s were reached by using purposeful and snowball sampling methods from non-probability sampling methods. A sample group of 12 people consisting of 5 women and 7 men was asked questions prepared by considering the findings of different

researches and semi-structured one-round interviews were conducted. The data obtained from these interviews were found by using thematic analysis method. Throughout the analysis, there was a continuous movement back and forth; encodings and categories were constantly checked. Thus, rich details and descriptions were made and 17 different themes were reached.

In the 90s, in addition to being a traditional leisure activity, going to the cinema was also an activity in the free time created by looking for opportunities in the hustle and bustle of daily life, and even going to the cinema was described as a way to spare time for yourself. In these years, the appropriateness of ticket prices and the limited social opportunities in Konya constituted the main determining reason for the participants to prefer to go to the cinema. Participants often went to the cinema collectively with family or friends and experienced it. Therefore, in the 1990s, the habit of going to the cinema in groups and watching films collectively has a positive effect on the maintenance and transformation of existing interpersonal relationships. The attractiveness of the activity carried out as a group is a priority for the participants. However, movie theaters do not have a positive effect on how people meet and communicate with each other. At this point, the viewing places do not allow the establishment of interpersonal relations. In addition, according to the findings of the research, there is no harm in being alone in the viewing places for a small number of participants. However, this situation is a little different for women. For women, whether they go with a group or alone, the safety of the movie theaters and the content of the film they show have been decisive in the note of being in the viewing places. In this period, the halls showing films with erotic content turned into homosocial viewing places where only men came together and watched movies. For this reason, it has become a necessity for women to be away from these salons. The existence of cinemas showing erotic films is an important point pointed out by the participants that they have negative effects on the development of cinema going to the cinema and viewing culture in this period.

It is a pity for the participants that the summer cinema existed in the 1990s and was not active. They stated that if the summer cinema had been active, they would definitely have found it more entertaining than the movie theaters. This supports the findings of both Gökmen and Gür (2017) and Kaya (2017) that the natural environment and freedom of movement offered by open-air cinemas offer a more festive viewing experience in these places.

The majority of the participants in the sample did not give priority to Turkish films while watching films in viewing places in the 1990s. This situation is in line with Kirel (2004)'s remarkable work in which Turkish films in the 1990s were guests in his own house and American films were usually shown in the cinemas of the period. All of the participants preferred to watch movies in cinema halls despite the variety of broadcasts in the multi-channel period of the 1990s, and the decisive factor in this choice was the attractiveness of the theatrical experience. In fact, the participants do not find it strange and correct that in these years, instead of eating and drinking in movie theaters, watching movies in the viewing space is at the forefront, and that eating and drinking in cinema halls is at the forefront today. He points out that the cinema culture of the 1990s was mostly based on watching films.

It is also quite remarkable that the film viewers of the 1990s emphasized that it is an important culture to go to the cinema and watch movies in the viewing places specific to the films and that this can be learned in the family at a young age or that individuals can gain such a culture by going to the viewing places in their early youth. This research, which was carried out within the framework of the New Cinema History approach, focused on the social aspect of going to the cinema. Movie theaters, which are viewing spaces, are not just a service window for the screening of a film, but a public space of consumption of a film that contains many factors and includes a range of social activities in a wide range of contexts.

**Keywords:** 1990s, Konya Cinemas, New Cinema History, Cinematic Experiences

#### Kaynakça

Akbulut, H. (2014). Sinemaya gitmek ve seyir: bir sözlü tarih çalışması. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırma Dergisi*, 2,1-16.

- Allen, R. (2011). Reimagining the History of the experience of cinema in a post-cinemagoing age. R. Maltby, D. Biltereyst and P. Meers in (41-57). *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies*. Oxford: Wiley- Blackwell.
- Allen, R. (1990). From film exhibition to the history of film reception: Reflections on the audience in film history. *Screen*, 31 (4), 347-56.
- Atam, Z. (2011). *.Yakın plan yeni Türkiye sineması.* . İstanbul: Cadde Yayınları. .
- Aydın, H. (2008). Sinema taşrada gelişim süreci: Konya'da ilk sinemalar ve gösterilen filmler 1910-1950. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 61-74.
- Biltereyst, D., Lotze, K. & Meers, P. (2012). Triangulation in historical audience research: Reflections and experiences from a multimethodological research project on cinema audiences in Flanders. *Participations: journal of Audience And Reception Studies*, 9(2), 690-715.
- Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, (3) 2. 77-101.
- Çam, A., Şanlıer Yüksel, İ. (2020). Türkiye sinema mekânları, seyir ve seyirci araştırmaları bibliyografyası: Yaklaşımlar, kaynaklar ve yöntemler. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 18(36), 593-692.
- Erkılıç, H. (2009). Düş şatolarından çoklu salonlara değişen seyir kültürü ve sinema. *Kebikeç*, 27, 143-162.
- Esen, Ş. (2010). *Türk sinemasının kilometre taşları*. İstanbul: Agora Yayıncılık.
- Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research*. London: Sage.
- Foucault, M. (1986). Of other spaces. *Diacritics*, 22-27.
- Gökmen, E., Gür, H. (2017). Yazlık açık hava sinemaları: Sinema mekanlarının sosyal bir alan olarak işlevleri. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5 (2), 2-18.
- Gürbüz, S., Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kanbur, A. (2007). Seyir içinde belleğin seyri unutuşun ve hatırlamanın sancısı ve Ömer Kavur filmlerinde toplumsal tarihin bireye yansması. D. Bayraktar (Ed.). *Türk Film Araştırmalarında Yeni Yönelimler* içinde (s. 113-120). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Karakaya, S. (2014). *Doksanlı yıllarda Türk sineması*. İstanbul: Gece Kitaplığı.
- Kaya, D. (2017). Eski İzmir sinemaları ve Yıldız Sineması: Mekân, toplum, seyir. *Sinecine*, 8(2), 93-138.
- Kirel, S. (2004). Kendi evinde misafir: Evsizleşen ulusal sinemalara bir örnek olarak Türk sineması. N.Türkoğlu (Ed.). *Renkli Atlas* içinde (s. 99-124). İstanbul: Babil Yayınları.
- Kirel, S. (2010). *Kültürel çalışmalar ve sinema*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınları.
- Maltby, R. (2006). On the Prospect of Writing Cinema History from Below. *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, 9 (2), 74-96.
- Maltby, R. (2011). New cinema histories. R. Maltby, D. Biltereyst & Ph. Meers (Eds.), *Explorations in New Cinema History: Approaches and Case Studies* in (p.3-40) Oxford: Wiley-Blackwell.
- Massey, D. (2005). *For Space*. London: Sage.
- Meers, P., Biltereyst, D. & Van De Vijver, L. (2010). Memories, movies and cinema-gonig: An oral history project on film culture in Flanders (Belgium). *Film-Cinema-Spectator: Film Reception*, 24, 319-337.
- Meers, P., Biltereyst, D. (2012). Film audiences in perspective: The social practices of cinema-going. H. Bilandzic, G. Patriarche & P. J. Traudt (eds). *The social use of media: cultural and social scientific perspectives on audience research* in (p. 124-140). Chicago: Intellect/University of Chicago Press.
- Öztürk, S. (2013). Türkiye'de sinema mekanlarını sözlü tarih üzerinden anlamak . *Milli Folklor*, 25 (98), 18-31.
- Pöstecki, N. (2012). *1990 sonrası Türk sineması*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Sedgwick, J. (2000). *Popüler filmgoing in 1930s Britain: A choice of pleasures*. Exeter: University of Exeter Press.
- Suner, A. (2006). *Hayalet ev: Yeni Türk sinemasında aidiyet, kimlik ve bellek*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Şanlıer Yüksel, İ., Çam, A. (2019). Adana sinema tarihinden kadınların seyir deneyimine dair fragmanlar. *Kültür ve İletişim*, 22(44), 63-94.
- Tanrıöver, H. (2011). *Türkiye'de film endüstrisinin konumu ve hedefleri*. İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi Yayınları.

Uçar İlboğa, E. (2018). 1960-1970'li Yıllarda Antalya'da sinema izleme deneyimleri. *İlef Dergi*, 5(1), 61-90.

Van de Vijver, L. (2017). The cinema is dead, long live the cinema! Understanding the social experience of cinema-going today. *Participations*, 14(1), 129-144.

Van de Vijver, L. D. Biltereyst. (2013). Cinemagoing as a conditional part of everyday life. Memories of cinemagoing in Ghent from the 1930s to the 1970s', *Cultural Studies*, 27 (4), 561-584.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Basit Nakış Tekniklerinin Giysi Tasarımında Kullanım Alanları ve Giysi Örnekleri

Ahu Fatma MANGIR\*   
Müşerref ÇAKIR\*\* 

## ÖZ

Giysi tasarımında uygulanan süsleme tekniklerinden basit nakış teknikleri, giysilerin estetik görünümüne hizmet eden, temeli ilk insanlık tarihi kadar eski olan geleneksel tekniklerdir. Basit nakış teknikleri, giysi tasarımlarında özellikle yaka ve yaka çevresi, kol ağzı, ön ortası, etek ucu gibi alanlara uygulanmaktadır. Farklı tekniklerin birlikte ya da yalnız kullanımıyla sınırsız görünüm elde edilebildiği bu tekniklerle tasarımcılar, ürünlerini estetik görünümüne kavuşturmakta aynı zamanda diğer tasarımlardan farklılaşmasını sağlamaktadırlar. Çağdaş tasarımlarda el emeğine dayanan basit nakış tekniklerinin kullanımı günümüz tasarımcıların tasarımlarına çalışmanın amacı, giysi tasarımında kullanılan basit nakış teknikleri hakkında bilgi vermek ve bu tekniklerin kullanımı ile oluşturulmuş farklı giysi tasarımları oluşturmaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, basit nakış teknikleri ile ilgili bilgileri derleme ve konu ile ilgili örnek çalışma yapabilme olanağı sunan betimsel yöntem tercih edilmiştir.

Belirlenen amaç ve yöntem doğrultusunda çalışma kapsamında, süsleme detaylarına ağırlık verilen sekiz adet giysi tasarımı yapılmıştır. Tasarımlarda farklı kumaşlardan üretilen giysilerin süslemesinde, farklı malzemeler, farklı basit nakış teknikleri ile kullanılmıştır. Çalışmada, her giysi tasarımı için bir pafta hazırlanmıştır. Her bir tasarım için hazırlanan pafta içeriğinde giysinin dijital ortamda hazırlanmış illüstrasyon çizimine, teknik çizimine ve motif, desen çizimine yer verilmiştir. Ayrıca desen ayrıntı görselleri ve nihai ürün görsellerinin yer aldığı paftalarda ürünün model ve süsleme özellikleri de açıklanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Süsleme, İşleme, Elde Nakış, Giysi Tasarımı

## Application Fields of Simple Embroidery Techniques in Clothing Design and Embroidery Patterns

### ABSTRACT

Simple embroidery techniques are one of the ornamental methods which serve the aesthetic appearance of clothing and all are traditional applications began its origin as old as human history. They are used in clothing designs especially for the areas such as neck, neck circumference, arm pain, front center, hemline. Designers provide aesthetic impression of their products and at the same time differentiate them from other designs with simple hand embroidery techniques where unlimited appearance can be obtained with the use of different methods employed, either alone or together. Applied simple hand embroidery techniques based on hand work in contemporary designs add cultural values, sustainability and originality into the designs of today's designers. The aim of this study is to provide information about simple embroidery techniques and to create different clothing design with this technique. For this aim, we apply descriptive method in this study which gives chance to unify information from simple embroidery techniques and work with this case. In the context of article aim and method, eight clothing design focusing mostly embroidery details were created.

Different materials are applied with various simple hand embroidery techniques in the decoration of clothing made from different fabrics in designs. In this study, technical illustrations are prepared for each clothing designs. These drawings for each designs cover digital, technical, motifs and patterns aspects of the clothes. The model and decoration features of the products are also explained in these illustrations with pattern details and final product images.

**Keywords:** Decoration, Embroidery, Hand Embroidery, Clothing Design

### 1. Giriş

Süsleme, mimariye ya da giysiye yapılan detay ve eklemelerle estetik görüntüyü arttırma, uygulandığı ortamda dikkatleri toplama sanatıdır. Süsleme sözcüğü genelde bu anlamdaki her çeşit çalışmayı kapsadığı halde daha çok taşınabilir nesnelere üzerindeki estetik etkinlikleri anlatmak için de kullanılır (Sözen & Tanyeli, 2011, s. 287). Küçük el sanatlarında, tekstilde, aksesuar tasarımlarında süsleme ilkçağlardan günümüze kadar önemini korumuştur. Bir şeyi düzenlemek, güzelleştirmek ve daha zengin göstermek amacıyla objenin üzerine ilave edilen malzeme veya işlemler olarak tanımlanabilen süsleme, tekstil yüzeylerinin yanı sıra, seramik, ahşap, cam, mücevher, mobilya gibi malzemelerde de görüldüğü

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, ahumangir@selcuk.edu.tr

\*\* Öğr. Gör., Selçuk Üniversitesi, muserrefcakir@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 30.07.2022

kuvvetlendirmek amacıyla kullanılmıştır (Harmankaya vd., 2012, s. 628). Süsleme, bir yapıyı, bir eşyayı, kullanıma uygun hazırlanması ile birlikte daha estetik göstermek için çeşitli obje ve tekniklerle yapılan çalışmaların tümü şeklinde tanımlanabilir. Süs ilk dönemden itibaren canlıların tabiatında mevcuttur. Bu durum insanların sanatsal faaliyetlere yönelmesinde en büyük etken olmuştur (Koç, Koca, 2015, s. 241). Güzeli arama, güzele ulaşma cabası sanatın doğmasına, sanatsal faaliyetlerin yoğunlaşmasına, giysi tasarımlarında da sanatın aranmasına sebep olmuştur.

İnsanoğlu bulunduğu ortamı ve kendini süsleme konusunda her zaman yenilikçi olmuş, giysilerini, yaşam alanlarını, eşyalarını süslemek için uğraşmış ve süslemeyi sanatsal olarak hayatın bir parçası haline getirmiştir (Eronç, 1984, s. 3). Süsleme uygulandığı alana göre farklı tekniklerle oluşturulmaktadır. Yaşam alanları mozaiklerle, seramiklerle, oyma, kakma, boyama gibi tekniklerle süslenirken, küçük el sanatlarında süsleme malzeme çeşitliliğinin de söz konusu olduğu farklı teknikleri de içine alan zengin bir konsept içerisinde gerçekleştirilmektedir.

Giysi tasarımlarında kullanılan süsleme teknikleri ise kullanılacak alana, zamana, malzemeye göre pek çok çeşitle gerçekleştirilmektedir. Tasarlanan giysilerde estetik değerlerin varlığı giysinin tercih edilirliliğini arttırdığı için süsleme detayları tasarımcılar için büyük önem taşımaktadır. Aynı zamanda tasarımcılar, tasarımlarında kültürel öğelere yer vererek hem kültürü gelecek nesle taşımakta hem de tasarımlarına farklılık ve özgün dokunuşlar kazandırmaktadırlar (Ceranoğlu, Özsan, 2021, s. 972). Bu bağlamda giysi süslemede uygulanan pek çok teknik arasında nakış teknikleri özellikle kültürel öğelerin gelecek nesillere aktarılmasında büyük önem taşımaktadır. Nakış, çeşitli iplikler kullanılarak, farklı iğneler ve uygulama biçimleri aracılığıyla; keçe, deri, dokuma gibi malzemeler üzerine yapılan bezemeler olarak da tanımlanır ve nakış sanatı her dönemde süsleme sanatlarında önem arz eder (Barişta, 1999, s. 4). Giysi süslemede iğne ve iplik ile yüzeyler üzerine yapılan dikiş tekniklerinin farklı şekillerde giysilere uygulanması nakış tekniklerini oluşturmuştur. İşleme; çeşitli kumaşlar üzerine; çeşitli malzemeler kullanarak, elde ya da makinede, iğne veya tiğ ile uygulanan, farklı iğne tekniklerinin birlikte veya yalnız kullanımı ile yapılan süslemeler şeklinde de tanımlanmaktadır (Odabaşı, 2020, s. 43).

İlk dönemlerden itibaren insanoğlu, nakış teknikleri ile yaşam alanlarını ve kendini süsleme eğiliminde olmuş, farklı teknik ve yöntemlerle, değişik bakış açıları ve estetik yorumlarla hem bulunduğu ortamları hem kendini süslemiştir. İlk yaşam alanı olan mağaralara doğal boyalarla uygulanan duvar resimleri mekân süslemesinde ilk faaliyetler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kendini süslemek için ise farklı malzemelerden aksesuarların yanı sıra doğa şartlarından korunmak amacıyla bedene sarılan giysilere uygulanan farklı teknikler ilk insanların süslenme amaçlarına hizmet etmiştir. İlk dönem giysilerinde süsleme, giysilerde kullanılan deri ve kürklerin birleştirilmesinde ortaya çıkmıştır. İşleme sanatını ortaya çıkaran sebeplerden biri de kenar temizliğinde kumaş atmasını engelleyecek bir pekiştirmeye duyulan ihtiyaç olmuştur (Sürür,1976, s. 8).

Süslenme ve aksesuar kullanımı, ilk dönemlerden itibaren belli ihtiyaçlar doğrultusunda veya estetik görünüm nedeniyle ortaya çıkmış ve gelenekselleşerek günümüze kadar gelmiştir (Koca, Koç, 2016, s. 241). İnsanlar, giysilerine model özelliği kazandırmak, estetik görünümü arttırmak, giysinin kullanılacağı alana göre fantazileştirmek, giyside birleştirme ya da kumaş hatalarını gizlemek amacı ile süsleme detaylarına önem vermişlerdir. Zamanla giysi süslemede iğne ve iplik ile yapılan farklı süslemelerin estetik görünüme kazandırdığı değer fark edilmiş, giysilerde nakış tekniklerine ağırlık verilmiştir. Özellikle Türk giyim tarihinde ilk dönemlerden itibaren giysiler olabildiğince detaylandırılmıştır. Anadolu'da yüzyıllardan beri giyilen geleneksel giysiler ve bu giysilerin üzerinde yer alan nakışlar, Türk kültürünün yaşam biçimi, örf, adet ve gelenekleri ile şekillenmiştir (Yetim, 2017, s. 403). Günümüzde küreselleşen dünyanın rekabet ortamına ayak uydurmak isteyen tasarımcılar, farklılaşmak ve dikkat çekmek için sıklıkla süsleme amaçlı farklı teknikleri kullanmaktadırlar. Sürdürülebilir tasarımlara olan ilginin ve beklentinin artması, kültürel öğelerin esin kaynağı olarak ele alınması giysi tasarımlarında, özellikle elde yapılan nakış tekniklerinin önem kazanmasını sağlamıştır. Öyle ki artık dünyaca ünlü markalar ve tasarımcılar açısından sürdürülebilirlik, tasarımların vazgeçilmez bir parçası olmuştur ve koleksiyon üretiminde dünya hazır giyim sektöründe her zamankinden daha önemli hale gelmiştir. Çünkü tasarım ve üretim yapan firmalar açısından müşteriler üzerinde iyi bir izlenim bırakma ya da popülerlikten daha önemlisi doğaya saygı duyma ve yeniden kullanılabilir tasarımlar oluşturabilme kabul gören yeni bir yaklaşımdır (Paralı, 2020, s. 135).

## 2. Giysi Tasarımında Kullanılan Süsleme Teknikleri

İnsanlığın ilk dönemlerinden günümüze kadar çeşitli değişikliklere uğrayan giyinme eylemi, doğa şartlarından korunma ile başlamış, insanoğlunun kendisini gizlemek için örtünme amacını taşımış ve modanın da etkisiyle zamanla süslenme unsuruna dönüşmüştür (Özsan, Harmankaya, 2020, s. 1251). İnsanoğlu, yaşadığı bölgenin iklim koşulları, bulunduğu ortamın sosyo ekonomik yapısı, inanç ve kültürel değerleri doğrultusunda kılık kıyafetlerini şekillendirmiştir. Giysileri süsleme arzusu ihtiyaçlardan ortaya çıksa da zamanla göze güzel görünme kaygısı ağır basmış giysilerde farklı süsleme detaylarına ihtiyaç duyulmuştur. İnsanlarda, estetik kaygıların artması, güzel görünme isteği zamanla giysi tasarımlarında süsleme ve detaylandırma çalışmalarının çoğalmasına ve süslemede çeşitliliklerin armasına sebep olmuştur. Giysi süslemede kullanılan ilk nakış örnekleri kumaş parçalarının birbirine tutturulması kumaşları gerektiğinde dekoratif bir biçimde birleştirme amacıyla ve kumaş kenarlarını temizleme ihtiyacı sonucu ortaya çıkmıştır (Sürür, 1976, s. 8). İlerleyen dönemlerde giysi süslemelerde malzeme çeşitliliğinin artması, insanlarda farklılık arayışının çoğalması giysi süsleme tekniklerinin de çeşitlenmesini sağlamıştır.

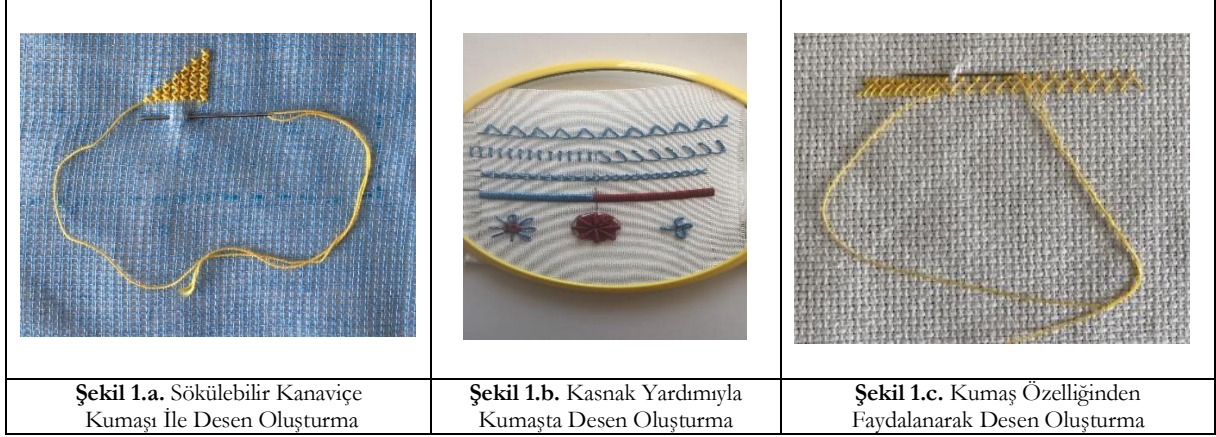
Giysi tasarımında süsleme, dikiş teknikleri ile yapılan süslemeler, hazır malzemeler kullanılarak yapılan süslemeler ve nakış tekniği ile yapılan süslemeler olmak üzere üç ana başlık altında incelenebilmektedir (Koçhan, 2007, s. 12). Dikiş tekniğiyle yapılan süslemelerde giysilere, applike, biye, büzgü fırır, farmala, kapitone, kırk yama, nervür, pili, volan gibi uygulamalar yapılarak süsleme özelliği kazandırılmaktadır (Bayraktar, 1988, s. 54). Özellikle çocuk ve kadın giyimlerinde tercih edilen dikiş tekniğiyle giysi süsleme ile görüntü dikiş kalitesinin sonucuna göre şekillenmekte ve giysilere hareketlilik, üç boyutluluk kazandırılmaktadır. Giysilere uygulanan ve diğer tekniklere göre uygulaması kolay olduğu için sıkça tercih edilen hazır gereçlerle yapılan süslemeler, daha çok hazır giyim firmalarının tercih ettiği tekniklerdir. Bu süsleme teknikleri; harç, dantel, gipür, kordon, kurdele, sutaşı ve şerit gibi malzemelerin kullanımı ile sağlanmaktadır. Daha çok dikiş tekniği ile yapılan süslemeleri tamamlayıcı bir özellik taşıyan bu süslemeler giysilerin yaka, kol, etek ucu, kol ağzı, ön ortasında ya da parçaların birleşim yerlerinde kullanılmaktadır. İşleme tekniğiyle yapılan süslemeler ise elde ve makinede olmak üzere iki ayrı yöntemle yapılabilmektedir (Atlamış, 2008, s. 15).

Makine ile yapılan süslemeler hazır giyim firmalarının tercih ettiği süsleme teknikleri arasında yer almaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte sınırsız model ve tasarım makinelerde yapılabilir hale gelmiştir. Makine nakışı ile yapılan bu teknikler giysilere hızlı bir şekilde uygulanabilmekte, giysilere farklı desen, model ve tarzlarda süsleme özellikleri kazandırabilmektedir. Fakat hızlı ve kolay uygulanıyor olması özgün tasarımların oluşturulamamasına sebep olmaktadır. Günümüz tasarımcıları tasarımlarında farklılaşmak, özgün ürünler ortaya koymak, el emeğine vurgu yapmak ve sürdürülebilir tasarımlar ortaya koyarak küresel dünyanın rekabet ortamına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte giysi tasarımında dijital baskı, film baskı, lazer kesim gibi yöntemler öne çıkmaktadır. Fakat hazır giyim üretiminde sandartlaşmaya karşı el işçiliğinin yeniden önem kazanması sonucu 'karışık teknik' olarak adlandırılan ve geleneksel yöntemlerle modern yöntemleri birleştiren yöntemler, tasarımcılar tarafından özellikle de "haute couture" koleksiyonlarında önem taşıyor hale gelmiştir (Öpöz, Üstüner, 2018, s. 253). Tasarımcılar, hazırladıkları "haute couture" koleksiyonlarda el işçiliğinin ağırlık kazandığı, özgün tasarımlar yaparak farklılaşmak ve sürdürülebilir tasarımlarla rekabet ortamında ön safhalarda yer almak istemektedirler. Bu amaçlar doğrultusunda uyguladıkları süsleme çeşitlerinde, makine ile yapılan uygulamalardan ziyade elde yapılan ve özgün içeriklerin oluşturulmasına olanak sağlayan el nakışları her geçen gün tasarım dünyasında değer kazanmaktadır.

Elde basit nakış teknikleri ile yapılan süslemeler, estetik görünüme hizmet etmekte ve ayrıca tasarımlarda sürdürülebilirlik anlayışının da korunmasına katkı sağlamaktadırlar. Elde uygulanan bu teknikler giysilerde makineye bağımlılığı azaltmakta el işçiliğine ve kültürel değerlere olan saygıyı arttırmaktadır. El nakışları ile uygulanan motif ve desenlerde ya da tekniklerde bölgesel farklılıkları içeren el nakışlarının kullanımı kültürel öğelerin tasarımlara yansıtıla birliğini arttırmaktadır. Kültürel değerler içeren tasarımlarda renk ve malzeme uyumu ile sağlanan kompozisyon giysilerin tercih edilirliliğini arttırmaktadır.

Elde yapılan basit nakış teknikleri, farklı uygulamalar ile farklı görüntülerin elde edildiği oldukça zengin süsleme çeşitliliğine olanak sağlayan, uygulandığı giysiye süsleme özelliği kazandıran tekniklerdir. Bu teknikler kumaş özelliklerinden faydalanılarak uygulanabildiği gibi kumaşın üzerine geçirilen yardımcı

malzemeler ile de uygulanabilmektedir. Ayrıca, düzgün ve net bir görüntünün elde edilebilmesi için kumaşın kasnak ile gerilmesi de oldukça sık başvurulan bir yöntemdir.



**Şekil 1.** Kumuşa Desen Geçirme Yöntemleri

Basit el nakış teknikleri uygulanacağı giysiye ya da uygulandığı giysinin alanına göre çok çeşitlilik göstermektedir. Giysilerde yaka, yaka çevresi, kol ağzı, cep kenarları ve etek ucu süslemenin en çok yapıldığı yerlerdir. Uygulanacak nakış türüne göre farklı türlerde ve içeriklerde iplikler elde basit nakış iğnelerinin ana malzemesidir. Aynı zamanda farklı şekil ve boyutlarda yapılmış pul, boncuk, düğme gibi malzemeler el nakışlarının çeşitlenmesine olanak sağlamaktadır.

Giysilerde özellikle odak noktalarında uygulanan ve farklı malzemelerle desteklenerek zenginleştirilen bu nakış teknikleri giysilerin estetik açıdan görünümüne değer kazandırmaktadır. Aynı zamanda elde uygulanan nakış teknikleri giysinin özgün tasarımına da hizmet etmektedir. Her giysiye ayrı ayrı uygulama gerektiren bu teknikler giysi tasarımında makineye bağımlılığı azaltmakta, uygulandığı giysilerin sürdürülebilirlik bağlamında değerine de önem kazandırmaktadır. Küreselleşen dünyada, kültürel öğelerin, sürdürülebilir tasarımların gittikçe önem kazandığı bilinmektedir. Moda tasarımcıları, tekstil üreticileri ve satın alma talebinde bulunan bilinçli bireyler artık tekstilin sürdürülebilirliği ve üretilen malzemelerin çevreye etkileri hakkında alınabilecek önlemler ile yaratıcı çözümler üzerine bilgi edinme eğilimindedirler (Türkmen, 2009, s. 69). Giysi tasarımında ele alınan bu uygulamalar tüketicilerin giysi satın alma tercihlerini etkilemektedir. Giysi tasarımlarında her geçen gün geleneksel yöntemler, doğaya ve insana saygı içeren tasarımlar önem kazanmaktadır. Tasarlanan giysilerde kumaş içeriklerinin pamuk, yün gibi doğal lifler olması, üretimde kullanılan boyaların çevreye zarar vermeyecek içerikte hazırlanması tasarımların artık vazgeçilmez özelliklerini oluşturmaktadır.

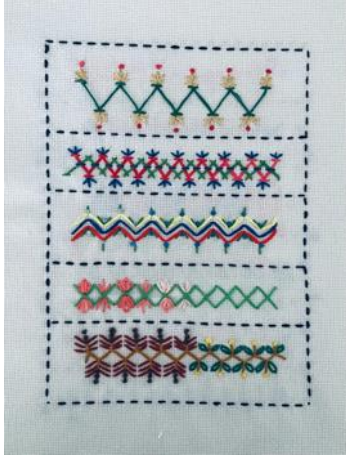
Giysilere uygulanan süsleme çeşitliliği de bu yenedünya anlayışlarından etkilenerken kültürel değerleri barındıran el işçiliğine dayalı tekniklerle giysi tasarımlarına uygulanmaya başlanmıştır. Temeli insanlık tarihi kadar eski olan bu nakış teknikleri giysilerde farklı işlem basamaklarının takibi ile farklı görüntülerin oluşturulmasını sağlamaktadır. Giysi tasarımlarında tercih edilen ve giysilere estetik değer kazandıran bu nakış teknikleri temelde beş başlık altında ele alınabilmektedir.

Giysi tasarımlarında kullanılan ve ipliğe bir düğümlenme işi yapılmadan uygulanan düz iğneler, uzunlamasına uygulanan, tek sıra ya da birkaç sıranın yan yana yapılabildiği, farklı renklerde ipliklerin ve farklı tekniklerin birlikte kullanımı ile oluşturulan ve giyside uygulandığı alana hareketlilik kazandıran tekniklerdir. Düz iğneler uygulaması kolay, işlem basamağı az, sade ve şık görünüm sağlaması sebebiyle giysi süslemede sıkça tercih edilen tekniklerdir.

Dikiş tekniği ile yapılan süslemelerde biye, pervaz, nervür gibi teknikler ile birleştirilerek de uygulanabilen bu süsleme detayları giysi tasarımlarına hareketlilik kazandırmaktadır. İlmekli iğneler yüzey süslemede kullanıldığı gibi kenar temizlemede de kullanılan iğnelerdir. Şekil 2 b, 2 c, 2 e, 2 f'de bulunan papatya iğnesi, zincir iğnesi, battaniye iğnesi gibi örnekler ilmekli iğnelere örnek teşkil etmektedir. Bu iğnelerde işlem basamakları düz iğnelere oranla daha çoktur, belirli düzen ve sıra dâhilinde nakış gerektirir.



Düğüm yapılarak işlenen düğümlü iğneler ile de sıklıkla bir arada kullanılmaktadır. Düğümlü iğnelerde bitkisel desenler iğneye ipliğin bir ya da birkaç kez sarılarak kumaş içerisinden geçirilmesi ile oluşturulur. Şekil 2 a, 2 b ve 2c'de bulun tohum işi ve rokoko tekniği süslemede düğümlü iğneler içerisinde en çok kullanılan nakış türüdür. Vev iğneler ise giysi tasarımında kullanıldığı gibi ev tekstilinde de tercih edilen basit nakış teknikleridir. Bu nakışlar genellikle kumaş özelliğinden yararlanılarak ya da kumaş üzerine geçirilen sökülebilir yardımcı malzeme yardımıyla soldan sağa doğru işlenirler. Vev iğneler şekil 2 a, 2 b ve 2 d'de bulunan hiristo teyeli, vev battaniye iğnesi gibi teknikleri içermektedir. İç içe geçmelerle aşağıdan yukarıya doğru işlenen zincir iğneleri de uzunlamasına işlenen ve tasarımlara ince bir sıra görüntüsü veren nakışlardır. Zincir iğnesi soldan sağa doğru, bir önceki işlemde yapılan ipliğin içerisinden geçilerek oluşturulmaktadır.



Şekil 2.a.



Şekil 2.b.



Şekil 2.c.

Şekil 2. Basit Nakış Teknikleri Örnekleri (Müşerref Çakır Arşivi)

Basit nakış teknikleri yeni öğrenenlerin kolay uygulayabilecekleri tekniklerdir. Süsleme yapılan alanlarda bir iğnenin yalnız uygulanabildiği gibi birkaç iğne tekniği bir arada da kullanılabilir. Uygulamasında vakit almayan kolay teknikler olması nedeni ile her türlü üründe, özellikle de gündelik kıyafetlerin süslenmesinde rahatlıkla uygulanabilmektedir (Köklü, 2002, s. 51).



Şekil 2.d



Şekil 2.e.



Şekil 2.f

Şekil 2. Basit Nakış Teknikleri Örnekleri (Müşerref Çakır Arşivi).

Giysi tasarımında basit elde nakışı uygularken kullanılan malzemenin birbirine uyum içinde olması gerekmektedir. Zeminde kullanılan kumaş, deri veya keçenin iplik ile uygun kalınlıkta olmasına dikkat

edilmelidir. Aksi takdirde kumaş ince, iplik kalın olursa teknik çok kaba gözükür, kumaş kalın, iplik ince olursa iplik kumaşın içine gömülür ve kaybolur. Bu teknikte pek çok iğne çeşidi vardır (Odabaşı, 2020, s. 76). Malzeme uyumu kadar renk uyumu da dikkat edilmesi gereken diğer bir ayrıntıdır. Tasarım ilkeleri doğrultusunda yapılacak renk seçimi tasarımların görsel değerini arttırmaktadır. Tasarımın özelliğine göre birbirine zıt ya da birbiri ile uyumlu renklerin seçimi basit el nakış tekniklerinin kullanım amacına hizmet edecektir.

### 3. Yöntem

Çalışmanın amacı, giysi tasarımında kullanılan basit nakış teknikleri hakkında bilgi vermek ve bu tekniklerin kullanımı ile oluşturulmuş farklı giysi tasarımları oluşturmaktır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada, basit nakış teknikleri ile ilgili bilgileri derleme ve konu ile ilgili örnek çalışma yapabilmek olanağı sunan betimsel yöntem tercih edilmiştir. Moda tasarımı alanında sürdürülebilirliğe katkı sağlamak amacı ile kültürel değerler içeren ve el işçiliğine dayanan basit nakış teknikleri tasarım konusu olarak ele alınmış ve uygulamalı araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Bu kapsamda giysi tasarımında nakış ve süsleme terimleri açıklandıktan sonra basit nakış teknikleri ile ilgili genel bilgi verilmiştir. Giysi tasarımında kullanılan süsleme teknikleri açıklandıktan sonra farklı tekniklerin bir arada ya da yalnız kullanıldığı basit el nakış teknikleri ile süslenmiş sekiz adet giysi tasarımı oluşturulmuştur. Farklı kumaş türleri üzerine elde işlenen nakışlar, her tasarımda farklı malzeme ile desteklenmiştir. Bu tasarımlarda kullanılan elde basit nakış teknikleri giysi tasarımlarında süsleme amacıyla giysilerin yaka, yaka çevresi, ön ortası, etek ucu, kol ve genel yüzey süslemelerinde kullanılmıştır. Çalışma, moda tasarımı alanında özgün ve el işçiliğine dayalı giysi tasarlamak isteyen tasarımcılara fikir verebilecek şekilde ayrıntılı çizim ve detaylarla desteklenmiştir. Her bir model için bir pafta hazırlanmış, pafta içeriğine illüstrasyon çizimler, teknik çizimler, motif ve desen çizimleri ve motif ve desen detaylarına yer verilmiştir. illüstrasyon çizimleri dijital ortamda, giyside tasarlanan nakış detaylarına, model kesim ve form özelliklerine dikkat edilerek hazırlanmış. Giysiye ait kesim, model ve form özelliklerinin anlaşılabilirliğini arttırmak için hazırlanan teknik çizimler ile motif ve desen çizimleri corel draw programında çizilmiştir. Basit nakış teknikleri ile süslenen sekiz adet giysi tasarımının nihai haline ve tasarım değerlendirmelerine de hazırlanan pafta içerisinde yer verilmiştir.

### 4. Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Giysi Tasarım Örnekleri

Basit nakış teknikleri kullanılarak süsleme özelliği kazandırılan giysi tasarımlarında giyside el işçiliğine dayalı görsel bir estetik amaçlanmaktadır. Giysilerde basit el nakış teknikleri daha çok yaka, ön ortası, kol ağzı, roba, etek ucu, cep kenarları gibi yerlerde kullanılmaktadır. Aynı zamanda giysinin tasarım özelliğine göre, tüm yüzeyine de uygulanabilmektedir. Yüzeğe uygulanan süsleme kumaş özelliğinden yararlanılarak oluşturulabildiği gibi kumaşın üzerine farklı tekniklerle geçirilen desenlerin işlenmesi ile de oluşturulabilmektedir. Basit nakış ile oluşturulan nakışlar giysilerin farklılaşmasını, tasarımların özgün değer kazanmasını sağlamaktadır.

Çalışmanın uygulama bölümünde basit el nakış teknikleri kullanılarak süsleme özelliği kazandırılmış sekiz adet kadın giysi tasarımı bire bir oluşturulmuştur. Tasarlanan giysilerde farklı kumaş türleri kullanılarak farklı basit nakış teknikleri ile çalışma olanağı sağlanmıştır. Giysi tasarımlarında kullanılan kumaşlarda kumaş deseni referans alınarak yapılan nakışların yanı sıra kumaşın dokuma özelliklerinden faydalanılarak da işlemler yapılmıştır. İki tasarımda kumaş önce bağlama batık ile boyanıp desenler oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında, el nakışları ile detaylandırılan giysilerin teknik çizimleri ve illüstrasyon çizimleri bilgisayar destekli tasarım programları oluşturulmuştur. Giysilere uygulanan ve farklı tekniklerde tasarlanan nakış detayları vektörel çizimlerle verilmiş böylece giysilere uygulanan süsleme özelliklerinin anlaşılabilirliğini artırılmıştır.



Şekil 3. Tasarım 1 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Ceket Tasarımı

Tasarım 1’de basit el nakış tekniği simetrik kesimli bir ceket tasarımına uygulanmıştır. Ceket, yarı otomatik el tezgâhında dokunan Hatay yöresi ipek ve pamuk karışımı, bej renkli bir kumaş kullanılmıştır. Giyside yaka boyun çevresinde hafif oyuntulu olup ön ortası göğüs hizasına doğru “U” şeklinde bir açıklığa sahiptir. Giysi ön ve arka bedende kol evinden çıkan kuplarla vücuda oturtulmuştur. Ceketin yaka çevresi ön ortası ve etek ucu enkrüste pat ile temizlenmiştir. Ön ortasında kapama, kendi kumaşı ile kaplanan düğme ve ilik ile sağlanmıştır. İki parçalı düz takma kol formunda olan kollar bilek hizasındadır. Kol ağzı dar kesimli ve yırtmaçlıdır. Yırtmaç üzeri kanaviçe nakışı, kumaş ile kaplanan düğmeler ile hareketlendirilmiştir. Giysinin ön bedeni basit nakış tekniklerinden ajur ve kanaviçe ile süslenmiştir. Basit nakış teknikleri ceketle kumaş özelliğinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Ajur 2 cm aralıklarla yan yana dikey olarak kumaş ipliklerinin boyuna çekilmesi ile oluşturulmuştur. Ajur yapımında beyaz renkli dikiş ipliği kullanılmıştır. Kanaviçe, ajurlar arasında kalan boşluklara simetrik bir düzende işlenmiştir. Birbirine boyuna paralel olacak şekilde ajurlar arasına işlenen kanaviçede kahverengi domino iplik kullanılmıştır





Şekil 4. Tasarım 2 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Yelek Tasarımı

Tasarım 2' de basit nakış tekniği simetrik kesimli bir yelek tasarımına uygulanmıştır. Kıvratma kumaştan kesilen yeleğin yaka ve kol evi kare formlu olup, ön ortası açık, kapamasız tasarlanmıştır. Krem rengi kıvratma kumaşın eni dardır ve her iki kenarı mor boyuna çizgilidir. Dokuma eninin dar olması nedeniyle kol altına peş parçası yerleştirilerek yelek genişletilmiştir. Giyside süsleme sol ön bedende omuz ve etek ucu arasına dikey olarak mor, sarı, açık pembe ve siyah tek kat molina iplik ile uygulanmıştır. Omuz ve etek ucu arasına bitkisel motif kaneviçe tekniği ile işlenmiştir. Kaneviçe arasına, ön ortasına, yaka çevresine ve arka ortasına gold renk iplik ile işlenen tel kırma tekniği hareketlilik kazandırmıştır. Ön ve arka bedende kol evi ile etek ucu arasına ve arka bedende arka ortasına aradanteli şeklinde elde örülen dantel yerleştirilmiştir. Yaka çevresi, ön ortası, kol evi tuğ battı tekniğiyle tülben kenarı oyası ile temizlenmiş ve süslenmiştir.



Şekil 5. Tasarım 3 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Ceket Tasarımı

Tasarım 3'te basit el nakış teknikleri simetrik kesimli bir ceket tasarımına uygulanmıştır. Ceketinde tepme keçe yöntemiyle elde edilen kiremit rengi keçe kullanılmıştır. Yaka açıklığı bel hattına kadar inen şal yakalı ceketinde kollar reglan kol formunda olup kol boyu bilek hizasındadır. Kol ağzı keçenin volanlı kesimi ile genişletilmiştir. Giysi bedene ön ve arka bedende omuzdan inen kuplarla oturtulmuştur. Giyside süsleme, şal yaka üzerine, ön ortası ve etek ucuna, kol ağzına ve dirsek hattına uygulanmıştır. Yaka ve kol ağzında bitkisel motif tohum işi, sarma, zincir iğnesi teknikleri ile oluşturulmuştur. Dirsekte stilize edilmiş sırt sırta bakan palmetler ve iki palmet arasında bulunan çiçek motifi elde sarma tekniği ile oluşturulurken aralarına uygulanan zincir işi motifleri birbirine bağlamaktadır. Ceketinde yaka çevresine, ön ortasına, etek ucuna ve kol ağzına mavi renk tek kat molina iplik ile çift sıra zincir iğnesi uygulanmıştır.



Şekil 6. Tasarım 4 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Bluz Tasarımı

Tasarım 4'te basit el nakış teknikleri simetrik kesimli bir yeleğe uygulanmıştır. Yelekte siyah gabardin kumaş ve Tokat yöresine ait tahta baskı ile desenlendirilmiş, sofrta bezlik kumaş kullanılmıştır. Sıfır yakalı yeleğin ön ortası göğüs hattına kadar sık yerleştirilen, kumaşın kendisiyle kaplanmış düğmeler ve birit ilik ile kapanmıştır. Yaka çevresi ve ön ortası göğüs hattına kadar pervaz ile temizlenmiştir. Göğüs hattından etek ucuna kadar ön sağ ve sol bedende pervaz genişliği kadar açıklık verilmiştir. Kollar düz takma kol formunda olup kol boyu kol altını açıkta bırakacak şekilde tasarlanmıştır. Giyside süsleme asimetrik bir düzen dâhilinde yapılmıştır. Giysinin ön bedende sağ kolu, sağ beden yaka pervazı ve sol beden etek ucu ile arka beden applike edilen kumaş üzerinin işleme ile oluşturulmuştur. Yelekte, Tokat yöresine ait sofrta bezlik kumaş gabardin üzerine basit nakış teknikleri kullanılarak applike edilmiştir. Desen üzerine yassı bocuklar ve küçük keçe parçaları basit nakış iğnelerinden papatya iğnesi, zincir iğnesi ve boncuk tutturma teknikleri ile birleştirilmiştir. Yakada pervaz üzerine uygulanan applike de yıldız motifleri elde makime tekniği ile uygulanmıştır.





Şekil 7. Tasarım 5 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Bluz Tasarımı

Tasarım 5'te basit el nakış teknikleri asimetrik kesimli bir bluzaya uygulanmıştır. Giysi bağlama batık yöntemiyle desenlendirilen beyaz tül bent kumaştan kesilmiştir. Bluz, ön ve arka bedende sol omuzdan kalça hattına kadar verev kesimli bir yakaya sahiptir. Giyside sağ beden kalça hattına kadar açık kalacak şekilde tasarlanmıştır. Sol ön ve arka bedende omuzdan kalçaya doğru verev kesimli gelen parça uzun kesilerek kalça hattında birleştirilip düğümlenmiştir. Kimono kol formunda olan kollarda model boyu dirsek hattında olup kol ağzı geniş çalışılmıştır. Giyside basit nakış ile yapılan süslemeler bağlama batık ile oluşturulan desenler referans alınarak oluşturulmuştur. Giyside basit nakış teknikleri farklı boncuk türleri ile desteklenerek işlenmiştir. Bluzda sol omuzda yoğunluklu olarak kullanılan camdan çiçek şeklinde olan boncuklar papatya iğnesi tekniği ile giysiye işlenmiştir. Çöp işi giyside desenler arasına boncukla desteklenerek işlenmiştir. Yaka kol ağzı ve etek ucu tığ ile boncuklu tül bent kenarı temizleme tekniği ile temizlenmiştir.



Şekil 8. Tasarım 6 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Elbise Tasarımı

Tasarım 6'da basit el nakış teknikleri simetrik kesimli bir elbiseye uygulanmıştır. Elbisede bağlama batık yöntemi ile desenlendirilen pamuklu bir kumaş kullanılmıştır. Elbise yakası oyuntulu sıfır yaka olup yakada, ön ortasında göğüs hattının altına kadar yırtmaç çalışılmıştır. Yırtmaç elde içi elyaf doldurularak hazırlanan üç düğme ile kapatılmıştır. Kollar düşük kol formunda kısa kol olarak çalışılmıştır. Yaka çevresi, yırtmaç çevresi ve kol ağzı biye ile temizlenmiş biye üzeri oyulgama dikişi ile hareketlendirilmiştir. Giyside özellikle ön beden yaka yırtmaç çevresinde yoğunlaşan basit nakış teknikleri, bağlama batık ile oluşturulan desenler referans alınarak geometrik formlarda işlenmiştir. Giysi süslemesinde basit nakış tekniklerinden oyulgama dikişi, "Y" iğnesi, çöp işi teknikleri kullanılmıştır. Ayrıca basit nakış teknikleri farklı renklerde ahşap boncuklarla hareketlendirilmiş, elde hazırlanan biye kordon tutturma tekniği ile giysiye uygulanarak süsleme detaylandırılmıştır.





Şekil 9. Tasarım 7 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Elbise Tasarımı

Tasarım 7’de basit nakış teknikleri simetrik kesimli bir elbiseye uygulanmıştır. Elbisede Tokat yöresine ait tahta baskılı yazma, pamuklu astarlık kumaş ve elyaf kullanılmıştır. Giysiye kare yaka uygulanmıştır, yakaya arka bedende yırtmaç çalışılmıştır ve yırtmaç birit ilik ile kapatılmıştır. Kollar bedenden çıkan kol formunda, kol alt dikişi ve omuz arası dışa doğru kavisli şekilde kesilerek oluşturulmuştur. Giyside omuzlar dikişsiz olup ön ve arka beden birlikte kesilmiştir. Elbisede kullanılan Tokat yazması süslemede kullanılan basit nakış iğneleri ile elyafa sabitlenmiştir. Süslemede basit nakış iğneleri yazma desenleri referans alınarak oluşturulmuştur. Desenlerin üzerine farklı renklerde koton domino ipliklerle elde makine iğnesi işlenmiştir. Çiçek ortalarına sedef düğmeler küçük renkli cam boncuklar tutturulmuştur. Dağınık çiçek motifleriyle oluşturulan kompozisyonların aralarına farklı renklerde cam boncuklar tutturulmuştur. Elbisede kol ağzı ve etek ucu boncuklarla desteklenerek oluşturulan firkete oyası ile hareketlendirilmiştir.



Şekil 10. Tasarım 8 Basit Nakış Teknikleri ile Süslenmiş Bluz Tasarımı

Tasarım'8 de basit nakış teknikleri simetrik kesimli bir bluzaya uygulanmıştır. bluzada krem rengi üzeri kendinden kareli dokuya sahip buldan bezinden dikilmiştir. Giysiye "V" yaka uygulanmıştır. Ön ortası bele kadar birit ilik ile kapatılmış belden aşağısı açık, kapamasız bırakılmıştır. Düz takma kol formunda olan kolların model boyu bilek hizasına kadar uzun olup kol ağzı geniş çalışılmıştır. Kol alt dikişine uygulanan göğüs penci ile giysiye göğüs formu verilmiştir. Bel hattında yan dikişlerden çıkan kemer giysiye süsleme özelliği kazandırmanın yanı sıra bluzun bedene oturmasını de sağlamaktadır. basit nakış teknikleri bluzda ön bedende ön ortasında sağ ve sola simetrik olarak işlenmiştir. İşlemlerde kumaşın üzerine sökülebilir kanaviçe yerleştirilerek bitkisel desenlerde kavaviçe işi işlenmiştir. İki ayrı mavi tonu ve yeşil rekte koton domino iplik ile işlenen desen ön bedende yaka açıklığından etek ucuna kadar uzunlamasına işlenmiştir. Aynı desen yan dikişlerden çıkan kemerde etek ucuna da işlenerek giysiye süsleme özelliği kazandırılmıştır. Bluzun yaka çevresi, ön ortası, kol ağzı, kemer çevresi sarı renkli koton domino iplik ile daha çok çember kenarı temizlemede kullanılan iğne oyası, bülbül tükrüğü ve zürafa ile temizlenmiştir.

## 5. Sonuç

İnsanların, tarihin ilk dönemlerinden itibaren buldukları ortamları ve kendilerini estetik değerlere uydurma çabası süsleme sanatlarının doğmasını sağlamıştır. Giysilerde ilk dönemlerde sadece birleştirme amacı ile yapılan nakışlar zamanla çeşitlilik kazanmıştır. Farklı ipliklerle ve tekniklerle farklı yüzeylere uygulanan nakışlar giysi tasarımının vazgeçilmez öğeleri haline gelmiştir. Tasarımcıların özgün tasarımlar

ortaya çıkarma arzusu sürdürülebilir tasarımın dünya için önem kazanması özellikle elde yapılan nakış tekniklerinin önem kazanmasını sağlamıştır. Giysi tasarımında geleneksel süsleme tekniklerinden biri olan basit nakış tekniklerinin tanıtılması ve çağdaş tasarımlarda ele alınıp uygulanması böylece bu tekniklerin hem gelecek nesillere aktarılması hem de özgün tasarımlar oluşturmada sürdürülebilir yaklaşımlar benimsenmesi bu araştırmanın ana hedefini oluşturmuştur.

Araştırma kapsamında elde yapılan basit nakış teknikleri farklı tasarımlarda, farklı kumaş türleri üzerine, farklı malzemeler kullanarak uygulanmıştır. Tasarımlarla, elde yapılan basit nakış teknikleri ile çağdaş giysi tasarımlarına süsleme özelliği ve estetik bir görünüm kazandırmak amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında ele alınan giysi tasarımlarında elde uygulanan basit nakış teknikleri, giysilerin yaka çevresi, kol ağzı, etek ucu ya da genel yüzeylerine uygulanmıştır. Giysilerde model özellikleri sade tutulmuş, farklı yaka, kol ve beden formlarında nakış teknikleri ile süsleme yapılarak örnek çeşitliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Tasarımlarda, kumaş deseninin nakışlara referans olduğu örneklerin yanı sıra düz, desensiz kumaşlar da kullanılmıştır. Bu tür kumaşlarda desenler giysiye, desen geçirme yöntemleri ile geçirilmiş, farklı tekniklerle işlenerek giysilerin yüzeyleri hareketlendirilmiştir. Giysi tasarımlarında süsleme için kullanılan tekniklerden bazıları yalnız kullanılmıştır. Bazı tasarımlarda ise birkaç teknik birlikte kullanılmıştır. Giysi tasarımlarına uygulanan nakışlar boncuk, düğme gibi farklı malzemelerle ve tığ işi, biye gibi farklı uygulamalarla desteklenmiştir.

Giysilere süsleme özelliği kazandırmak için uygulanan, ilk uygulamalarının insanlık tarihi kadar eski olduğu ve pek çok farklı tür ve çeşidinin birlikte ve yalnız kullanımı ile sınırsız çeşitliliğe sahip, elde uygulanan basit nakış teknikleri günümüzün tasarımcılarına özgün tasarımlar oluşturabilmeleri konusunda önemli bir kaynak oluşturmaktadır. Her alanda makineleşmenin, seri üretimlerin yaygınlaşması, tasarımcıların benzersiz ürün oluşturma konusunda el işçiliğiyle farklılaştırma çabasına girmelerine sebep olmuştur. Tasarımcılar ürünlerine modern görünüm kazandırmaya çalışırken kültürel değerleri esin kaynağı olarak ve uygulamada el işçiliğine ağırlık vererek tasarımlarının farklılaşmasını sağlamaya çalışmaktadır. Elde yapılan basit nakış tekniklerinin çağdaş giysi tasarımlarında uygulanması tasarımların değerini arttıracak gibi geleneksel tekniklerin gelecek nesillere aktarılması konusunda da önemli bir rol oynayacaktır. Bu bağlamda çalışma kapsamında oluşturulan modern giysi tasarımlarına uygulanan basit el nakış tekniklerinin giysi tasarımı alanında tasarımcılara örnek olacağı, yapılacak yeni tasarımlara örnek teşkil edeceği düşünülmektedir.

## 6. Extended Abstract

Clothing embroidery emerged from the struggling to make person's looking or surrounding pretty in the eyes of another. This term has different definitions in many different sources. The common features of these definitions are the actions and activities aimed to investigate and achieve the beauty. From ancient times, people have felt as if it is necessary to embroidery on themselves and their clothes since they have wanted to feel good and draw attention in their surroundings. In the early periods humans only worn clothes to protect themselves from natural events but later they sewed clothes with different fabrics and embroidery them on different materials and techniques. These fabrics, materials and technical differences on embroideries are designed with respect to the social and physical environment, cultural and religious values, social differences. Hand embroidery is especially considered very important in clothing designs of Turkish culture.

The hand embroidery techniques in clothing design can be either performed by different types of machines or simple embroidery techniques. Simple hand embroidery techniques are clothing design methods with unlimited variety created by tracking different yarns and different process steps according to the type of fabric.

Simple hand embroidery techniques, which are preferred in clothing designs and add aesthetic value to clothes, can be considered under five headings: plain needles, stitched needles, knotted needles, "verve" needles and chained needles. The pattern, which is designed for processing these needles in fabric, is passed to the fabric in different ways. Different applications are made in order to obtain a smooth, clear image in the processing of the original pattern passed to the fabric. The most commonly applied method of processing the pattern passed to the fabric is to stretch the fabric with a pulley. In addition, different original designs can be obtained by using the fabric feature and placing removable additional fabric.

In this study, the aim is to provide information about simple hand embroidery techniques, types and application areas of these techniques, which have an important place in clothes designation, and to create clothes designs with simple hand embroidery techniques. For this aim, we prefer the descriptive method, which provides opportunity to maintain information about simple hand embroidery techniques and to make case studies about this subject. In order to contribute the sustainability in the field of fashion design, simple hand embroidery techniques including the cultural values and simple hand techniques considered as design topic and applied research methods was conducted.

In this study, unique and combination of eight simple hand embroidery samples were created, which have an important place in clothing design. Hand-embroidered on different types of fabrics are supported by different materials in each design. The simple hand embroidery techniques applied in these designs are used in the collar, collar circumference, front center, hemline, sleeve and general surface design of the clothes for design purposes.

This study is supported by detailed drawings and these may give ideas to designers who want to design original and hand-embroidered in the field of fashion design. The illustrative figure was prepared for each model, illustration drawings, technical drawings, motive and pattern drawings, motive and pattern details were included in these figures and pattern details. Illustration drawings were prepared digitally, focusing on the processing details designed in the clothing, model cutting and form features. Technical drawings and motive and pattern drawings were prepared and drawn with the Corel draw program to increase the comprehension of the cut, model and form characteristics of the clothing. The final version of the eight clothing designs decorated with simple hand embroidery techniques and the design evaluations are also included in the prepared illustrative figures.

This study covers traditional and sustainable methods by applying simple hand embroidery techniques in different and original clothing designs, which provide an important reference for clothing designers to create original designs. Today's designers would like to survive in the competitive environment of the global world by differentiating their designs, creating original products, emphasizing hand-made workings and creating sustainable designs. For these purposes, they prefer simple hand embroidery techniques that allow the creation of original hand-made workings rather than machine-made applications in the clothing design types. Application of the simple hand embroidery techniques into modern clothing designs created by this study context is thought to be beneficial for the designers who work in the field of clothing design and will serve as an example for new designs.

**Keywords:** Decoration, Embroidery, Hand Embroidery, Clothing Design

#### **Kaynakça**

Atamış, Gülhan (2008). Hazır Giyim İşletmelerinde Giyim Süsleme Aşaması Uygulamaları (İstanbul, İzmir, Konya, Adıyaman Örneği), Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Ceranoğlu, Mine, Özsan, Meltem (2021). Giysi Tasarımlarında Maraş File Nakışı. Türk Akademik Araştırmalar Dergisi, 6,(3), 968-999

Eronç, Perihan Y. (1984). Giyim Süsleme Teknikleri, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul.

Harmankaya, Hatice, Yılmaz, Asuman, Ercan, Duygu, Çetin, Aslı (2012). Giysi Süslemelerinde Pul-Boncuk Kullanımının Yeri ve İşleme Teknikleri. Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi, 1(1), 627-638.

Koç, Fatma, Koca, Emine (2016). Türk Halk Giyiminde Kullanılan Süslemelere Tipolojik Bir Yaklaşım. İdil Dergisi, 5, (19), 237-262.

Koçhan, Ülkü, (2007). Konya İli Müze ve Özel Koleksiyonlarında Bulunan Geleneksel Türk Giysi Süsleme Tekniklerinden Örnekler, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Köklü, Hülya, (2002). El İşlemeleri, Ya-Pa Yayınları, İstanbul.

Odabaşı, Emine (2020). Deri Üzerine Yapılan Nakış Tekniklerinin İncelenmesi ve Endüstriyel Nakış Uygulamaları, Sanatta Yeterlik Tezi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Ankara.

Öpöz, Neslihan, Gür Üstüner, Semra,( 2018). 21. Yüzyılda Teknoloji ve Zanaat İle Biçimlenen Tekstil Tasarımı Uluslararası Sanat ve Sanatta Yüksek Teknoloji Kullanımı Kongresi. 19 - 20 Nisan, İstanbul, 247-261.

Özsan, Meltem Harmankaya, Hatice (2020). Ajur Tekniğinin Kullanım Alanları ve Süsleme Olarak Ajur Kullanılarak Yapılan Giysi Tasarımları, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 13,(70), 1250-1262.

Paralı, Ayşegül (2020). Sürdürülebilir Moda Tasarımı Kapsamında Yeniden Üretim ve Geri Dönüşüm için Giysi Tasarımı Fikirleri. Sosyal Araştırmalar ve Davranış Bilimleri Dergisi, 6, (12), 121-138.

Sürür, Ayten (1976). Türk İşleme Sanatı, Apa Ofset Basım Evi, İstanbul.

Tanyeli, Uğur, SÖZEN Metin (2011). Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü, Remzi Kitapevi, İstanbul.

Türkmen, Nesrin, (2012). Tekstil ve Moda Tasarımı Açısından Sürdürülebilirlik ve Dönüşüm, Sanatta Yeterlilik Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yetim, Fatma (2017). Beypazarı Yöresi Geleneksel Kadın Giyiminde İşlemeli Çevre Hırka Örnekleri. İdil Dergisi, 6, (9), 401-422.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Türkiye’de İletişim Kuramının Öncülerinden: Ünsal Oskay ve Eserleri

F. Betül AYDIN VAROL\* 

## ÖZ

Ünsal Oskay, Türkiye’de iletişim alanında ilk doktora tezini yazan isimlerden birisidir. Kitle iletişim kuramlarının Türkiye’de öğrenilmesinde önemli rol oynayan Oskay’ın, kitle iletişimi ile ilgili ortaya koyduğu eserler onu iletişim alanında öncü kuramcılardan birisi haline getirmiştir. Ünsal Oskay, iletişimin yanı sıra eserlerinde çoğunlukla “toplumbilim” olarak ifade ettiği sosyoloji ile siyaset, hukuk gibi sosyal bilimlerin farkı alanlarından birçok eseri de Türkçeye kazandırmıştır. Yaklaşık kırk yılı bulan akademik hayatına on kitap, on beş çeviri kitap ile yüzlerce makale sığdıran Ünsal Oskay, binlerce öğrenci yetiştirmiştir. Oskay, eleştirel sosyal teorinin benimsenmesindeki çabalarıyla, tüm sosyal bilim camiasında her zaman görüşleriyle göz önünde bulundurulması gereken bir isim olmuştur. Bir veri toplama tekniği olan doküman analizinin kullanıldığı bu çalışmada, Oskay’ın kitap, çevirileri ve makalelerinden oluşan tabir-i caizse külliyatının bir panoraması ortaya konmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak Oskay, 1960’larda (Ankara Üniversitesi’nde asistan iken) daha çok toplumbilim temalı eserleri Türkçeye kazandırırken, kendi kaleme aldığı makaleleri ise iletişim alanından uzaktır. En çok eseri doçent olduğu 1982 yılında veren Oskay’ın çalışmaları teorik olup, ampirik bir çalışması bulunmamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Ünsal Oskay, İletişim, Toplumbilim, Kültür, Eserleri

## Pioneer of Communication Theory in Turkey: Ünsal Oskay and Its Works

### ABSTRACT

Ünsal Oskay is one of the names who wrote the first doctoral thesis in the field of communication in Turkey. Playing an important role in learning mass communication theories in Turkey, Oskay's works on mass communication made him one of the leading theorists in the field of communication. In addition to communication, Ünsal Oskay translated many works from the different fields of sociology, which he often refers to as "sociology" in his works, and social sciences such as politics and law. Ünsal Oskay, who has ten books, fifteen translated books and hundreds of articles in his academic life of nearly forty years, has trained thousands of students. In this study, in which document analysis, which is a data collection technique, was used, it was tried to reveal a panorama of Oskay's corpus of books, translations and articles, so to speak. As a result, while Oskay translated mostly sociology-themed works into Turkish in the 1960s (while he was an assistant at Ankara University), his own articles were far from the field of communication. Oskay, who gave the most works in 1982 when he became an associate professor, has theoretical studies and does not have an empirical study.

**Keywords:** Ünsal Oskay, Communication, Sociology, Culture, Works

### 1. Giriş

Bu çalışmada, 2009 yılında kaybettiğimiz ve Türkiye’de iletişim çalışmalarının çatısını oluşturan Prof. Dr. Ünsal Oskay’ın çalışmaları incelenmiş ve bu alana yaptığı katkılar ortaya konmaya çalışılmıştır. İletişim ve bağlantılı alanlarda araştırma yapan herkesin Oskay’ın bu alana ait, temel eserleriyle karşılaşacağını farkında olarak genel bir tablo çizilmek istenmiştir. Ünsal Oskay’ın referans niteliğindeki çalışmalarının iletişim araştırmalarına atılacak her adımda başvuru kaynağı olması bu alanda toparlayıcı bir metne ihtiyaç duyulduğunun kanıtıdır.

Bu çalışma, Ünsal Oskay’ın Türkiye’de iletişim alanının gelişimi konusunda gerek yazdığı eserler gerekse çevirileri ile sağladığı katkının ortaya konması noktasında Türkiye’de iletişim alanındaki gelişmelere de ışık tutabilir. Peki, Ünsal Oskay Kimdir?

1939 yılında Şanlıurfa’da dünyaya gelen Ünsal Oskay, lisans eğitimini 1963 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi kısa adıyla Mülkiye’de tamamlamıştır. Oskay, 1967-68 yıllarında Amerika’ya yüksek lisans için konuk öğrenci olarak gitmiş ve iletişim alanında eğitim almıştır. Ünsal Oskay, 1972’de TRT Toplumsal Araştırma Büyük Ödülü’nü kazanmış, aynı sene “*Kültür Değişimi Modelleri*” tezi ile doktorasını tamamlamıştır. Akademik hayata, 1970’li yıllarda Ankara Üniversitesi SBF Basın Yayın Yüksek Okulu’nda başlamış, doçentlik unvanını “*19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri*” adlı

\* Dr. Öğr. Üyesi, Selçuk Üniversitesi, betulaydin@selcuk.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 17.06.2022



çalışması ile almıştır. 1989 yılında profesör olan Ünsal Oskay, Ankara SBF Basın ve Yayın Yüksek Okulu, Bursa Akademisi, Anadolu Üniversitesi, Marmara Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi ve Yakınoğu Üniversitesi İletişim Fakültelerinde öğretim üyeliği yapmıştır. Oluşum, Forum, Akis, 7 Gün, Devrim, Yeni Gündem, Somut, Birikim, Argos, Varlık, Hürriyet Gösteri, Gergedan, Cogito, Milliyet Sanat gibi çok sayıda bilim ve sanat kaynaklı dergilerde makale ve incelemeleri yayınlanmıştır. Oskay, 17 Ekim 2009 tarihinde vefat etmiştir.

## 2. Çalışmanın Tipolojisi ve Metodolojisi

Öncelikle bu çalışmanın Ünsal Oskay’ın iletişim alanına katkılarının, eserleri üzerinden bir tanıtımı olduğunun altının çizilmesinde yarar görülmektedir. Çok sayıda kitap, çeviri ve makalenin derlenip, sistematik bir çalışma ortaya konması amaçlansa da tahmin edilebileceği üzere güç bir iştir.

Çalışma ana hatlarıyla iki bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde Oskay’ın kitapları, çevirileri, makaleleri ile yönettiği yüksek lisans ve doktora tezleriyle ilgili sayısal veriler, kısacası eserlerinin niceliksel bir değerlendirilmesi yapılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümü de üç bölümden oluşmaktadır. Ünsal Oskay’ın kendi yazdığı kitapları “*Oskay’ın Kaleme Aldığı Eserler*” başlığı altında değerlendirilmiştir. Oskay’ın çalışmalarında, Marxist paradigma üzerinden Frankfurt Okulu’nun sorunsallaştırdığı temel kavramlar olan ‘kültür’, ‘ideoloji’ ve ‘yabancılaşma’ başat konu başlıkları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda Oskay’ın çevirileri Frankfurt Ekolü’nün Türkiye’de tanınmasında öncü rol oynamıştır. Oskay ayrıca sosyal bilim alanındaki sorunsallar üzerine de çokça kafa yormuş, sosyal bilimlere dair metodolojik çevirilerle akademik literatüre katkıda bulunmuştur. “*Oskay’ın Sosyal Bilimler Literatürüne Yaptığı Katkılar: Çevirileri*” başlığı altında çeviri kitaplarının bir değerlendirilmesi yapılmıştır. Ayrıca üçüncü bir kısım olan “*Karma Çalışmalar*” başlığı altında ise Oskay’ın derleme kitapları ile ilk dönem olarak adlandırılabilcek 1960’lardaki çalışma konuları arasında kaleme aldığı az gelişmiş ülkeler ve kitle iletişimin bu ülkelerin gelişimine katkısının neler olabileceği üzerine yazdığı makalelerin kısa bir değerlendirmesi yer almaktadır.

Çalışmada yöntem olarak bir veri toplama tekniği olan *doküman analizi* kullanılmıştır. Belgesel tarama olarak da nitelendirilen bu metot, belli bir amaç ekseninde *kaynakların temini, okunması, not alınması ve değerlendirilmesi* sürecini içermektedir. Bu yöntemin en önemli özelliği, araştırmacı ve doküman arasındaki - yalnız ikisi arasında- bir iletişimin zorunluluk halinin olmasıdır ki belgenin anlatmak istediğiyle okuyucunun/araştırmacının belgeden anladığı arasındaki anlam farkı en asgari düzeyde olabilsin (Karasar, 2008, s. 183-184). Bu bağlamda, çalışmada olabilecek yanlış aktarımların önüne geçebilmek adına Oskay’ın eserdeki konuyla ilgili temel bazı düşünceleri doğrudan alıntı şeklinde verilmiştir.

## 3. Ünsal Oskay’ın Çalışmalarının Genel Bir Panoraması

Ünsal Oskay, dolu dolu geçen akademik yaşamına onlarca kitap, çeviri ve sayısız makale sığdırmıştır. Oskay’ın on bir kitabının yanında, on sekiz<sup>1</sup> kadar çeviri kitabı bulunmaktadır. Farklı yayın organlarında yayınlanan makalelerinin yanı sıra bilim-sanat dergilerinde deneme türünde de yazılar kaleme alan Oskay’ın makalelerinin sayısına tam olarak ulaşılammıştır.

Çalışmalarına genel olarak bakıldığında; Gelişim Açısından Kültür Değişimi (1971a), Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon (1971b), 19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri (1982), Çağdaş Fantazy (1982), Müzik ve Yabancılaşma<sup>2</sup> (1982), İletişimin ABC’si (1992), Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım (1998), Tek Kişilik Haçlı Seferleri (2000), Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş (2000), Peki Konuşalım<sup>3</sup> (2004) ve Roman ve Etik (2014) adlı kitapları bulunmaktadır. Ayrıca Amerikan Hakları Anayasasının Uygulanması (1965), Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş (1968), Devrim Yapan Üç Adam (1969), Toplumbilim: Sorunlarına ve Yazınına İlişkin Bir Kılavuz (1972), Metodoloji Açısından Sosyal Bilimlere Giriş (1973), İktidar Seçkinleri (1974), Çin’in Sömürgeleşmesi ve Amerika’nın Çin Politikaları (1969), Göç ve Gelişme (1976), Toplumbilim Teori ve Yöntem Sorunları (1977), Toplumbilimsel Düşün (1979), Estetize Edilmiş Yaşam (1983), Estetik ve Politika (1985), Eski Toplum I

<sup>1</sup> Bu sayıya kolektif çevirileri dâhil değildir.

<sup>2</sup> Murat Belge ile kaleme almışlardır.

<sup>3</sup> Melis Çelebi ile röportajdan oluşmaktadır.

ve II (1987), Diyalektik İmgelem (1989), İslam'ın Siyasal Söylemi (1993) ve Adorno (2001), Yaradanımız Medya (2005) çeviri kitapları arasında yer almaktadır.

Oskay'ın kitap ve çevirilerinin yanında çok sayıda makalesi de bulunmaktadır. Özellikle 1960'ların sonu ve 1970'lerde Ankara Üniversitesi SBF Dergisinde birçok makalesi yayınlanmıştır. Onun bu makaleleri, iletişim/kitle iletişim temasından ziyade Latin Amerika, Çin gibi dönemin geri kalmış ülkelerinin tarihsel süreçte geçirdiği aşamaları ve ihmal edilmişlik/geri kalmışlık sorunlarının temelini ele alan çalışmalardır. Oskay'ın ayrıca birçok bilim ve sanat dergisinde makale ve denemeleri yayınlanmıştır. Bu makalelerin ve denemelerin bir kısmının yayınlandığı *Tek Kişilik Haçlı Seferleri* ve *Yıkılmak İstemeyen Çocuklar Olalım* adlı kitapları, Oskay'ın otuz yılı aşkın süreçte farklı dergi ve gazetelerde yayınlanan sınırlı sayıda makalelerinden derlenen eserleridir. Bu kitaplarda farklı içeriklerde elliden fazla deneme ve makale vardır. Bu nedenle bu kitapların genel bir değerlendirilmesi yapılmıştır.

Ünsal Oskay ayrıca, 23 yüksek lisans, 10 doktora, tezi yönetmiştir. Danışmanlığını yaptığı yüksek lisans tezlerinde; 'iletişim, kültür ve medya', 'sinema', 'kentsel mekân', 'kimlik', 'medya-siyaset ilişkisi', 'propaganda', 'sinema ve roman', 'televizyonun çocuklar üzerindeki etkisi' gibi konular, doktora tezlerinde ise 'iletişimin kültürel ortamı', 'kent ve roman', 'televizyon haberciliği', 'Türk siyasal sineması', 'televizyon yayıncılığı' gibi konular çalışılmıştır.

#### 4. Oskay'ın Çalışmalarının Konulara Göre Değerlendirilmesi

##### 4.1. Oskay'ın Kaleme Aldığı Eserler

Marxist paradigma üzerinden Frankfurt Okulu'nun sorunsallaştırdığı temel alanlar kültür, ideoloji ve yabancılaşmadır ve bu ekolün ilgi alanlarının Oskay'ın çalışmaları üzerindeki etkisi görülebilmektedir. Bu nedenle birbiriyle bağlantılı olan bu üç alanın (kültür, ideoloji ve yabancılaşma) tek bir başlık altında değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Bu başlık altında Oskay'ın kendisinin kaleme aldığı eserler "*İletişim ve Kitle İletişime Yönelik Çalışmaları*" ve "*Kültür, İdeoloji ve Yabancılaşma Temalı Çalışmaları*" olmak üzere iki başlık altında değerlendirilmesi uygun görülmüştür.

##### 4.1.1. İletişim ve Kitle İletişimine Yönelik Çalışmalar

İletişime giriş mahiyetinde olan ve ilk olarak 1992'de yayınlanan "*İletişim'in ABC'si*" isimli eserinde Oskay iletişimi; "*insanın varlık sürdürme biçiminin bir ürünü ve insanın varlık sürdürme biçimindeki gelişmelere göre değişimlere uğrayan insana özgü bir olgu*" (1999, s. 7) şeklinde tanımlamaktadır.

Oskay kitabında, iletişim kavramlarının kökeni ve temel argümanları üzerinde durmakta, iletişimde etkinlik sorunları, iletişimin kitle iletişimden ayrıldığı noktalar gibi konuları örnekler üzerinden ve öneriler ile ele alınmaktadır. Kitle iletişiminde alımlama ile ilgili örneklerin yer aldığı kitabında Oskay ayrıca, Orta Çağ'daki toplumsal günlük pratikleri ile günümüze uzanan bir süreci anlatmakta, ayrıca bu süreçte günlük rutin işlerinden sıkılan insanların, "realiteden kaçtıklarının" (1999, s. 82) da psikolojik tahlillerine değinmektedir.

Ünsal Oskay, "*Kitle Haberleşmesi Açısından Sosyal Algılama ve Tutumların Dinamiği*" adlı makalesinde de kitle haberleşmenin bireyde meydana getirdiği psikolojik süreci ele almıştır. Bu makalesinde "*algılama*"yı dış dünyamızda bulunan somut veya soyut objelere karşı aldığımız dolaysız duymusal enformasyon olarak tanımlayan Oskay, aynı objelerin algılamalarının her zaman aynı sonuçlar vermediğini belirtmektedir (1974, s. 164). Çünkü bu farklılık, bireyin içinde bulunduğu sosyal ortam ve kendi içsel özelliklerine bağlıdır (1974, s. 165). Makalenin bir diğer anahtar kavramı olan *tutum*'un ise tek bir objeye ait olduğunu ifade eden Oskay'a göre birey, ortamındaki objelerle ilişki kurduğunda sadece algılamakla kalmamakta, bu objelere karşı tutum takınmaktadır. Birey, objeleri algılamakta, tanımaya bilmeye çalışmakta ve onlara karşı ya yakınlık ya uzaklık duymaktadır. Buna göre kitle haberleşmesi bağlamında bireylerin tepkilerinin nasıl oluşacağını anlayabilmenin yolu, toplumdaki bireylerin grup ilişkilerinin yanı sıra, kendi iç dünyalarındaki algılama işlemlerinin de oluşumunu yakından bilmek gerekmektedir. Etkilenmek istenen bir bireyin kendisinin dış dünyasını algılaması ya da idrak etmesinin, bu dış dünyayı değerlendirirken ne gibi etmenlere göre değerlendirdiğini bilmek, kitle haberleşmenin etkinliği açısından önemlidir (1974, s. 163-164). Bireylerin dış dünyalarını anlamlandırma noktasında da Oskay, ilk olarak 1982 yılında doçentlik tezi olarak hazırladığı ve temel eserleri arasında gösterilen "*19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*" adlı



kitabında çarpıcı tespitler ortaya koymaktadır ki aradan kırk yıl geçmesine rağmen bu tespitleri günümüzle paralellik göstermektedir. Oskay’a göre;

*“Kendi kendini kütleleştirmiş insan’a dönüştüren çağdaş insanın görebildikleri ile tanıdığı dış dünya, onun kendi gereksinimlerine ve daraltılmış yeteneklerine göre yabancılaştırılmış bir dünya olmakta; geniş bir dünyayı tanıdığını sanan, kendi başbakanını tanıdığını sanmaya başlayan ‘çağdaş insan’, ekranda kendisine bakarak konuşan Başbakan’ın aynı anda on milyonlarca birey-yurttaş’a da aynı yakınlık ile bakmakta olduğunu unutmaktadır ...Gerçekte her yerde gördüğü sadece ‘kendisi’ olmaktadır. Bu arada, dış dünyanın kendisine yaklaştığını sanarken, en yakınındaki; karısı, çocukları, evinin iç mekânındaki objeler bile ondan uzaklaşmakta; yaşadığı ev artık sadece bu ‘hayalet dünya’nın kabı olmaktadır (1993, s. 11-12).*

Bu eserinde süregelen yakın çağlar içinde toplumsal yapının değişmesiyle birlikte, iletişim alanının değişen yapısını da ele alan Oskay, bu değişiklikte insanın özgürleşmesi ve niteliği açısından negatif etkisini göstermeye çalışmaktadır.

Oskay’ın temel eserlerinden sayılan bu kitapta yazar öncelikle, 19. yüzyıla geçişten 19. yüzyılın ikinci yarısına kadarki süreçte oluşan “insanın yenedünyasını” ve bu “yenedünyanın algılanmasının bir fantazyamorgayaya dönüşmesi” incelemektedir. Eserde Rousseau’nun ve sonrasında Baudelaire ve Melville’in toplumsal yaşamı eleştirileri metaforik bir anlatımla ele alan Oskay, kitle iletişimin formlarındaki ve içeriklerindeki değişimlerin değişen kent yaşamı ile ilişkilerini ortaya koymaktadır (1993, s. 31). Sanayi toplumuna geçişle başlayan iletişim sorunlarına ilişkin bazı bilimsel açıklamalardaki temel yetersizliği birey-toplum çelişmesine indirgeyerek açıklayan Huizinga ve McLuhan üzerinden kuramsal bir değerlendirmeye giden Oskay eserinde ayrıca, iletişim problemini toplumsal bir süreç olarak değerlendirmektedir. Yazar, kitle iletişimin etkilerinin günümüz toplumlarındaki geçerli “teknolojik ussallıkla” ne ölçüde ifade edilebileceğini, kitle iletişimde bireysel olan yanın, yani insanın dil, düşünce ve bilinci toplumsal gerçeklik bağlamında Vygotsky’nin araştırmalarının perspektifinde ele almaktadır (1993).

Sonuç olarak Oskay bu kitabında, Marxist anlayışa eleştiri getirmektedir. Buna göre kitle iletişim araçları ile bu araçların ardında yer alan toplumsal sınıf ve yandaşları geliştirmekte olan iletişim teknolojisini mevcut toplumsal sistemi sürdürmek için diledikleri biçimde kullanabilmektedir. Böylece bütünüyle edilgen bir tutum içerisindeki kitleler, kitle iletişim araçları ile yapılan manipülasyonlara açık hale gelmek durumundadırlar (1993, s. 403). Bu bağlamda Oskay çalışmada ortaya konan sorunun çözümünü Frankfurt Okulu’nun karşıladığını belirtmektedir.

Kitle iletişim araçlarının toplumsallaşmadaki rolü üzerine ele aldığı “*Toplumsal Gelişimde Radyo ve Televizyon*” adlı TRT Büyük Ödüllü kitabında Ünsal Oskay, radyo ve televizyonun, gelişmemiş ülkelerin kalkınmaları için kullanılabilecekleri yönündeki yaygın görüşünden hareketle yola çıkmakta ve bu görüşün sınırlı da olsa gerçekliğinin olduğunu belirtmektedir. Sınırlı gerçekliğin nedenlerini toplumun sosyo-ekonomik yapısına bağımlı olarak açıklayan Oskay’a göre bir toplumun gelişmesinde radyo ve televizyondan ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda kalkınmak için yararlanabilmek – o günün koşullarında- Türkiye gibi az gelişmiş ülkelerde pek de mümkün görünmemektedir. Ünsal Oskay’a göre, az gelişmiş ülkelerde “gelişmemişlik”ten ziyade, “gelişememe” koşullarının saptanması gerekmektedir. Çünkü az gelişen ülkelerde toplumsal gelişme alanında bilimsel bir çıkarımda bulunabilmesi veya istikrarlı bir yayıncılık politikasının saptanabilmesi böylelikle mümkün olacaktır (1971b, s. 94). Yazara göre Türkiye’de televizyon ve radyodan *ekonomik, toplumsal ve kültürel* kalkınma sürecinde faydalanma olanağı bulunmaktadır. Ne var ki bunun için bu üç alanın değişim sürecince birbirlerine uyulmayan, destekleyen ve dengeli bir toplum yapısına yönelmiş “*Toplumsal Gelişme*” modelinin takip edilmesine bağlıdır (1971b, s. 96).

Oskay bu makaledekine paralel olarak, yine az gelişmiş ülkelerdeki kitle haberleşmesi ile ilgili “*Az Gelişmişlerde Değişim ve Kitle Haberleşmesi*” adlı makalesinde de azgelişmiş ülkelerde özellikle bağımsızlığını yeni kazanmış ülkelerdeki kalkınma sorununa işaret etmektedir ki bu gelişim çizgisi sadece iktisadi bağlamda değil, sosyal ve kültürel anlamları da kapsamaktadır. Azgelişmiş ülkelerdeki değişim ve modernleşme süreci ve kamu yayıncılığının burada öncü olması gerektiğini belirten Oskay, iletişimi sosyalizasyon sürecinin bir parçası olarak görmekte (1968, s. 240), Lasswell ve Scramm’a atıf yapmaktadır. Oskay sonuçta methiye ve reddiye arasında kitle iletişim araçlarının faydalı bir biçimde kullanılmasıyla azgelişmişlerde kültürel ve toplumsal dönüşümde öncü olacağını ifade etmiştir.

Oskay yalnızca kitle iletişim ve kitle haberleşme kuramları üzerine değil ayrıca bu alandaki metodolojik noktalara ilişkin de yazılar kaleme almıştır. “*Kitle Haberleşmesi Açısından Toplumsal Araştırmalarla İlgili Metot ve Planlama Sorunları*” adlı çalışmasında, “*özellikle gelişme çabasında olan toplumlarda kitle haberleşme kuramlarında yer alan haber, yorumlama ya da yönetim elemanlarının toplumsal sorun ve olguları inceleyen bilimsel araştırmalarda kullanılan bazı metot ve planlama bilgilerine sahip olmanın*” önemli olacağı üzerinde durmaktadır (1974, s. 83). Oskay, toplumsal sorunlar ve olguların araştırılmasında iki türden bahseder. Bunlardan *tanımlayıcı araştırma*, bir sosyal olayın özelliklerini saptamaya çalışırken, *açıklayıcı araştırma*, bir sosyal olayın içindeki bağımsız değişken ile bağımlı arasındaki nedensellik bağına saptamaya çalışmaktadır. Oskay ayrıca bu çalışmada, toplumsal bir araştırmada araştırmaya dair evren-örneklem temsili, soruların hazırlanması, ölçekler gibi teknik metodolojik bilgiler vermektedir (1974, s. 139). Oskay’a göre metodoloji bilgisine sahip olmak yazılı veya elektronik basında çalışan gazetecilerin mesleklerini icra etmelerinde topluma karşı yükledikleri bir sorumluluktur.

Son olarak Oskay’ın aslında İngilizce makalelerden derleyerek oluşturduğu “*Kitle Haberleşme Teorilerine Giriş*” adlı ders kitabı mahiyeti taşıyan kitabı, konunun bütünlüğü bakımından burada değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Çeviri ve derleme makalelerden oluşan bu kitap için Oskay’ın hocalarından Prof. Dr. Nermin Abadan, 1969’daki ilk basımına önsöz yazmıştır. Nermin Abadan burada, “Oskay’ın ‘haberleşme teorileri’ dersinin gereği gibi okutulması için yararlanılması zorunlu olan yeni yayınlardan çeviri ve derleme yaptığını ve bu kitabın, Batı ülkeleri üniversitelerinde sosyal bilimlerde sıkça kullanılan bir “reader” (seçilmiş parçalardan derleme) mahiyeti taşıdığını ifade etmektedir. Oskay, kitabında “haberleşme teorilerinin” anlaşılması için gereken sosyal psikoloji alanındaki bazı temel konu ve terimleri ele almış, haberleşme sürecinin işleyişi ve etkilerini aydınlatmaya çalışmıştır. Oskay ayrıca propaganda yapma teknik ve taktiklerini ele almıştır.

#### 4.1.2. “Kültür”, “İdeoloji” ve “Yabancılaşma” Temalı Çalışmaları

Kitle iletişimi ideolojik ve kültürel olan ekonomik örgütlü bir faaliyettir. 1960’ların sonlarına kadar Marx’tan Frankfurt Okulu’na eleştirel yaklaşım ideoloji ve kültür ekseninde alternatif bir mecra olarak egemenliğini sürdürmüştür. Dolayısıyla iletişim çalışmalarında kültür-ideoloji ayrımının sınırlarını çizmek çok da mümkün değildir. Böylece, Oskay’ın çalışmalarında *kültür* ve *ideoloji* kavramları ile Marx’ın kapitalist düzene eleştirisi olarak kavramsallaştırdığı *yabancılaşma* kavramı da sıkça karşımıza çıkmaktadır. Ünsal Oskay ayrıca tüketim kültürüyle doğrudan ilişkili olan ve Frankfurt Okulu’nun sorunsallaştırdığı temel konulardan biri olan *popüler kültür* ile de yakından ilgilenmiştir.

Ünsal Oskay’ın doktora tezi olarak hazırladığı “*Gelişim Açısından Kültür Değişimi*” adlı eserinde -kendi tabiriyle- “*kültür değişimi sorununun, az gelişmiş ülkelerin gelişmesi açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır*” (1971a). Kültür değişimi sorununun gelişme açısından değerlendirilmesinde, gelişme halindeki ülkelerin ekonomik ve kültürel yapıları arasındaki ilişkinin üzerinde durmanın zorunlu olduğu kabul edilmiştir. Çalışmada Oskay vardığı sonucu üç madde halinde şu ifadelerle özetlemiştir:

“(1) Kültürel değişim sorunu bir yapısal değişim sorunu olarak kabul edilmelidir. (2) Toplumun ekonomik ve kültürel gelişmesi, aynı gelişme sürecinin iki ayrı yönü olarak kabul edilmelidir. (3) Endüstriyel kapitalizm aşamasına henüz gelmemiş ve merkantil kapitalizm ile yarı-feodal tarımsal yapının kalıntılarının etkisi altında olan az-gelişmiş ülkelerin gelişmesine katkıda bulunabilecek bir kültür değişimini gerçekleştirmek için, toplumdaki sosyal sınıflar arasındaki mevcut dengenin, toplumun geleneksel alt-yapısını değiştirmekte yeteneği ve çıkarı olan yeni ve ileri bir toplum biçimini; yani, endüstriyelleşmiş toplumu kuracak yeni sosyal sınıflar yararına değişmiş olması zorunlu görünmektedir” (1971a).

Popüler kültür üzerine yaptığı çalışmalara bakıldığında Oskay, popüler kültürü; “*toplumun, merkezlerde yaşayan ve kendileri gibilerin doğru buldukları ölçülere göre kolayca biçim alacağını; beğeni ve yaşam alışkanlıklarında da her söylenene uyacağını sananların, yirmi-otuz yıllık oluşumundan sonra, şimdi birdenbire görüp şaşırmalarına neden olan sorunlarımızdan biri*” (2010, s. 237) olarak tanımlamaktadır. Oskay, popüler kültürün nasıl bir toplumsal ve kültürel ortamla karşılaştığı ve popüler kültürün bugün ideolojik işlevinin ne olduğu, bunu ne dereceye kadar başardığı noktasında kapitalist sanayi toplumlarındaki ideoloji sorunu üzerinde durmaktadır. Bu

başlamda Oskay, “Popüler Kültür Açısından ‘İdeoloji’ Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar”<sup>4</sup> adlı makalesinde ideoloji kavramının ortaya çıkışından ve Marxizm’le birlikte farklı görüşlerle dönüşen bu kavramın işlevlerinden bahsetmektedir. İdeolojiyi, *ekonomik, siyasal, toplumsal ve kültürel* alan olmak üzere dörde Oskay, hegemonik ideoloji üzerinde sıkça durmaktadır. *Hegemonik ideolojinin* toplumda değerlerin, imgelerin, idealaların ortaklaşalığını sağladığını ifade eden Oskay’a göre, hegemonik ideolojinin aynı zamanda uygulamısal ve toplumsal bir işlevi vardır. İnsanları, toplumdaki başat inançlar, uygulamalar yönünde yönlendiren hegemonik ideoloji, insanların toplumun işleyiş biçimi anlamalarını sağlamaya yaramakta ve böylece, kişilere gündelik yaşamlarında ne şekilde davranacaklarına dair bir kılavuz harita olarak yardım etmektedir. Oskay bu noktada örnek olarak da toplumda yarışmanın, paranın hiyerarşisinin önemini hatırlatmakta, onları, toplumsal ilişkilere hazırlamaktadır (1980).

Hegemonik ideoloji bağlamında popüler kültür ürünlerinden örnekler veren Ünsal Oskay, adam akıllı yoldan çıkmış profesyonel suçluların bile bir ölçüde sevimli gösterildiğini veya kadın satıcısı, bir zenci, polislin korumasında ‘icra-i sanat’ eyleyebilmektedir (1980, s. 245). Oskay’a göre, ideoloji sorunu meta ekonomisi ile geniş boyutlara ulaşan bir sorundur ve popüler kültürle yakından bağlantılıdır.

Popüler kültürün bir *yanılsama* olduğunu ifade eden Oskay’a göre, “*Bireyliğin, özgürlüğün, spontaneliğin, farklılığın, toplumsal hayatın, can alıcı alanlarında baskı altına alınmış olmasının neden olduğu ‘atrofi’<sup>5</sup> ve ‘anomiyi’<sup>6</sup> hafifletecek edilgenleştirilmiş, sınırları iyi çizilmiş bir ‘özgünlük, farklılık, spontanelik, değerlilik’ olarak rafinedir*” (2010, s. 156). Bu bağlamda modern toplumlarda, bireyin dış gerçeklikle kurduğu anlamlandırma ilişkilerinden birisi olan “düş görme” ve fantazyalara gereksinim duyma alanında da insan ile dış gerçekliği arasına bilinç endüstrisi girmiş bulunmaktadır ve bunu Oskay, “*Çağdaş Fantazy*” adlı eserinde ele almaktadır. Fantazyayı, “*yaşanan dönemde karşılaşılan yeni-olan ya da beklenmedik- olanın yarattığı şokun hafifletilmesini işlev edinmiştir*” diyen Oskay, bu kitabından korku türü ile bilim kurgu türü filmler üzerinden bireyin “korku” ve “edilgenleştirilmiş düşlerinin” yaygınlaşması olgusuna vurgu yapmaktadır. Buna göre; yeni olana karşı ortaya çıkan ürkme hissi, endişe ve merak gibi duyguların içerisinde bulunduğumuz dönemde, eski zamanlardaki gibi masal veya öykü anlatıcılarının anlattığı masal ve öykülerle değil, bu bilinç endüstrisinin ‘ürettiği’ endüstriyel birer ‘mamul’ olan fantazyalarla karşılanmaktadır (1982, s. 7). Diğer bir deyişle, dünyayı gerçekliği ile anlamak yerine, ‘başat kültürün’ ve onun verili toplumun kendini yeniden üretmesinde en çok işe yarayabilen öğelerinden oluşan ‘hegemonik ideolojinin’ belirlediği algılama biçimi içinde algılanmasıyla yetinmeyi amaçlayan *a* ürünü fantazyalar ve düşler yaygınlaşmadıkça, sinema, magazin dergileri, şiddet ve pornografi ürünleri hayatımıza verdiğimiz anlamı her geçen gün artan bir biçimde şekillendirecek bir hale gelmektedir (1982, s. 9-10). Bu çerçevede Oskay bu eserinde, birey-toplum ilişkileri açısından yarattığı sorunları modern bilim ve teknolojinin kendi içinde başlayıp biten sorunlar gibi göstermeye yönelik yanlış açıklamaları ve modern bilinç endüstri ürünlerinin bilim ve teknolojinin kendi iç yapısından mı yoksa toplumsal egemenlik yapısından mı kaynaklandığı tecimsel sinemadaki korku ve bilim kurgu filmleri üzerinden bir sonuca varmayı hedeflemiştir. Kitapta -kitabın anahtar kavramları olan- ‘*bilimkurgu*’ ve ‘*korku*’nun bireyde oluşturduğu durum psikanalitik açıdan irdelenmektedir.

Korku ve bilim kurgu filmleriyle örneklendirilen bu çalışmada (bilinç endüstrisi bağlamında), Oskay; ‘Pazar’, hegemonik ideoloji, yabancılaşma, kültürel hegemonya gibi kavramlarla kuramsal bir çerçeveye çizmıştır. Tüm bu detaylı tahliller sonucunda Oskay’ın vardığı sonuç şudur:

(a) *Kitleler, özgürleşim düşlerinden yoksunlaştıkça, yaşanan reel-hayatın içinde günü birlik düşler görmeye; düzenin içinde tutuklanmış, evcilleştirilmiş yalancı mutluluklara, yalancı özgürleşimlere, yalancı değerlere yöneltici düşler görmeye başlar. (b) yaşamın dışına itilmiş, reel-yaşama yalnızca edilgin meta olarak katılabilmek durumuna sürüklenmiş modern “kitle toplumu” insanları yanlarında ve yörelerinde korkudan ve şiddetten başka bir şey kalmadığını anlarlar. (c) Günümüzde toplumsal yaşamda, “folk yaşam alanı” daraldıkça daralmakta; bu yaşam alanları, içine “sığınan” insanlara reel-toplumun dışında ayrı yaşama olanakları sağlama güç ve yeteneğini yitirdikçe yitirmektedir. (d) İnsanlığın*

<sup>4</sup> Bu makale ilk olarak 1980 yılında Ankara Üniversitesi SBF Dergisinde yayınlanmış, daha sonra yeniden düzenlenerek “Tek Kişilik Haçlı Seferleri” ve “Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım” isimli derleme kitaplarında da yayınlanmıştır.

<sup>5</sup> Körelme.

<sup>6</sup> Kanunsuzluk.

*özgürleşim beklentisini dile getirecek ütopyaların sinemada, edebiyatta ve diğer sanatsal anlatım alanlarında yer bulabilmeleri de göttiğe güçleşmektedir. (d) "Dehşet" ve "felaket" filmleri ile kitlelere ütopyan olmayan fantazyalar sunulmakta, reel-toplum karşısındaki edilginleşmişlikleri içindeki insanların sado-mazoşistik eğilimleri alabildiğine sömürülmektedir. (e) Perdede/ ekranda izlenen fantazyanın "fantazy" olduğunun algılanmasını zorlaştırmaya, fantazyanın mesajındaki değer, tutum ve davranış biçimi öğretme, pekiştirme, bakışlaştırma ve aşılama etkisini artırmaya yaramaktadır (1982, s. 244-246).*

Bu sıraladıklarımız, Oskay'ın çıkarımlarından öne çıkan birkaçı idi. Ancak şu var ki Oskay'a göre (1982) bu olumsuz sonuçlar bilhassa gelişmekte olan ülkeler açısından daha büyük tehlike arz etmektedir. Özgür bir uygarlaşma süreci yaşamadan dış dünyanın etkileriyle modernleşme sürecine girmekte olan bu ülkelerde, etkilerinin insanın ruh sağlığı açısından da ulusal kendine güven duygusu edinimi açısından da çok daha dramatik boyutlara varabileceği düşünülmelidir.

Daha önce de belirtildiği üzere "yabancılaşma" üzerinde sıkça duran Oskay, "Müzik ve Yabancılaşma" adlı kitabında da "müziğin, yabancılaşmaya dayanan bugünkü toplumsal yaşamdaki konumu ve bu konumdan kurtulabilmesinin nelere bağlı olduğu", "müziğin, günümüzün reel-toplumların yaşamında özgürleştirici bir öğe olup olamayacağı", ve "reel-toplumlardaki hegemonik ideolojinin yapısındaki bazı özellikler bu konuda bir umut kaynağı olup olamayacağı" (2001, s. 7) sorularına yanıt aramaktadır.

Ünsal Oskay bu kitabında, Batı kökenli klasik müzik üzerinden temellendirdiği bir müzik teorisini tartışmaktadır. Oskay, Aristoteles ve Huizinga'dan ancak öncelikli olarak Adorno'dan yola çıkarak sürdürdüğü tartışması, klasik müzik söylemi ve Adorno'nun tanıtılması üzerinden yükselmektedir. Oskay, klasik müziği esas almasını da "lirik ögesi (güftesi)" ağır basan popüler müziğe oranla daha soyut olan klasik müzik türünün, sözlü müziğe ilişkin olarak çok daha açıklıkla söylenebilecek bazı savların müziğin bu türü içinde incelenmek istenmesi (2001, s. 7) olarak yorumlamaktadır. Müzik ve toplumsal işlevini, Aristo, Huizinga ve Adorno'nun müzikle ilgili görüşleri çerçevesinde kuramsal açıdan ele aldığı çalışmada, bu üç ismi ele almasının nedenini Oskay, şu şekilde özetlemektedir;

*"Konumuz açısından müzikle ilgili en ilginç görüşleri Aristo, Huizinga ve Adorno'da buluyoruz. Çünkü Aristo, egemen insan ile bağımlı insan arasındaki birlikte varoluş ilişkisinin doğal bir ilişki sayıldığı eski bir dönemin düşünürü; Huizinga, bir kültür tarihçisi olarak insanın ve toplumun kültürel değişimlerini uzun tarih dönemleri içinde ortaya çıkan en genel özellikleri ile görebilen bir düşünür. Adorno ise müzik ve edebiyat başta olmak üzere, sanatın her dalında olduğu kadar iletişim konularında da yetkin bir düşünür olması ve ayrıca 1920'lerden 1960 sonlarına dek çalkantılar içindeki dünyamızı Avrupa ve Amerika'da yaşamış derinlik bir aydın olmasıdır" (2001, s. 9-10).*

Kitapta özellikle Frankfurt Okulu'nun en önemli temsilcilerinden Adorno'nun görüşlerine, üç bölümden oluşan kitabın gerek ikinci bölüm (çağdaş müzik anlayışları, müziğin durumu ve sorunları) gerekse üçüncü bölümde (bu çağdaş müzik anlayışlarındaki yetersizlikler) karşılaştırmalı bir şekilde verilmiştir. Diğer bir deyişle müzik sosyolojisi (1962) kitabının yazarı olarak Adorno'nun müziğin kültürel, ekonomik, sosyal ve toplumsal pratikler içerisinde hegemonik ideoloji bağlamında üretimden tüketimine her yönüyle Adorno referans alınmaktadır.

Ünsal Oskay'ın kaleme aldığı eserler arasında "Roman ve Etik" (2014) başlıklı kitap da kültürel bir içerik olarak burada ele alınabilir. Oskay'ın, 1990 yılında *Kurgu Dergisi*'nde "Anlatı Semantiği Açısından Roman ve Etik" başlığıyla yayınladığı ve giriş kısmında da aslında bu çalışmanın bir kitap çalışması olarak tasarlandığını ifade ettiği bu makalesi, vefatından sonra "Roman ve Etik" adıyla kitap olarak yayınlanmıştır. Yerli ve yabancı roman yazarlarının (ve hatta şairlerin) eserleri ve bu eserler üzerine yazılan edebi eleştirilerden yola çıktığı çalışmada Ünsal Oskay, bu eleştirilerden hareketle bir iletişimci olarak roman ve etik arasındaki ilişkiye değinmesi gerekliliği doğduğunu belirtmektedir (1990).

Oskay, çalışmasının adının *Roman ve Etik* olmasının nedenini Kafka'nın üslubundaki yalnızlığa bağlamaktadır. Gregor Samsa'nın bir sabah uyanıp kendisini hamam böceği olarak görmesi ve kendisindeki bu değişmeyi fark ettikten hemen sonra ilk düşündüğü şeyin bir hamam böceği olarak daireye saat dokuzda yetişip yetişemeyeceği olmasını fantastik bir gerçeklik olarak yorumlayan Oskay'a göre, "Sabah uyanıldığında kendisini hamam böceği olarak gören Gregor Samsa'nın daireye geç kalma korkusu, yabancılaştırıcı dış realitenin insanın iç dünyasını istila edişinde verili sistemin en büyük yardımcısının da yabancılaşmış insanın ta kendisi olduğunu işaret ediyor."

Oskay'a göre Gregor Samsa'nın hamam böceği olduğunu gördükten sonra da onu insan olmaktan çıkarıp hamam böceğine dönüştüren bürokrasinin etik'i içinde kalışı aslında en trajik insan gerçekliğidir ve dildeki bu yalınlık Oskay'ın bu esere isim vermesinde etkili faktörlerden yalnızca birisidir.

#### 4.2. Oskay'ın Sosyal Bilimler Literatürüne Yaptığı Katkıları: Çevirileri

Daha önce de belirtildiği üzere Ünsal Oskay'ın çevirileri Frankfurt Ekolü'nün Türkiye'de tanınmasında öncü rol oynamıştır. Oskay'ın çevirileri "*Toplumbilim Üzerine Çevirdiği Eserler*" ve "*Frankfurt Okulu ve Ekolü Kapsamındaki Eserleri*" olmak üzere iki başlık altında değerlendirilmiştir.

##### 4.2.1. Toplumbilim Üzerine Çevirdiği Eserler

Türkiye'de iletişim kuramının duayeni olan Oskay gerek kendi makalelerinde gerekse kitaplarında toplumsal bağlamda sosyolojik kaygılar gütmüş hatta bu kaygı, çeviri eserlerindeki tercihlerine de yansımıştır. Tom B. Bottomore'un 1962'de yayınladığı "*Toplumbilim: Sorunlarına ve Yazınına İlişkin Bir Kılavuz*" adlı kitabı Oskay, 1972'de Türkçeye kazandırmıştır. Oskay, bu kitabı çevirme nedenini şöyle özetlemektedir:

*"Çoğu Batılı sosyal bilimcinin içinde bulunduğu çıkmazlar -ki bunu 1930'larda Mannheim, 1950'lerin sonunda Mills, 1960'ların sonunda ise Gouher'lar ve niceleri açık dille yazmışlardır -açısından bu çalışmanın en az kusurlu olanların başında gelmesi, ayrıca her sorunu tarihsel boyut içerisinde ele alması ve zengin bir bakış açısıyla ayrıntılı karşılaştırmalar yapmasıdır"* (1998).

Kitap, toplum/bilimsel teoriden, nüfus ve toplumsal gruplamalara, toplumsal kurumlardan toplumsal değişime kadar topluma ve toplumsala dair zengin içeriği bakımından sosyolojiye giriş kitabı mahiyeti taşımaktadır. Bottomore'un Toplumbilim kitabına benzer olarak, 1961 yılında Fransız siyaset bilimci Maurice Duverger'in "Methodes Des Sociales" orijinal adıyla yayınladığı "*Metodoloji Açısından Sosyal Bilimlere Giriş*" kitabını Oskay, 1973 yılında Türkçeye çevirmiştir. Kitapta; anket tekniği, belgesel gözlem olarak adlandırdığı arşiv, nüfus sayımı, basın, foto, film, plak, teyp bantları gibi materyallerin araştırılma teknikleri, mülakat gibi sosyal bilimler alanında kullanılan araştırma yöntemleri detaylı olarak anlatılmıştır (1999).

Oskay'ın sosyoloji alanına kazandırdığı bir diğer eser de Grigory Osipov'un 1969 yılında kaleme aldığı orijinal adıyla "*Sociology, Problems of Theory and Method*" adlı Marxist paradigma üzerinde temellenen kitabıdır. Kitabın bu paradigma üzerinden inşa edilmesinde yazarın Rus olmasının etkisinin olduğu söylenebilir. Daha çok sosyolojiye giriş niteliği taşıyan bu eseri Oskay, dilimize "*Toplumbilim, Teori ve Yöntem Sorunları*" (1977) adıyla çevirmiştir. Ayrıca Nermin Abadan-Unat liderliğinde Türkiye-Hollanda ortak projesi olarak gerçekleştirilen (Uluslararası İşçi Göçünün (Yozgat) Boğazlıyan İlçesindeki Etkileri Üzerine Bir İnceleme) "*Göç ve Gelişme*" (1976) adlı kitap da Oskay'ın çevirileri arasındadır. Türkiye'de yapılan ilk kamuoyu araştırmalarından biri olma özelliği taşıyan bu çalışmada teorik olarak uluslararası göçmen işgücünün tarihçesi ve etkileri ele alınmış; üniversiteler arası bir proje olma özelliği taşıyan bu kitapta ayrıca Fas, Tunus ve Türkiye gibi farklı Akdeniz ülkelerindeki göçmen iş-gücünün etkileri incelenmiştir.

Wright Mills'in "*The Sociological Imagination*" adıyla ilk kez 1959 yılında Oxford Üniversitesinden yayınlanan "*Toplumbilimsel Düşün*" kitabını ise Oskay, 1979 yılında Türkçeye kazandırmıştır. Mills kitabı yazma amacını, "*sosyal bilimlerin kültürel açıdan ne gibi görevler yüklemesi gerektiğini açığa kavuşturmak olduğunu ve toplumbilimsel düşüncenin siyasal ve kültürel yaşam üzerindeki etkilerine dikkati çekmek olduğunu*"nu belirtmektedir (2000, s. 37). Mills, toplumbilimsel düşüncenin en yaygın olarak görülen sapıtılmış, bozulmuş, çarpıklaştırılmış biçimleri üzerinde durmakta kavramların arasındaki bağlantılar ile bağlantısızlıkları sağlamaya dayanmaktadır (2000, s. 50). Ayrıca sosyal bilimin üzerine düşen görevleri ve toplumbilimsel düşününün sağlayabileceği kazanımları ifade etmeye çalışmaktadır.

Ünsal Oskay'ın en önemli çevirilerinden birisi de hiç kuşkusuz Lewis Henry Morgan'ın iki ciltlik "*Eski Toplum*" adlı eserdir. Ünsal Oskay kitabın önsözünde; bu kitabın Türkçeye çevrilmesinde kendisine düşenin, kendisinin yapabileceği bir görev saydığını belirtmektedir. Bu eseri önemli yapan şey, Marx ile aynı yıl doğan (1818) ve onunla aynı dönemde yaşayan Morgan'ın bu eserinin Marx'ın dikkatini çekmiş olmasıdır. Bu eserin Marx için önemini Engels şu sözlerle ifade etmiştir: "*Darwin biyoloji için ne denli önemli ise, Eski Toplum da toplumun oluşum kaynaklarını anlamak için o denli önemli bir eser olmuştur. 1880-1881 yılında bu eser Marx'ın dikkatini çekmiştir.*" Öyle ki Engels 1883'te Marx'ın ölümünden sonra, onun Eski Toplum'la ilgili olarak aldığı notlara dayanarak Morgan'ın bu çalışmasını tanıtmayı "Marx'a karşı ödenmesi gereken bir

borç bildiğini” söylemiştir (1994, s. 7). Oskay'ın ifadesiyle (1994, s. 8), “bu eser, toplumsal bilimlerde bir varsayımın sınanmasına ve kanıtlanmasına dayanan “kuram oluşturma” çalışmasının başarılı bir örneğini teşkil etmektedir.” İki ciltlik Morgan'ın Eski Toplum'unda, toplumsal evrim, üretim araçlarının gelişimine paralel olarak birbirini izleyen *yabanıllık*, *barbarlık* ve *uygarlık* aşamaları ele alınmaktadır.

Topluma dair, toplumsala dair çeviriler yapan Oskay, Amerikalı sosyolog, Wright Mills tarafından kaleme alınan “*İktidar Seçkinleri*” adlı ünlü eserini de Türkçeye kazandırmıştır. Mills -her ne kadar bunu incelemenin güç ve iddialı bir iş olduğunu (1974, s. 511) belirtse bile- kitabında Amerikan toplumunun güç ve iktidar seçkinlerinin analizi üzerine odaklanmaktadır. Mills, iktidar seçkinlerini “*politikadan, ekonomik çevrelerden ve askeri üst çevrelerinden gelen kimselerden oluşan topluluk*” (1974, s. 384) olarak tanımlamaktadır. Mills'e göre iktidar seçkinlerinin başında buldukları hiyerarşik kuruluşların etkinlik alanları genişlemiş; kendileri gitgide daha merkezî bir yapıya geçmiş ve toplumdaki eski dengeleri yerlerinden ederek bunları orta iktidar düzeyine inmeye mecbur etmişlerdir (1974, s. 414). Mills Amerikan toplumundaki iktidar seçkinleri azınlığının varlığını, Amerikan toplumundaki “*kamunun*” bir “*kitle toplumu*” düzeyine indirgenmiş bulunmasına bağlamaktadır (1974, s. 415).

Oskay'ın bir başka çevirisi de Ortadoğu dilleri ve tarihi konusunda uzman olan ve *Modern Türkiye'nin Doğuşu* adlı ünlü eserin yazarı olan Bernard Lewis'in “*İslam'ın Siyasal Söylemi*” adlı eseridir. 1986 yılında Chicago Üniversitesi (Toplumsal Hayat Üzerine Düşünceler Komitesi) tarafından desteklenen bir haftalık program çerçevesinde verilen derslerden oluşan kitabı, Oskay 1993 yılında Türkçeye kazandırmıştır. Kitapta, Lewis, Ortadoğu'nun en büyük üç dili olarak nitelendirdiği Arapça, Farsça ve Türkçenin (2011, s. 9) İslam kültürüne ve dünden bugüne bunun politikalara yansımaları ele almaktadır. Lewis, Ortadoğu'da, İslami gelenekler ve siyasal hareketler bağlamında İslam'ın nasıl algılandığını tartışmakta; bu tartışmayı yaparken Arapça, Farsça ve Türkçe çözümlerinden yararlanıp Hz. Muhammed döneminden bugüne İslami siyasi düşünce yapısı ve Batılı siyasi kuram arasındaki farklılıkları irdelemektedir. Lewis, kitabının sonunda özetle, “İslami siyasi söylemin içeriğinin kendini yenilediğini” (2011, s. 172) belirtmektedir.

Ünsal Oskay, iletişim, kültür, sosyoloji ve hukuk gibi alanlardaki çevirilerin yanı sıra Çin, Rusya, Latin Amerika ile Amerikan siyaseti hakkındaki kitapları da Türkçeye çevirmiştir. Kolombiya Üniversitesi'nden hukuk profesörü Walter Gellhorn'un (1965) “*Amerikan Hakları Anayasası'nın Uygulanması*” adlı eseri hukuk alanında yaptığı çevirilerden biridir. 1969 yılında dönemin Çin uzmanı olarak tanınan Prof. Dr. John King Fairbank'in “*Çin'in Sömürgeleşmesi ve Amerika'nın Asya Politikası 1840-1950*” (1969) adlı eseri de siyasal çevirilerindedir. Fairbank'in ülkesi tarafından “komünist” ya da “kültürel ajan” gibi nitelendirmelere maruz kaldığını ancak onun bu tanımlamalardan hiçbiri olmadığını ifade eden Oskay, ayrıca bu kitabın önsözünde Çin'in yakın tarihini bilmenin aslında Türkiye için bir çıkar yol arayanları birçok konuda uyaraçağının da altını çizmektedir. Ayrıca Oskay'ın aynı yıl yani 1969'da çevirdiği bir başka kitap da “*Devrim Yapan Üç Adam*” (1969) adlı eserdir. Latin Amerika ve Rusya'nın siyasal, sosyal kültürel tarihi üzerine çalışmalar yapan Amerikalı Profesör Bertram D. Wolfe'un kaleme aldığı bu kitapta üç devrimci Lenin, Troçki ve Stalindir. Kitap temelde yazarın on iki yıl boyunca kaldığı Rusya'da tanıştığı Stalin, Troçki, Bukharin, Molotov, Chernov gibi tanıştığı birçok devrimcinin yani -yazarın ifadesiyle- “Sovyet Devrimini yaratan kadronun tarihi bir süreç içerisindeki yetişmesini anlatmaktadır.”

#### 4.2.2. Frankfurt Okulu ve Ekolü Kapsamındaki Eserleri

Ünsal Oskay, yukarıda değerlendirmeye çalıştığımız toplum/ toplumbilim ve toplumbilimsel yönelik çevirilerinin yanında Frankfurt Okulu'nun Adorno, Martin Jay, Walter Benjamin ile Marshall McLuhan gibi öncülerin eserlerini Türkçeye kazandıran en önemli isimlerden birisi olmuştur.

Oskay'ın 1983 yılında çevirdiği “*Estetiğe Edilmiş Yaşam*”, Frankfurt Okulu'nun öncü isimlerinden olan edebiyat eleştirmeni, düşünür Walter Benjamin ve onun çalışması “*Alman Faşizminin Kuramları*” üzerinedir. Kitap birebir Benjamin'in çevirileri değildir. Kitapta, Ansgar Hillach tarafından yazılan “Siyaset Estetiği: Walter Benjamin'in Alman Faşizminin Kuramları” adlı makalesi, Benjamin'in kaleme aldığı “Alman Faşizminin Kuramları: Ernst Junger'in Denemeler Derlemesi 'Savaş ve Savaşçı' Üzerine” adlı makalesi ile “Tarih Felsefesi Üzerine Notlar” ve Ünsal Oskay'ın “Walter Benjamin'de Tarih, Kültür ve Fantazy” adlı

makaleleri yer almaktadır. Kitabın başında “Walter Benjamin Üzerine” adlı bölümde<sup>7</sup> Oskay, Benjamin’in hayatını, eleştirilenlik anlayışını, düşünür-gezerliğe (*flâneur*) verdiği önemi, geleneğe bakışı, dile bakışı gibi yönlerini tanıtmıştır. Oskay, kitapta Benjamin’in “Alman Faşizminin Kuramları”nda kendi zamanı olan bir tarih döneminde yaşanmış Faşizm olgusunu (2007, s. 59) açıklığa kavuşturmaya çalışmaktadır.

Oskay’ın çevirileri arasında “*Diyalektik İmgelem*” ve “*Adorno*” yer almaktadır. Bu eserler Frankfurt Okulu’nun eleştirel teorisi başta olmak üzere akademik ve entelektüel alanlardaki çalışmalarıyla bilinen tarih profesörü Martin Jay’in önemli eserlerindedir. Orijinalinin 1973’te yayınlandığı ve 1989’da Türkçeye çevrilen *Diyalektik İmgelem*’de Martin Jay, Frankfurt Okulu’nun 1923’te kuruluşundan 1950 yılına kadar ki tarihsel serüvenini anlatmaktadır (1989). “*Adorno*” adlı kitabında ise Jay, Adorno’nun çalışmalarına teşkil eden felsefi görüşlerinin ve bu felsefi görüşlerin temelinde onun toplumsal, psikolojik ve kültürel konuları nasıl ele aldığını bu eserde irdelenmiştir. İlk baskısını 1984 yılında yapan eserde Jay, Adorno’yu “bir toplum bilimci ve filozof, aynı zamanda işini ciddiye alan bir müzisyen ve kompozitör” (2001, s. 10) olarak tanımlamaktadır.

Frankfurt Okulu’nun T. Adorno, G. Lukacs, W. Benjamin, E. Bloch, B. Brecht ve P. Anderson vd. gibi önemli isimlerin makalelerinden oluşan “*Estetik ve Politika*” 1980’de derlenmiştir. Oskay’ın 1985 yılında çevirdiği kitap, Moskova’da Almanca olarak yayınlanan ve sürgünde yaşayan anti-faşist yazarların yayınladığı *Das Worth* dergisinde 1938’de ortaya çıkan dışavurumculuk ile ilgili tartışmaya dair popüler metinleri bir araya getirmektedir (2006, s. 8) ve sorunu tarihsel bir perspektiften görebilmeyi sağlamaktadır. Ahmet Oktay’ın sunuş olarak hazırladığı “Geçmiş Bakmanın Zorunluluğu” başlıklı bölümde Oktay (2006, s. 11) “bu eserin kültür ortamımızın olabildiğine magazinleştirildiği ve görselleştirildiği bir dönemde, bir direniş ve hayırlama ruhunun benimsenmesini sağlayacak ‘entelektüel’ bir zemin oluşturduğunu ve bu kitabı çevirerek Ünsal Oskay’ın düşünce yaşamımıza katkıda bulunduğunu” ifade etmektedir.

Oskay ayrıca, McLuhan’ın medyanın bireysel ve toplumsal hayata etkileri bağlamında insanın kendi başına yaratmış olduğu ortamın, ona bu ortam içerisindeki rolünü belirlemenin aracına dönüştüğünü işaret ettiği “*The Medium is the Massage*” (araç mesajdır) adlı ünlü eserini “*Yaradığımız medya*” (2005) adıyla Türkçeye çevirmiştir.

### 4.3. Karma Çalışmaları

Bu bölümde Oskay’ın yukarıda kategorize edilen eserlerin konularına uymayan çalışmaları, konunun bütünlüğünü bozmaması nedeniyle bu başlığın altında değerlendirilmesi uygun görülmüştür. Oskay’ın çalışmalarının genel bir panoramasının çizildiği ilk bölümde de belirtildiği üzere yirmi yılı aşkın süreçte kaleme aldığı makale ve denemelerin toplandığı *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım* ve *Tek Kişilik Haçlı Seferleri* kitapları bulunmaktadır. Ünsal Oskay’ın 1982 ile 1996 yılları arasında çeşitli dergi ve gazetelerde<sup>8</sup> yayınlanan denemelerinden oluşan *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım* adlı kitabı Oskay 1998 yılında yayınlamıştır. Oskay, hayata dair dile getirdiği eleştiri ve endişelerini kaleme alıp derlediği kitabında; bir iletişimci ve siyaset bilimci olarak yazılarında insan ile onun çevresini etkileşim içinde anlatmaya çalıştığını, kendini eleştirdiği, olumsuz gördüğü, bitmesini istediği hiç kimseden, hiçbir olgudan soyutlamadığını, onların bir parçası olduğunu ve onların oluşumunda kendisinin de yeri olduğunu belirtmektedir. Ayrıca eleştirilerinde Voltaire’ci bir ‘tepeden bakma’ yerine herkesle birlikte düşünmeye, hayatı herkesle birlikte değerlendirmeye çalışan Rousseau’cu bir yaklaşım olmasını istediğini (2010, s. 8) ifade etmektedir. İlk bölümdeki denemeler, sinema, radyo ve televizyon gibi konular, ikinci bölümde popüler kültür, serbest zaman, modernizm-postmodernizm gibi konular tartışılırken, son bölümde tarih, kent/kentlilik gibi konular ele alınmıştır. Kısacası kitap gündelik hayata dair pratiklerden, tarihsel birtakım serüvenlere, akademik olarak sorunsallaştırılması gereken konulara kadar farklı mecralardaki duygu, düşünce, endişe ve eleştirileri bir araya getirmektedir.

<sup>7</sup> Oskay bu giriş yazısını, Hannah Arendt’nin Benjamin’den seçip derlediği, Giriş’ini yazdığı, Harry Zohn’un İngilizceye çevirdiği Walter Benjamin, illuminations (Fantana/Collins, 1979, ilk baskısı 1970) kitabındaki Giriş’ten yararlanarak, buradan özetleyerek hazırlamıştır (2007:3)

<sup>8</sup> Gösteri, Argos, varlık, Sanat Dünyamız, Cogito, Türkiye Günlüğü, Beyaz Perde gibi dergiler ve Milliyet ve Cumhuriyet Gazeteleri.

Ünsal Oskay; kitle iletişimin kültürel işlevleri üzerine alternatif düşünceleri olan ve akademik hayatı boyunca “teknolojinin belirleyimciliğine” olan vurgusuyla McLuhan’ın “*evrensel köy*” ve “*tek kişilik haçlı seferi*” kavramsallaştırmalarına sık sık göndermeler yapmaktadır. Bilindiği gibi McLuhan 1950’lerde kitle iletişim araçlarının egemen kültürü pekiştirici bir yönü olduğunu söylemiş, 1960’larda ise yeni iletişim teknolojilerinin (özellikle televizyonun) dünyanın tek bir ‘global köy’e dönüştüreceğini savunmuştur.

Oskay, 1950’lerde, modern toplumlardaki insanların çözümleyemedikleri sorunlarından kaçış için magazinler, çizgi romanlar, kovboy filmleri vb. gibi Humphrey Bogart’ın casusluk filmlerine gittiklerini, Süpermen türü film ve öykülerin ise kendi yaşamlarının doyumsuzlukları ve toplumun çözülmemiş sorunlarının yarattığı mutsuzluk ve şiddet tutkusunu nedeniyle dünyayı kaba kuvvetle düzeltmeye yönelik kesimlerin içlerindeki “*tek kişilik haçlı seferi*” tutkusuna seslendiğini ileri sürmektedir. Bu bağlamda Oskay’ın eserlerinin hemen hepsinde üstünde durduğu ‘*yabancılaşma*’ kavramını McLuhan’ın “tek kişilik haçlı seferi” tanımını iyi özetlediği söylenebilir. Öyle ki aynı adı taşıyan ve bir düzine kadar dergide 1983-1999 yılları arasında yayınlanan farklı içeriklerdeki makalelerin yer aldığı “*Tek Kişilik Haçlı Seferleri*”: “sinema”, “edebiyat-sanat”, “kültür-tarih” ve “portreler” olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır (2000).

Yerli-yabancı sinema film ve eleştirilerinin yer aldığı “Sinema” başlıklı ilk bölümde, bazı makaleler akademik bilgiler sunarken, bazı makaleler daha edebi bir üslupla gündelik pratikler üzerinden modernleşme bağlamında farklı yaklaşımları içermektedir. İkinci bölüm olan “edebiyat-sanat” bölümünde Adorno’nun müzik sosyolojisi alanında Beethoven senfonilerinin dinlenme biçimi üzerine yaptığı açıklamalardan, polisiye romanlarına, romanların televizyona uyarlanmasına kadar çeşitli makaleler yer almaktadır. Üçüncü bölüm “kültür-tarih”te; Oskay’ın önemli çalışma kavramlarından olan kitle iletişim araçları-kültür ilişkisi, ideoloji, popüler kültür vb. konular üzerinden daha çok bu bölümde akademik makaleler yer almaktadır. Son bölüm olan “portreler”de ise, yerli ve yabancı şairlerin -Cemal Süreyya’dan Sezai Karakoç’a, Ece Ayhan’dan Ahmet Oktay’a, Walter Benjamin’den Gustav Mahler’e kadar- hayatları ve görüşleri ele alınmıştır.

Melis Çelebi’nin Ünsal Oskay ile yaptığı röportajlardan oluşan “*Peki Konuşalım*” (2004) adlı kitap da Oskay’ın karma eserleri arasında sayılabilir. O dönemim gündeminde olan popüler kültüre dair konular üzerine söyleşilerden oluşan kitapta Oskay, sosyolojik tespitlerde bulunmaktadır.

Ünsal Oskay, yukarıda da ifade edildiği üzere iletişim dışındaki alanlarda çeviriler yapmış, bu bağlamda özellikle Çin, Rusya, Latin Amerika gibi ülkelerle ilgili kitapları Türkçe’ye kazandırmıştır. Ancak bunlar sadece çeviriyle kalmamış, aynı zamanda Çin ve Latin Amerika gibi dönemin geri kalmış denebilecek ülkeleri üzerine de makaleler yazmıştır.<sup>9</sup> Oskay’ın 1967’de yayınladığı “*Çin Halk Cumhuriyeti’nin Kuruluşu*” adlı makalede; Çin’de yaşanan devrim, ABD’nin Çin ile ilgilenmesi, Çarlık Rusya’sının yıkılmasıyla 20. yüzyılda yaşanan dönüşümler gibi olayları detaylandıran Oskay, Çin’in sosyal, siyasal ve ekonomik koşullarını, geçirdiği dönüşümleri; dini, kültürel ve siyasal yapısı itibarıyla tarihsel süreç içinde ele almıştır (1967). “*Latin Amerika’nın Sorunları*” başlıklı bir başka makalesinde Ünsal Oskay, ABD ve (dönemin) Sovyetler Birliği gibi az gelişmiş ülkeler üzerinde tasarrufta bulunmasını kaleme almıştır. Bu makalede Latin Amerika’daki popülasyon ile bağlantılı olarak açlık sorunu (ki bu fiziki değil nispi açlık olarak tanımlanmaktadır), sağlık hizmetleri, alt yapı yetersizliği, eğitim, adaletsiz gelir dağılımları ile orantılı bir şekilde ortaya konmaktadır. Siyasal anlamda 1935-1964 yılları arasında 56 darbe olan Latin Amerika’da siyasal istikrarsızlık hüküm sürmüş ve Oskay’a göre (1967), bu iktisadi ve sosyal durum, birçok sorunun ortaya çıkmasına yol açmıştır.

## 5. Sonuç

Bu çalışmada, Türkiye’nin en önemli iletişim kuramcısı Prof. Dr. Ünsal Oskay’ın biyografisi ve bibliyografyası ele alınmaya çalışılmıştır. Oskay, kırk yılı aşkın süreçte akademik hayatına onlarca kitap, çeviri ve makale sığdırmıştır.

İletişim alanında kendisinin kaleme aldığı çok sayıda eserinin yanı sıra, özellikle Amerika’daki iletişim alanındaki akademik literatürün Türkiye’ye taşınması ya da bir başka ifadeyle bu literatürün Türkçeye kazandırılmasında Ünsal Oskay önemli bir aracı olmuştur. Elbette, Oskay’ın alana katkıları sadece iletişimle

<sup>9</sup> Belki de Siyasal Bilgiler mezunu olması ve o dönemde iletişim üzerine fazla çalışması bulunmamasından kaynaklanabilir. Çünkü bu makaleler, 1960’ların sonlarında kaleme alınmıştır.



sınırlanmamış; çalışmaları, aynı zamanda başta -metodolojik, kuramsal ve uygulamalı anlamda- sosyoloji, tarih ve hatta kültür alanındaki çalışmaları ile antropoloji gibi sosyal bilimlerin farklı disiplinlerine de hizmet etmiştir.

Çalışmaların konularına genel olarak bakıldığında, Oskay'ın 1960'larda Ankara Üniversitesi'nde asistan olduğu dönemlerde SBF Dergilerinde yayınlanan makalelerinin iletişim alanından uzak olduğu görülmektedir. Oskay'ın, en fazla çeviri yaptığı yıllar 1960 ve 70'ler olup özellikle 1960'lardaki çevirileri *toplumbilim* temalı kitaplardan oluşmaktadır. 1980'lerdeki çevirilerin ise daha çok Frankfurt Okulu ve bu okulun öncülerinin eserleri olduğu dikkati çekmektedir. Oskay'ın en çok eser verdiği yıl, aynı zamanda doçent olduğu yıl olan 1982'dir. 1989'da profesör olduktan sonra çalışmalarının hızını biraz düşürmüş olsa da çalışmalarını sürdüren Oskay, tüm bu çalışmaların yanında pek çok iletişim ve sosyoloji öğrencisine yüksek lisans ve doktora çalışmalarında danışmanlık yapmıştır.

Oskay'ın iletişim alanına kazandırdığı eserler kuramsal olup, ampirik çalışmaları bulunmamaktadır. Türkiye'de ilk kapsamlı kamuoyu araştırmasının, bu alanda öncü sayılan Nermin Abadan-Unat ve ekibi tarafından 1975 yılında Ankara Üniversitesi SBF öğretim üyelerinin gerçekleştirdiği ve hatta Abadan-Unat'ın 1960'lı yıllardan itibaren çoğunlukla yabancı kuruluşlar adına yaptığı çalışmaları olduğu göz önüne alındığında neden ampirik çalışmalarının olmadığı daha iyi anlaşılacaktır ki zaten çalışmada çevirilerde ele alınan Abadan-Unat'ın *Göç ve Gelişme* adlı eserin Türkiye-Hollanda ortak yapımı olduğuna değinilmişti. Ayrıca Oskay'ın erken dönemleri denebilecek 1960'lar 1970'ler ve hatta 1980'lerde bile Türkiye'de iletişim konusunda yerleşik bir akademik literatürün oluşmamasının ampirik çalışma yapmamasında etkisi olduğu, dahası henüz yeni yeni bu literatürün oluşmaya başladığı o dönemde Oskay'ın bu oluşumda önemli bir rol oynadığı söylenebilir. Son olarak Oskay'ın güçlü gözlem yeteneği, özellikle akademik mecra dışındaki bilim-sanat içerikli dergi ve gazetelerde serbest üslupla kaleme aldığı yazılarında yaptığı derin sosyolojik tahlillerin en az niceliksel çalışmalar kadar değerli olduğu ifade edilmelidir.

## 5. Extended Abstract

Ünsal Oskay, who is one of the first names that come to mind in the field of communication theories in Turkey, is also one of the names who wrote the first doctoral thesis in the field of communication in Turkey. Oskay, who had a master's degree in communications in the United States between 1967-1968, played a key role in popularizing his achievements in the field in the United States in Turkey. In this study, a panorama of Ünsal Oskay's translations and articles from other fields of social sciences such as sociology, politics and law, especially in the field of communication, will be presented. When Oskay's works are considered quantitatively, he has fifteen translation books in addition to his ten books. The number of articles of Oskay, who wrote essays in science and art journals as well as articles published in different publications, is not known exactly.

In the first part of the study, which consists of two main lines, Oskay's books, translations, articles and numerical data about the master's and doctoral theses he directed, in short, a quantitative evaluation of his works was made. The second part of the study consists of three parts. The books written by Ünsal Oskay were evaluated under the title of "Oskay's Written Works". In Oskay's work, we encounter the main topics of "culture", "ideology" and "alienation", which are the basic concepts problematized by the Frankfurt School through the Marxist paradigm. In this context, Oskay's translations played a leading role in promoting the Frankfurt School in Turkey. Oskay has also given a lot of thought to the problematics in the field of social sciences and contributed to the academic literature with methodological translations of social sciences. An evaluation of the translation books was made under the title of "Oskay's Contributions to Social Sciences Literature: His Translations". In addition, under the title of "Mixed Studies", which is the third part, there is a brief evaluation of Oskay's compilation books and his articles on underdeveloped countries and the contribution of mass communication to the development of these countries, which can be called the first period of work in the 1960s.

Document analysis, which is a data collection technique, was used as a method in the study. This method, also called documentary scanning, includes the process of obtaining resources, reading, taking notes and evaluating them in line with a certain purpose.

Oskay, a communication theorist, describes communication in his work "İletişimin ABC'si" He defines it as "a product of human survival and a human-specific phenomenon that undergoes changes according to developments in human survival". According to Oskay, with the change in the social structure in recent times, the structure of the communication field is also changing.

Oskay has many articles as well as books and translations. Especially in the late 1960s and 1970s, many of his articles were published in the Ankara University SBF Journal. These articles of his are the studies that deal with the stages of the underdeveloped countries of the period such as Latin America and China in the historical process and the basis of the neglect/underdevelopment problems rather than the communication/mass communication theme. In his articles on communication in the same period, Ünsal Oskay was interested in the role of mass media, especially in underdeveloped countries. According to Oskay, he argues that public broadcasting will play a leading role in the modernization process, since development is not only economic but also includes cultural and social areas. Ünsal Oskay has also produced works related to methodology in studies related to mass communication.

In addition to the field of communication, he translated important works of leading sociological theorists such as Oskay, Duverger, Bottomore, W. Mills, who are also closely interested in sociology, into Turkish. Ünsal Oskay also translated into Turkish the important works of the period on China, America and Latin America in the context of international politics.

As a result, Oskay, who did not produce many works on communication in his first years at the academy, made translations mostly in the 1960s and 1970s. Especially while his translations in the 1960s consisted of books with a sociology theme; It is noteworthy that the translations in the 1980s are mostly the works of the Frankfurt School and its pioneers. Oskay made the most publications in 1982 and after he became a professor in 1989, he continued to work even though he slowed down the pace of his studies a little. Finally, the works that Oskay brought to the field of communication are theoretical and there are no empirical studies. In the 1960s, 1970s and even 1980s, which can be called the early periods of Oskay, communication in Turkey.

**Keywords:** Ünsal Oskay, Communication, Sociology, Culture, Works.

### Kaynakça

- Abadan-Unat, N., Keleş , R., Penninx, R., Van Renselaar, H., Van Velzen, L., & Yenisey, L. (1976). *Göç ve Gelişme* . Ankara: Ajans-Türk Matbaacılık Sanayi.
- Benjamin, W. (2007). *Eстетiğe Edilmiş Yaşam*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Derin Yayınları.
- Bloch, E. (2006). *Eстетik ve Politika*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Alkım Yayınevi.
- Bottomore, T. (1998). *Toplumbilim: Sorunlarına ve Yazının İlişkin Bir Kılavuz*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Der Yayınları.
- Duverger , M. (1999). *Metodoloji Açısından Sosyal Bilimlere Giriş*. (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Fairbank, J. (1969). *Çin'in Sömürgeleşmesi ve Amerika'nın Asya Politikası 1840-1950* . (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Doğan Yayınevi.
- Gelhorn, W. (1965). *Amerikan Hakları Anayasa'nın Uygulanması*. (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Ayyıldız Matbaası.
- Jay, M. (1989). *Diyalektik İmgelem*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Ara Yayınları.
- Jay, M. (2001). *Adorno*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Der Yayınları.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Lewis, B. (2011). *İslam'ın Siyasal Söylemi* . (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Phoenix Yayınevi.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (2005). *Yaradığımız Medya*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Merkez Kitapçılık Yayınları.
- Mills , C. (1974). *İktidar Seçkinleri*. (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Mills , C. (2000). *Toplumbilimsel Düşün*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Der Yayınları.
- Morgan, H. (1994). *Eski Toplum, Cilt 1-2*. (Ü. Oskay, Çev.) İstanbul: Payel Yayınevi.
- Osipov, G. (1977). *Toplumbilim, Teori ve Yöntem Sorunları*. (Ü. Oskay, Çev.) Ankara: Sol Yayınları.
- Oskay, Ü. (1967). Çin Halk Cumhuriyeti'nin kuruluşu. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 3(22), 293-371.
- Oskay, Ü. (1967). Latin Amerika'nın sorunları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 3(22), 169-201.

Oskay, Ü. (1968). Az Gelişmişlerde Değişim ve Kitle Haberleşmesi . *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 2(23), 239-283.

Oskay, Ü. (1971a). *Gelişim Açısından Kültür Değişimi*. Ankara Üniversitesi: Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Oskay, Ü. (1971b). *Toplumsal Gelişimde Radyo ve televizyon: Geri Kalmışlık Açısından Olanaklar ve Sınırlar*. Ankara Üniversitesi SBF Yayınları.

Oskay, Ü. (1974). Kitle Haberleşmesi Açısından Toplumsal Araştırmalarla İlgili Metot ve Planlama Sorunları. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 2(27), 161-188.

Oskay, Ü. (1980). Popüler Kültür Açısından 'İdeoloji' Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 1(35), 197-253.

Oskay, Ü. (1982). *Çağdaş Fantazya*. İstanbul: Der Yayınları.

Oskay, Ü. (1990). Anlatı Semantiği Açısından Roman ve Etik. *Kurgu Dergisi*, 8, 69-112.

Oskay, Ü. (1993). *19. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri*. İstanbul: Der Yayınları.

Oskay, Ü. (1999). *İletişimin ABC'si*. İstanbul: Der Yayınları.

Oskay, Ü. (2000). *Kitle Haberleşmesi Teorilerine Giriş*. İstanbul: Der Yayınları.

Oskay, Ü. (2000). *Tek Kişilik Haçlı Seferleri*. İstanbul: İnkılap Yayınları.

Oskay, Ü. (2001). *Müzik ve Yabancılaşma*. İstanbul: Der Yayınları.

Oskay, Ü. (2010). Kitle kültürü popüler kültürü kuşatırken.... *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 151-158

Oskay, Ü. (2010). Popüler kültürün toplumsal ortamı ve ideolojik işlevleri üzerine . *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 237-272.

Oskay, Ü. (2010). *Yıkanmak İstemeyen Çocuklar Olalım*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Oskay, Ü. (2014). *Roman ve Etik*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Oskay, Ü., & Çelebi, M. (2004). *Peki konuşalım Popüler Kültür Üzerine*. İstanbul: Epsilon Yayıncılık.

Wolfe, B. (1969). *Devrim Yapan Üç Adam*. (Ü. Oskay, Çev.) Sevinç Matbaası.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %100 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %100 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# 2019-2021 Yıllarında MÖDAV ve EAA'nın Yapmış Olduğu Uluslararası Muhasebe Kongrelerinde Yayımlanan Muhasebe Bildirileri Üzerine Bir İçerik Analizi

Fehmi KARASİOĞLU\*   
Beyzanur YENİŞENOL\*\* 

## ÖZ

Günümüzde muhasebe bilimine akademisyenler ve uygulayıcıların bilgi ve tecrübelerini aktarmalarının sağlanması; muhasebe biliminin teorik ve pratik açıdan geliştirilmesine yardımcı olmakta ve mevcut ekonomik ve ticari hayattaki etkinliğini arttırıcı yönde hak ettiği değeri bulması amacıyla ulusal ve uluslararası faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye de MÖDAV (Muhasebe Öğretim Üyeleri Bilim ve Dayanışma Vakfı) ile Avrupa'da faaliyet gösteren Avrupa Muhasebeciler Birliği'nin EAA (European Accounting Association) 2019 ve 2021 yılında yapmış oldukları uluslararası muhasebe kongresin de yayınlanan bildirileri içerik analizi yaparak karşılaştırmaktır. Çalışmayla kongrelerde yayımlanan 1544 bildiri; konularına, yazar sayılarına, yazarların unvanlarına, kongreye katılan ülkeler, ülkelerin sundukları bildiri sayıları ele alınmıştır. Ayrıca, bildirilerin makaleye dönüşenleri ve bu makalelerdeki ilk anahtar kelimeler analiz edilmiştir. Bu çalışma kapsamında elde edilen sonuçlara göre, MÖDAV'in 2021 yılında düzenlediği kongrede 41 bildiri yayınlanırken, EAA'nın 2021 yılında düzenlediği kongrede 780 bildiri yayınlanmıştır. Kongrelerde konu dağılımları benzerlik göstermektedir. İncelenen yıllar kapsamında EAA'nın düzenlediği kongrelere 52 ülke katılırken, MÖDAV'inkine ise yalnızca 7 ülke katılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İçerik Analizi, MÖDAV, EAA, Uluslararası Muhasebe, Uluslararası Bildiriler

## A Content Analysis on Accounting Papers Published in International Accounting Congresses of MÖDAV and EAA in 2019-2021

### ABSTRACT

Today, enabling academicians and practitioners to transfer their knowledge and experience to accounting science; It helps to develop accounting science theoretically and practically, and national and international activities are carried out in order to find the value it deserves to increase its effectiveness in the current economic and commercial life. The aim of this study is to content the papers published in the international accounting congress held by MÖDAV (Accounting Faculty Science and Solidarity Foundation), an accounting institution in Turkey, and EAA (European Accounting Association) of the European Accounting Association operating in Europe in 2019 and 2021. Analysis and comparison. 1544 papers published in congresses with the study; The topics, the number of authors, the titles of the authors, the countries participating in the congress, the number of papers presented by the countries were discussed. In addition, the articles that turned into articles and the first keywords in these articles were analyzed. According to the results obtained, 41 papers were published in the congress organized by MÖDAV in 2021, while 780 papers were published in the congress organized by EAA in 2021. The distribution of topics in congresses varies. While 52 countries participated in the congress organized by EAA, only 7 countries participated in MÖDAV's.

**Keywords:** Content Analysis, MÖDAV, EAA, International Accounting, International Papers

### 1. Giriş

Muhasebe bilimin kökenleri çok eskilere dayanmaktadır. Bazı muhasebe tarihçileri rakamların, yazının icadının muhasebe ile ilişkili olduğunu düşünerek; yazı ve rakamların insanların muhasebe (hesaplaşma) ihtiyacından ötürü doğmuş ve gelişmiş olduğunu ve muhasebenin yazının icadından daha önceden de var olduğunu iddia etmişlerdir (Can, 2007, s. 95). Muhasebenin ilk defa ne zaman ve nerde anlam kazandığına dair bulgular tam olarak bilinmese de insanlığın geçmişi kadar eski olduğu farz edilmektedir. Muhasebe, gelişimini hiç durmadan sürdürmeye devam etmiştir. Tarihin ilk zamanlarında muhasebe basit bir kayıt işlemiyken zamanın değişmesi, koşulların gelişmesiyle ekonomik kalkınmaya yön veren ve kendi içinde alt başlıklara ayrılan bir bilim dalı haline gelmiştir.

\* Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, fehmi@selcuk.edu.tr

\*\* Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, yenisenolbeyzanur09@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 20.07.2022

Muhasebe bilim alanında yapılan çalışmaların kurumsal anlamda sürdürülebilirliğini sağlamak adına kurulan sivil toplum kuruluşları önemli bir yere sahiptir. Gerek ülkemizde gerekse diğer ülkelerde bu çerçevede oluşturulan birlik, dernek, vakıf gibi önemli kuruluşların olduğu bilinmektedir.

Çalışmanın amacı, ülkemizde 1995 yılında kurulan MÖDAV ile EAA'nın uluslararası faaliyetlerinden bir kesit olarak 2019 ve 2021 yılları, pandemi öncesi ve sonrası, ele alınmış bu iki kuruluşun düzenledikleri kongrelerde sunulan tebliğler içerik analizine tabi tutulmuştur.

## 2. İçerik Analizinde Yöntem ve Metodoloji

İçerik analizi, iletişimin açık içeriğinin objektif, dizgesel ve kantitatif tanımlanmasına yönelik bir araştırma tekniği olmakla birlikte üretilmiş ve sunulu olan her türlü iletişim içeriğine ve kültürel ürüne uygulanabilir. Zaidman-Zait'e (2014, 2014, s. 1258) göre yıllar içinde, "sunulu bir içeriğin objektif nicel açıklamasından, kuramsal genelleme ve altta yatan anlamın açıklanması ile ilgilenen, metin verisinin sübjektif bir açıklamasına doğru genişlemiştir". Haluk Geray'a (2004, s. 133) göre "İçerik çözümlemesi iletişim içeriğinin, genellikle önceden belirlenmiş sınıflamalar (kategoriler) çerçevesinde sistematik olarak gerçekleştirilmesini sağlayan bir araştırma tekniğidir. İçerik, gazete haberleri veya yazıları olabileceği gibi televizyon haberleri, filmleri, radyo programları, sinema filmleri kısacası her türlü içerik olabilir. Kısacası metinsel, görsel, işitsel her türlü içerik, her türlü belge içerik çözümlemesi tekniğiyle çözümlenebilir"

İçerik analizi, bir araştırma yöntemi olarak ampirik-analitik yöntemin altında incelenmekte yani pozitivist metodolojiyle değerlendirilmektedir (İletişim Ansiklopedisi, 2021) Hansen ve arkadaşlarına göre (1998, ss. 98-99) içerik analizinin basamakları şöyledir:

- Araştırmanın problemlerini belirleme,
- Kullanılacak olan aracı ve modeli seçme,
- Analitik sınıflandırmaları betimlemek,
- Kodlama cetvelini oluşturmak,
- Kodlama cetvelini test etme ve güvenilirliğini analiz etme,
- Veri hazırlama ve tahlil etmedir.

İçerik analizinin birimleri:

- Kelime ya da semboller,
- Tema,
- Konu,
- Ele alış biçimi,
- Makale başlıkları,
- Karakterler,
- Kategori türleri,
- Standartlar,
- Değerler,
- Yöntemler,
- Hedef kitle,
- Zaman,
- Sonuçtur.

## 3. Araştırmanın Metodolojisi

### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, 2019-2021 yıllarında EAA ( European Accounting Association) ve MÖDAV (Muhasebe Öğretim Üyeleri Bilim ve Dayanışma Vakfı) ın ayrı ayrı düzenlemiş oldukları uluslararası muhasebe kongrelerinde yayımlanan 1544 bildirinin konularına, yazar sayılarına, yazarların unvanlarına, kongreye katılan ülkelere ve bu ülkelerin sundukları bildiri sayılarına göre incelemektir. Çalışma kapsamında, bildirilerin konulara göre dağılımı, bildirilerde kullanılan anahtar kelimeler, bildirilerdeki yazar sayısı, bildirilerdeki yazarların unvan bilgileri, bildirilerde kullanılan yöntem ise nitel analiz de sıklıkla tercih edilen bir yöntem olan içerik analizi uygulanmıştır.

MÖDAV, 13 Kasım 1995 tarihinde Asliye 13. Hukuk Mahkemesi kararı ile vakıf tüzel kişiliğine kavuşmuştur. 1999 yılında yayınlamış olduğu 'Muhasebe Bilim Dünyası' dergisi, Türkiye ve dünyanın diğer ülkelerindeki araştırmacılar tarafından yazılmış olan muhasebe ve finans bilim dalındaki makalelere ev sahipliği yapmak amacıyla senede dört kez (Mart, Haziran, Ekim ve Aralık ayları sonunda) yayınlanan uluslararası hakemli bir dergi çıkarmıştır. MÖDAVICA ile alanında öncü muhasebe akademisyenlerini, araştırmacıları bir araya getirerek, her yıl uluslararası katılım ile bir konferans düzenlenmektedir. Katılımcılarına muhasebe tecrübelerini ve yapmış oldukları araştırmaların sonuçlarını paylaşma fırsatı sunan bu konferans dizisi aynı zamanda muhasebe alanındaki yeni gelişmeleri, eğilimleri tetkik ederek uygulamada karşılaşılan zorluklara ve bu zorluklara karşı geliştirilmiş olan çözüm önerilerine disiplinler arası bir bakış açısıyla katkı sunmayı amaçlamıştır. MÖDAV amaçlarına ulaşmak için bir takım araçları kullanmaktadır. Bunlar:

- ❖ Uluslararası Muhasebe Konferansları
- ❖ Çalıştaylar
- ❖ Paneller
- ❖ Düşünce Kampları
- ❖ Muhasebe Araştırmalarında Yöntem Günleri

MÖDAV benzeri bir diğer kuruluş da Avrupa Muhasebe Birliği(EAA)'dir. Her iki kuruluşunda amacı her yıl uluslararası konferanslar düzenleyerek alanında öncü akademisyenleri, araştırmacıları ve muhasebe bilimine ilgi duyanları bir araya getirerek muhasebe ile ilgili konuları araştırmak, tartışmak, anlamak ve geliştirmektir. Ayrıca çıkarmış oldukları dergiler ve düzenlemiş oldukları faaliyetlerle muhasebe bilimine katkı sağlamayı amaçlamaktadırlar. Avrupa Muhasebe Birliği, lisansüstü öğrencilere de fırsatlar vererek kendilerini bilimsel anlamda göstermelerini sağlamaktadır.

Avrupa Muhasebe Birliği (European Accounting Association, EAA), 1977' deki kuruluşundan bu yana Avrupa'daki muhasebe araştırma topluluğu üzerinde büyük bir etki yaratmıştır. Kuruluşunun ilk yıllarında faaliyetleri üyelerini yıllık bir kongrede bir araya getirmekle sınırlı olmuş daha sonraki zamanlarda proaktif bir kuruluş haline gelmiştir. Anthony G. Hopwood tarafından yönetilen ve Avrupa Yönetimde İleri Araştırmalar Enstitüsü (EIASM) tarafından desteklenen kuruluşun ilk amacı, birbirini tanımak, tartışmak ilerlemek için Avrupa Muhasebe topluluğu oluşturmaktır. 1985 yılında dernek araştırmaya teşvik etmek için ilk defa yıllık 'Doktor Kolokyumu' düzenledi. 1992 yılında ise derneğin ilk dergisi 'Avrupa Muhasebe İncelemesi (EAR)' çıkarılmıştır. 2002 yılında üyeler elektronik bir haber bülteni oluşturdu ve bu da sonunda üç ayda bir yayınlanan haber bültenine dönüştü. 2004 yılında ise birlik, araştırma yelpazesini genişletmek ve uygulama ile daha yakın bir bağlantı kurmak amacıyla 'Avrupa da Muhasebe' adıyla ikinci dergisini çıkarmıştır. Avrupa Muhasebe Birliği'nin hedeflerine ulaşmak için aşağıdaki araçları kullanmaktadır:

- ❖ Yıllık Kongre
- ❖ Doktora Kolokyumu
- ❖ Doktora Forumu
- ❖ Dergiler (Avrupa Muhasebe İncelemesi ve Avrupa'da Muhasebe)
- ❖ Muhasebe Kaynakları Merkez (ARC)
- ❖ Yetenek Atölyesi (Yıllık FAA İş Piyasası)
- ❖ FAA Web Sitesi ve Üç Aylık Bülten
- ❖ Üyelik Rehberi
- ❖ Çalıştaylar ve Seminerler

### 3.2. Verilerin Analizi

Çalışmanın belirlemiş olduğu hedefe ulaşmak için uygun yöntem olan, içerik analizi, sözlü, yazılı ve diğer öğelerin içermiş olduğu mesajı anlam veyahut dilbilgisi bakımından nesnel ve sistematik olarak sınıflandırma, sayılara dönüştürme ve çıkarımda bulunma olarak tanımlanabilir (Yalçın, 2019, s. 4)İçerik analizinde kullanılacak olan veriler, doküman incelemesiyle elde edilmiştir.

Çalışmada öncelikle karşılaştırma yapılacak olan bildiriler incelenmiştir. Bilgilere MÖDAV ve EAA(Avrupa Muhasebe Birliği) internet sitesi üzerinden ulaşılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda 2019

ve 2021 yılları arasında MÖDAV ve EAA'nın yapmış olduğu uluslararası kongrelerde yayınlanan 1544 bildiri içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu kapsamda bildiriler konularına, yazar sayılarına, yazarların unvanlarına, yazarların kurumlarına, bildirilerde kullanılan yöntemlere ve bildirilerdeki anahtar kelimeler gibi özellikler açısından incelenerek analiz edilmiştir. Yayımlanan bildiriler özelliklerine göre kategorilere ayrılarak içerik analizi tamamlanmıştır.

#### 4. Literatür Taraması

Şentürk ve Fındık (2015) yapmış oldukları çalışmalarında Türkiye'de çevre alanında 2006-2014 yılları arasında yayınlanan makaleler, içerik analizi yönüyle incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Çalışma da 2006-2014 yılları arasında akademik olarak yayınlanan toplam 1.019 adet makalenin 40 adeti çevre muhasebesini konu edinmiştir. Bu yıllar arasında yayınlanmış olan makalelerin, yaklaşık %3'ü çevre muhasebesi ile ilgilidir. Bu makalelerin büyük kısmı iki yazarlı ve tek yazarlı olarak yayınlanmıştır.

Yüreklı ve Uyar (2020) yayımlanmış oldukları çalışmalarının amacı, Muhasebe ve Finansman Dergisinde 2004-2019 yılları arasında UFRS ile ilgili yayınlanan makalelerin değerlendirmesi yapmaktır. Elde edilen bulgulara göre UFRS ile ilgili en fazla makale muhasebe alanında yazılmış, bu makaleler iki yazarlı ve daha çok Prof. Dr. ünvanlı Öğretim Üyeleri tarafından yazıldığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

Altınkaynak ve Doğan (2019) yılında yayınlanan makalesinde, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda Muhasebe ve Finansman alanında hazırlanmış lisansüstü tezlere yönelik kategorik bilgiler elde etmek amaçlanmıştır. Çalışmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre ise yıllar itibarıyla en fazla lisansüstü çalışmanın "Muhasebe" alanında yapıldığı ortaya çıkmıştır.

Gönen ve Rasgen (2017) de çalışmalarında 1984-2015 yılları arasında tamamlanmış ve YÖK Tez Veri Tabanında kayıtlı olan ve Muhasebe Standartlarını konu alan 312 adet yüksek lisans ve doktora tezlerini incelenmiş ve hazırlandığı üniversite, konu alınan standart, yıl, dil, tür, üniversite, ilgili anabilim dalı ve bilim dalı, sayfa sayısı, uygulandığı sektörler gibi farklı özellikleri itibarıyla sınıflandırma yapılmıştır.

Emir vd. (2020) yayımlanan çalışmasında, 2015-2019 yılları (5 yıl) arasında Türkiye'de muhasebe-fınans alanında yayınlanan dört derginin yayınladığı 897 makale, içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Çalışma, muhasebe alanında son yıllarda yapılan çalışmaların sayısını, çalışılan konuları, araştırmacıların hangi kaynaklara başvurduğunu, değerlendirme yöntemlerini, veri toplama tekniklerini, analiz yöntemlerini, çalışmalarda kullanılan paket programlarını belirleyerek değerlendirmeyi hedeflemişlerdir

Önce ve Başar (2010) yapmış oldukları çalışmaların da Türkiye'deki akademik araştırma dergilerinde yazılmış olan muhasebe ile ilgili makalelerin analizinin yapılması ve buna bağlı olarak yönelimlerin saptanması amaçlanmıştır. Yazılmış olan makaleler, Finansal Muhasebe, Yönetim ve Maliyet Muhasebesi, Denetim, Muhasebe Standartları, Muhasebe Bilgi Sistemi, Muhasebe Eğitimi, Muhasebe Mesleği ve Meslek Mensupları, Sosyal Muhasebe ve Raporlama, Uzmanlık Muhasebesi, Diğer olarak 10 ana kategori altında alt kategorilere göre sınıflandırılarak değerlendirmeler yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre, en fazla makalenin Finansal Muhasebe, Maliyet ve Yönetim Muhasebesi ve Muhasebe Standartları kategorilerinde yazıldığı gözlemlenmiştir.

Demirel (2009) çalışmada muhasebe literatürüne yön veren üç dergide 2004 yılından 2008 yılına kadar (beş yıllık dönem) yayınlanan makalelerin tamamı içerik analizine tabi tutulmuştur. Bu üç dergi, 2009 yılında TÜBİTAK-ULAKBİM indeks sınıflandırmasında Social Sciences Citation Index (SSCI)'de indekslenen, muhasebe odaklı, "A" grubu düzeyindeki toplam sekiz dergi içinden seçilmiştir. Makaleler önce konularına göre daha sonra yazarlarına, ülkelerine, bölümlerine ve üniversitelerine göre sınıflandırılır. Beş yıllık bir süreçte ve üç dergi kapsamında yürütülen çalışmada; 63 cilt, 522 makale, 1111 yazar ile bölümleri ve ülkeleri ayrıntılı olarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, bu son beş yılda en çok yayın yapılan konu "iade ve iade yönetimi", bu konuda en fazla yayına sahip üniversite "Stanford Üniversitesi" ve yazarların en çok mensubu olduğu ülke ise, Amerika Birleşik Devletleridir.

Öztürk ve Güleç (2019) yapmış oldukları çalışmalarında 2013- 2017 yılları arasında yazılmış olan yüksek lisans ve doktora tez çalışmaları ile uluslararası yayınlanan elit makaleler konuları açısından karşılaştırılmıştır. Bu kapsamda 510 yüksek lisans tezi 103 doktora tezi ve 16 prestijli dergiden 150 makale incelenmiştir. Yapılan inceleme sonucunda, dünyada muhasebe ile ilgili yapılan yayınlarda ele alan konular genellikle

kurumsal yönetimle ilgili konular olan şeffaflık ve sürdürülebilirlikle ilgili konulardır. Türkiye de ise genellikle, standartlar, vergi ve denetim gibi konular ele alınmıştır.

Çakır vd (2017) yayınlamış olduğu çalışmasında, Bülent Ecevit Üniversitesi'nde yayınlanan Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi'ni İşletme alanında inceleyerek içerik analizi yapmayı amaçlamıştır. Bu amaçla değerlendirilmeye tabi tutulan çalışmalar; yıllarına, yazar sayısı/unvanına, yayın dili, bilim dalı, araştırma yöntemine göre sınıflandırılmış frekans ve kategorik analizleri uygulanmıştır. Toplam da 433 makalenin, 233'ü İşletme alanında ve bunların yarısından fazlası da Yönetim ve Organizasyon bilim dalında yayınlanmıştır. Yayınların neredeyse tamamının yayın dili Türkçedir. Üçte ikisinin birden fazla yazarlıdır. Araştırma yöntemi olarak da dörtte üç oranında nicel metotların kullanıldığı gözlemlenmiştir.

## 5. MÖDAV ve EAA'nın 2021 ve 2019 yılında Düzenledikleri Kongrelerde Çalışılmış Konular ve Değerlendirmeleri

**Tablo 1.** Yayımlanan Bildirilerin Yıllara Göre Dağılımı

|      | MÖDAV | EAA |
|------|-------|-----|
| 2019 | 44    | 679 |
| 2021 | 41    | 780 |

Tablo 1 de MÖDAV ve EAA'nın 2019 ve 2021 yıllarında düzenledikleri kongrelerde sunulan bildirilerin sayısına yer verilmiştir. MÖDAV'ın 2019 yılında yapmış olduğu uluslararası kongrede 44 bildiri, 2021 yılında yapmış olduğu kongrede ise 41 bildiri sunulmuştur. EAA'nın 2019 yılında düzenlemiş olduğu uluslararası kongrede 679 bildiri, 2021 yılında düzenlemiş olduğu online kongrede ise 780 bildiri sunulmuştur. Kongrelere katılım bağlamında, MÖDAV'ın düzenlemiş olduğu kongrelere katılımın sınırlı olduğu ve buna karşılık, EAA'nın düzenlediği kongrelere katılımın oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bu dönemler küresel salgın olan COVID-19 sürecine denk gelmesine rağmen EAA'nın bu süreci daha başarılı yürüttüğü kanısına varılabilir.

**Tablo 2.** Yayımlanan Bildirilerin Konularına Göre Dağılımı

|  | MÖDAV |      | EAA  |      |
|--|-------|------|------|------|
|  | 2019  | 2021 | 2019 | 2021 |
| Denetim  | 5     | 11   | 90   | 94   |
| Muhasebe Eğitimi                                       | 1     | 3    | 25   | 25   |
| Finansal Analiz  | 4     | 8    | 45   | 88   |
| Finansal Raporlama                                     | 4     | 6    | 32   | 170  |
| Muhasebe ve Yönetim                                    | 7     | 1    | 112  | 80   |
| Muhasebe Geçmişi                                       | -     | 2    | 20   | 15   |
| Disiplinler arası Kritik                               | 3     | 1    | 31   | 37   |
| Muhasebe ve Bilgi Sistemleri                           | 3     | 1    | 38   | 10   |
| Yönetim Muhasebesi                                     | 12    | 1    | 154  | 106  |
| Kamu Sektörü ve Kar Amacı Gütmeyen Muhasebe            | 1     | 1    | 42   | 28   |
| Sosyal ve Çevresel Muhasebe ve Muhasebede Etik Konular | 2     | 6    | 30   | 76   |
| Vergilendirme  | 2     | -    | 60   | 51   |
| TOPLAM   | 44    | 41   | 679  | 780  |

Tablo 2'de gerek MÖDAV gerekse EAA'nın kongrelerinde sunulan bildirileri incelendiğinde geçmiş ve mevcut performansın analizi, denetimi, yasalar ve etik bağlamında incelenirken aynı zamanda tüm akademisyenlerin geleceğin planlanması açısından yönetim muhasebesi üzerinde odaklandıkları görülmektedir. Türkiye' de akademisyenler vergi muhasebesini ayrı bir uzmanlık olarak kabul etmekte ve maliye kökenli akademisyenler bu alanda daha fazla odaklanmaktadır. Diğer taraftan kongrelerin temaları da etkili bir faktör olabilir.



**Tablo 3.** Yayınlanan Bildirilerin Yazar Sayılarına Göre Dağılımı

|                            | MÖDAV |      | EAA  |      |
|----------------------------|-------|------|------|------|
|                            | 2019  | 2021 | 2019 | 2021 |
| Tek yazarlı                | 12    | 9    | 163  | 119  |
| İki Yazarlı                | 24    | 24   | 190  | 238  |
| Üç Yazarlı                 | 6     | 8    | 230  | 281  |
| Dört ve Daha Fazla Yazarlı | 2     | -    | 96   | 142  |
| TOPLAM                     | 44    | 41   | 679  | 780  |

Tablo -3' de yayınlanan bildirilerde yazar sayıları bakımından dağılımlarının da dikkate değer özellik ise EAA' da sunulan tebliğlerde tekli yazarların MÖDAV' a göre daha fazla olmasıdır. Ortak yayın ve bilimsel açıdan dayanışmanın bir ürünü olsa da yazarların kendi kalemlerini göstermelerinin yanında zaman ve mekân faydası, uzmanlık ve bilgi paylaşımı açısından çok yazarlı çalışmaların her iki sempozyumda da öne çıktığı görülmektedir.

**Tablo 4.** Bildiri Sunan Birinci Yazarların Unvanlarına Göre Dağılımı

|                     | MÖDAV |      | EAA  |      |
|---------------------|-------|------|------|------|
|                     | 2019  | 2021 | 2019 | 2021 |
| Prof.               | 13    | 11   | 198  | 219  |
| Doçent              | 10    | 8    | 119  | 147  |
| Dr. Öğretim.Üyesi   | 9     | 7    | 153  | 166  |
| Öğretim Görevlisi   | 1     | 5    | 95   | 53   |
| Araştırma Görevlisi | 7     | 10   | 74   | 89   |
| Doktora Öğrencisi   | 2     | -    | 40   | 69   |
| Yüksek Lisans       | -     | -    | -    | 23   |
| TOPLAM              | 44    | 41   | 679  | 780  |

Tablo-4' de unvanlara göre sunulan tebliğlerin dağılımı görülmektedir. EAA' nın kongrelerinde Prof.Dr. unvanı ile sunulan tebliğlerin oldukça yüksek olduğu görülürken, bu oran MÖDAV tarafından gerçekleştirilen kongrelerdeki tebliğlerle oransal olarak benzerlik göstermektedir. Her iki kongre de Doçent unvanına sahip akademisyenler ikinci en çok sunum yapan gruptur. Temel farklılık ise EAA'nın düzenlemiş olduğu kongreler de lisansüstü öğrencilere özel olarak oturumlarda yer verilirken MÖDAV'ın düzenlediği sempozyumlarda böyle bir oturum olmadığından dolayı katılımcı sayısı sınırlı kalmıştır. Yine incelenen yıllar (2019-2021) içerisinde MÖDAV'ın kongrelerinde lisansüstü öğrencilerin tebliğlerinin çok az sayıda olduğu görülmektedir.

**Tablo 5.** Kongrelerde Bildiri Yayınlayan Ülkeler ve Yayınladıkları Bildiri Sayıları

| Katılan Ülkeler ve Sundukları Bildiri Sayıları | MÖDAV |      | EAA  |      |
|--|-------|------|------|------|
|  | 2019  | 2021 | 2019 | 2021 |
| ABD  | -     | -    | 62   | 68   |
| Almanya  | -     | -    | 96   | 101  |
| Avustralya                                     | 1     | -    | 45   | 44   |
| Avusturya                                      | -     | -    | 18   | 27   |
| Belçika  | -     | -    | 9    | 20   |
| Brezilya                                       | -     | -    | 3    | 9    |
| Brüksel  | -     | -    | 1    | -    |
| Çekya  | -     | -    | 1    | 1    |
| Çin  | -     | -    | 42   | 58   |
| Danimarka                                      | 1     | -    | 10   | 9    |
| Endonezya                                      | -     | -    | 1    | 2    |
| Estonya  | -     | -    | 4    | -    |
| Fas  | -     | -    | 1    | -    |
| Fransa   | -     | -    | 41   | 25   |
| Finlandiya                                     | 1     | 1    | 17   | 17   |
| Güney Afrika                                   | -     | -    | 1    | 1    |

|              |    |    |    |    |
|--------------|----|----|----|----|
| Gürcistan    | -  | -  | 1  | -  |
| Hırvatistan  | -  | -  | 1  | -  |
| Hindistan    | -  | -  | 5  | 1  |
| Hollanda     | -  | -  | 20 | 45 |
| İngiltere    | 1  | -  | 88 | 68 |
| İrlanda      | -  | -  | 5  | 9  |
| İspanya      | -  | -  | 19 | 40 |
| İsrail       | -  | -  | 4  | 4  |
| İsveç        | -  | -  | 18 | 17 |
| İsviçre      | -  | -  | 9  | 16 |
| İtalya       | -  | -  | 26 | 41 |
| İzlanda      | -  | -  | -  | 2  |
| Japonya      | -  | -  | 19 | 19 |
| Kanada       | -  | -  | 16 | 27 |
| Katar        | -  | -  | -  | 1  |
| Kıbrıs       | -  | -  | 9  | 2  |
| Kolombiya    | -  | -  | 1  | -  |
| Kore         | -  | -  | 13 | 2  |
| Letonya      | -  | -  | 1  | -  |
| Lübnan       | 1  | -  | 1  | -  |
| Lüksemburg   | -  | -  | 1  | 1  |
| Makedonya    | -  | -  | 3  | 2  |
| Malezya      | -  | -  | 3  | 3  |
| Meksika      | -  | -  | 1  | -  |
| Mısır        | 1  | -  | -  | 1  |
| Monako       | -  | -  | -  | 1  |
| Norveç       | -  | -  | 11 | 13 |
| Polonya      | -  | -  | 8  | 11 |
| Portekiz     | -  | -  | 8  | 17 |
| Romanya      | -  | -  | 6  | 9  |
| Rusya        | -  | -  | 4  | 5  |
| Singapur     | -  | -  | 6  | 7  |
| Slovenya     | -  | -  | 3  | -  |
| Türkiye      | 38 | 40 | -  | 1  |
| Yeni Zelanda | -  | -  | 9  | 4  |
| Yunanistan   | -  | -  | 5  | 6  |

Tablo 5 de ise 2019 ve 2021 yıllarında düzenlenen kongrelere katılan ülkeler ve ülkelere göre sunulan bildiri sayıları gösterilmektedir. İçerik analizine tabi tutulan her iki kuruluşa uluslararası nitelik kazandıracak olan uluslararası katılımcı dağılımı görülmektedir. MÖDAV tarafından düzenlenen kongrelere 2019 -2021 yılı itibariyle sırasıyla ilk yıl 6 dış ülkeden katılım olurken 2021 yılında dış katılım gerçekleşmemiştir. EAA tarafından düzenlenen kongrelerde 52 ülkeden katılım gerçekleşmiştir. En fazla katılımın sağlandığı ülkeler sırasıyla, Almanya, İngiltere ve ABD'dir. MÖDAV'ın düzenlemiş olduğu kongreler de uluslararası katılımın daha az olduğu görülmektedir.

**Tablo 6.** Kongrede Makaleye Dönüşen Bildirilerin İlk Anahtar Kelimeleri

| Kullanılan İlk Anahtar Kelimeler | MÖDAV |      | EAA  |      |
|----------------------------------|-------|------|------|------|
|                                  | 2019  | 2021 | 2019 | 2021 |
| Bütçe Şeffaflığı                 | -     | -    | 6    | 3    |
| Kurumsal Yönetim                 | 5     | 3    | 12   | 2    |
| Risk                             | -     | 2    | 11   | 10   |
| Sürdürülebilirlik                | 1     | 2    | 13   | 12   |
| Yönetişim -Risk Yönetimi         | -     | 1    | -    | -    |
| Nesnelerin İnterneti             | -     | 1    | -    | -    |
| Nakit Akış Tablosu               | -     | 2    | -    | -    |
| Maddi Olmayan Duran Varlıklar    | -     | 2    | 4    | 2    |
| Denetim                          | 5     | -    | 39   | 19   |
| Bağımsız Denetim                 | 2     | 4    | -    | -    |

|   |   |   |    |    |
|---|---|---|----|----|
| Denetim Ücretleri                       | - | - | 4  | 11 |
| Muhasebe Tarihi                         | 1 | 2 | 9  | 5  |
| Muhasebe Sahtekarlığı                   | - | - | 2  | 8  |
| Şeffaflık                               | - | - | 1  | 9  |
| Kazanç Yönetimi                         | - | 2 | 22 | 6  |
| Yatırımcı Algıları                      | - | - | -  | 2  |
| Sinyal Teorisi                          | - | - | -  | 1  |
| ESG Planı                               | - | 1 | -  | 1  |
| Kurumsal Sosyal ve Finansal Performans  | - | 2 | -  | 3  |
| Ücret Eşitsizliği                       | - | - | 2  | 7  |
| Vergi Kaçakçılığı                       | - | - | -  | 5  |
| Piyasa Disiplini                        | - | - | -  | 2  |
| Blok Zinciri                            | - | 1 | -  | 7  |
| İfşa                                    | - | - | 4  | 7  |
| Kurumsal Kimlik                         | - | - | -  | 3  |
| Muhasebe Kalitesi                       | - | - | -  | 10 |
| Maliyet Yapışkanlığı ve Maliyet Sistemi | - | 1 | -  | 3  |
| Makine Öğrenme                          | - | 1 | 3  | 10 |
| Kurumlar Vergisi                        | - | - | 4  | 7  |
| Entegre Raporlama                       | 4 | 2 | 5  | 18 |
| Kamu Sektörü                            | - | - | 5  | 4  |
| Stratejik Yönetim                       | - | - | 3  | 9  |
| Değer ve Büyüme Yatırımı                | 1 | - | 4  | 2  |
| Dijital Muhasebe                        | 1 | 2 | 2  | 2  |
| Kripto Para                             | - | - | 2  | -  |
| Mali Uzmanlık                           | - | - | -  | 4  |
| Halka arz                               | - | - | 2  | 4  |
| Yönetim Sınırları                       | - | - | -  | 2  |
| Mali Raporlama Kalitesi                 | 1 | 1 | 2  | 8  |
| Teşvik Sözleşmesi                       | - | - | -  | 2  |
| Yönetimsel Teşvikler                    | - | - | 4  | 2  |
| Tamamlayıcılık Teorisi                  | - | - | -  | 4  |
| Finansal Kısıtlamalar                   | - | - | 3  | 4  |
| UFRS9                                   | - | - | -  | 2  |
| TFRS9                                   | - | 1 | -  | -  |
| UFRS                                    | 3 | 1 | -  | 1  |
| Veri Madenciliği                        | - | - | -  | 7  |
| İç Kontrol                              | 1 | - | 2  | 9  |
| Yaklaşma Motivasyonu                    | - | - | -  | 3  |
| Özel Firmaların Finansal Raporlaması    | - | - | 20 | 1  |
| Etik                                    | 2 | - | -  | 4  |
| Muhasebe ve Kadın                       | 1 | - | -  | -  |
| Muhasebe Mesleği                        | 3 | - | -  | -  |
| Kazanç Tahminleri                       | - | - | 2  | 3  |
| Çevre Muhasebesi ve Yükümlülükler       | - | - | 4  | 3  |
| Yönetimsel Miyop                        | - | - | 2  | 1  |
| Online Eğitim                           | - | - | -  | 2  |
| Kaldıraç                                | - | - | -  | 2  |
| Sorgulama Muhasebesi ve Adli Muhasebe   | - | 1 | -  | 2  |
| Asimetrik Bilgi                         | - | - | 6  | 2  |
| Bibliyometrik Analiz                    | 1 | - | -  | -  |
| İklim Politikası                        | 1 | - | -  | 3  |
| Karbon Yönetimi                         | - | 1 | 7  | 2  |
| Konkordato                              | 1 | - | -  | -  |
| Yeşil Muhasebe                          | - | 1 | -  | 1  |
| Finansal Okuryazarlık                   | - | - | -  | 2  |
| Muhafazakarlık                          | - | - | 4  | 3  |
| Vergi Saldırıcılığı                     | - | - | 2  | 2  |
| Vergiden Kaçınma                        | 1 | - | 12 | -  |
| Vergi                                   | - | - | 21 | -  |

|                                    |    |    |     |     |
|------------------------------------|----|----|-----|-----|
| Sektör Birleştirme                 | -  | -  | 4   | 3   |
| Maliyet Davranışı                  | -  | -  | -   | -   |
| Finansal Aracılık                  | -  | -  | -   | -   |
| Hükümet Politikası ve Düzenlemeler | -  | -  | -   | 2   |
| Borç Sözleşmeleri                  |    |    |     | 3   |
| COVID-19                           | -  | 2  | -   | 3   |
| Derecelendirme Sistemleri          | -  | -  | -   | 1   |
| En İyi En Kötü Yöntem              | -  | -  | -   | 1   |
| SEC Uygulaması                     | -  | -  | 2   | -   |
| Sağlık Hizmetleri                  | -  | -  | 1   | -   |
| Kurumsal Sosyal                    | 1  | -  | 18  | -   |
| TOPLAM                             | 38 | 41 | 280 | 286 |

Tablo 6 de kongrede yayınlanan bildirimlerden makaleye dönüşenlerin anahtar kelimeleri verilmiştir. MÖDAV'ın 2019 düzenlediği kongrede yayınlanan 44 bildirden 38 tanesi makaleye dönüşmüştür ve en çok kullanılan on kelime şöyledir; denetim (5), kurumsal yönetim (5), entegre raporlama (4), UFRS (3), muhasebe mesleği (3), bağımsız denetim (2), etik (2), kurumsal sosyal sorumluluk (1), vergiden kaçınma (1), iklim politikası (1)'dir. EAA'nın 2019 yılında düzenlediği kongrede sunulan 679 bildirinin 280 tanesi makaleye dönüşmüştür ve en çok kullanılan on kelime şöyledir; denetim(39), kazanç yönetimi(22),etik(21), vergi(21), özel firmaların finansal raporlaması(20), kurumsal sosyal sorumluluk(18), sürdürülebilirlik(13),vergide kaçınma(12), kurumsal yönetim(12),risk(11)'dir. MÖDAV'ın 2021 yılında düzenlediği sanal kongrede en çok kullanılan on kelime şöyledir; bağımsız denetim (4), kurumsal yönetim (3), risk (3), covid (2), dijital muhasebe (2), entegre raporlama (2), muhasebe tarihi (2), nakit akış tablosu (2), sürdürülebilirlik (2), finansal raporlama (2). Yapılan değerlendirme de denetim, bağımsız denetim, iç denetim, denetim kalitesi, denetim ücretleri gibi konular muhasebe için oldukça önemlidir. Sürdürülebilirlik, makine öğrenimi, adli muhasebe, karbon muhasebesi gibi konular üzerinde durulmaya başlanmıştır. EAA'nın 2021'de düzenlediği kongrede sunulan 780 bildirden 286'sı makaleye dönüşmüştür. Anahtar kelimelerde en çok kullanılan on kelime sırasıyla, denetim (19), entegre raporlama (18), sürdürülebilirlik (12), denetim ücretleri (11), muhasebe kalitesi (10), makine öğrenme (10), stratejik yönetim (9), şeffaflık (9), iç kontrol (9), mali raporlama kalitesi (8)'dur.

EAA'nın her iki sempozyumda da öne çıkan temalar denetim, kazanç yönetimi, entegre raporlama ve etik konularıdır. MÖDAV'ın düzenlediği kongrede ise, denetim, entegre raporlama, kurumsal yönetim ve risk konuları üzerinde durulmuştur. Her iki sempozyumda ele alınan temalar karşılaştırılacak olursa denetim ve entegre raporlama konusu hem MÖDAV hem de EAA için oldukça önemlidir.

## 6. Extended Abstract

### Purpose

The aim of the study is to analyze the international congresses of MÖDAV, an accounting association in Turkey, and EAA, an accounting association in Europe, separately in 2019 and 2021, and the 1544 papers published in these congresses, their subjects, number of authors, titles of authors, countries participating in the congress, countries. The aim is to analyze the number of papers they submit and the first keywords of the published papers that turn into articles.

### Literature Review

According to the data obtained in the literature review, postgraduate theses published on accounting-related subjects, articles published in journals were examined and classified by subjecting content analysis. It has been observed that the articles give priority to subjects such as auditing, corporate governance, integrated reporting, and sustainability.

### Methodology

In the study, primarily the papers to be compared were examined. Information was obtained from MÖDAV and EAA (European Accounting Union) website. As a result of the examinations, 1544 papers published in international congresses of MÖDAV and EAA between 2019 and 2021 were subjected to

content analysis. In this context, the papers were analyzed and analyzed in terms of features such as the number of authors, the titles of the authors, the institutions of the authors, the methods used in the papers and the keywords in the papers. The content analysis was completed by categorizing the published papers according to their characteristics.

### Results and Conclusion

According to the findings obtained as a result of the study, 44 papers were presented at the international congress organized by MÖDAV in 2019, while 41 papers were presented at the congress held in 2021. In the international congress organized by EAA in 2019, 679 papers were presented, and in the congress held in 2021, 780 papers were presented. When the issues discussed in the papers are examined, it is seen that the congresses mostly focus on auditing, management accounting and ethics in accounting. Papers published in congresses are usually single-authored. The titles of the authors who presented the most papers in both congresses are respectively Prof.Dr. and Associate Professor. At this point, the most important thing that distinguishes EAA from MÖDAV is that it offers graduate students more opportunities to prove themselves. 52 countries have published papers in congresses organized by EAA. The countries that publish the most papers are respectively; Germany, UK and USA. In the congresses organized by MÖDAV, 6 foreign countries published papers. 38 of the 44 papers published in the congress organized by MÖDAV in 2019 were turned into articles. In 2021, 24 of the 41 papers published were turned into articles. The first keywords in the articles are as follows; audit, corporate governance and integrated reporting. 280 of the 679 papers presented at the congress organized by EAA in 2019 were turned into articles. 286 of the 780 papers published in the congress held in 2021 have turned into articles and the most used keywords are as follows; auditing, earnings management and integrated reporting. At this point, frequently used keywords are similar. When the findings are evaluated, the most important difference between the two organizations is the advantages offered by EAA to graduate students and the equality of opportunity it provides. In this case, it increases the participation and the importance given to the congresses. Therefore, it also increases the contribution to accounting science.

**Keywords:** Content Analysis, MÖDAV. EAA. International Accounting, International Papers

### 7. Sonuç

MÖDAV ve EAA, alanında öncü akademisyenleri ve araştırmacıları her yıl düzenledikleri kongrelerle bir araya getiren, muhasebe alanındaki araştırmaları, yeni gelişmeleri takip eden tartışan, uygulamalarda karşılaşılan sorunlara çözümler bulmaya çalışan süreli ve sürekli yayımlar yapan kuruluşlardır.

Çalışmanın sonucu, 2019 yılında yapılan sempozyumlarda MÖDAV da 44 bildiri sunulurken, EAA da 679 bildiri sunulmuş, 2021 yılında ise MÖDAV da 41 bildiri yayınlanırken, EAA tarafından düzenlenen online sempozyumda 780 bildiri yayınlanmıştır. Yayımlanan bildire EAA açısından bakıldığında 2021 yılında sırasıyla nisbi olarak; Finansal raporlama, Yönetim Muhasebesi, Denetim, Finansal Analiz, Muhasebe ve Yönetim konuları öncelikli olarak ele alındığı görülmüştür. MÖDAV açısından bakıldığında ise sırasıyla; Denetim, Yönetim Muhasebesi, Sosyal ve Çevresel Muhasebe gibi konular yer almaktadır. Elde edilen sonuçlara göre; MÖDAV ve EAA'nın düzenlediği kongrelerde değerlendirdiği konular benzerlik göstermiştir. Her iki kuruluşun sempozyumunda yayınlanan bildiriler genelde birden fazla yazarlıdır. Yazarların unvanları oransal olarak benzerlik göstermektedir. En fazla bildiri yayınlayan yazar unvanı Pof.Dr olduğu görülmektedir. Kongrelerde bildiri yayınlayan ülkeler ve yayınladıkları bildiri sayıları incelendiğinde ise, EAA'nın düzenlediği kongrede 52 ülke bildiri yayınlamışken, MÖDAV'inde 7 ülke bildiri yayınlamıştır. EAA da en çok bildiri yayınlayan ülkeler sırasıyla; Almanya (101), ABD (68), İngiltere (68)'dir. En son olarak ise her iki kongrede yayınlanan bildirilerin makaleye dönüşenlerin ilk anahtar kelimeleri incelendiğinde, EAA da sunulan 780 bildirden 286 tanesi makaleye dönüşmüştür. Bu makalelerde en çok kullanılan ilk üç anahtar kelime; denetim, kazanç yönetimi ve entegre raporlamadır. MÖDAV da sunulan 44 bildirinin 38 tanesi makaleye dönüşmüştür. Bu makalelerde en sık kullanılan üç anahtar kelime şöyledir; denetim, entegre raporlama, kurumsal yönetimidir. Bu bağlamda makalelerde işlenen temalar benzerlik göstermiştir.

EAA'nın bütün Avrupa ülkelerini kapsayıcı bir özelliği olduğunun dikkatten kaçmaması gerekir. Bu kuruluşa üye olanların ödedikleri üyelik bedellerinin de önemli miktarlarda ücretler olduğunu da belirtmekte fayda vardır. Bu açıdan bakıldığında düzenledikleri kongrelerin yüksek yoğunluklu konferanslar arasında yer alması elbette kaçınılmazdır. Diğer taraftan, EAA'nın konferanslarında doktora öğrencileri için sunum imkanları sağlaması, tartışma ortamları oluşturması kuruluş için belki de en cazip yönlerinden biri olduğu görülmektedir. Buradan da anlaşılacağı üzere, konferansları ya da kongreleri düzenlerken bu alanda çalışan meslek mensupları, öğrencileri de göz önüne alarak fırsat eşitliği oluşturmanın yanında öğrenenlerin eğitilmesi, uygulayanların uygulamalarını yansıtacakları ortam ve atmosferlerin oluşturulması yapılacak konferans ve kongrelerin anlam düzeyini daha da yükselteceği düşünülmektedir. Yapılan çalışmanın özgünlüğü, daha önce literatürde bu şekilde bir çalışma olmaması bakımından ileride yapılacak olan çalışmalara kaynak oluşturacak nitelikte olmasıdır.

### Kaynakça

- Altınkaynak, F. ve Doğan, Ö.(2019). “Muhasebe ve Finans Alanında Yazılmış Lisansüstü Tezlere Yönelik Bir İçerik Analizi,” İşletme Bilimi Dergisi, 7(1), ss 131-150
- Akçakanat, Ö, Senal, S, Ateş, B. (2013). “Türkiye Muhasebe Standartları Çalışmalarının İçerik Analizi Bakımından Değerlendirilmesi (2004-2011)”. Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 5 (3), ss 1-8.
- Apalı, A. ve Emir, S. (2020). “Türkiye’deki Muhasebe Sistemleri Üzerine Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analiz İle Değerlendirilmesi,” Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisi, 22(66), ss 101-128
- Başar, B. ve Önce, S.(2010). “Türkiye’deki Akademik Araştırma Dergilerinde Muhasebe Alanında Yazılmış Makalelerin Analizi:2000-2008” Anadolu Üniversitesi İİBF, (45) ss 55-68
- Bekçi, İ. ve F. Bitlisli. 2012. “Muhasebe-Kültür Değerlerinin Analizi: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma”, Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 13 (1), ss 61-76
- Bulut, N, Göksu, M.(2021). “Muhasebe ve Denetime Bakış Dergisinde 2006-2020 Yılları Arasında Yayımlanan Bağımsız Denetimle İlgili Makalelerin İçerik Analizi”. Denetime Bakış Dergisi, 63(24), ss 255-260
- Çakır, A. vd. (2017). “ İşletme Alanındaki Çalışmalara ‘Uluslararası Yönetim ve İktisat Dergisi’ Bağlamında Bakış: İçerik Analizi,” Uluslararası Yönetim ve İktisat Dergisi, 13(13), ss 12-18.
- Can,V.(2007). “Luca Pacioli Muhasebenin Babası mıdır?” Akademik Bakış Dergisi, (12) ss 2-15.
- Dinç, E. ve O.Y. Atasel. 2016. “Türkiye’deki Muhasebe Anlayışının Gelişim Süreci ve Mevcut Durumun İncelenmesi”, KTU Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (12), ss 267-283
- Douppnik, T.S. ve M. Richter. 2004. “The Impact of Culture on the Interpretation of “in Context” Verbal Probability Expressions”, Journal of International Accounting Research, 3, ss1-20.
- Geray, Haluk (2004). “İçerik Çözümlemesi, Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş”, Ankara: Siyasal Kitabevi, ss 141-146.
- Gönen, S. ve Rasgen, M. (2017). “ Davranışsal Muhasebe Alanını İçeren Araştırmalara Yönelik Literatür Taraması”, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6(6), 189-198.
- Güleç, ÖF. ve Öztürk, E.(2019). “Muhasebe Alanında Türkiye’deki Tezlerle Uluslararası Alan Endekslerinde Taranan Dergilerde Yayımlanan Makalelerin Karşılaştırılması,” Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 12(2), ss 215-236.
- Gündüz, M.(2018). “ Türkiye de 2014-2016 Yılları Arasında Akademik Dergilerde Muhasebe Alanında Yayımlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi,” Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 20(1), ss 236-257.
- Hansen, A. vd. (1998). “Mass Communication Research Methods”, New York: New York University Pres.
- Hepkul, A. (2002). “Bir Sosyal Bilim Araştırma Yöntemi Olarak İçerik Analizi”. Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1), ss1-12.
- Kaya, H. (2019). “Türkiye’de Denetim Alanında Yazılmış Olan Doktora Tezlerinin Değerlendirilmesi”. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(2), ss 556-576.
- Salur, MN. (2020). “Türkiye’deki Akademik Dergilerde Denetim Alanında 2002-2019 Yılları Arasında Yayımlanmış Bilimsel Makalelerin İçerik Analizi,” Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi, 55(4), ss 2828-2846.

Şentürk, F. ve Fındık, H. (2015). “Türkiye’deki Akademik Araştırma Dergilerinde 2005-2014 Döneminde Muhasebe Alanında Yazılmış Makalelerin Literatür Taraması ve İçerik Analizi”, Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi, 17(2), ss 413-436.

Yalçın, S.(2019). Bilimsel Araştırma Yöntemleri.

Yıldırım, A. - Şimşek, H. (2013).Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri (9. Genişletilmiş Baskı) Ankara: Seçkin Yayınevi.

Yürekli, E. ve Uyar, S.(2020). “Muhasebe ve Finansman Dergisinde 2004-2019 Yılları Arasında Yayımlanan Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (UFRS) İle İlgili Makalelerin İçerik Analizi”,Muhasebe ve Finansman Dergisi, (88) ss57-74.

Zaidman-Zait, A. (2014). “Content Analysis. Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research”, ss 1258–1261.

#### **Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı/ Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

#### **Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

#### **İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

#### **Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# Haber Oyunları: Deneyimlenebilir Gerçeklik, Ludenik Haber Okuma, Amaç ve Normların Çatışması

Vera CENGİZ\*   
Sinan KAYA\*\* 

## ÖZ

Gazetecilik, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak medya üretim çeşitliliğinin yakınsaklığından etkilenmektedir. Üretim ilişkilerinin katılımcı kültürü benimsemesi ve transmedya hikaye anlatıcılığının gazetecilik formlarında etkili olması haber anlatısını da dönüştürmüştür. Bu kapsamda eğlence (hazcı) ve bilgi edinme (faydacı) ihtiyaçlarının sektörel yakınsaklığı, haber oyunlarının üretimine ortam sağlamıştır. Bu derleme çalışmanın amacı gazetecilik motivasyonları ile oyun motivasyonlarının disiplinlerarası ilişkiler içerisinde ortaya çıkardığı haber oyunları; ludenik haber okuma teorisi ile temellendirerek üretim ve tüketim ilişkileri, anlatı yapısı, zamansallık, etik kaygılar, ideolojik şüpheler ve merhamet yorgunluğu kavramlarıyla tartışmaktır. Gazetecilik için yeni bir anlatı biçimi olan haber oyun üretim ortamlarında örtüşen amaçlar ve çatışan normlar bir aradadır. Bu anlamda alanyazında yer alan araştırmalarda haber oyunlarının; haberciliğe getireceği yenilik ve okuyucuya sağlayabileceği kazanımların, gerçeklik ve merhamete dair şüpheler ile karşı karşıya kalabileceği görülmüştür. Bu şüphelere rağmen haber oyunları, oyunların eğlenceli ya da deneyimlenebilir unsurlarını haber anlatısına dahil ederek ve gazeteciliğin niteliğini koruyarak, içerikteki tizliği biçimsel çekicilikle birleştiren etkili bir içerik üretim yoluna dönüşebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Haber Oyun, Ludenik Haber Okuma Teorisi, Transmedya Hikaye Anlatıcılığı, Yakınsaklık

## Newsgames: Experiential Reality, Ludenic News Reading, Conflict of Purposes and Norms

### ABSTRACT

Journalism is influenced by the convergence of the diversity of media production due to the development of information and communication technologies. The adoption of participatory culture in production relations and the effectiveness of transmedia storytelling in journalistic forms have also transformed news narratives. In this context, the sectoral convergence of entertainment (hedonistic) and information acquisition (utilitarian) needs has provided an environment for the production of newsgames. This review study aims to discuss newsgames, which journalistic motivations and game motivations reveal in multidisciplinary relationships with the concepts of production and consumption relations, narrative structure, temporality, ethical concerns, ideological doubts and compassion fatigue based on the ludenic theory of news reading. Overlapping goals and conflicting norms coexist in newsgame production environments, a new narrative form for journalism. Newsgame, a new form of narrative for journalism, contains overlapping goals and conflicting norms in production environments. In this sense, despite the innovation that newsgames will bring to journalism and the gains that they can provide to the reader, it has been seen that newsgames have doubts about reality and compassion in research in the field of literature. Despite these doubts, newsgames can turn into an effective way of producing content that combines rigor in content with attractiveness in form by incorporating fun or experiential elements of games into the news narrative and preserving the nature of journalism.

**Keywords:** Newsgame, Ludenic Theory of News Reading, Transmedia Storytelling, Convergence

### 1. Giriş

Yakınsaklık, yalnızca teknolojik bir süreç değildir; aynı zamanda tüketicilerin yeni bağlantılar kurmaya teşvik edildiği sosyal, kültürel ve ekonomik değişimi de temsil etmektedir. Dijitalleşme ile birlikte haber alma alışkanlıklarının eğlence ile artan yakınsaklığı, gazeteciliği de dönüştürmüştür (Chao-Chen, 2013; Deuze, 2007; Dwyer, 2010; Jenkins, 2019). Jenkins'in hem yukarıdan aşağıya kurumsal güdümlü; hem de aşağıdan yukarıya tüketici odaklı bir süreç olarak tanımladığı yakınsaklık (convergence); geleneksel ve yeni medyanın karşı karşıya geldiği, bununla birlikte medya üreticileri ve tüketicilerinin güçlerinin etkileşime girdiği dijital bir kültürdür. Bu anlamda medyanın yakınsaklığı, katılımcı kültürü de beraberinde getirmiştir. Ne kadar etkileşimli olursa olsun çeşitli medya endüstrilerinin işbirliği ile üretilen çeşitli eğlence deneyimleri, neredeyse her yere gidebilecek göçebe tüketici davranışlarını oluşturmuştur (Jenkins, 2019). Haber bağlamında da yakınsaklık sonucu haber tüketicisinin değişen beklentileri, haber üretiminin

\* Yüksek Lisans Öğrencisi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, vera.jugo@gmail.com

\*\* Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, sinan.kaya@omu.edu.tr

Makalenin Gönderim Tarihi: 01.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 24.05.2022



dönüşümünde de etkin olmuştur. Siyasal ve finansal olarak desteklenebilen haberciliğin arkasında büyük bir güç olarak tüketiciler bulunmaktadır. Bu güç, haberciliğin geleneksel üretim biçimlerini doğrudan etkilemekte ve dijital dönüşümde önemli bir rol oynamaktadır. Doğrusal ve tek taraflılıktan çıkan habercilik; çoklu ortamlarda, çoklu iletişim akışlarının geliştirildiği mecralarda sürdürülmektedir. Bu sürdürülebilirliği sağlamak için habercilikte de etkileşim odaklı üretimin benimsenmesi, medya sektöründe katılımcı kültür ve yakınsaklık ile açıklanmaktadır.

Yakınsaklık kültürünün beraberinde getirdiği transmedya hikaye anlatıcılığı'nın (transmedia storytelling) haber anlatısında da etkinliğini göstermesi, gazetecilik için okur katılımının benimsendiğini açık bir şekilde göstermektedir. Transmedya hikaye anlatısında, göçebe tüketici davranışlarına karşı tutundurmayı ve kalıcılığı sağlayabilecek eğlence unsuru bulunmaktadır. Bir hikayenin aktarımında çeşitli multimedya öğelerinin ve eğlencenin kullanıldığı transmedya hikaye anlatıcılığı, haber anlatılarını ve kurgularını doğrudan etkileyen bir yaklaşımdır. Jenkins'in kavramsallaştırdığı transmedya hikaye anlatısı; bir hikaye aktarımında eğlence deneyimi yaratmak amacıyla bütünleyici unsurların birlikteliğinden doğmaktadır. Jenkins'in (2007) bu yeni anlatı biçiminin tekniğini aktarıırken yaptığı sinerji vurgusu; çeşitli disiplin, endüstri ve yaklaşımlara da işaret etmektedir.

Jenkins (2019), yakınsaklık kültürü içerisinde günlük etkileşimler sayesinde kolektif zeka gücünü medyaya alternatif bir kaynak olarak gördüğümüzü ve bu kolektif gücü çoğunlukla eğlence hayatı içerisinde kullandığımızı; ancak yakın zamanda bu becerilerin daha ciddi amaçlar için kullanılacağı görüşündedir. Transmedya hikaye anlatıcılığının haber üretiminde benimsenmesi gazetecilik uygulamalarında daha ciddi amaçlar ile eğlence öğelerinin birlikteliğinden doğan aktarım formlarını doğurmuştur. Haber hikayesinin, tüketici için daha keyifli şekilde kurgulanması ve deneyimlenebilir içerikler olarak sunulması gazetecilik için henüz çok yeni olan haber oyunların doğmasında etkili olmuştur. Oyun motivasyonu ile gazetecilik motivasyonlarının yakınsaklığından doğan haber oyun, transmedya hikaye anlatıcılığı açısından deneyimlenebilir, etkileşimli ve eğlence öğesini içeren bir anlatı formu; gazetecilik için yeni bir bilgi aktarım aracı olmuştur. Jenkins'in ifadesiyle kolektif zeka, öngördüğü gibi yalnızca eğlence ile sınırlı kalmamıştır. Haberciliğin ciddi konularını amaç edinen ve aynı zamanda keyifli ve bilgilendirici bir deneyim sunan haber oyunu kolektif bir zeka ürünü olarak ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın amacı; dijital gazetecilik için yeni bir ifade biçimi olarak ortaya çıkan haber oyunlarını ludenik haber okuma teorisi ile temellendirilerek üretim ilişkileri, katılımcı kültür, anlatı, etik sorunlar, gerçeklik ve merhamet kavramları üzerinden tartışmak, alanyazına ve gazetecilik üretimine katkı sağlamaktır. Derleme niteliği taşıyan bu çalışma kapsamında haber oyunu literatüründe yer alan kabul görmüş tanımlar ve tartışmalar karşıtıllıklarıyla ortaya koyulmuştur.

## 2. Daha İyi Hissettirecek Bir Araç Olarak Gazete ve Öznel Bir Oyun Olarak Haber Okuma

Stephenson'un (1964) Haber Okumanın Ludenik Teorisi'nde (The Ludenic Theory of Newsreading) aktardığı motivasyon araştırmalarına göre; insanlar uykularında gerçek dünya nesnelere ile bağlantılarını kopardıklarını hissettiklerinde sabahları bir gazetenin onlar için dünyayı yeniden kurduğunu ileri sürülmüştür. Bu araştırmaya göre dünyayı korku dolu tasavvur ederek gergin ve endişelerle uyanan bir insan, kendisini daha iyi hissettirecek bir gazeteye ihtiyaç duymaktadır. Stephenson (1964), Freud'un haz ve gerçeklik ilkesinden yola çıkarak haber okuma zevkinin büyük bir ego içerdiğini, dolayısıyla kötü haberlerin bile ilginçliğinden, sürükleyiciliğinden keyif ve zevk alınabileceğini vurgulamaktadır. Haber okuma bu şekilde bir yaklaşım ile kabul edildiğinde öznel bir beceri olarak karşımıza çıkmaktadır. Haberle olan ilişkimizdeki gibi oyun ile olan ilişkimizde de rollerin içerisinde kendimizi buluruz. Oyunların yapısında oyuncu kuralları içerisinde bir rol üstlenir ve oyun öyküsünün bir parçası haline gelir. Bireysel bir karar ile roller üstlenme ve öykünün bir parçası haline gelme durumu okur eylemi ile oyuncu eylemi arasındaki benzerliği ortaya çıkarmaktadır. Oyun oynama ile haber okumanın bu analogik ilişkisinden yola çıkarak Stephenson (1964); haber okumanın, öznel bir oyun olarak düşünülmesi gerektiğini ifade etmektedir. Oyun oynamak da gazete okumak gibi özgür bir karardır ve ilgi ile başlayarak bir tatmin ile tamamlanır.

Gazetelerde ilgiyi uyandıran tipografik estetikle yazılmış başlıklar, görsel çekicilik, kuralları bütünlüğünde yapılmış mizanpaj ve elbette içeriğin kendisi, ludenik haber okuma ile uyumludur. Gazetelerin haz verici, oyalayıcı, düşündürücü ve eğlendirici işlevleri vardır. Haberlerin arasına ustalıkla

yerleştirilmiş karikatürler (bazen ideolojik bazen de mizahi), bulmacalar, fıkra köşeleri, öyküler, çizgi romanlar ve bilmeceler buna en iyi örneklerdir. Bu örnekler ludenik hazlar ile örülmüştür. Bunlar haber okuyucuları için dünyanın gerçekliklerinden Stephenson'ın (1964) ifadesi ile bir kaçış işlevi görmektedir.

Gerçekliğe dayalı haberlerin tüketiminde, oyun oynama eylemini teşvik eden hazcı motivasyonlar da görülmektedir. Bu anlamda oyun oynama ve haber okuma etkinlikleri öznel bir ilgi ve öznel bir beceri gerektirmesi ile birbiriyle ilişkilidir. Huizinga da (2015) oyun üzerinden kültürü açıklamaktadır. İnsana dair iletişim kurma, öğrenme gibi önemli etkinliklerin dil ve oyun ilişkisiyle başladığını ifade eder. 'Homo sapiens' ve 'homo faber'in karşısına 'homo ludens'i (oyun oynayan insan) çıkararak oyunu; bilincin ve özgür iradenin kabulüyle belirli zaman ve mekan sınırları içerisinde gerçekleştirilen, emredici kuralları olan, gerilim ve sevinç duygusunu içinde taşıyan bir eylem ve faaliyet olarak tanımlar. Huizinga (2015); mücadelenin ve rekabetin özünde oyunun olduğunu ve bu oyunların kuralları oluşturarak toplumun birlikteliğini sağladığını söyler. Toplumun kurallarla oluşturulan birlikteliğiyle de kültür ortaya çıkar. Bu nedenle oyun, bir kültürü yapıcı olarak kültür öncesi başlayan bir etkinliktir. Huizinga'nın oyunu, iletişim kurma ve öğrenme gibi dilsel etkinlikler ile ilişkilendirmesi de özünde bir iletişim aracı olan haber ile yakından ilgilidir. Bir kültürü yapıcı olan oyunda olduğu gibi haber okuma eylemi de bilgi edinme ve öğrenme ihtiyacını karşılamakta; aynı zamanda eğlence ve oyalanma gibi hazcı motivasyonları da içermektedir.

Oyun, kültürün önemli bir parçası olarak tarih boyunca insan yaşamına eşlik etmiş ve disiplinlerarası tartışmaların önemli konularından biri olmuştur. Antik medeniyetlerden bugüne kadar toplumsal değişimin büyük bir tetikleyicisi ve gündelik yaşamın en eski sosyal edimi olarak oyun; sosyal bilimciler için de önemle incelenmiştir (Gülsoy, 2019).

### 3. Oyun ve Oyunlaştırma

*"İnsanoğunun tarihi kadar eski olan tek şey: Oyun" (Huizinga, 1955)*

Etimoloji sözlüğünde oyun 1200'lü yıllara dayanmakta ve eğlenceyi ifade etmektedir. Sevinç, oynama ve bir tür tatmin amacıyla birlikte katılım ile gerçekleştirilir. Kurallar bütünlüğünde ve belirli sınırlar içerisinde kazanmak ve eğlenmek amacı taşır. Antik Yunan'da çocuğu ve çocukluğu ifade eden '*paidia*' olarak işaret edilen ancak çocuksu olmayan, dışarıdan gözlemlenebilen davranışsal özellikler, oyunların tanımında kullanılmaktadır. Oyunun Antik Yunan'da bir diğer kutbunu oluşturan '*ludus*' ise oyun kavramının niteliklerini ifade eder. *Paidia* ve *ludus*, oyun oynamaya iten temel güdüdür (Bozkurt & Genç-Kumtepe, 2014; Gülsoy, 2019).

Huizinga (2015) kapsayıcı bir tanım yapmış olsa da oyun; bazen salt bir oyun, eğlence ve oyalanma etkinliği, ciddi olmayan serbest bir oynama ve bazen de yaratıcı-sosyodramatik etkinlik olarak tanımlanmıştır (Rogers & Sawyers, 1988). Gündelik hayatın içerisinde yoğun bir tüketimi olan oyunlar, yeni iletişim teknolojilerinin gelişiminde bir sektör olarak yerini aldığından beri internet kullanıcılarının zaman geçirdiği meşguliyetlerden biri olmuştur (Clement, 2021). İnternet tabanlı oyunlar, geleneksel ortamının içinden çıksa da kendi içerisinde etkileşim ve değişkenleri olan bir yapıdadır. Eğlence vaadinden öte bilgi edinme, öğrenme ve pazarlama gibi etkinlikleri de içinde barındırmaktadır (İlgaz & Abay, 2020). Teknolojinin gelişmesi ve dijitalleşme ile oyun pazarı; büyük bir ekonomiye, geniş yaş aralığında ve oyuna büyük bir zaman ayıran oyunculara sahip olmuştur (Reeves & Read, 2009).

İnsan doğasının en önemli etkinliklerinden olan oyun; bu tanım ve özellikleri ile kültür oluşturmaya, bir kültür olarak gelişmeye, çeşitlenmeye ve insan hayatında olmaya devam etmiştir. İçgüdüsel ve yaşamsal olarak gerçekleştirilen oyun birçok özelliği içinde barındıran karmaşık bir olgudur. Gündelik hayatımızın bir parçası olarak kendi kuralları, dinamikleri ve motivasyonlarını içerisinde barındırır. Oyunlaştırma ise; oyunsal düşünme ve oyun estetiği yoluyla oyun bileşenlerinin, tasarım unsurlarının oyun bağlamı dışında kullanılmasıdır. Oyunlaştırma ile oyun dışında problemlere yönelik oyunsu bir deneyim sunmak mümkündür. Oyun bileşenleri ve tasarım konseptlerinin oyun dışında kullanılması oyunlaştırma yaklaşımını doğurmuştur (Bozkurt & Genç-Kumtepe, 2014; Deterding, Sicart, Nacke, O'Hara, & Dixon, 2011; Kapp, 2012; Sezgin & Yüzer, 2017; Sezgin, Bozkurt, Yılmaz, & Van Der Linden, 2018).

Werbach ve Hunter'ın (2012) oyunlaştırma yaklaşımında; dinamikler, mekanizmalar ve bileşenler olmak üzere üç kategori bulunmaktadır. Oyun tasarımı içerisinde kısıtlamalar, duygular, hikayeleştirme, ilerleme

ve ilişkiler oyunun dinamiklerinin temel prensiplerini oluşturur. Oyunlardaki, oyuncuyu yönlendiren belirgin eylemler ise mekanizmalardır. Mekanizmalar oyuna hisler katarak oyunun canlılığını sağlar. Bunlar; meydan okuma, şans, işbirliği/yarışma, geribildirim, kaynak edinimi, ödüller, işlemler/alışveriş, sıra ve kazanma durumudur. Oyunun bileşenleri ise; kazanımlar, avatar, rozetler, zorlu mücadele, koleksiyon, savaş, içeriği serbest bırakmak, hediyeler, lider cetveli, düzeyler, puanlar, arayış, sosyal grafikler, takımlar ve sanal eşyalardır. Oyun bileşenleri oyun tasarımında akla gelen ilk unsurlardır (Bozkurt & Genç-Kumtepe, 2014).

Dijital dönüşüm ile gündelik yaşamımızdaki değişim, oyun sektöründe de paralel olarak görülmektedir. Dijital oyunlar, oyuncu ve medya metni arasında etkileşimli bir iletişim sunmaktadır (İlgaz & Abay, 2020). Etkili bir oyun tasarımı ile daha eğlenceli ve çekici deneyimler; öğrenme, motivasyon, sadakat sağlama ve davranış değiştirme gücüne de sahiptir (Bozkurt & Genç-Kumtepe, 2014). Gerçek yaşamda deneyimlenmesi güç olan şeylerin simüle edilerek ciddi oyunlara dönüştürülmesi de aslında oyunların dijitalleşme ile kazandığı bir diğer işlevlerdir. Sağlık, eğitim, sosyal politika, iletişim gibi günlük yaşam için ortaya çıkmıştır (Güneş & Dilipak, 2020; Zyda, 2005).

#### 4. Haberlerin Oyunlaştırılması

Özel bir eylem olarak düşünüldüğünde ‘gazete okumak, oyunun tüm ayırt edici özelliklerini taşır’. Salt oyun düzleminde haber okuyucusu bir oyuncu gibi eyleminde bilinçlidir; gerçek yaşamının bir parçası olmayan hikayelerin içerisinde roller edinir ve okuma eylemi oyunda olduğu gibi bir tatmin ile tamamlanır (Stephenson, 1964). Oyunlaştırma, insanları meşgul etmek, motivasyon sağlamak, öğrenmeyi teşvik etmek ve sorunları çözmek için oyun mekaniklerinin, estetik ve oyun düşüncesinin kullanılmasıdır (Kapp, 2012). Bu ve çeşitli amaçlarla oyunlaştırma; eğitimde olduğu gibi gazetecilikte de bilginin aktarımını sağlamak için kullanılmaktadır (Arafat, 2020; Karataş, 2014; Özgür, Çuhadar, & Akgün, 2018; Vos & Perreault, 2020). Son yıllarda üreticiler ve tüketiciler arasındaki sınırların ortadan kalkmasıyla birlikte haber endüstrisi bilgi dağıtım olanaklarını daha sürükleyici, eğlenceli ve etkileyici vermek için yeni yollar aramak zorunda kalmıştır. Bu ihtiyaç doğrultusunda tüketici katılımını benimseyen yeni içerik üretim modelleri ortaya çıkmıştır. Bu gelişimin yenilikçi adımlarından biri de dijital hikaye anlatısında bilgiyi iletmek için oyunların popülaritesinden ve kültürel etkisinden yararlanmak olmuştur. Böylelikle video oyunları ve gazetecilik referanslarından yeni bir ifade biçimi ortaya çıkmıştır (Ferrer-Conill, 2016; García-Ortega & García-Avilés, 2020; Sturm, 2013; Treanor & Mateas, 2009; Zehle, 2012).

Dijital teknolojilerin gelişimi ile haber endüstrisi de etkileşim ve katılıma dayalı tüketici modellerine uyum sağlamıştır. Daha fazla üretim çeşitliliği için iletişim ortamları, görsel ve işitsel olarak yeni yapılandırmalar ile geliştirilmiştir (Bourscheid, 2017; García-Ortega & García-Avilés, 2021). Oyun ve gazeteciliğin yakınsaklığı ile yenilikçi bir anlatı biçimi olan *haber oyunu (newsgame)* ortaya çıkmış ve geleneksel gazetecilikten farklı bir etkileşim ortamı oluşturmuştur (Plewe & Fürsich, 2018). Multimedya gazeteciliğinin ortaya çıkışı ve ciddi oyunların büyümesi haber tüketicilerini yakalamak için keşfedilen yeni yöntemler olarak yerini almıştır. Haber içeriklerinin oyunlaştırılması, haber tüketimini keyifli bir gazetecilik deneyimine dahil etme potansiyeli açısından önemli bir alternatif hikaye anlatım tekniğidir. Bu teknik, daha çok belirli oyun mekaniklerinin kullanıldığı bir haber taşımayı ifade etmektedir (Ferrer-Conill & Karlsson, 2015; Jacobson, 2012). Ancak, oyunlar gazetecilik normlarından önemli ölçüde farklı mantuklarla da çalışmaktadır. Oyunlar söz, yazı veya görüntülerin kullanımından ziyade kurula dayalı temsiller ve etkileşimler yoluyla ikna sanatıdır (Bogost, 2007).

Oyunlar, 20. yüzyılın başlarından beri basılı gazetelerde yer alan çapraz bulmacaların ortaya çıkmasıyla gazeteciliğin bir parçası olmuştur. Haberciler için okuyucuları eğlendirme ihtiyacı, bir iş olarak görüldüğünden haber tüketimini keyifli hale getirme ve okuyucuyu eğlendirme amaçlarıyla bulmacaları; eski bir gelenek olarak hikayeler, karikatürler, fıkralar, bilmeceler de takip etmiştir. 21. yüzyıl itibarıyla de dijital dönüşüm yaşayan gazetelerin içeriklerini oyunlaştırması kaçınılmazdı. Aslında Foxman’ın dediği gibi; *“biz haberlerimizi ile hep oynadık”*. Haber ve oyun ilişkisi, çapraz bulmacaların gazetelerdeki işlevi ile açıklanabilmektedir. 1940’larda New York World tarafından çıkarılan bulmacalar, haber oyunlaştırmasının eski bir gelenek olduğunu hatırlatır (Foxman, 2015).

Gazeteciliğin; bilgilendirme, eğitime, gerçeğe bağlılık, hesap verme gücü, doğrulanmış bilgi, siyaset ve ekonomiyi anlamlandırmaya yardımcı olmak gibi değişmeyen prensipleri vardır (Deuze & Witschge, 2020). Bununla birlikte amaçlarının merkezinde etkili bir hikaye anlatımı ve izleyici katılımı bulunur. Gazetecilik ve eğlenceli iletişim araçlarının arasındaki sınırların aşınmasıyla habercilik için önemli konuların oyunvari (ludic) diğer bir ifadeyle oyun gibi sunulması hem yeni bir hikaye anlatma biçimi olmakta hem de haber tüketicisinin katılımını sağlamaktadır (Ferrer-Conill, Foxman, Jones, Sihvonen, & Siitonen, 2020; Ferrer-Conill, 2018; Foxman, 2015; Mukherjee, 2015). Ancak bu katılımın yanında oyunlaştırma haber tüketicisinin beklentilerini sömürmek için bir araç olarak da kullanılabilir (Bogost, 2015).

Toplumsal olay ve olguları daha etkileyici sunmak, empati yaratmak, öğretmek gibi amaçlar ile haberlerin 'oyun' ile yeniden kurgulanması; gazeteciliğin yaratıcı yeniden inşası olarak karşımıza 'haber oyun'larını çıkarıyor. Henüz erken çağlarında olmasına rağmen; mülteciler, işçiler, azınlık gruplar, terör olayları, dijital linçler ve siyasetler ile ilgili *ciddi konuları* içeren pek çok haber oyun üretilmiştir (Aayeshah, 2012; Arafat, 2020; Bourscheid, 2017; Bressan, 2020; García-Ortega & García-Avilés, 2020; James, 2017; Lin & Wu, 2020; Meier, 2018; Plewe & Fürsich, 2018).

### 5. Deneyimlenebilir İçerikler ile Yeniden Canlandırma; Haber Oyunları

*Haber oyunu (newsgame)*; kavramının üreticisi, oyun tasarımcısı ve bilim insanı Gonzalo Frasca tarafından politik çizgi film, karikatür ve editöryal oyunların simülasyonlar ile bir araya gelmesi olarak tanımlanmıştır (Bogost, 2020; Randviir-Vellamo, 2014). Gazetecilik ve oyunun kesiştiği noktada yaratılan haber oyunları (Bogost vd., 2010); ciddi oyunlar bağlamında habere dayalı olarak güncel olayları anlatan oyunlardır (Sicart, 2008). Haber oyunları, kamu tartışmasında yer almak amacıyla prosedürel retorik araçlarıyla haberlerin belirli bir yönünü göstermek için tasarlanmış ciddi bilgisayar oyunlarıdır (Sicart, 2008). Fikir, metin ve görüntülerin yayınlanmasının ötesine geçen haber oyunlarının amacı, metni öldürmek değil; bileşenlerinin arasında adil bir ilişkiyi sağlamaktadır. Haber oyunları; yenilikçi, etkileşimli ve sürükleyici olarak görsel ve işitsel anlatısıyla bilgiyi simüle etmekte ve gazeteciliğin bilgi verme işlevini oyun aracılığıyla yerine getirmektedir (Bourscheid, 2017). Geleneksel haber üretim biçimlerine göre bilgilendirme ve hikaye anlatma işlevlerini daha ikna edici olarak yerine getiren haber oyunları; karmaşık bilgi içeriklerini keşfetme, gerçekleri daha etkili sunma, argümanlar oluşturma ve eleştirel düşünmeyi teşvik etme potansiyeline sahiptir (Wiehl, 2014).

Henüz erken dönemlerinde olan haber oyunu kavramının genel olarak kabul edilmiş bir tanımı olmasa da bilim insanlarının üzerinde hem fikir oldukları bazı özellikler bulunmaktadır. Haber oyunlarının tümü mevcut veya geçmişteki gerçek olaylara atıfta bulunmaktadır. Sosyal, tarihsel veya politik konular bağlamında haberi oluşturmaktadır. Geniş bir kitleye hitap edebilmesi açısından erişimi kolaydır. Oyuncuların aşına olduğu oyun mekaniklerini kullanmaktadır. Oyun içeriğine hızlı ve kolay erişim sağlamaktadır. Haber oyunları, oyun kurallarının yapay ve modellenmiş karakterleri aracılığı ile ikna edici bir özelliği de sahiptir. Haber oyunlarındaki kurallar ve oyun mekanikleri özellikle tasarımcıların oyunun konusu hakkındaki görüşlerini desteklemek için prosedürel retorik araçları kullanarak oluşturulmaktadır. Haber oyunları ayrıca gazetecilik belgesellerinin ve özelliklerinin sağlayabileceği şekilde bağlamsal bilgileri sağlayabilmektedir. Oyuncu için kurallar sistemi içinde deneyimlemesine izin verilen olayların arkasındaki mekanizmaları ve gelişmeleri gösterme yeteneği bulunmaktadır (Bogost, Ferrari, & Schweizer, 2010; Burton, 2005; Sicart, 2008; Treanor & Mateas, 2009).

Ferrer-Conill ve arkadaşlarına (2020) göre haber oyunları, ciddi oyunlar ve diğer eğlenceli yaklaşımlar gazeteciliği popülerleştirme geleneğinin yeni bir tekrarıdır. Bogost ve arkadaşları (2010) haber oyunlarının haberleri basitçe anlatmak yerine olayların nasıl olduğuna dair haber tüketicilerine deneyim yaşama imkanı verdiğini belirtmiştir. Ancak Bogost (2020) ise günümüzde hala üretilen ilginç haber oyunlarının yalnızca merak uyandırdıklarını ve haberden ziyade olağandışlıklarıyla dikkat çektiğini düşünmektedir. Haber oyunları; haber tüketicilerine bilgi içeriğini yaşama deneyimi sunduğundan gazeteciliğin uygulanabilir bir biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Ferrer-Conill, 2018). Bu yaşam deneyimi içerisinde haber tüketicisi her tıklamanın önemli olduğu bir karar vericiye dönüşebilmektedir (Arafat, 2020).

### 5.1. Haber Oyunlarının Anlatısı

Gazeteciliğin amacı yalnızca bilgiyi teşvik etmek değildir. Anlatı sürecinde bir *'fark'* koymaktır. Haberde anlatı bir güçtür. Bu etkileyici güç olmadan okuyucular anlama sürecine dahil edilemez (Glasser, 2000). Haber oyunlarının güçlü anlatısı; bilginin doğrulanması ve nesnellik gibi ilkelere dayanan profesyonel gazetecilik kültürü ile hayali dünyaların yaratılmasıyla karakterize edilen ve eğlencenin ikna edici potansiyelini taşıyan oyun kültürü mantığını içermektedir (García-Ortega & García-Avilés, 2020). Geleneksel gazeteciliğin yapısından farklı olarak sözlü ve görsel retoriğe dayalı anlatı stratejileri, video oyunları retorikleri ile birleşerek bilgiyi oluşturur (Deterding, Sicart, Nacke, O'Hara, & Dixon, 2011). Bilgi ve haberlere dayalı olarak 'gerçek anlamın' kullanılmasını mümkün kılar. İnsan kültürünün statüsünü yükseltme, sosyal aktivizme katkıda bulunma, sosyal ve politik değişimler üzerinde eleştirel bir bakış açısını geliştirme gibi işlevlere sahip olması haber oyunlarını ticari oyunlardan ayıran temel özelliklerdir (Bourscheid, 2017).

Haber oyunları; geleneksel olarak olay örgüleri, görüntüler ve kelimeler yoluyla değil; kurallara ve davranış kalıplarına dayalı modeller aracılığıyla oluşturulduğu prosedürel retorik ile inşa edilir (Bogost, 2007). Genellikle karar vermeye, senaryoların simülasyonuna dayalı mekanik ve dinamiklerin kullanıldığı haber oyunlarında prosedürel retorik güçlü bir ikna edicidir (García-Ortega & García-Avilés, 2020). Dijital anlatıların retoriğini görseller, videolar, sesler, infografikler, müzikler oluştururken haber oyunlarının anlatısını ise bunlar ile birlikte kurallar ve belirli davranış kalıpları da kullanılarak prosedürel retorik oluşturur. Haber oyunları, etkileşimli ve çok doğrusallığı (olay örgüleri içerisinde ilerlenebilir farklı seçenekleri) olan bir ortama sahiptir. Oynanabilir bir metin deneyimidir (Plewe & Fürsich, 2018). Haber tüketicisinin oyun içinde çoklu olasılıklar ile "eğer" senaryosunu keşfetmesini sağlar. Karmaşık koşullar hakkında bilgi, dinamik bir simülasyon olarak sunulur. Oyun içerisindeki karmaşıklık ve trajedi ilişkisi konuya yönelik farklı bakış açıları geliştirmeyi sağlar (Plewe & Fürsich, 2018). Okuyucu için oynanabilir bir olay deneyimi sağladığı için; "oyuncunun eylemleri, anlatının kendisidir" (Bourscheid, 2017).

Haber oyunları Sicart'ın ifadesi ile; "*editöryal satırları oyun mekaniğine çevirmektir*". Dijital medya ortamında güçlü ve melez bir iletişim biçimi olarak ortaya çıkan haber oyunlarının politik bir gündemi ve editöryal bir çizgisi vardır. Politik ve ikna edici oyunlar tartışma için açık alanlardır. Bu nedenle kesinlikle tarafsız değildir; argümanlar sunulan bir gündem ile oluşturulurlar (García-Ortega & García-Avilés, 2020; Sicart, 2008). García-Ortega & García-Avilés (2020), haber oyunlarının kendi içlerinde farklılık taşıyan bakış açılarıyla geliştirildiğini, bu nedenle; bilgilendirici, editöryal veya hiciv niteliğinde şeklinde spesifik bir ayrıma gidilmesinin yararlı olacağını ifade eder. Haber oyunları belirli konular hakkında üretilebilir ancak diğer ortamlarla aynı baskılara tabi olmadığından kendi ortamının kısıtlamaları içerisinde kalabilir (Grace, Treanor, Totten, & McCoy, 2016). Haber oyunları, oyun geliştirici ve editörlerin görüşlerini yansıtan kuralları ve mekanikleri içerse bile editöryal yorum rolüyle sınırlanmamalıdır. Gazetecilik belgeselleri, araştırma haberleri haber oyunlarına bağlamsal bilgiyi sağlayabilmektedir (Plewe & Fürsich, 2018).

Haber oyunlarında çoklu senaryo ve anlatı seçenekleri ile simüle edilen bir kurgu vardır. Bu kurgunun sunulduğu arayüz üzerinden haber tüketicisi, haber oyun ile etkileşime girebilmektedir. Sezgisel ve anlaşılması kolay olan bu oyunlarda simgelere ve hiper metne dayalı basit bir estetik sunumu vardır. Oyun mekanikleri ile gazetecilik kaygılarının birleştiği haber oyunlarında tamamlayıcı bilgiler de infografik tabanlı kurgular üzerinden verilir.

### 5.2. Hedonik (Hazcı) ve Pragmatik (Faydacı) Yaklaşımla Haber Oyunları: Temsil, Empati ve Etik Şüpheler

*"Kamerayı hikaye anlatımına entegre etmek, kullanıcının içerikleri eğlenceli bir şekilde deneyimlemesine olanak tanır, böylece hedonistik; estetik ve duygusal gereksinimler giderilir."* (Meier, 2018)

Burton (2005), haber oyundaki oyun bileşeninin akla ilk olarak; ciddi konulara yönelik bir saygısızlığı ve hassas konular için doğal bir uygunsuzluğu getirdiğini ifade ediyor. Haber oyunları, gazetecilik için yeni bir ifade türü olarak ortaya çıksa da beraberinde bir takım etik kaygıları da getirmiştir. Oyun motivasyonları ile bilgi edinme ihtiyacının bir araya getirilmesi gazeteciler, kullanıcılar ve bilim insanları arasında bir tartışma doğurmuştur. Çünkü; dijital oyunların ikna edici ve hedonik mantığı, genellikle gazeteciliğin profesyonel mantığıyla çatışır (Ferrer-Conill, Foxman, Jones, Sihvonen, & Siitonen, 2020; Karlsson, 2011). Haberin

oyunlaştırılması bu anlamda hazcı ve faydacı olmak üzere iki çatışan yaklaşımı karşımıza çıkarmaktadır: Eğlence motivasyonunu, memnuniyet ve zevk odaklı oyuncu katılımını önceleyen hedonik mantık ile kullanıcıların azami verimliliğini önceleyen faydacı mantık çatışması (Ferrer-Conill, Foxman, Jones, Sihvonen, & Siitonen, 2020).

Biçimsel bileşenler ile bilgilendirici içeriği dengeleyen, oyun mekaniğinin akıllıca tasarlandığı haber oyunlarının gazetecilik değerlerini güçlendirebileceği görüşünde olan García-Ortega ve García-Avilés (2020) oyun perspektifinden bakıldığında oynanmak üzere tasarlanmış içeriğe duygusal olarak dahil olan ve kazanma isteği ödüllerle teşvik edilen sistemlerin kullanıcı katılımını teşvik ettiğini söylemiştir. Ancak haber oyunlarının, karmaşık olayları temsil etmesi noktasında eğlenceye indirgenerek gazetecilik değerlerine zarar verebileceğine de dikkat çekmiştir. Haber oyunlarında, ciddi konuların oynanabilir bir eğlence anlayışına indirgenme ihtimali bulunmaktadır. Bu nedenle haber içeriği bu indirgemeci yaklaşım ile ciddiyetini kaybederek önemsizleşebilir.

Meier'in (2018) mültecilerin kaçış yolculukları ve yaşam şartları hakkında olan haber oyunları üzerinden gerçekleştirdiği araştırmasında ortaya çıkan bazı deneyimler (yorumlar), tartışmaya dair argümanları güçlendirmektedir. Meier (2018), haber oyunlarının genellikle ciddi ve travmatik insan yaşamlarını simüle ettiğinden gerçekliğin oyun ile deneyimlenmesinin etik şüpheler doğurduğunu belirtmiştir. Araştırmada, haber oyunlarını deneyimleyen görüşmecilerden biri, bilginin doğruluğuna güvenmeye daha meyilli olduğu için haber makalesi okumayı tercih edeceğini belirtmiştir. Oyunlar rakamsal bilgiler içerse bile bu bilginin oyun için basitleştirilmiş olup olmadığını sorgulama ihtimalinin olduğunu görmüştür. Bir başka görüşmeci ise ciddi bir bilgi edinmek istediği takdirde makale okumayı tercih edeceğini; haber oyununun, zaman zaman oynanacak bir alternatif olacağını ifade etmiştir. Bununla birlikte mültecilerin sorunlarının bir 'bilgisayar oyunu olmak için' etik açıdan sorgulanabilir olduğunu belirtmiş; ancak yine de kendisini bir mültecinin yerine koyabilmesinin iyi olduğunu da eklemiştir (Meier, 2018). Haber oyunları, haber tüketicisine oyun içerisinde roller verdiğinden dolayı empatiyi arttırmanın bir yolu olarak görülse de hazcı ve faydacı mantık çatışmasını barındırdığı için etik şüpheler üzerinde durmak gerekir. Bununla birlikte karmaşık ve anlaşılması zor konularla ilgili empati kurma olasılığı bu şüphelerin yanında durmaktadır. Meier'in (2018) araştırmasında deneyimlerini paylaşan katılımcının çıkarımı; ciddi konuların, oyunların konusu olup olmayacağıyla ilgili kaygıyı desteklemektedir.

Oyunlar ve dijital medyanın amaçları, yapıları ve etikleri arasında büyük farklılıklar taşıdığından bilginin aktarımına uygun bir araç olarak da görülmemektedir (Nolan, 2003). Gazeteciler ve haber kuruluşları, oyunlaştırmanın araştırma ve ciddi haberlerin güvenilirliğini sarsacağına dair kaygılıdır. Bazı gazeteciler ise haber oyunları ile katılımı teşvik edebileceklerini, karmaşık anlatıların daha rahat çözümlenebileceğini savunmaktadır (Albeanu, 2016; Foxman, 2017). Haber oyunları üzerinde yapılan bir başka araştırma; kullanıcıların iletilen mesajı algıladıkları, ilginç bulmadıkları sonucuna ulaşılmış ve gazeteciliğe haber oyunların bir faydası olmadığını ortaya koymuştur (Wolf & Godulla, 2018). Üretim amaçlarına göre değişmekle beraber, haber oyunları; siyasi yolsuzluk, iklim değişikliği, insan kaçakçılığı gibi ciddi sorunların farkındalığını desteklemektedir. Haber oyununun bu anlamda kalitesi değerlendirilirken katılım, görüş, temsil ve memnuniyet verici sunum unsurları referans alınmalıdır. Haber oyunları; haber içeriği, infografikler ve geleneksel gazetecilik uygulamalarının *sinerjik* bir şekilde bir araya getirildiği bir gazetecilik türüdür (Costera, 2013; García-Ortega & García-Avilés, 2020; Wiehl, 2014).

### 5.3. Haber Oyunu Üretim Ortamında Sinerji

Haber oyunları örtüşen amaçlar ve çatışan normlarıyla birlikte multidisipliner bir yapıdadır. Oyun ve gazeteciliğin prensipleri, öncelikleri ve kültürleri birbirinden farklıdır. Bu farklılık iki ayrı disiplinin birlikteliğinde üretime sirayet etmektedir. Bu nedenle haber oyunu üretimi için ön koşul, etkili bir iletişimdir. Haber oyunları; editöryal süreci yürütecek gazetecilerden, oyunun kurgusunu inşa edecek geliştiricilere (yazılımcılara), görsel anlatıyı oluşturacak 3D modelleme uzmanlarından, grafik tasarımcılara, uygulanabilirliğini test edecek uzmanlara kadar uzanan çeşitli meslek gruplarını bir araya getirmektedir. Mesleki yakınsaklığın olduğu bu süreçte sınır çatışmalarının önüne geçebilmek için ekip rollerinin ve sorumluluklarının açıkça oluşturulması gerekmektedir. Üretim ortamında etkili bir iletişim, ortak dil ile mümkündür. Bu nedenle oyun geliştirmeye başlamadan önce ekibin ortak bir dil, kavram çerçevesi

belirlemesi ve üretim sürecini iyi bir şekilde planlaması gerekmektedir (Bressan, 2020; Grace, Treanor, Totten, & McCoy, 2016; Marciano, 2018; Meier, 2018; Plewe & Fürsich, 2020).

Gazetecilik ve oyun sektörü, çatışan normlar taşımasına rağmen yol gösterici ortaklıklarını bulabilir ve bu mantıklar ile birbirini tamamlayabilirler (Ferrer-Conill, Foxman, Jones, Sihvonen, & Siitonen, 2020). Ancak haber oyunlarının sınırlı anlatım yetenekleri, gazeteciler ve oyun geliştiriciler arasında çatışmaya neden olabilir. Bunun sebebi gazetecilerin rasyonel gerçekleri sunmak istemesine karşın, oyun geliştiricilerin duygu yaratma ve ilgi oluşturmaya öncelimesidir. Plewe ve Fürsich'in (2020) araştırmasında bu mesleki sınır çatışmalarına rağmen haber oyununun 'kamu hizmeti' olması üzerinde fikir birliğine varmalarıyla çözüldüğü ve beklenen çatışmanın yaşanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

#### 5.4. Haber Oyun Üretiminde Sürdürülebilirlik; Finans, Teknik Kaynak ve Yenilikçi Bakış Açısı

Haber oyunlarının üretimi daha çok zaman, finans, teknik bilgi, ekip ve teşvik gerektirdiği için sürdürülebilirliğini sağlamak zor olabilmektedir. Her proje kendi içerisinde üretim koşullarıyla farklıdır ancak kaynak ve yenilikçi bakış açısıyla daha çok desteğe ihtiyaç duymaktadır (Plewe & Fürsich, 2020). Ortalama bir gazeteci bir haber oyunu üretecek becerilere, finansal ve teknik imkanlara sahip değildir. Bu nedenle haber oyun üreticilerinin güçlü ve uyumlu bir işbirliği içinde çalışmaları gerekmektedir.

Genellikle sosyal ve politik konulara odaklanan ve daha az ticari potansiyele sahip haber oyunlarının, medya kuruluşlarının kısıtlı süreleri ve sınırlı kaynakları olmasından dolayı üretimi daha zordur (Eveleth, 2016; Foxman, 2015). Bununla birlikte finansal olarak büyük medya şirketleri haber oyunları üretebilir ancak haber oyunları, daha kolay üretilen çevrimiçi multimedya formatlarıyla rekabet içindedir. Haber oyunu tasarımı; daha karmaşık, zaman alan ve daha pahalı bir haber üretim biçimi olmasına rağmen daha sürdürülebilir bir tüketici katılımı sağladığından haber kuruluşlarının yararına görülmektedir (Foxman, 2015; Meier, 2018; Plewe & Fürsich, 2020). Bununla birlikte sürdürülebilir tüketici katılımı sağlamak için haber oyunlarının, içeriğini daha çekici ve eğlenceli sunması gerekmektedir. Etkileşim, metinler ve videolar ile güçlendirilmelidir (Plewe & Fürsich, 2020).

Her geçen gün haber oyunları çeşitlilik kazanmakta ancak çoğunlukla web tabanlı olmasından dolayı mobil uyumsuzluk sorunu bulunmaktadır. Oyunların entegrasyon sorunu olmadan mobil cihazlarda çalışabiliyor olması, katılımın devamlılığı ve niceliği açısından önemlidir. Bununla birlikte haber oyunlarının gelişimini teşvik edecek en önemli unsur kullanıcı geri bildirimidir. Oyunların test edilebilirliğini sağlamak ve oyunla ilgili kullanıcı deneyimlerini de bilmek gerekmektedir (Plewe & Fürsich, 2020). Oyun oynama ve haber okuma eylemleri bireysel ilgi ve karar ile başlayan etkinlikler olduğundan dolayı beraberinde bilgi ve beceri ihtiyacını da gerektirmektedir. Haber oyunlarının deneyimlenebilmesi için oyuncunun medya okuryazarı ve oyun okuryazarı olması gerekir. Teknik olarak bilgisayar kullanımı, bilişsel olarak oyun dinamiklerini kavrama, haber kurgusunu ve gerçekliğini ayırt edebilmeleri oyuncuların haber oyun deneyimlerinde belirleyicidir. Grace ve arkadaşları (2016) ile Plewe ve Fürsich (2020) de haber oyun deneyiminin popülerlik kazanabilmesi için bu bilgi ve beceri altyapısına işaret ederek oyun ve medya okuryazarlığı ihtiyacını belirtmişlerdir.

Plewe ve Fürsich'in (2020) araştırmasında yapılan görüşme ve gözlemlere göre; gazeteciler ve oyun geliştiriciler haber oyunlarının potansiyelini savunsa da haber oyunlarının ilerlemedeki en önemli engellerin ekonomik ve teknik nedenler olduğunu vurgulamıştır. Bununla birlikte haber oyunları gazetecilik geleneklerine daha yakından temas eden dijital medya formlarıyla rekabet etmek zorundadır. Medya şirketlerinin yeniliklerle meşgul olma isteksizliği de bir diğer önemli neden olarak haber oyunu üretimini etkilemektedir. Araştırma kapsamında yapılan bir görüşmede, katılımcı haber oyunlarının dijital gazetecilik için bir devrim olmadığını; ancak çok farklı bakış açıları ve haberlerin farklı yönlerini keşfetmeye dair önemli bir katkı sağlayacağını ifade etmiştir. Ferrer-Conill ve arkadaşları (2020) da benzer şekilde haber oyunlarının günlük üretime uyarlanması noktasında kurumsal değişimin eksikliğini; diğer dijital projelerle edilen rekabetin, zamansal ve finansal ihtiyaçların inovasyonu engellediğini ortaya koymuştur.

Haber oyunları, yeni bir üretim ortamını gerekli kılmakla birlikte haber tüketicisi için de bir tüketim biçimini yerleşik kılmak zorundadır. Gazetecilik profesyonelleri, uygulayıcı ve geliştiriciler ile birlikte belirli bir amaca yönelik üretilen haber oyunlarının oynanabilirliği, yalnızca üretim ortamına bağlı değildir; haber okuyucusunun tüketim alışkanlıklarının da göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Haber okuma ve

izlemenin ötesinde deneyimlenebilir bir içerik olarak sunulan haber oyunları, Bogost ve arkadaşlarına (2010) göre kendi oluşturdukları şartlarda oyuncuyu meşgul etmektedir. Bu meşgulliyet ile oyuncular farklı bakış açıları ve karmaşık konuları çözümlene yeteneği kazanabilmektedir. Haber oyunlarının geleceği ve iyileştirilmesi, üretim ortamındaki tüm yeterliliğin sağlanmasına, sorumlulukların doğru anlaşılmasına bağlı gibi görünse de oyuncu deneyimi büyük bir önem taşımaktadır. Oyuncuların, oyun için istekli ve heyecanlı olması, haber oyunlarının üretimini motive etmekte ve tanıtımını da sağlamaktadır. Bununla birlikte haber oyun üretimi, bağlı olduğu teknik kısıtlamalardan özgürleşebildiğinde tüm zorlukları ve fırsatlarıyla gelişim gösterebilecektir (Grace, Treanor, Totten, & McCoy, 2016).

### 5.5. Haber Oyun Tasarımları

Dijital haber oyun tasarımı açısından bir model olarak görülen ve haber oyunlarının ilk temsilcilerinden sayılan September 12th haber oyunu haber tüketicilerine teröre karşı savaş hakkında hızlı ve güçlü bir yorum sağlamaktadır (García-Ortega & García-Avilés, 2020; James, 2017). ‘Haber oyunu’nu kavramsallaştıran oyun tasarımcısı Frasca, www.newsgaming.com’da September 12th oyunu için, simülasyonların kapsamının her zaman sınırlı olduğunu ve konunun video oyunlarında henüz işlenmemiş olmasından dolayı sivil kayıplara odaklandıklarını ifade etmiştir.

En eski haber oyunlaştırma deneylerinden biri 2009 yılında The Guardian (2014) tarafından yayınlanan House of Commons da milletvekiline ait 700 bin makbuz belgesi ile başladı. Bu büyük verinin kamuya açık hale getirilerek kullanıcıların verileri kategorize etmelerine ve oyun deneyimi ile bu belgelere yorum yapmalarına olanak sağlanmıştır (Arafat, 2020). 2014 yılında korsan balıkçılığı ortaya çıkaran öykülerinden biri olan Pirate Fishing ve 2016’da Suriye’deki siber savaşı konu alan #Hacked’ı piyasaya süren Al Jazeera da haber oyunlarını ilk benimseyen kuruluşlar arasında gösterilebilir. Bu iki oyunda da oyunculara araştırmacı gazeteci görevi verilmektedir (Arafat, 2020).

Plewe ve Fürsich (2018) tarafından yapılan araştırmada; The Refugee Challenge, Aganist all Odds ve The Migrant Trail mülteci ve göçmen konularında üretilen etkileşimli haber oyunları; göç hakkında bilgi aktarımını ve göçmenlerin temsilini empati, karmaşıklık ve uzak ıstırapın temsili üzerinden tartışmıştır. Göç temsili özelinde incelenen haber oyunları geleneksel gazeteciliğin küresel meseleleri ve uzaktaki diğerlerinin acılarını etkili bir şekilde iletme kapasitesini geliştirmek için bu oyunların potansiyelini değerlendirmeyi amaçlamıştır. Bu oyunlar mültecilerin durumlarıyla ilgili ortak tasvirler ve özellikler taşımaktadır. Oyunların amacı; oyuncuyu mültecilere ve göçmenlere sempati duymaya yönlendirmek ve konularını daha iyi anlatmak için empati geliştirmelerini teşvik etmektir. Bu üç oyunda da oyuncular göçmen rollerini üstlenmeye ve bu yaşam hikayelerinin içinden geçmeye mecbur bırakılır. Böylelikle oyuncu, karakterlerle özdeşleşerek durumu yeniden canlandırır. Haber içeriğinin hafifletici olmaması için bu oyunlar mültecilerin durumlarıyla ilgili gerçek fotoğraf ve videolar ile desteklenmiştir. Aynı zamanda oyunlarda, mültecileri oyunculara yabancılaştırabilecek din, gelenek, siyasi, kültürel ve kişisel farklılıklar ile tasvir etmekten kaçınılmış; oyuncular ve mülteciler arasındaki benzerlikler vurgulanırken potansiyel farklılıklar dışlanmıştır. Nihayetinde oyunların her birinin sonucu başarısız; olumsuz tatmin edici olmayan bir son ile oyun tamamlanır.

*“Aç önce çıktığımız yolculuk, savaştan ve kılıktan kaçan mültecilerin her gün yaptığı birçok yürüyüşten yalnızca biri. Yolculukları sona erdiğinde, elbette, işlerin nasıl daha farklı yürüyebileceğini görmek için yeniden başlama liksleri yoktur. Ancak dilerseñiz aşağıdaki butonu kullanarak tekrar başlayabilirsiniz.” (www.theguardian.com-The Refugee Challenge haber oyunu)*

Bu oyunların psikolojik açıdan oyuncularda empati ve şefkat yaratabileceği açıkça görülmüştür. Özellikle gerçek görsellerle desteklenen acıların, uluslararası ilişkileri geliştirmeye yönelik ve eyleme yol açma potansiyelleri bulunmaktadır. Çünkü başkalarının acısına ilişkin ölüm ve yıkım üzerine çarpıcı görseller, savaşı engellemeye yönelik bir güç barındırmaktadır (Sontag, 2003). Bu nedenle, oyunun duygusal sonuçlarının bir eyleme dönüşebilmesi için etkileşimin, güçlü bir anlatı ile sağlanması gerekir (Arda & Şentürk, 2020).

Plewe ve Fürsich (2018) araştırmalarında oyunlar içerisindeki karikatürize etmenin, simüle edilmiş grafiklerin dürüst etkileşimi engellediğini; bu noktada oyuna gerçeklik kontrollerinin entegre edilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Oyunlar, konularının arka planlarındaki bilgileri de içermeli ve oyuncuya



bu kurgusal bir deneyim olmadığını hatırlatmalıdır. Gerçeklik kontrollerinin de dengeli ve dikkatlice tasarlanmış olması gerekmektedir. Sekiz ayrı siyasi haber oyunu üzerinde yapılan ve siyasi konularla ilgili bilgi iletmeye mekaniğini inceleyen araştırma, eğlenceli öğelerin kullanımının, gazetecilik kalite standartlarının yerine getirilmesiyle uyumlu olduğunu ortaya koymuştur. Kullanıcı için mekanik ve dinamik seçim de bilgiyi nasıl aldığı ve bilgiyle nasıl iletişime girdiğini de göstermiştir (García-Ortega & García-Avilés, 2020).

Haber oyunları; toplumsal gerçekliklere farklı bir bakış açısı kazandırmak için anlatısını oyun dinamiğinden ve gazetecilik kaygılarından geliştirmektedir. Bilgiyi simüle ederek gerçekliğin oyun ile deneyimlenebilir olmasını sağlamayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda haber oyunlarının içeriğini oluşturan ciddi konuların aktörleri, oyun içerisinde temsil edilmektedir. Temsiller aracılığı ile oyuncunun gerçek yaşamda uzağında olan acıları empati yoluyla tanıması beklenir. Haberin oyunlaştırılması bir anlamda ciddi konuların, acıların, zorlu yolculukların estetize edilmesi olarak da görülebilir. Salt oyun deneyimi olarak görülmemesi için görsel tasarım öğelerinin gerçeklik kontrolünde olması gerekmekte ve bilginin 'insan yaşamına' ait olduğu vurgusunu özellikle hissettirmelidir.

İnsan yaşamı odağında ciddi konuları ele alma biçimi ve haber tüketicisini bir aktör haline getirmesi bakımından taşıdığı potansiyel fark edildiğinden beri pek çok konuda haber oyunu üretilmiştir. Financial Times tarafından yayınlanan The Uber Game, Dodging Trump's Tariffs, ABC tarafından yayınlanan The Amazon Race, Wox tarafından yayınlanan Scholarship Tycoon, Bloomberg tarafından yayınlanan The American Mall, Persuasive Games tarafından bağımsız olarak yayınlanan Killer Flu ve Fatworld, Molleindustria tarafından yayınlanan Oligarchy gibi pek çok haber oyunu örneği bulunmaktadır. Bu oyunlar, çalışma koşullarından küresel ekonomik yaptırımlara, siyasi yolsuzluklardan toplum sağlığına, eğitim olanaklarından mülteci sorunlarına kadar pek çok konuda işlenmiştir (Bogost, Ferrari, & Schweizer, 2010; Cabales, 2019; Stuart, 2015).

## 6. Sonuç ve Tartışma

Gazeteciliğin çeşitli medya üretim biçimleri ile yakınsaklığı ve transmedya hikaye anlatıcılığının etkisi; habercilik için yeni yaklaşımları doğurmuş, üretim ve tüketim ilişkilerini şekillendirmiş, haber odalarını yeniden yapılandırmıştır. Bu çalışmada, katılımcı kültürü benimseyen yeni anlatı formlarından haber oyunları; anlatısı, üretim ve tüketim ilişkileri, ideolojik ve ekonomik altyapısı, etik kaygıları ile birlikte ele alınmıştır. Haber oyun ile ilgili alanyazında gazeteciler ve oyun geliştiriciler arasındaki sinerjiyi ve haber tüketicisi olan oyuncu deneyimini araştıran çalışmalar bulunmaktadır. Ancak haber oyunlarını oluşturan tüm bileşenler ve amaçlar yeniden düşünüldüğünde teorik ve ampirik çalışmalarda eksiklikler bulunmaktadır (Ferrer-Conill, Foxman, Jones, Sihvonen, & Siitonen, 2020).

Sıklıkla gazeteciliği yeniden canlandırma girişimi olarak tanımlanan haber oyunları hem üretim süreçleri hem de etik şüpheleri açısından araştırılmaya açık bir habercilik türüdür (Meier, 2018). Oyun ve gazetecilik disiplinleri birbirinden ayrı disiplinlere sahiptir. Bu iki kavramın birlikteliği düşünüldüğünde akla ilk etik sorunlar gelse de Stephenson'un (1964) ludenik haber okuma teorisi üzerinden haber oyunlarının, haz ve gerçekliğin bir arada işlenebilir ve tüketilebilir olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü; haber okuma eyleminin kendisi başlıca öznel bir oyundur. İçerik ne kadar çarpıcı ve rahatsız edici olursa olsun gazetecilik pratikleri çeşitlenerek her dönemde daha estetik ve daha etkileyici sunumu aramıştır. Haber oyunlarının içeriklerinin ciddi; sosyal ve siyasal konularla buluşmasında, hem içerik hem de sunuş çarpıcılığı arzusu bulunur. Gerçekliğin oyun ile iletilmesi fikri, hala erken döneminde olan haber oyunları için görüş ayrılıklarına neden olsa da uzun soluklu, araştırmacı habercilik, veri gazeteciliği gibi habercilik ürünlerinin sunumunda kullanılacak etkileyici, yaratıcı ve yenilikçi bir alternatif olarak görülmektedir. Elbette, oyunların inşasında gerçeklik daima göz önünde tutulmalı, oyunun bir kurgu değil; hayatın gerçekliğinden üretilmiş bir simülasyon olduğu hatırlatılmalıdır. Haber oyunlarında en önemli dinamik 'gerçeklik' olmalıdır. Bu nedenle haber oyunları, oyunculara; açıklamalarda bulunmalı ve oyunun amaçlarını belirterek, haber içeriğine uygun olarak insan yaşamına ait bir vurgu taşınmalıdır. Gerçekleştirilen literatür taramasıyla elde edilen bilgilerin bir sentezi olarak haber oyunları üzerinde ideolojik bir tartışma, etik bir şüphe, merhamet yorgunluğu ve zamansallık açısından bakış açıları aşağıda sunulmaktadır.

*İdeolojik Tartışma:* Haber oyunları için başlıca eleştirilerden biri siyasi propoganda ve reklam olarak üretilmesidir (Bogost & Poremba, 2008; Sicart, 2008). Haber oyunu kavramının üreticisi Gonzalo Frasca

da oyunların ön yargılar ile kurulduğunu ve objektif bir gazeteciliğin olmadığını ifade etmiştir. Ancak oyunlar, oyuncular fikirlere katılmasa bile yeni bakış açıları kazanabildiğinden eleştirel düşünmeyi teşvik etmektedir (Meier, 2018). Haber oyunları üzerine yapılan bir çalışma, potansiyel müşteriler oyun yazarlarını ideolojik olarak ön yargılı oldukları konusunda şüphelendiklerini ve haber oyunlarını belirli bir partinin veya politikacının finanse ettiğini düşündüklerini vurgulamaktadır. Bu nedenle haber oyunlarına gizli bir propaganda aracı olabileceğiyle ilgili şüpheli yaklaşımlardır (Randviir-Vellamo, 2014).

Haber oyunlarının ideolojik bir amaçla geliştirildiği iddiası, gazetecilik için yeni bir eleştiri değildir. Oyun ile kurgulanmış olsa da bir gazetecilik ürünüdür ve arkasında gazetecilerin, geliştiricilerin, finansörlerin bakış açılarını taşıdığı –her haber içeriği gibi- bir gerçektir. Bu anlamda odaklanılan haber içeriklerinde sunumun ve çerçevelenen konunun nasıl işlendiği önemlidir. Yapılan araştırmalarda da haber oyunlarının toplumsal ve siyasal meselelere dokunmasından dolayı bahsi geçen kişi ve kurumların anonimliğini koruması (García-Ortega & García-Avilés, 2020), benzerlikleri vurgulayarak birleştirici olması, farklılıkları dışlaması ve eleştirel düşünceyi teşvik edecek bir bakış açısına sahip olması gerektiği savunulmuştur.

*Etik Şüphesi:* Eğlenceli bileşenlerin bilginin güvenilirliğini azaltabileceği endişesi, haber oyunlarının ciddi sorunları ele almak için uygun olmadığıyla ilgili düşüncelere neden olmuştur (Foxman, 2015). Çoğu haber oyununda asıl sorun haber içeriğinin önemli ölçüde basite indirgenmiş olması ve haberin bazı önemli yönlerinin dışarıda bırakılmış olmasıdır (Burton, 2005). Buna karşın, gazetecilik ilkelerine saygı duyulursa daha fazla bilgi sunma imkânı olan haber oyunları karmaşık gerçekleri sunma noktasında yeterli ve geçerli argümanlar oluşturmak, eleştirel düşünmeyi teşvik etmek için bir araç olarak kullanılabilir (García-Ortega & García-Avilés, 2021; Wiehl, 2014). Haber oyunları araştırmalarda bilgi ve eğlence tartışmalarının ayrımının yeterince yapılmadığı gri bir düzlemde tartışılıyor. Bu düzlemde ayırt edici öncelik, haber oyunlarının bilgi içeriğine sahip olması ve salt eğlence sunmamasıdır (Meier, 2018). Haber oyunları, eğlencenin sınırlarında sıkışıp kalmamalı, kamu yararına gazetecilik ilkelerini ve amaçlarını benimsemiş olarak üretilmelidir (da Fonseca & Caruso, 2014).

Oyunlarda, oyuncular sonucu etkilemek için bir mücadele içindedir, kazanma ve başarı amacı güderler. Duygusal olarak oyun sonucuna bir bağlılık vardır (Juil, 2005). Çünkü, oyunlar; kendi içinde kazanma, hırs ve ödül gibi dinamikleri içinde barındırır. Bu nedenle haberciliğin oyun ile ilişkisi bu dinamikler üzerinden tartışılmış ve haber oyunlarında oyuncu için ödülün ve kazancın ne olduğu sorgulanmıştır. Burton (2005), bu tartışmalara bir cevap niteliğinde şu bakış açısını ifade etmektedir; “haber oyunlarında kazanç ve başarı; haber konusunun daha derin bir şekilde anlaşılmış olmasıdır”. Bu kazanç ve başarı hem haber tüketicisi hem de haber oyun üreticisi açısından düşülmelidir. Dolayısıyla haber oyunlarının; yalnızca eğlence motivasyonu ya da haz alma arzusu gibi amaçlarla oynanan diğer bilgisayar oyunlarından farklı etkilere sahip olduğunu söylemek mümkündür. Haber oyunların bu anlamda oyun sonunda tükenen ve tatmin edilen bir hazdan öte, daha uzun süreli kalıcı ve empatiye dayalı etki bırakmak gibi bir amacı olmalıdır. Haber oyunlarında oyuncuların bilgiyi talep eden ve konuyla ilgilenen bir haber tüketicisi olduğu göz önünde bulundurulmalı ve haber oyunlarının karşılayabileceği beklentiler bu anlamda değerlendirilmelidir.

*Merhamet Yorgunluğu:* Haber oyunlarında anlatıyı güçlendirmek için kullanılan imgelem bolluğu da Moeller’in (1999) bahsettiği merhamet yorgunluğuna sebep olabilir. Merhamet yorgunluğu; empati ve maruz kalma etkenlerine bağlı olarak travmatikleşen acının duyarsızlaşmaya, hissizleşmeye ve tükenmişlik duygusuna sebep olmasıdır. Empati, insanın ayırt edici niteliğidir. Başkalarının acılarını hafifletme arzusunun tetikleyicisi empatidir. Travmatik olaylara maruz kalmaya bağlı olarak duygusal tepkilerde azalma, ruhsal uyuşma, kitlesel acılara kayıtsız kalma olarak ifade edilen merhamet yorgunluğunun tanımı; insanlık trajedilerinin medyada yer alarak fon toplama çağrılarında bıkmışlık olarak genişlemiştir (Gök, 2015; Kinnick, Krugman, & Cameron, 1996; Maier, 2015; Pehlivan & Güner, 2018). Haber oyunları ile ilgili tartışılan etik kaygıların önemli bir parçası olan empati oluşturma arzusu; görsel mükemmeliyetçilik ile karşı karşıya geldiğinde acının estetize edilmiş olması, acıyla ilgili duygu ve gerçeklik karmaşasına neden olabilir. Haber oyun anlatısında görsel kusursuzluk ile gerçekliğin birlikteliği ayırt edici olarak yer almalıdır.

*Zamansallık:* Haber oyunlarının üretimi, diğer multimedya içeriklerine göre çok daha zahmetli ve zaman aldığından kendi parametrelerine karşılık gelen editöryal metinlere sahip olmalıdır. Oyunlar geçicidir ve haberlerden daha uzun süre hayatta kalmayabilirler. Bu yüzden haber oyunları yalnızca belirli bir zaman

dilimindeki belirli haberlere atıfta bulunmalıdır (Sicart, 2008). Sicart (2008), haberlerin kısa ömürlü olmaları gerektiğini hatırlatsa da September 12th oyununun, 11 Eylül olaylarından çok sonra yaratılmış ve yıllar sonra oynanmaya ve alıntılanmaya devam ediyor olması; haber oyununun geçiciliğinin bir biçim meselesi değil, bir içerik meselesi olduğunu ortaya koymaktadır (Treasor & Mateas, 2009).

*Hız:* Haber oyunlarının üretimi ve tüketimi ile ilgili bir diğer tartışma; haber oyunlarının son dakika haberlerini bildirmek için iyi bir araç olmadığıyla ilgilidir. Ticari haber odaları kısa bir zaman döngüsü ile haber üretir. Bu nedenle haber tabanlı uzun süren oyunların üretimi için araştırma haber, belgesel ya da uzun metrajlı habercilik uygun görünmektedir (Burton, 2005).

Yeni ve melez uygulamalar ortaya çıktıkça gazeteciliğin yaşadığı değişimin yalnızca 'dönüşüm yoluyla' olmadığı tartışılmalıdır. Dijitalleşme, gazeteciliği dönüştürürken aynı zamanda çeşitli disiplinler ve teknolojiler ile bir araya gelerek genişletmektedir. Bu anlamda, gazeteciliğin, mevcut ve geleneksel yapısı ile birlikte farklı norm ve değerler ile yeniden şekillendiği görülmektedir. Geleneksel gazetecilik alışkanlıkları ile gazeteciliğin üretim akışını, formunu ve anlatısını etkileyen teknolojik yakınsaklıklar arasında gerilimler ve fırsatlar birlikte bulunmaktadır. Dijital ve gazetecilik, süreklilik ve değişim arasındaki etkileşime bakıldığında hiyerarşik olmaktan çok, ilişkisel bir birliklilik görülmektedir. Bununla birlikte değişim ve süreklilik arasındaki doğal gerilim; sosyoloji, siyaset, ekonomi ve iletişim bilimi gibi disiplinlerin ötesinde gazeteciliğin yeniden düşünülmesi önemlidir. Daha farklı disiplin ve teknolojilerin gazetecilik amaçlarıyla yakınsaklığı bir uyumu doğurabilir ve bu gerilime fırsatlar eşlik edebilir (Eldridge, Hess, Tandoc, & Westlund, 2019). Gazetecilik geleneği ve dijital hikaye anlatısı açısından yeni bir ifade biçimi olan haber oyunları, teknolojik gelişmelerin gazetecilik pratiklerini yakından ilgilendirdiğini göstermektedir. Bu nedenle gazetecilik amaçlarını rekabet ortamında daha güçlü kılmak, haber okuyucusu için daha etkin bir gazetecilik deneyimi yaratmak ve gazetecilik becerilerini daha etkili kullanabilmek için yeni medyanın imkanlarından yararlanmak gerekmektedir (Özkan, 2020).

Bu araştırmada farklı disiplin ve meslek gruplarının yakınsaklığı ile yeni bir ifade biçimi ve yeni bir dijital gazetecilik ürünü olarak ortaya çıkan haber oyunları; motivasyonları, amaçları, dinamikleri, anlatı yapısı, üretim ilişkileri üzerinden ele alınmış; etik şüpheler ve eleştirilere karşıtlıklarıyla yer verilmiştir. Bu anlamda gazeteciliğin köklerini oluşturan gazetecilik amaçları (süreklilik) ile yenilik (değişim) arasındaki gerilim kabul edilmeli ancak; yeni gazetecilik formlarını geliştirecek disiplinler benimsenmelidir (Eldridge, Hess, Tandoc, & Westlund, 2019). Bu çalışma, haber oyunları üretimine ve haber oyunları ile ilgili araştırmalara katkı sağlamayı ve tartışılan yönleriyle bir bakış açısı geliştirmeyi önemsemektedir. Henüz erken dönemlerinde olmasıyla birlikte haber oyunları, disiplinler arası bir uygulama ve üretim ortamına ihtiyaç duymaktadır. Bu nedenle farklı mesleki bakış açılarının, sınır çatışmalarının yaşanması da bu gerilim ilişkisi bağlamında kabul edilmeli ve haber anlatısı, ortak amaçlar ile geliştirilmelidir. Oyuncu deneyimi, haber oyunların istenilen etkiyi yaratabilmesi ve amacına ulaşabilmesi için belirleyici faktörlerden biridir. Haber oyunların başarıya ulaşabilmesi için oyuncu deneyimleri de dikkate alınmalıdır.

## 7. Extended Abstract

With convergence, the relations of production and consumption have been affected not only technologically but also socially, culturally and economically. In this sense, convergence, which blurs professional and sectoral boundaries, has also brought journalism closer to the gaming industry. This convergence has revealed the production environment of newsgames, which is a new narrative format for digital journalism. Newsgames, as with the transmedia storytelling that comes with convergence, aim to promote nomadic consumer behavior and provide permanence with more significant effects.

Researches on the newsgame and its products, whose sectoral initiatives are still very new, also maintain novelty. This review paper aims to ground the newsgames with the theory of ludenic news reading and seeks to bring the discussion over the concepts of production and consumption relations, narrative, ethical doubt, anxiety, reality, and compassion, together with their contrasts in the literature.

Stephenson (1964), with the ludenic theory of news reading, which Freud put forward based on the pleasure and reality principle, associates news reading activity with game playing activity and states that behind reality-based news consumption there are hedonistic motivations that encourage playing games. According to this theory, news is knitted with ludenic pleasures and requires subjective skill, decision, and

interest as in the game. The game, which Huizinga (2015) defines as a culture maker, has accompanied life throughout human history and has been one of the critical topics of interdisciplinary discussions. Gamification, which is defined as the use of game thinking, game aesthetics, and game mechanics outside the game, has also emerged for non-game problems. The convergence of the gaming industry and journalism has also provided an environment for the gamification of news. The newsgame, which emerged as a product of this environment, is still in its early stages. However, newsgames about serious issues related to refugees, workers, minority groups, terrorist incidents, digital lynchings, and politicians are produced and researched. It gives a participatory innovation to the news narrative by simulating reality and re-experiencing it in-game, providing interaction and immersive. The purpose of news games is not only to promote information, as in journalism. It aims to make a difference through narrative. The narrative of news games is explained by procedural rhetoric. The narrative, based on interaction and multilinearity, is a playable text. In this context, the convergence of entertainment (hedonistic) and information (utilitarian) needs; the fact that newsgames present serious issues by simulating within the game brings about doubts about reality's perception. Although newsgame manufacturers and researchers argue that the newsgame has a vigorous empathy-creating activity, it has ethical concerns. Reducing reality to gaming entertainment can make news content lose its seriousness. In addition to ethical doubts and concerns, there is also a conflict of goals and norms in the newsgame production environment. For newsgames produced in a multidisciplinary working environment, practitioners need to meet common goals such as public benefit and use a common language. The newsgame requires more time, finance, technical knowledge, and teamwork than other forms of news production. Sustainability of the resource should be ensured with an innovative perspective, solid and harmonious cooperation.

Newsgames are developed with a combination of journalistic concerns and game dynamics and aim to give a different perspective on social realities through empathy. However, it is possible that serious issues can also be seen as aestheticizing the suffering of human life with game mechanics. For this reason, all design elements in newsgames must be under reality control. Reality should always be kept dynamic within the game. Another concern about news games is ideological. The fact that newsgames are financed by an ideology creates prejudices that they can be a secret propaganda tool. But for journalistic products, this is not a new criticism. Behind this production are news reality, content editors, game developers, and journalists. At this point, it is essential how the news content is framed. New and hybrid practices are emerging due to convergence for journalism and are bringing journalism closer to various disciplines.

It will benefit journalism to take advantage of these new media opportunities to make journalism products stronger in a competitive environment and to generate influence and experience. For this reason, research and applications related to newsgames create the need for an interdisciplinary production environment. Different professional perspectives should be accepted for the benefit of journalism and developed with common goals.

**Keywords:** Newsgame, Ludenik Theory of News Reading, Transmedia Storytelling, Convergence

### Kaynakça

Aayeshah, W. (2012). Playing with news: Digital games in journalism education. *Asia Pacific Media Educator*, 22(1), 29-41. doi:10.1177/1326365X1202200104

Albeanu, C. (2016). *The case for news games: Why newsrooms should gain a fluency in games and play*. <https://journalism.co.uk/news/the-case-for-newsgames-whynewsrooms-> adresinden alındı

Arafat, R. K. (2020). Rethinking framing and news values in gamified journalistic contexts: A comparative case study of Al Jazeera's interactive games. *Convergence*, 26(3), 550-571. doi:10.1177/1354856520918085

Arda, Ö., & Şentürk, O. (2020). Dijital oyunun belge anlatıya dayalı ve açık dünya tasarımı: Docu-Game. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1367-1382. doi:10.17680/erciyesiletisim.689211

Bogost, I. (2007). *Persuasive games: The expressive power of videogames*. Massachusetts Institute of Technology Press.

Bogost, I. (2015). Gamification is bullshit. S. Waltz, & S. Deterding içinde, *The gameful world: Approaches, issues, applications* (s. 65-78). London: MIT Press.

- Bogost, I. (2020). Curiosity journalism, or the first decades of newsgames. *Convergence*, 26(3), 572-576. doi:10.1177/1354856520918075
- Bogost, I., & Poremba, C. (2008). Can games get real? A closer look at 'documentary' digital games. A. Jahn Sudmann, & R. Stockmann içinde, *Computer Games as a Sociocultural Phenomenon* (s. 12-21). New York: Palgrave Macmillan.
- Bogost, I., Ferrari, S., & Schweizer, B. (2010). *Newsgames. Journalism at play*. Cambridge: MIT Press.
- Bourscheid, A. P. (2017). Jogando a notícia: Narrativas jornalísticas produzidas a partir dos recursos dos games. *Pauta Geral-Estudos em Jornalismo*, 4(2), 151-166.
- Bozkurt, A., & Genç-Kumtepe, E. (2014). Oyunlaştırma, oyun felsefesi ve eğitim: Gamification. XVI. *Akademik Bilişim Konferansı*, (s. 147-156). Mersin. [https://ab.org.tr/ab14/kitap/bozkurt\\_kumtepe\\_ab14.pdf](https://ab.org.tr/ab14/kitap/bozkurt_kumtepe_ab14.pdf) adresinden alındı
- Bressan, D. (2020). Cultura e desenvolvimento na nova ecologia dos meios: estudo de caso "Filosofighters", o newsgame transmídia da superinteressante. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, 3(11), 30-36. doi:10.15304/ricd.3.11.6386
- Burton, J. (2005). News-game journalism: History, current use and possible futures. *Australian Journal of Emerging Technologies and Society*, 3(2), 87-99.
- Cabales, V. (2019). *A Brief Introduction to Newsgames: Can video games be used to tell the news?* <https://knightlab.northwestern.edu/2019/06/10/newsgames-intro/> adresinden alındı
- Chao-Chen, L. (2013). Convergence of new and old media: new media representation in traditional news. *Chinese Journal of Communication*, 6(2), 183-201. doi:10.1080/17544750.2013.785667
- Clement, J. (2021). *Weekly hours spent playing video games worldwide 2021, by country*. Statista: <https://www.statista.com/statistics/273829/average-game-hours-per-day-of-video-gamers-in-selected-countries/> adresinden alındı
- Costera, M. I. (2013). Valuable journalism: A search for quality from the vantage point of the user. *Journalism*, 14(6), 754-770. doi:10.1177/1464884912455899
- da Fonseca, A. A., & Caruso, L. (2014). Os desafios editoriais dos NewsGames | The editorial challenges of NewsGames. *Liinc Em Revista*, 10(2), 691-702. doi:10.18617/liinc.v10i2.730
- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., & Dixon, D. (2011). Gamification. Using Game-Design Elements in Non-Gaming Contexts. *CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems (CHI EA '11)* (s. 2425-2428). New York: Association for Computing Machinery. doi:10.1145/1979742.1979575
- Deuze, M. (2007). Convergence culture in the creative industries. *International Journal of Cultural Studies*, 10(2), 243-263. doi:10.1177/1367877907076793
- Deuze, M., & Witschge, T. (2020). *Beyond Journalism*. Cambridge: Polity Press.
- Dwyer, T. (2010). *Media Convergence*. New York: Open University Press.
- Eldridge, S. A., Hess, K., Tandoc, E. C., & Westlund, O. (2019). Navigating the scholarly terrain: Introducing the digital journalism studies compass. *Digital Journalism*, 70(1), 386-403. doi:10.1080/21670811.2019.1599724
- Eveleth, R. (2016). *Playing the News*. Cambridge: Nieman Reports. <http://niemanreports.org/wp-content/uploads/2016/01/NRWinter2016.pdf> adresinden alındı
- Ferrer-Conill, R. (2016). Points, badges, and news. A study of the introduction of gamification into journalism practice. *Comunicació: Revista de Recerca I d'Anàlisi in*, 33(2), 45-63.
- Ferrer-Conill, R. (2018). Gamifying the news: Exploring the introduction of game elements into digital journalism. [Unpublished doctoral dissertation]. University of Karlstad.
- Ferrer-Conill, R., & Karlsson, M. (2015). The gamification of journalism. H. Gangadharbatla, & D. Z. Davis içinde, *Emerging Research and Trends in Gamification* (s. 356-383). Hershey PA: IGI Global. doi:10.4018/978-1-4666-8651-9
- Ferrer-Conill, R., Foxman, M., Jones, J., Sihvonen, T., & Siitonen, M. (2020). Playful approaches to news engagement. *Convergence*, 26(3), 457-469. doi:10.1177/1354856520923964
- Foxman, M. (2015). *Play the news: Fun and games in digital journalism*. Columbia Journalism School.

- Foxman, M. (2017). The playful newsroom: Iterating and reiterating the news and its publics. *First Monday*, 22(1). doi:10.5210/fm.v22i1.7260
- García-Ortega, A., & García-Avilés, J. A. (2020). When journalism and games intersect: Examining news quality, design and mechanics of political newsgames. *Convergence*, 26(3), 517-536. doi:10.1177/1354856520918081
- García-Ortega, A., & García-Avilés, J. A. (2021). Los límites periodísticos del diseño lúdico: estudio experimental sobre la eficacia informativa de los newsgames. *Hipertext. net*(22), 1-13. doi:10.31009/hipertext.net.2021.i22.01
- Glasser, T. L. (2000). Play and the power of news. *Journalism*, 1(1), 23-39. doi:10.1177/146488490000100104
- Gök, G. A. (2015). Merhamet etmenin dayanılmaz ağırlığı: Hemşirelerde merhamet yorgunluğu. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 299-313.
- Grace, L., Treanor, M., Totten, C., & McCoy, J. (2016). A case study in newsgame creation: why game designers and journalists are still learning to work together. *66th International Communication Conference*. Japan.
- Gülsoy, S. (2019). Oyun, kültür ve zaman. *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 62, 317-337.
- Güneş, M., & Dilipak, H. (2020). Ciddi oyunların hazırlanması ve değerlendirilmesine yönelik bir derleme makalesi. *GSI Journals Serie C: Advancement in Information Sciences and Technologies*, 3(2), 56-91.
- Huizinga, J. (1955). *Homo Ludens: A Study of the Play Element in Culture*. The Beacon Press.
- Huizinga, J. (2015). *Homo Ludens Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. Ayrıntı Yayınları.
- İlgaz, C., & Abay, İ. (2020). Türkiye’de yeni medya ortamı ve dijital oyun olgusu. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(1), 1-9.
- Jacobson, S. (2012). Transcoding the news: An investigation into multimedia journalism published on nytimes.com 2000–2008. *New Media & Society*, 14(5), 867-885. doi:10.1177/1461444811431864
- James, J. (2017). Newsgames - Journalism innovation through game design. *American Journalism*, 34(3), 379-381. doi:10.1080/08821127.2017.1344074
- Jenkins, H. (2007). *Transmedia Storytelling*.  
http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\_storytelling\_101.html adresinden alındı
- Jenkins, H. (2019). *Cesur yeni medya: Teknolojiler ve bayran kültürü*. (N. Yeğencil, Çev.) bvb: İletişim Yayınları.
- Juul, J. (2005). *Half-real: Video games between real rules and fictional worlds*. MIT Press.
- Kapp, K. M. (2012). *The gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education*. John Wiley & Sons.
- Karataş, E. (2014). Eğitimde oyunlaştırma: Araştırma eğilimleri. *Abi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(2), 315-333.
- Karlsson, M. (2011). The immediacy of online news, the visibility of journalistic processes and a restructuring of journalistic authority. *Journalism*, 12(3), 279-295. doi:10.1177/1464884910388223
- Kinnick, K. N., Krugman, D. M., & Cameron, G. T. (1996). Compassion fatigue: Communication and burnout toward social problems. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 73(3), 687-707. doi:10.1177/107769909607300314
- Lin, J.-H. T., & Wu, D.-Y. (2020). Newsgames for the greater good: The effects of graphic realism and geographic proximity on knowledge acquisition and willingness to help. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 30-51. doi:10.1177/1077699018820315
- Maier, S. R. (2015). Compassion fatigue and the elusive quest for journalistic impact: A content and reader-metrics analysis assessing audience response. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(3), 700-722. doi:10.1177/1077699018820315
- Marciano, C. N. (2018). Em meio a informação e o entretenimento: Uma proposta de diferenciação entre newsgames e jogos embasados em notícias. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*, 41(2), 1-12.
- Meier, K. (2018). Journalism meets games: News games as a new digital genre. Theory, boundaries, utilisation. *Journal of Applied Journalism and Media Studies*, 7(2), 429-444. doi:10.1386/ajms.7.2.429\_1

- Moeller, S. D. (1999). *Compassion fatigue: How the media sell disease, famine, war and death*. Routledge.
- Mukherjee, S. (2015). *Video games and storytelling: Reading games and playing books*. Palgrave Macmillan.
- Nolan, S. (2003). Journalism online: The search for narrative form in a multilinear world. *Proceedings of the Fifth Annual Digital Arts and Culture Conference*. Australia.
- Özgür, H., Çuhadar, C., & Akgün, F. (2018). Eğitimde oyunlaştırma araştırmalarında güncel eğilimler. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 26(5), 1479-1488. doi:10.24106/kefdergi.380982
- Özkan, Ç. (2020). Yeni medyada dijital hikâye anlatısına yeni bir yaklaşım: Haber oyunları. *Etkileşim*, 6. doi:10.32739/etkileşim.2020.6.79
- Pehlivan, T., & Güner, P. (2018). Merhamet yorgunluğu: Bilinenler, bilinmeyenler. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 9(2), 129-134. doi:10.14744/phd.2017.25582
- Plewe, C., & Fürsich, E. (2018). Are newsgames better journalism? *Journalism Studies*, 19(6), 2470-2487. doi:10.1080/1461670X.2017.1351884
- Plewe, C., & Fürsich, E. (2020). Producing newsgames beyond boundaries: Journalists, game developers, and the news business. *Convergence*, 26(3), 486-502. doi:10.1177/1354856520918076
- Randviir-Vellamo, A. (2014). Imepilt's newsgames as an art practice and novel form of journalism. *Kunstiteaduslike Uurimusi*, 23(01-02), 56-82.
- Reeves, B., & Read, J. L. (2009). *Total engagement: How games and virtual worlds are changing the way people work and businesses compete*. Harvard Business Press.
- Rogers, C. S., & Sawyers, J. K. (1988). *Play in the lives of children*. National Association for the Education of Young Children.
- Sezgin, S., & Yüzer, T. V. (2017). Games as futuristic tools: Looking for an advanced definition. *Proceedings of the 10th International Conference of Education, Research and Innovation ICERI*, (s. 512-8521). Spain.
- Sezgin, S., Bozkurt, A., Yılmaz, E. A., & Van Der Linden, N. (2018). Oyunlaştırma, eğitim ve kuramsal yaklaşımlar: Öğrenme süreçlerinde motivasyon, adanmışlık ve sürdürülebilirlik. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 0(45), 169-189. doi:10.21764/mauefd.339909
- Sicart, M. (2008). Newsgames: Theory and design. S. M. Stevens, & S. J. Saldamarco (Dü.), *Computing, Entertainment Computing - ICEC 2008* içinde (s. 27-33). Berlin: Springer. doi:10.1007/978-3-540-89222-9\_4
- Sontag, S. (2003). *Regarding the pain of others*. Farrar, Straus and Giroux.
- Stephenson, W. (1964). The Ludenic Theory of Newsreading. *Journalism Quarterly*, 41(3), 367-374. doi:10.1177/107769906404100306
- Stuart, K. (2015). *Gaming the news: why today's hack events are tomorrow's headlines*. <https://www.theguardian.com/technology/2015/mar/11/gaming-the-news-why-todays-hack-events-are-tomorrows-headlines> adresinden alındı
- Sturm, S. (2013). *Digitales Storytelling*. Springer Fachmedien Wiesbaden.
- The Guardian. (2014). *The refugee challenge: Can you break into Fortress Europe? – interactive*. <https://www.theguardian.com/global-development/ng-interactive/2014/jan/refugee-choices-interactive> adresinden alındı
- Treanor, M., & Mateas, M. (2009). Newsgames - Procedural rhetoric meets political cartoons. *Proceedings of the 2009 DiGRA International Conference: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory*, 5, s. 1-8.
- Vos, T. P., & Perreault, G. P. (2020). The discursive construction of the gamification of journalism. *Convergence*, 26(3), 470-485. doi: 10.1177/1354856520909542
- Wiehl, A. (2014). Newsgames: Typological approach, re-contextualization and potential of an underestimated emerging genre. *IFLA Lyon*, (s. 1-14). doi:https://bit.ly/2BJ6Zu2
- Wolf, C., & Godulla, A. (2018). Newsgames in journalism: Exploitation of potential and assessment by recipients. *Journalistik*, 1(2), 2-20.
- Zehle, S. (2012). Play the news: Serious games between casual play and the work of reportage. J. v. Brincken, & H. Konietzny içinde, *motional Gaming: Gefühlsdimensionen des Computerspielens* (s. 137-151). Epodium.
- Zyda, M. (2005). From visual simulation to virtual reality to games. *Computer*, 38(9), 25-32. doi:10.1109/MC.2005.297

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların çalışmadaki katkı oranları %60/%40 şeklindedir.  
The authors' contribution rates in the study are %60/%40 form.

**Çıkar Çatışması Beyanı / Conflict of Interest**

Çalışmada herhangi bir kurum veya kişi ile çıkar çatışması bulunmamaktadır.  
There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.  
This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu çalışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.  
In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.



## Framing Theory in the Age of Social Media

M. Salih GÜRAN\*   
Hüseyin ÖZARSLAN\*\* 

### ABSTRACT

The Internet age has converged various traditional mainstream media institutions as well alternative media platforms together into a hybrid media system with the New Media system that includes alternative media like social media, in particular Twitter and Facebook. Framing Theory and frame analysis has been found functional and suitable for researching complex social media communications and also the interplay of the social media with mainstream traditional media. We reviewed the literature of framing analysis in relation to social media, virtual communities and social movements to present a brief overview of the practical and theoretical potentials of frame analysis and also the particularities and problems that arose in regard to the dynamic nature of social media. As a result, frame analysis presents an even broader potential for the research of dynamic communication processes in the fast lives of virtual communities and the vast effects of online interaction of social, political, commercial institutions.

**Keywords:** Frame Analysis, Social Media, Mass Media, Virtual Communities.

## Sosyal Medya Çağında Çerçeveleme Teorisi

### ÖZ

Geleneksel medyanın büyük ölçüde internet ortamına taşınmasıyla birlikte, sosyal medyanın farklı platformlarının (özellikle Twitter ve Facebook olmak üzere) farklı özellikleriyle birlikte hibrit/melez bir medya sistemi oluşturmuştur. Çerçeveleme Teorisi ve çerçeve analizi, kitle iletişim araştırmalarındaki işlevselliğini ve yaygınlığını yeni medya çağında geliştirmeye devam etmektedir. Özellikle Twitter ve Facebook'un yeni medya sisteminin bütünlleştirici iletişim eksenini kullanarak kullanılması çerçeveleme mekanizmalarının aktif olarak kullanılmasını yaygınlaştırmıştır. Çerçeveleme ve sosyal medya literatüründeki güncel tartışmaları inceleyen çalışmamız, hem sosyal medyanın sahip olduğu farklı çerçeveleme dinamiklerine dikkat çekmekte, hem de kitlesel iletişimin, kişiler arası iletişimden kazandığı bazı özellikleri de kullanarak sanal toplulukların hızlı oluşum ve etkileşim (tartışma) süreçlerinde nasıl kullanıldığına dikkat çekmektedir. Bu nedenle, gerek toplumsal hareketlerin, gerekse siyasal ve toplumsal iletişim süreçlerinin incelenmesinde çerçeve analizi eskisinden daha büyük bir potansiyel sunmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Çerçeve Analizi, Sosyal Medya, Kitle İletişim, Sanal Topluluklar

### Introduction

While the concept of socially-culturally cultivated psychological schemata for the judgement of social interactions has roots in psychology as early as by Piaget (1952) and Bartlett (1932) who found that individuals' schemata and stereotypes influenced the interpretation of novel "schema-foreign" information. Psychological frames have been introduced as more applicable and precise procedures by Bateson in 1972 as "a spatial and temporal bounding of a set of interactive messages" (p. 191), as a kind of *metacommunication*, which directed the participants' understanding of their social interaction by current roles and rules. Thus, frames also possessed the power of the choice for inclusion and exclusion of certain aspects of the relationship in the interaction. Symbolic interactionist sociologist Erving Goffman systematized the concept of framing and frames into a constructionist theory in his book "Framing Theory" (1974) defining frames as "schemata of interpretation" that enable the individual "to locate, perceive, identify, and label" events and situations in their social world (p. 21) and thus give meaning to them for possible action. Entman, (1993) defined *individual frames* as "mentally stored clusters of ideas that guide individuals' processing of information" (Entman, 1993, p. 53) that he makes into a reference frame of long-term political views and short-term issue frames.

Gamson and Modigliani (1987) in their research of social movements developed a concept of media frames as "a central organizing idea or story line that provides meaning to an unfolding strip of events . . . The frame suggests what the controversy is about, the essence of the issue" (p. 143)." Tuchman (1978) adds to this that this framing by the media is an essential feature of news (p. 193). Gitlin (1980) asserts

\* Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, msguran@yahoo.com

\*\* Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, huseyinozarlan@gmail.com

Makalenin Gönderim Tarihi: 30.04.2022; Makalenin Kabul Tarihi: 25.07.2022

that media frames serve also as working routines for journalists to quick classifying and packaging events into audience relatable news stories. Ingrained to aspiring journalists during formal and informal training and thus, these partially automatized routines can more or less be unconsciously affect news production (Gamson, 1989). Tuchman (1978) attributed to news workers the role of builders of social reality for audiences by framing. Gitlin (1980) also described news workers as "symbol handlers" who selected from amongst dominant social frames to shape events into news. Kahneman and Tversky (1984) showed in their famous experiment that during a definition of a reality, frames were emphasizing some aspects of it by selecting these while so effectively suppressing other aspects. Snow and Benford (1988) observed that social activists defined issues and problems by "diagnostic frames" that blamed actors, proposed strategies for remedy by "solution frames", and called to action by "collective action frames". Entman (1993) further systematized the dynamics of media frames by putting more emphasis on the issue of selection and salience which came to include the essentials of *Agenda Setting* theory: "To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation". The theoretical fundamentals of Framing Theory has never ceased to be subject to debates, as Entman (1993) called for a review of the "fragmented paradigm", this should be seen as a direct result of its popularity as a research paradigm and also providing easy to use and understandable discourse analysis method. From 2007 on, authors began to deemphasize theoretical discussions as a sign of the consolidation of the paradigm and as recognition of its scientific autonomy, the virtually endless empirical applicability, and a sustained interest in increasing research precision and quality (Saperas and Carrasco-Campos, 2015). *The Journal of Communication* (Scheufele ve Tewksbury, 2007) has issued *The Framing Theory Special Issue*, the paradigm has become the most frequent referred and applied media theory of the early 21<sup>st</sup> century (Borah, 2011). From 2015 on, the social networks with their inherent features have been integrated as a main field of study with increasing internationalization of perspectives (Knüpfner and Entman, 2018).

The traditional mainstream media, presumed as the lawful, regulated, communication institution of the public sphere of the mass society and the main condition for a functioning democracy, has been under continuous critic since its historical beginnings. The criticism included all social parties and also included all possible aspects of the promised functions of the implicit mission declaration of the media. The main reason for this is that the promises proved an impossible mission to achieve because the shortcomings of any media lay bare the shortcomings of the society whose public communication the media represents by culture, institutional foundations and the regulation of future change, etc. Ultimately, the institutionalized media was designed to work in those controlled tracks. It was deemed as functional as the media helped to reproduce the vision and perception patterns of the government actors -down to the teacher- onto the middle and lower classes (Carragee and Roefs, 2004). On the other hand, the alternative media(s) are marginalised to accept partisan opposition or extremism that deprives them of the single most important influence of the media -the claim of representing any part of the public opinion. The more or less dysfunctional aspects of the media has been addressed by scholars and politicians, but between conformity and polarisation, aren't the problems rooted ultimately in the culturally ingrained thought patterns of the audience, be it the people or the presumed elites? On the other hand, beyond the discussion of functionality, mass media is the communicational foundation of mass society, thus all related discussions are existential problems for the society. Under these stalemate circumstances, the technological revolution of the New Media had more or less, for the better or the worse, to be a game changer.

As with the mainstream media, the New Media also had to begin with the burden of overexpectation. In 2015, social network usage consisted 22% of online time, (Nielsen Company, 2015) which would increase if definition of social media had been wider. As of October 2020, 4.08 billion social media users (www.statista.com, 2020) worldwide were online on smartphones. Because platforms tend to incorporate with time ever more functions with the aim to broaden their audience, many of them may end up with more similarities than differences, it also promotes interconnectedness and convergence throughout the whole of the Internet which again challenges scope and definition. With a wider encompassing definition,

the actual social media use percentage in online time may count much more. As the new media in and the social media increasingly occupies more of the way lives and communication were done, it emerged not only as a dynamic factor in cultural rhetoric, it also established into a culture itself. While traditional modernism viewed technological developments as inherently positive, today, negative effects and potentials of harm make the ways technology is used are subjected to increasing criticism. The immense potential of new media for global change is neither well understood nor are there guidelines for different geographies and cultures for control and direction.

The hard to reign power of unconventional media makes most governments throughout the world uncomfortable, because it requires a sophisticated consent production and public opinion direction system to cancel out uncoordinated voices, which have only the “developed” nations as of the present time. On the other hand, also all social network administrations, how big or small, have their own ideological sets of rules, the social media landscape is not unregulated. Beyond ideological and political intentions, the sheer volume of the stream of daily added content has to be managed for enabling accessibility, visibility, and relatability by preference algorithms shaped by the audience. Also, social media has shown itself to be very suitable to irresponsible harmful assaults against persons, groups and organisations which required strict legal regulation. Another abuse is the developmental effects of sexual content of children and adolescents but also with a potentially psychological detrimental exploitation of “free” adults. The infrastructure that can support human trafficking -children and adults alike. Regulations trying to address this moral and legal harm potential is being debated from the aspects of transparency, plurality, justice, human rights, freedom of speech among others.

An important feature of the hybrid media system that it comes with a new set of factors that have influence on the framing process.

### 1. The Social Media as a Game Changer

While definitions of social media may differ in relation to scope and functions approaches they address, there is agreement on the main points: "forms of electronic communication (such as websites for social networking and microblogging) through which users create online communities to share information, ideas, personal messages, and other content (such as videos) (Merriam-Webster, 2022)." Understandably, many researchers preferred to use *Social Media* exclusively in relation to social media networks. Aichner and Jacob (2015) made a list of 13 kinds of social media,: “blogs, collaborative project management, enterprise social networking, business networks, forums, microblogs, photo sharing, products/services review, social bookmarking, social gaming, social networks, video sharing, and virtual worlds.” The beginnings of the social media has been frequently dated with the beginnings of the Internet, then the Bulletin Board Systems in North America, but it would be more accurate to begin with the inclusion of the World Wide Web in the mid-1990ies. Six Degrees is considered to be the first social network, that provided profiles, friends lists and school affiliations for registered users (Heidemann et al., 2012).

#### 1.1. Media Hybridisation

In the age of New Media, the most important change in framing studies has been possibly the phenomenon of the “hybrid media”, depicting the symbiotic news system of social media news production with the traditional news media that managed to establish itself successfully on the internet, thus partially maintaining its traditional powers of agenda setting, gatekeeping, public opinion influencing.

As social media users share news on the networks, they do important agenda setting and also *reframing* functions by choosing some news above others, by selecting particular social-cultural interpretations, say rhetoric of the event (Aruguete and Calvo, 2018). While this act of legitimisation and establishes maintains some news authority to a more or less mainstream New Media, it also empowers news sources of questionable authenticity, responsibility and competency by including these into the boundaries of reputable news sources which then works as a part of the disinformation network (Chadwick et al., 2018).

To understand the implications of the media hybridization as a media revolution we should consider the new fields of relevant media research that opened to study these: including the fragmentation of the media system, the rise of a transnational/global discourses.

## 2. Social Media, Virtual Communities and Activism

An important field for framing research opened in the social media communication of social movements that happened to overlap into the emerging field of virtual communities research (Schrum, 1995; Nocera, 2002; Snow et al. 2018). The proliferation of virtual communities as established around the dynamics of social media, migrated most of the framing research with all its diversity of fields, topics, issues etc. to social media. While virtuality of communities meant that many of had short-lived temporary lifespans, temporary membership bonds, temporary communication hierarchies etc., but nevertheless, their fast paces of instant interactive communication is making up for these. Also, many virtual communities happened to mirror offline social movements, or organised as more or less distanced children of social/political movements with more or less longevity determined by the changes in shared action objectives. Global social media networks facilitated a permanent presence of social mobilization for war and peace, climate change in a transnational context. While practical influence for these social movements is still subject to debate, more independence for personal choices in virtual community identification made up for a wider but more fluid community population, thus are more conform to the premises of the New Social Movements approach (Carty & Onyett, 2006).

The critical role of social media in recent political upheavals has been hotly debated on the cases of the “Arab Spring”, the “Euro-maidan” and others, yet it appears that the communication factor in each case functions only on the peculiar fundamentals of the complex social-political interaction structures of each particular society. Thus, arguably, while having mass communication channels beside a government controlled dysfunctional media system is critically important for the coordination of various oppositional movements, it requires beforehand these already developed movements. Social media makes no substitute for the lack of social and political power.

The journalist Malcolm Gladwell (2011) made the case that while the social media makes self-expression easier for activists, it also mutes their impact. Activism to be called as such, requires strong relationships, organisational hierarchies, coordination, motivation, making sacrifices like coming out from the woods, sacrificing private life etc. On the other hand, it has been stated that social media are built on virtual ties that cannot be strong as “real acquaintances”, thus, social media’s easiness for participation comes with lesser engagement and dedication. Kwak et. al. (2018) argued in their study that politically expressive individuals on social media tend to be participatory also in offline political interactions.

### 2.1. Network Society

Castells (2007), described the transformation potential that came with the internet based communication organisation of the society with “Network society”. While the historical evidence of the transformation effects of any novel development in information and communication technologies has been proven as highly paradoxical in the governance of societal problems, on the other hand, no solution approach has ever been considered for societal change that excluded the fundamental functions of interaction say communication.

An important dilemma arises with the rise of perceived efficiency of time use: accessibility comes with increasing numbers of contacts, increasing communication potential directed users into overwhelming circles and flows that were never dreamt and thus are well beyond the “design limits” of human control. This brought another important dimension of network society, namely control by algorithms rather than “real” individuals.

Social media is not just a new forum for public debate as an extension to traditional media, rather it is a fundamentally new public space that converges the personal with the group and social, that challenges the political with the private that Castells (2015) defines as the “new public sphere”. Actors in this new space try to harness communication power with the aim to influence opinion and debate via the discourse production process. While Castells (2007) and Klijn and Koppenjan (2012) state that with the

technological boost in availability, accessibility and interaction of information in social networks, governance is bound to move from the institutions to the communication space of the network society, the unforeseen paradoxical effects of new technologies make researchers cautious.

On the other hand, network society opens new theoretical perspectives for a better understanding of social reality. However, such fundamental approaches need time for empirical findings in an ongoing information revolution.

Giant social media networks as Facebook and Twitter, interlinked personal and institutional pages by sharing, hyperlinks, hashtags and retweets to form quick interacting communication flows that influences news production, political communication and organisational communication. This system gives actors more framing power if they manage to resonate with willing audience frames in relation to an ongoing topic or debate. While politicians have readily understood the framing capabilities of social media accounts to contact with their target audiences, organisational communicators and more importantly, social movements and non-profit organisations are engaged in continuous framing contests to prevail their view of the event.

While the social character of inter-group relations maintains localities which come with a plurality of network societies throughout the Internet (Klijn and Koppenjan, 2012), nevertheless the speed of the information flow constitutes an undisputed power for more globalisation. This in turn comes with new interdependencies that foster feelings of threats, vulnerability and negative inclinations of reactive nationalism, xenophobia, pessimism, insecurity etc..

## **2.2. Populism, Polarisation and Media**

The traditional liberalist mainstream media regime and ideology functioned as a continuous cultivation system reproducing a hegemony of the established dominant ideology of the nation. This has been the main cause of resentment by the left wing of progressivism as the main barricade against the political changes towards progress agenda, namely education the ignorant people. In the 80es, the real challenge to the liberalist media system evolved not in the form of a so called alternative media, on the contrary, it was the conservative part of the establishment who at last came to the decision to break with the media establishment and to claim to be the voice of the people. Thus began the populism and polarisation debate of the mainstream media. This annex to the mainstream media has been since criticised from the context of journalism values, ethics and etc., but wasn't it anyway ridiculous to wish for a democracy without plebs, without activism from the contrary, with false pluralism? It seems that after WW2, a class of educated writers and readers emerged and picked up the notion, contrary to classical liberalism, that an ideologically "unified" media would serve democracy better. But, it is a fact that this professional ideology and culture of the mainstream media has never been able to fulfil any of its promises for change towards a more democratic society. Why mourn over polarisation?

First and most, the emergence of monopolistic information giants like Google and Facebook, Twitter and Youtube are shaping the global construction of communicable reality by the power of concentrating content supply. The sheer impossible stream of information makes it easier to drown the algorithmically marginal, a phenomenon felt by the masses and punished by gestures of virtual secession: aversion from the establishment to the boldness of perceived marginalized challengers that revolt for unconformity. Masses deliberately select the exposure to misinformation and opinions that express "their" excluded attitudes, values and distrust fuelled by resentment over "elitist" sources of credibility. What has been acknowledged as the right of progressive youth since The Enlightenment, is now the source of intellectual panic of those who deemed themselves as the rights-holders to information command. They may have right in their protest that the new system makes it way easier to exploit and misuse the masses, but it is also undeniable that the system ceded unprecedented power to the people for agenda setting and opinion forming whether they were qualified or not for responsible use.

## **3. Social Media Induced Methodological Improvements in Framing Research**

The vastness but also the new possibilities of New Media stimulated searches for better, say more efficient but also more precise ways of seeking frames in not only textual but also inside picture linked

contexts. Matthes and Kohring (2008) suggested a better frame mapping approach to hunt for frames not only linguistic instances but also as an integrated meta-communication factor for a particular communication context. This approach on the one hand helped to overcome the perceived lack of important frame features in micro-blogging utterances (tweeting), and on the other hand, also widened frame hunting potential by computer detection of word-clusters throughout the internet.

Developed key relations for the operationalisation of frames make the identifying of frames in text more accurate, even in automatized searches and even with metaphorical and literary language use (Burgers et al., 2016).

The emergence of social media transformed framing research in more than one ways. The dissimilar dynamics of social media enabled new research objectives, scopes and sample audiences, thus improving applicable techniques for studies (D'Angelo, 2018; Entman and Usher, 2018). The digitisation of the research agenda made fields and contexts that had been more difficult to access, easier to approach, be it in media studies, political communication, citizen behaviour, or social movements etc, (Cacciatore, Scheufele, Iyengar, 2016). The novel easy accessibility of various wide, niche, big and specialty sample pools, and the more precise measurability potential without the need of elaborate experiment settings, and also easier longitudinal research led to a proliferation in the quantity and quality in framing effect studies. This all resulted in a more balanced distribution of studies throughout the research agenda.

New designs were required for the analysis of the high volume high speed peculiar communication flow of microblogs. New user related behaviour emerged one after one and also continued to change within months and years, presenting researchers very dynamic phenomena. As an example, it was found that arguably the most used feature of the social media was the facilitation to selective exposure to unverified but discursively sympathetic sources that resulted in landslide misinformation (Guess et al, 2020). A particularly research friendly novelty is the easiness of conducting online user focused surveys and to compare the findings to online user behaviour (Chadwick et al., 2018).

Political communication researchers increasingly studied the use of personal frames as media frames in the social media in relation to perceptions of populism, be it for Bolsonaro in Brasil (Araújo and Prior 2021), Trump in the USA (Sahly et al., 2019) or be it in Europe in the context of Brexit (Ruzza and Pejovic, 2019; Corbett, 2016) among others.

The agenda setting power of the traditional mainstream media of limiting international issues and shaping their discourses in the national agenda, lost its relative monopoly in the age of New Media which resulted in a trend in framing research on social media with a more focus on global issues like climate change (O'Neill et al., 2015), the Euro crisis (Joris et al., 2014) or pandemics (Fisher Liu, 2011; Layne et al., 2020). Also comparative cultural studies among countries gained traction with the help of framing on social media (Bail, 2016).

As a result of the development of picture and video based social media, the analysis of mere texts -be it journalistic or social- became inappropriate at least, requiring visual framing analysis to complement interactions with text and context (Makhortikh and Sydorova, 2017; Rodriguez & Dimitrova, 2011; Pantti, 2013)

Political frame analysis, be it in the form of personal Twitter communication of an administration leader, like the popularly frequent analyses of US President Trump (Meeks, 2020), political institutions (Xiong, & Boatwright, 2019) government agency like the Israeli Ministry of Foreign Affairs during the 2014 Gaza War (Manor and Crilley, 2018), appeared the most similar of media framing analysis.

Meraz and Papacharissi (2013) viewed retweeting as a bridge in frame setting and frame building process on a given continuing debate context. In such a process, citizen communicators contributed to "networked framing" in cooperation with group leaders where "frames were persistently revised, rearticulated and redispersed by both crowd and elite". But the power for frame influencing is different in relation to the roles of plain contributors and communicational elites, say group leaders.

## Conclusion

Framing Theory references communicational frames as social/cultural conventions of discourse units that are established/negotiated for the time being by users and that define relationships and actions of

social actors in means of social/political/morale responsibilities. This social constructivist process worked historically in the establishment and use of language in books of various literatures but also in the everyday language of interpersonal communication of the people.

The emergence of the daily mass media revolutionized framing usage by widening and amplifying the defining authority of authors for the whole of society. While this process suggests potential for monopolization for social/cultural frames but also fragmenting a agreed social reality along class/group demarcations and thus spawn polarized ideological paradigm shifts. This language construction-usage process forms a daily social-linguistic bargaining contest between the media representatives of social groupings. Today, frames are used not also in mass media texts but also in other stances of interpersonal communication that may use message units like pictures, footages etc. and interrelations of these.

The emergence of the Internet and in particular the social media consisted a new revolutionary step for social construction of language, inserting the reader into the interaction loop of media actors, a process that added interpersonal communication features to mass media. Nevertheless, while the prophesized equalizing power against the dominance of social-political power structures has not shown up yet, social media has made the bargaining of defining the social reality is becoming an increasingly complicated course. While the enthusiasm of these who anticipated the Internet as an equalizer in social/cultural transformation politics has been partially frustrated by the transportation of organized economic interests into the Internet realm, and the prevailing of the mainstream media as institutions for social/political control, nevertheless, the social media is still a handful to restrain.

While established theories that tried to explain the working dynamics of traditional mass media are still being used in understanding some aspects of new media, nevertheless, the usage and interaction patterns of various social media platforms and channels required and established its new sociological, political, psychological approaches for study. On the other hand, the developments in this field are still changing fast to be deemed as established.

Social media is being widely used by various institutional and individual users for various purposes on various contexts which enables applicability to virtually unlimited research fields, topics and approaches. The sometimes conceptual capaciousness that has been criticized by many as conceptual “fragmentation” allows for commodious flexibility even outside media studies. This all makes frame analysis one of the most suitable tools for social media based research.

### Extended Abstract

A most relevant area of study in new media framing research has been the various aspects of the hybrid media system that emerged from the interaction of “traditional media” as digital newspapers, institutionally organized Internet news outlets, TV’s etc., with the news and vision production and interpretation of inherently “individual oriented” genuine Internet media as social media, bloggers and forums and so on. The more individual oriented social media as a source for frames enables an unprecedented shortcut of audience frames to enter into mainstream media, thus a potential for affecting if not transforming the main media functions of frame setting, agenda setting, public opinion formation processes (Tewksbury and Riles, 2018).

Twitter microblogging is possibly the most critical mode of communication nowadays, since it lends to active and fast communication bridging between various modes of communication like individual-institutional, political-personal, individual-intra group-intergroup communication, private-public etc. These qualities are used by worldwide users of billions individuals and temporary or permanent virtual communities. Twitter acts a platform for integrating communication on other social media like Facebook, YouTube, Instagram, Reddit, etc. and dedicated sites. The restricted word volume of microblogging is promoting strong framing, that is, mostly one-sided/unbalanced, indicting, polarizing, unchecked discourse streams that could also be viewed alternatively as strong opinions for individual/social/political engagement, morale stances for social/political responsibility, in short, communication of the free. Yet, no developmental stage of any local or virtual community is intellectually mature to meet ideal ethical standards for framing.

The main framing devices used to establish and direct virtual communities in this fast paced public sphere are keywords (Scott, 2018). Hashtags are frequently used as collective action frames, as call to arms, thus, they are the spells for establishing, maintaining, representing the identity of the a virtual community, a feat which cannot be achieved without excluding persons/identities, attitudes, beliefs, symbols, utterances and other elements of social/cultural construction. Popular hashtags live usually only for one collective action cycle, but in some instances they can live longer in relation to the coverage area and lifespan of the virtual community that used it.

Framing effects of microblogging constitute the most influential factors in agenda setting, public opinion, social movements, and political communication on social media. But, unfortunately, they are also the main influences in all perceived and real evils of social media, namely disinformation, misinformation, media hypes, propaganda, polarization, slandering, bad populism, warmongering, ethnocentrism etc. Framing in social media can be influenced by numbers, not only of real persons, but also virtual numbers that can be built and managed by financial power to effectively sway public opinion and the public debate.

Media hypes in traditional media as well as in the social media, are defined as peak periods of public attention that are generally unpredicted, largely self-motivated –even if steered partially by virtual communities –, having the resources for maintaining it's own agenda, where the relative significance of topics may be disproportionately exaggerated, in short a more distorted representation of the local social reality. Framing processes that are instrumental in the triggering of media hypes are frame amplification, frame expansion, frame alignment, problematisation. Because frame setting is a process where frames elected by actors in communication elected for resonating with frames established in the social consciousness of receivers namely audience frames gain immediate and widespread acceptance by liking and retweeting in the public debate. Feedback cycles may trigger a snowball effect where mainstream media actors and also political or virtual actors may see it wise to readjust their profiles and stances. It can be said that many fundamental framing dynamics of social media in personification, preferring some agendas over others, polarization, readily dissemination to other networks, are in fact facilitating media hypes. This may be an acceptable price of users, for the relative power of defining watchdogs and opinion leaders. Easy access and video uploading smartphones has made social media the first source for news leaking. Political and other social actors are mostly involved personally and institutionally in the social media which makes addressing open letter communication very effective. These and other utilities unfortunately lend also unprecedented power for fake news propagation and abuse for disruptive, destructive, harmful manipulative intentions and agitations.

The echo chamber effect of virtual community framing indeed facilitates polarization which is discredited by mainstream stances that rather emphasize aligning and harmonizing social stances in the public debate but is deemed indispensable agitation for social movement activists. The echo chamber effect has been found (Vaccari and others, 2016) to be determined by conditions like the political communication style of the particular users, their offline relationships, source research for online information acquisition and others. Frame discourses in Twitter usually form by internal links and are peculiar to each virtual group, while news are propagated via intergroup links to other virtual communities and networks. The speed of news and information propagation may significantly increase by intermediate persons with multi-group adherence (Grabowicz and others, 2012). Virtual community communicators aim their agendas and opinions to be monitored and ultimately adopted by mainstream media outlets, thus supporting their causes in the public debate. The interlinking of networks can make moving local/national agendas into international agenda easier. But the ultimate dictating of international agenda is not dictated by social media or alternative media. Nothing has changed there, it is still a business of the national government, and the mainstream media that was ever aligned even embedded. This fact supports the notion that the Internet is the most powerful communication and growth media for in the hands of global processes and powers.

Possibly, a certain constructive and positive aspect of the Internet may be the easy access to past, comprehensive and accurate information on any topic on the debate. This, will hopefully cultivate an appreciation for communication, knowledge and learning.



Social media is not different from traditional communication regimes, thus framing effects are not used solely for the good of the public, not only for the rightful, “the righteous” but also against the worthy rights and interests of minorities for various reasons.

But beyond else, the diffusion power of New Media in general promises more personal governance potential over alternative sources for selection beyond the noise, but only for the educated, informed, responsible, moralist, mature individual user who values personal enlightenment beyond everything. It still is a viable alternative to manage the information bombardment of doubtful personal significance, more related to their personal existential development adventures.

**Keywords:** Frame Analysis, Social Media, Mass Media, Virtual Communities

## References

- Ahmed, S.- Jaeho, C. – Kokil, J. (2019). Framing social conflicts in news coverage and social media: A multicountry comparative study. *International Communication Gazette* 81: 346–71.
- Aichner, T.; Jacob, F. (March 2015). "Measuring the Degree of Corporate Social Media Use" (<https://www.researchgate.net/publication/283073224>). *International Journal of Market Research*.
- Araújo, B., & Prior, H. (2021). Framing political populism: The role of media in framing the election of Jair Bolsonaro. *Journalism Practice*, 15(2), 226-242.
- Aruguete, N., & Calvo, E. (2018). Time to# protest: Selective exposure, cascading activation, and framing in social media. *Journal of communication*, 68(3), 480-502.
- Bail, C. A. (2016). Cultural carrying capacity: Organ donation advocacy, discursive framing, and social media engagement. *Social Science & Medicine*, 165, 280-288.
- Bartlett, F. C.(1932) Remembering, A Study in Experimental and Social Psychology. Cambridge at the University Press. Great Britain. Downloaded: 2022. [https://pure.mpg.de/rest/items/item\\_2273030/component/file\\_2309291/content](https://pure.mpg.de/rest/items/item_2273030/component/file_2309291/content)
- Bateson, G. (1972). *Steps to an Ecology of Mind*. Jason Aronson Inc, Notvale, New Jersey
- Blasco-Duatis, M.- Coenders, G.- Saez, M.- Garcia, N.F.- Cunha. I.F.(2019). Mapping the agenda-setting theory, priming and the spiral of silence in Twitter accounts of political parties. *International Journal of Web Based Communities*, 15(1): 4-24.
- Borah, P. (2011) Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade’s literature. *Journal of Communication*, 61: 246–263.
- Burgers, C., Konijn, E. A., & Steen, G. J. (2016). Figurative framing: Shaping public discourse through metaphor, hyperbole, and irony. *Communication theory*, 26(4), 410-430.
- Carty, V., & Onyett, J. (2006). Protest, cyberactivism and new social movements: The reemergence of the peace movement post 9/11. *Social Movement Studies*, 5(3), 229-249.
- Castells, M (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society, *International Journal of Communication* 1, 238-266
- Domingo, D.- Heinonen, A. (2008). Weblogs and journalism: A typology to explore the blurring boundaries. *Nordicom Review*, 29(1)
- D’angelo, P. (2018). Doing news framing analysis II. Empirical and Theoretical Perspectives.
- Entman, R.M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43, 51-58.
- Entman, R.M.- Usher, N. (2018). Framing in a fractured democracy: Impacts of digital technology on ideology, power and cascading network activation. *Journal of Communication* 68: 298–308.
- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2016). The end of framing as we know it... and the future of media effects. *Mass communication and society*, 19(1), 7-23.
- Carragee, K.M.- Roefs, Wim (2004). The neglect of power recent framing research. *International Communication Association*, June, 214-233
- Castells, M. (2015). Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age. John Wiley & Sons.
- Chadwick, A.- Vaccari, C. - O’Loughlin, B. (2018). Do tabloids poison the well of social media? Explaining democratically dysfunctional news sharing. *New Media & Society* 20: 4255–74.

- Corbett, S. (2016). The social consequences of Brexit for the UK and Europe: Euroscepticism, populism, nationalism, and societal division. *The International Journal of Social Quality*, 6(1), 11-31.
- Fisher Liu, B. F., & Kim, S. (2011). How organizations framed the 2009 H1N1 pandemic via social and traditional media: Implications for US health communicators. *Public relations review*, 37(3), 233-244.
- Fuchs, C. (2013). *Social Media: A Critical Introduction*. SAGE, 2013.
- Gamson, W. A., & Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action. In R. G. Braungart & M. M. Braungart (Eds.), *Research in political sociology* (Vol. 3, pp. 137-177). Greenwich, CT: JAI Press.
- Gamson, W. A. (1989). News as framing: Comments on Graber. *American Behavioral Scientist*, 33, 157-166.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: Mass media in the making and the unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Gladwell, Malcolm (March 1, 2011). "Malcolm Gladwell and Clay Shirky on Social Media and Revolution, Foreign Affairs March/April 2011" (<https://web.archive.org/web/20110201165430/http://www.foreignaffairs.com/articles/67325/malcolm-gladwell-and-clay-shirky/from-innovation-to-revolution>). *Foreign Affairs* (March/April 2011). Archived from the original (<http://www.foreignaffairs.com/articles/67325/malcolm-gladwell-and-clay-shirky/from-innovation-to-revolution>) on 2011-02-01.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Grabowicz, P. a., Ramasco, J. J., Moro, E., Pujol, J. M., & Eguiluz, V. M. (2012). Social features of online networks: The strength of intermediary ties in online social media. *PLoS ONE*, 7(1), 1-9. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0029358>
- Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. *European Research Council*, 9(3), 4.
- Hamdy, N.- Gomaa, E.H.(2012). Framing the Egyptian uprising in Arabic language newspapers and social media, *Journal of Communication*, 62(2): 195-211
- Harlow, S.- Kilgo, D.K.- Salaverria, R.- García-Perdomo. V. (2020). Is the whole world watching? Building a typology of protest coverage on social media from around the world. *Journalism Studies* 21: 1590-608
- Heidemann, J.- Klier, M.-, Probst, F. (2012) Online social networks: A survey of a global phenomenon. *Computer Networks*. Volume 56, Issue 18, 17 December 2012, Pages 3866-3878. ScienceDirect.com
- Hopke, J.E.- Hestres, L.E. (2018). Visualizing the Paris climate talks on Twitter: Media and climate stakeholder visual social media during COP21. *Social Media+ Society* 4(3)
- Joris, W., d'Haenens, L., & Van Gorp, B. (2014). The euro crisis in metaphors and frames: Focus on the press in the Low Countries. *European Journal of Communication*, 29(5), 608-617.
- Kahneman, D. - Tversky, A. (1984). Choices, values, and frames, *American Psychologist*, 39, 341-350
- Klijn, E. H., & Koppenjan, J. (2012). Governance network theory: past, present and future. *Policy & Politics*, 40(4), 587-606.
- Knüpfer, C.B.- Entman, R.M. (2018). Framing conflicts in digital and transnational media environments. *Media, War & Conflict* 11: 476-88.
- Layne, S. P., Hyman, J. M., Morens, D. M., & Taubenberger, J. K. (2020). New coronavirus outbreak: Framing questions for pandemic prevention. *Science translational medicine*, 12(534), eabb1469.
- Lovejoy, K.- Saxton, G.D. (2012) Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication* 17(3): 337-353
- Makhortykh, M., & Sydorova, M. (2017). Social media and visual framing of the conflict in Eastern Ukraine. *Media, war & conflict*, 10(3), 359-381.
- Manor, I., & Crilly, R. (2018). Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel ministry of foreign affairs on Twitter. *Media, War & Conflict*, 11(4), 369-391.
- Matthes, J., & Kohring, M. (2008). The content analysis of media frames: Toward improving reliability and validity. *Journal of communication*, 58(2), 258-279.

- Meeks, L. (2020). Defining the enemy: How Donald Trump frames the news media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(1), 211-234.
- Meraz, S., & Papacharissi, Z. (2013). Networked gatekeeping and networked framing on# Egypt. *The international journal of press/politics*, 18(2), 138-166.
- Merriam-Webster online dictionary. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media> retrieved: 2022
- Messner, M.- DiStaso, M. W. (2008). The source cycle: How traditional media and weblogs use each other as sources. *Journalism Studies*, 9(3), 447-463.
- Nielsen Company. "Social Networks Blogs Now Account for One in Every Four and a Half Minutes Online" (<http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2010/social-media-accounts-for-22-percent-of-time-online.html>). Nielsen.
- Nocera, J. L. A. (2002). Ethnography and hermeneutics in cybercultural research accessing IRC virtual communities. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7(2), JCMC721.
- O'Neill, S., Williams, H. T., Kurz, T., Wiersma, B., & Boykoff, M. (2015). Dominant frames in legacy and social media coverage of the IPCC Fifth Assessment Report. *Nature climate change*, 5(4), 380-385.
- Pantti, M. (2013). Seeing and not seeing the Syrian crisis: New visibility and the visual framing of the Syrian conflict in seven newspapers and their online editions. *JOMEC journal*.
- Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children*. (M. Cook, Trans.). W W Norton & Co. <https://doi.org/10.1037/11494-000>
- Qin, J. (2015). Hero on Twitter, traitor on news: How social media and legacy news frame Snowden. *The International Journal of Press/Politics* 20: 166–84
- Rodriguez, L., & Dimitrova, D. V. (2011). The levels of visual framing. *Journal of visual literacy*, 30(1), 48-65.
- Ruzza, C., & Pejovic, M. (2019). Populism at work: the language of the Brexiteers and the European Union. *Critical Discourse Studies*, 16(4), 432-448.
- Sahly, A., Shao, C., & Kwon, K. H. (2019). Social media for political campaigns: An examination of Trump's and Clinton's frame building and its effect on audience engagement. *Social Media+ Society*, 5(2), 2056305119855141.
- Saperas, Enric, and Ángel Carrasco-Campos. 2015. The operationalization of the concept of framing in the *Journal of Communication*(2009–2013): Objects of study, research techniques and theoretical construction. *Communication & Society* 28: 49–66.
- Scheufele, D. (1999). Framing as a theory of media effect. *Journal of Communication*, 49(1), 103–122.
- Scheufele, D. A.,- Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting, and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
- Schrum, L. (1995). Framing the debate: Ethical research in the information age. *Qualitative Inquiry*, 1(3), 311-326.
- Scott, K. (2018). "Hashtags work everywhere": The pragmatic functions of spoken hashtags. *Discourse, Context & Media*, 22: 57–64.
- Snow, D.- Benford, R. (1988). Ideology frame resonance, and participant mobilization. *International Social Movements Research*, 1: 197–217.
- Snow, D. A., & Bernatzky, C. (2018). The coterminous rise of right-wing populism and superfluous populations. In *Populism and the Crisis of Democracy* (pp. 130-146). Routledge.
- Tewksbury, D., & Riles, J. M. (2018). Framing in an interactive news environment. *Doing News Framing Analysis II*, 137-162.
- Tuchman, G. (1978). *Making news. A study in the construction of reality*. New York: Knopf
- Vaccari, C.- Valeriani, A.- Barber.- Jost, P. J. T.- Nagler , , J. - Tucker, J. A. (2016) Of echo chambers and contrarian clubs: Exposure to political disagreement among German and Italian users of twitter. *Social Media Soc.*, 2 (3): 1–24.
- Williams, B.A.- Delli Carpini, M. (2004). Monica and Bill all the time and everywhere: The collapse of gatekeeping and agenda setting in the new media environment. *American Behavioral Scientist* 47 (9), 1208-1230.

www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/)

Xiong, Y., Cho, M., & Boatwright, B. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the# MeToo movement. Public relations review, 45(1), 10-23.

**Araştırmacıların Katkı Oran Beyanı / Contribution of Authors**

Yazarların alışmadaki katkı oranları %50/%50 şeklindedir.

The authors' contribution rates in the study are %50/%50 form.

**ıkar atışması Beyanı / Conflict of Interest**

alışmada herhangi bir kurum veya kişi ile ıkar atışması bulunmamaktadır.

There is no conflict of interest with any institution or person in the study.

**İntihal Politikası Beyanı / Plagiarism Policy**

Bu makale İntihal programlarında taranmış ve İntihal tespit edilmemiştir.

This article was scanned in Plagiarism programs and Plagiarism was not detected.

**Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı / Scientific Research and Publication Ethics Statement**

Bu alışmada Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi kapsamında belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules specified within the scope of the Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive were followed.

# SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

## SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

Yıl: 2022 • Sayı: 48 • E-ISSN 2667-4750

### YAZIM KURALLARI

1. Dergi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün bilimsel içerikli-hakemli yayınıdır ve yılda 3 defa (Nisan, Ağustos ve Aralık) yayınlanır. Dergide Sosyal Bilimler alanında yapılmış araştırmalara yer verilir.
2. Dergide yayınlanacak eserlerin daha önce hiçbir bilimsel dergide yayınlanmamış olması zorunludur.
3. Dergide makale yazım dili Türkçe ve İngilizcedir. Yazım ve noktalamasında TDK İmlâ Kılavuzunun en son baskısı esas alınır. Gönderilen yazılar dil ve anlatım açısından bilimsel ölçülere uygun, açık ve anlaşılır olmalıdır.
4. Dergimize gönderilecek çalışmalarda “anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar” için, çalışmaya başlamadan önce çalışmanın yapılmasına izin verildiğine dair Etik Kurul Kararı alınmalı ve bundan sonra çalışma tamamlanmalıdır. Makalelerde Araştırma ve Yayın Etiğine uyulduğuna dair ifadeye yer verilmelidir.
5. Etik kurul izni gerektiren çalışmalarda, izinle ilgili bilgiler (kurul adı, tarih ve sayı no) yöntem bölümünde ve ayrıca makale ilk/son sayfasında yer verilmelidir. Olgu sunumlarında, bilgilendirilmiş gönüllü olur/onam formunun imzalandığına dair bilgiye makalede yer verilmesi gereklidir.
6. Makaleler, A4 boyutundaki (210 x 297 mm) kağıda; üst ve alt kenarlardan 3,5 cm., sağ ve sol kenarlardan 2,5 cm. boşluk bırakılarak ve iki yana yaslı olarak “Garamond” karakterinde 11 punto olarak yazılmalı; tüm metin (kaynaklar ve genişletilmiş özet dahil) 10.000 kelimedenden fazla olmamalıdır.
7. Dergiye gönderilecek makaleler Microsoft Word programında yazılmalıdır. Çalışmanın başlığı ilk harfleri büyük olacak şekilde ve koyu olarak çalışmanın ortasına gelecek şekilde “Garamond” yazı karakteriyle 16 punto olmalıdır. Başlığın hemen altına çalışmanın ait olduğu bilim dalı (örneğin işletme, iktisat, uluslararası ilişkiler vb.) ve çalışmanın türü (araştırma / bildiri / tanıtım / derleme / olgu sunumu) belirtilmelidir.
8. Çalışmanın başlığının hemen altında bir satır boşluk bırakarak yazar veya yazarların adları yazılmalı; unvanı, çalıştığı kurum (üniversite), <https://orcid.org/register> adresinden alınan yazar numaraları ve mail adresleri ise (\*) işaretiyle dipnot şeklinde sayfanın alt kısmında verilmelidir. Yapılan çalışma herhangi bir kurum tarafından destek görmüşse, makalenin ana başlığının son kelimesi üzerine (\*) konularak destek veren kurumun adı aynı sayfada dipnot olarak verilmelidir.
9. Çalışmanın özeti yazar ve yazar adlarından sonra bir satır boşluk bırakılarak yazılmalıdır. Çalışmanın Türkçe özeti en az 150, en çok 200 kelime olmalıdır. Özet “Garamond” karakterinde ve 9 punto olarak yazılmalıdır.
10. Çalışmada en az 3 ve en çok 7 kelimedenden oluşan Türkçe anahtar kelimeleri bulunmalıdır.
11. Çalışmanın İngilizce başlığı, özeti, anahtar kelimeleri ve çalışmanın türü yukarıda belirtilen kıstaslar göz önünde bulundurularak Türkçe anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bulundurularak yazılmalıdır. Çalışmanın İngilizce özeti çalışmanın bir özeti olarak düşünülmeli ve en az 150, en çok 200 kelime olmalıdır.
12. Makalelerde 600-800 kelime İngilizce genişletilmiş özet bulunmalıdır. Çalışmanın İngilizce başlığı İngilizce özet üzerinde sunulmalıdır. Genişletilmiş özet, araştırma ile ilgili, amaç, problem, yöntem, bulgular ve sonuç bilgilerini kapsamalıdır. Genişletilmiş özeti altında, çalışmanın içeriğini temsil eden 3-7 İngilizce anahtar kelime bulunmalıdır. Makalede İngilizce genişletilmiş özet, kaynakça kısmından önce yer almalıdır. İngilizce genişletilmiş özet sadece Türkçe makalelerde zorunludur. İngilizce makaleler için genişletilmiş özet istenmez.
13. Çalışmanın ana metni, Giriş bölümü başta olmak üzere İngilizce anahtar kelimelerden hemen sonra 1 satır boşluk bırakılarak yazılmaya başlanmalıdır. Çalışmada kullanılan başlıklarda numaralandırma yapılmalıdır. Bütün başlıklar ilk harfi büyük olacak şekilde yazılmalıdır. Çalışmada kullanılan başlıklardan önce bir satır boşluk bırakılmalıdır.
14. Çalışma boyunca yazılacak metin sırasında kullanılacak paragraf ölçüleri ise metin iki yana yaslı olmalı, ilk satır 0,5 cm. ve en az 12nk satır aralığı kullanılmalıdır.
15. Çalışmada kullanılacak şekiller ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve şeklin altında yer almalıdır. Şeklin ismini hemen altında ise şeklin kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Şekillerin kaynakçasında kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
16. Çalışmada kullanılacak tablolar ise 1'den itibaren numaralandırılarak isimlendirilmeli ve tablonun üstünde yer almalıdır. Tablonun hemen altında ise tablonun kaynakçası tam olarak belirtilmelidir. Tablolarda ve tablonun kaynakçasında kullanılacak yazı karakteri 9 puntodur.
17. Dergimizde tez özetleri içerisinde, yayın politikası gereğince sadece doktora tez özetleri yayınlanabilmektedir.
18. Dergiye gönderilen çalışmalar, başvuru aşamasında beyan edilen intihal raporu çerçevesinde değerlendirilir. Araştırma ve yayın etiğine uygun bulunmayan veya intihal riski tespit edilen makaleler değerlendirilmeye tabi tutulmamaktadır. Bu çerçevede TURNITIN ya da iThenticate tarama programlarınınca tespit edilen benzerlik oranının %15'nin üzerinde olması halinde, ilgili çalışma hakem onayı olsa bile yayımlanamaz. Eğer durum fark edilmeden çalışma yayımlanmış ise durumun fark edilmesiyle birlikte, ilgili çalışmaya erişim engellenerek çalışma yayım listesinden ve tam sayıdan çıkarılır. Yine rapor doğrultusunda makalelerin tek bir kaynağa benzeşim oranı % 3 üzeri olamaz. Başvuru esnasında yazar(lar), çalışma ile birlikte, TURNITIN ya da iThenticate raporunu sisteme yüklemelidir.

## YAZIM KURALLARI

19. Dergimize makale gönderimi yalnızca DergiPark sistemi üzerinden yapılmaktadır. Dergiye makale gönderebilmek için DergiPark kullanıcı hesabına ve ORCID ID numarasına sahip olunması gerekmektedir.

20. Dergiye gönderilecek

• Türkçe makaleler için;

Ana Başlık; Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar belirtilmeli ve e-posta adresi verilmeli); Özet; Anahtar Kelimeler; İngilizce Başlık; Abstract; Keywords; Giriş; Materyal ve Metot; Bulgular ve Tartışma (veya Bulgular); Sonuç (veya Tartışma ve Sonuç); İngilizce Genişletilmiş Özet ve Kaynaklar şeklinde düzenlenmelidir.

• İngilizce makaleler için;

İngilizce ana başlık, Yazar(lar)ın Adı Soyadı; Yazar(lar)ın Kurumu (sorumlu yazar-corresponding author belirtilmeli ve e-mail adresi verilmeli); Abstract; Keywords; Türkçe Başlık; Özet; Anahtar Kelimeler; Introduction; Material and Methods; Results (or Results and Discussion); Discussion and Conclusion (or Conclusion); References şeklinde düzenlenmelidir.

21. Yararlanılan kaynaklar metin içerisinde Yazar soyadı, yıl ve sayfa numarası sistemine göre belirtilmeli ve yazar isimleri baş harfi büyük diğer harfler küçük olarak yazılmalıdır. İki yazarlı kaynak bildiriminde ve (makale İngilizce hazırlanmışsa and); üç veya daha fazla kaynak bildiriminde vd., (makale İngilizce hazırlanmışsa et al.) kısaltması kullanılmalıdır. Metin içerisinde kullanılan kaynaklar, metin sonunda (kaynaklar kısmında) numara kullanılmadan alfabetik sıraya göre verilmelidir.

Metin içi göndermelerde (atıflarda) ve kaynakça yazımında APA 7 sürümü esas alınmalıdır.

• Tek yazar olması durumunda; (Hotamış, 2007)

• İki yazar olması durumunda; (Hotamış & Bayhan, 2009)

• İki'den fazla yazar olması durumunda; (Hotamış vd., 2006)

• Birden fazla yazar ard arda verilmesi durumunda; (Hotamış, 2005; Hotamış & Bayhan, 2006; Karasan vd., 2007)

22. Aynı yazara ait aynı yıl yayınlanmış eserlerin metin içerisinde gösterimi (Hotamış, 2008a; 2008b) şeklinde olmalıdır.

23. Yazar ismi belli olmadığı durumlarda, Türkçe kaynak için hem metin içerisinde hem de kaynaklar bölümünde Anonim, yıl ifadesi kullanılmalıdır. Yazarı belli olmayan yabancı kaynak ise, metin içerisinde Anon. yıl, kaynaklar bölümünde ise Anonymous yıl olarak verilmelidir.

24. İnternet kaynakları ise, metin içerisinde (Hotamış, 2003) yıl şeklinde verilmelidir.

Kaynaklar bölümünde ise, URL, yıl şeklinde gösterilip sayfa adresi açıkça yazılmalıdır.

### ÖRNEKLER

• Makaleler:

Yıldız, H. (2019). Eski Türkçe ile Yakutçanın karşılaştırmalı söz varlığı: Ünlüyle başlayan sözcükler. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi, 59(1), 233-254. doi: 10.26650/TUDED2019-0010.

Balci, Ş., Tanacı, F., Dağlı, A. N., & Bayrak, E. (2019). 16 Nisan 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu Sürecinde Siyasal Bilgilenme Ve Medya: Eğitim Düzeyine Göre Bir Karşılaştırma. Erciyes İletişim Dergisi, 6(1), 1-16. doi: 10.17680/erciyesiletisim.424135.

• Bildiriler:

Bilkan, A. F. (2007). Amasya'nın Osmanlı dönemi kültür hayatındaki yeri ve önemi. Y. Bayram (Haz.), I. Amasya Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri içinde (s. 611-620). Hilal Yayınları.

• Kitaplar/ Kitapta Bölüm

Davutoğlu, A. (2001). Stratejik Derinlik, Türkiye'nin Uluslararası Konumu. Küre Yayınları.

Steinberg, A. (2014). Genç Seçmenler ve Web 2.0 ile Politik Katılım: Facebook Genç Vatandaşların Seçime Katılımını Artırabilir mi?. İçinde Barış Çoban (Ed.), Sosyal Medya Devrimi (ss. 154-171), Su Yayınevi.

Moy, P., Xenos, M. A., & Hussain, M. M. (2013). News and political entertainment effects on democratic citizenship. In E. Scharrer (Ed.), The international encyclopedia of media studies. (pp. 463-483), Wiley-Blackwell.

• Tezler:

Özkan, T. (1997). Ticari bankacılıkta kredi fiyatlandırma teknikleri. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para ve Banka Anabilim Dalı.

• Ansiklopediler

Bergmann, P.C. (1993). Relativity. In The new encyclopedia Britannica (Vol. 26, pp. 501-508). Encyclopedia Britannica.

• Elektronik Kaynaklar

McDonnell, J. (2019). Municipality Size, Political Efficacy and Political Participation: A Systematic Review. Local Government Studies, <https://doi.org/10.1080/03003930.2019.1600510>, [Accessed: 10 September 2019].

<https://www.statista.com/statistics/253577/number-of-monthly-active-Instagram-users/>. [Accessed: 11 March 2019].

• Süreli Yayınlar / Dergiler:

Yücelt, U. ve Marcella, M. (1996). Services Marketing in the Lodging Industry: an Empirical Investigation. Journal of Travel Research, 34(4), 32- 38. doi:10.1177/004728759603400405.

• Kurum Yayını:

İTO (2003), Ekonomik Rapor, İTO Yayınları No: 2003-57.

25. Makale dergi editörlüğüne sunulmadan önce yazım kurallarına uygunluğu kontrol edilmelidir.

26. Yayımlanan yazı ve çevirilerin her türlü sorumluluğu yazara aittir.

27. Metinle ilgili her türlü düzeltme yazar(lar) tarafından yapılır.

28. Dergiye gönderilecek makalelere ait ilk başvuru <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbed> adresinden yapılmalıdır.

29. Dergide yayınlanacak yazıların yazım ve dilbilgisi kurallarına uygun olması şarttır. Dergi Yayın Kurulu, gerekli gördüğü takdirde eserin sahibinden içerik ve şekil bakımından değişiklikler isteme hakkına sahiptir.

## YAZIM KURALLARI

30. Dergi Yayın Kurulu, biçim ve dizayn açısından uygun bulduğu yazıları bilgisayar programı tarafından random atanan iki hakeme gönderir, makaleler hakemlerden ikisinin kabul onayı ile hakem raporlarının tamamlanma tarihlerine göre sıraya konarak yayınlanır.

31. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nde yayımlanan akademik içeriğin kullanım hakları, aksi belirtilmediği sürece Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License (CC BY-NC-ND4.0) lisansı altındadır. Bu lisans ile dergide yayınlanan akademik içerik alıntı kurallarına uymak suretiyle indirilebilir ya da paylaşılabilir ancak değiştirilemez ve ticari amaçla kullanılamaz.

32. Yayın hakları saklıdır. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisinin yazılı izni alınmaksızın dergide yayınlanan çalışmaların bütünü veya bir kısmı elektronik, mekanik kayıtlama veya benzeri bir araçla herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya taksir edilemez, özetlenemez ve yayınlanamaz. Ancak, kaynak göstermek şartıyla alıntı yapılmasını izin verilir.