



GUSBİD

GÜMÜŞHANE
ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL
BİLİMLER
DERGİSİ

GÜMÜŞHANE UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

2022

Year / Yıl :

2022

Volume / Cilt :

13

Number / Sayı :

3

ISSN: 1309-7423

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

Yıl: 2022 / Cilt: 13 / Sayı: 3

GÜMÜŞHANE UNIVERSITY

JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Year: 2022 / Volume: 13 / Issue: 3

ISSN: 1309-7423



Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Yıl: 2022 / Cilt: 13 / Sayı: 3

Gümüşhane University Journal of Social Sciences

Year: 2022 / Volume: 13 / Issue: 3

Sahibi / Owner

Prof. Dr. Halil İbrahim ZEYBEK / Gümüşhane Üniversitesi Rektörü

Baş Editör / Editor in Chief

Doç. Dr. Salih YILDIZ (Gümüşhane Üniversitesi)

Doç. Dr. Büşra TOSUNOĞLU (Gümüşhane Üniversitesi)

Editör Kurulu / Editorial Board

Doç. Dr. Yıldırım Beyazıt ÇİÇEN (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Banu BOLAYIR (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Elif KÜTÜKOĞLU (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Fazıl KAYA (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Gül YEŞİLÇELEBİ (Gümüşhane Üniversitesi)

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

Dr. Öğr. Üyesi İbrahim AVCI (Gümüşhane Üniversitesi)

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

Dr. Öğr. Üyesi Şenay YANAR (Gümüşhane Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi Tuğçe ŞİMŞEK (Gümüşhane Üniversitesi)

Öğr. Gör. Dr. Muhammed Serhat SEMERCİOĞLU (Gümüşhane Üniversitesi)

Arş. Gör. Dr. Fatih AKDENİZ (Gümüşhane Üniversitesi)

Arş. Gör. Şerife ÖRS (Gümüşhane Üniversitesi)

Arş. Gör. Birol GÜVEN (Gümüşhane Üniversitesi)

Bilim ve Danışma Kurulu / Science and Advisory Board

Prof. Dr. Ahmet Vecdi CAN (Sakarya Üniversitesi)

Prof. Dr. Ali UZUN (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Prof. Dr. Bayram NAZIR (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Bünyamin ER (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Cevdet YILMAZ (Ondokuz Mayıs Üniversitesi)

Prof. Dr. Coşkun TOPAL (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

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

Prof. Dr. Ekrem CENGİZ (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Fazıl KIRKBİR (Karadeniz Teknik Üniversitesi)

Prof. Dr. Hayati BEŞİRLİ (Gazi Üniversitesi)

Prof. Dr. Kemal ÇELİK (Gümüşhane Üniversitesi)

Prof. Dr. Musa PINAR (Valparaiso University)

Prof. Dr. Ömer TORLAK (İstanbul Ticaret Üniversitesi)

Prof. Dr. Zakir AVŞAR (Gazi Üniversitesi)

İletişim Adresi / Contact Address

Sosyal Bilimler Dergisi

Gümüşhane Üniversitesi Rektörlüğü / Bağlarbaşı 29100 / GÜMÜŞHANE

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

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

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



Sayı Hakemleri / Referees of Issue

Abdulkadir Atik / Atatürk Üniversitesi
Ahmet Önal / Giresun Üniversitesi
Alper Veli Çam / Gümüşhane Üniversitesi
Aslı Yurdigül / Atatürk Üniversitesi
Aynur Taş / Hakkâri Üniversitesi
Aysel Ferah Özcan / Sakarya Üniversitesi
Bahar Öztürk / İnönü Üniversitesi
Berfu İlter / Afyon Kocatepe Üniversitesi
Belgin Aydıntan / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Bilal Çankır / İstanbul Medeniyet Üniversitesi
Bilge Kuşdemir Kayıran / Gaziantep Üniversitesi
Cengiz Kahraman / İstanbul Teknik Üniversitesi
Cihat Köksal / İstanbul Ticaret Üniversitesi
Deniz Akçay / İstanbul Gedik Üniversitesi
Derviş Boztosun / Erciyes Üniversitesi
Duygu Yaman / İstanbul Üniversitesi
Emre Burak Ekmekçioğlu / Ankara Yıldırım Beyazıt
Emel Yıldız / Gümüşhane Üniversitesi Üniversitesi
Emine Karaçayır / Karamanoğlu Mehmetbey Üniv
Erdem Sevimli / Millî Eğitim Bakanlığı
Eren Kesim / Anadolu Üniversitesi
Eylem Dereli Saltık / Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Ersin Korkmaz / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Fikrullah Çakmak / Atatürk Üniversitesi
Funda Amanvermez İncirkuş / Jandarma ve Sahil
Güvenlik Akademisi
Gökhan Şahin / Karadeniz Teknik Üniversitesi
Gökhan Kenek / Gümüşhane Üniversitesi
Hamza Akengin / Marmara Üniversitesi
Hilmi Karağaç / Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Hidayet Güneş / Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Hüseyin Budak / Düzce Üniversitesi
İbrahim Sarper Karakadılar / Kahramanmaraş Sütçü
İmam Üniversitesi
İsmail Aydın / Bartın Üniversitesi

Kubilay Çelik / Maltepe Üniversitesi
Kudbettin Şeker / Dumlupınar Üniversitesi
Levent Selman Göktaş / Harran Üniversitesi
Mahmut Koçan / Gümüşhane Üniversitesi
Mehmet Gayretli / Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi
Meral Atıcı / Çukurova Üniversitesi
Melek Sarı Güven / Bartın Üniversitesi
Mehmet Arif Bozan / İstanbul Aydın Üniversitesi
Mehmet Halit Akın / Erciyes Üniversitesi
Mehmet Kara / Yozgat Bozok Üniversitesi
Murat Hanilçe / Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Mustafa Taner Şengün / Fırat Üniversitesi
Müge Yılmaz / Gümüşhane Üniversitesi
Necla Kuduz / Uşak Üniversitesi
Nursel Bolat / Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Onur Kızılcık / Gümüşhane Üniversitesi
Recep Yorulmaz / Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Saadettin Tonbul / Fırat Üniversitesi
Sanem Küçükkömürler / Atılım Üniversitesi
Safa Arslan / Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Sevda Ünal / Çukurova Üniversitesi
Sevinç Göktepe / İstanbul Üniversitesi
Selim Cengiz / Çankırı Karatekin Üniversitesi
Sinem Çambay / Ege Üniversitesi
Sunay Güngör / Gümüşhane Üniversitesi
Şakir Görmüş / Sakarya Üniversitesi
Şeniz Karagöz / Afyon Kocatepe Üniversitesi
Talip Arsu / Aksaray Üniversitesi
Volkan Genç / Batman Üniversitesi
Yasin Demir / Bingöl Üniversitesi
Yener Oğan / Artvin Çoruh Üniversitesi
Yusuf Esmer / Bayburt Üniversitesi
Zöhre Kaya / Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Zübeyir Çelik / Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi

İçindekiler

Contents

- Sevgi N. Sadedil**
853 Pazarlama Mesajlarının E-Spor Tüketici Tutumları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Twitch Ortamındaki Reklamlara Yönelik Tüketici Tutumları
Investigation of The Effects of Marketing Messages on E-sports Consumer Attitudes: Consumer Attitudes towards Twitch Advertisements
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- Mehmet Enes Sağar**
864 Üniversite Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığının Yordayıcısı Olarak Dürtüsellik ve Saldırganlık
Impulsivity and Aggression as a Predictor of Smartphone Addiction in University Students
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- Ayşegül Ayyıldız Çolak**
877 Alternatif Eğitim Konusunda Yapılmış Lisansüstü Eğitim Tezlerinin İncelenmesi
Analysis of Postgraduate Theses on Alternative Education
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- Ayşe Gül İçin**
887 Attitudes Toward Peace: The Role of Personality Traits, Perspective Taking and Gender
Barışa Yönelik Tutumlar: Kişilik Özelliklerinin, Perspektif Almanın ve Cinsiyetin Rolü
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- Cemile Üçüncü, Ayşe Özada Nazım**
899 Ergenlerin Saldırganlık ve Değerler Yönelimleri Üzerine Bir Araştırma
A Study of Aggression and Adolescent Value Orientations
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- Fetullah Yılmaz, Ertuğrul Atmaca**
912 Fıkıh Tarihi Açısından Haydar Rifat'ın Mâlûmât-ı Kânûniye Adlı Eseri
Haydar Rifat's Malumat-i Kanuniye in Terms of Fiqh History
Araştırma Makalesi [Research Paper]
- Serhan Koyuncu**
922 Türk Kamu Diplomasisi Tarihinde BYEGM'nin Konumu ve Önemi
The Position and Importance of BYEGM in The History of Turkish Public Diplomacy
Araştırma Makalesi [Research Paper]

Hülya Yüksel, Zeynep Hiçdurmaz

938

Mağduriyet, Sosyal Uyum ve Eğitim Hakkı Ekseninde Türkiye'de Yaşayan Suriyeli Çocuklar: Ulusal Haberler Üzerinden Çözümleme

Syrian Children Living in Turkey at The Intersection of Victimization, Social Cohesion and The Right to Education: Analysis of National News

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Mehmet Ozan Karahan

961

İnternet Sitesi Kalite Unsurlarının Elektronik Güven, Memnuniyet ve Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisi

The Effect of Website Quality Elements on Electronic Trust, Satisfaction and Repurchase Intention

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Havvaana Karadeniz

977

Bir Kasaba Romanı: Nâbi'nin Park Kahvesi

A Town Novel: Nâbi's Park Coffeehouse

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Yusuf Aker

1001

Comparison of PCA and RFE-RF Algorithm in Bankruptcy Prediction

İşletmelerin İflas Tahmininde PCA ve RFE-RF Algoritmasının Karşılaştırılması

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Mine Ensari, Gülfer Bektaş, Mustafa Nal

1009

The Intermediate Role of Employee Loyalty in The Effect of Paternalist Leadership on Work Engagement: A Research in The Health Sector

Paternalist Liderliğin İşe Bağlılık Üzerine Etkisinde Çalışan Sadakatinin Aracılık Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Metin Söylemez, Ferit Uslu

1018

Perceived Overqualification and Work Alienation: Examining The Roles of Relative Deprivation and Mastery Experiences

Algılanan Aşırı Niteliklilik ve İşe Yabancılaşma: Göreceli Yoksunluk ve İş Dışı Başarı Aktivitelerinin Rolünün İncelenmesi

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Duygu Alaca, Alptekin Ulutaş

1027

Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Modeli ile Lojistik Firmalarının Performanslarının Ölçümü

Measuring The Performance of Logistics Firms with an Integrated Multi-Criteria Decision Making Model

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Ayşe Nur Kazmaz, Hatice Epli

1046

Yetişkinlerde Algılanan Ebeveyn Kabul Reddi ile Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Examining The Relationship between Perceived Parental Acceptance and Rejection in Adulthood and The Level of Self-Disclosure in Romantic Relationships

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1057

Aynur Atar Aksoy, Berat Sarıkaya

Çerkeşizâde Mehmet Tevfik Efendi'nin İman Anlayışı

The Understanding of Faith in Sir Charkashîzadah Mehmet Tawfiq

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1070

Mehmet Akpınar, Mesut Yılmaz, Samet Karakuş

Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Uzaktan Eğitimde Kullandıkları Yöntem ve Tekniklere İlişkin Bir İnceleme

A Study of The Methods and Techniques Used by Social Studies Teachers in Distance Learning

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1086

Muhammet Emin Sözkese, Yusuf Şahin

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Televizyon Yarışma Programları: SURVIVOR Yarışması Üzerine Bir İnceleme

Television Competition Programs from The Perspective of Uses and Gratifications Approach: An Analysis on The SURVIVOR Challenge

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1103

Mehmet Ada, Ercan İnce, Atıncı Olcay

Sanal Müze Turlarının Covid-19 Pandemi Sürecinde Eğitsel Amaçlı Kullanılması Üzerine Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research on The Educational Use of Virtual Museum Tours during The Covid-19 Pandemic

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1113

Cennet Gürbüz, Eda Köse, İsmail Bekci

Risk Yönetim Komitesi Özelliklerinin Firma Performansına Etkisi Üzerine BIST'te Bir Araştırma

A Research in BIST on The Effect of Risk Management Committee Features on Firm Performance

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1126

İbrahim Yılmaz

Osmanlı Demiryollarında Alınan Asayiş Tedbirleri

Public Security Measures That Were Taken on Ottoman Railways

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1143

Esra Ablak, Mehmet Sağlam

Reklamda Ünlü Kullanımının Tüketici Davranışsal Niyetlerine Etkisinde Marka Aşkı ve Marka İtibarının Seri Aracılık Etkisi

The Serial Mediation Effect of Brand Love and Brand Reputation on The Effect of Celebrity Endorsements in Advertising on Consumer Behavioral Intention

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1161

Tuğçe Şimşek

İş Tatmini ile Çalışan Performansı Arasındaki İlişkide İş Yaşamında Yalnızlığın Aracı Rolü: Market Zincirleri Çalışanları Üzerine Bir Uygulama

The Mediator Role of Loneliness at Work in The Relationship between Job Satisfaction and Employee Performance: An Application on Market Chain Employees

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Şeyma Yılmaz Küçük, İsrail Zor

1176

Finansal Tabana Yayılmanın Belirleyicileri: Farklı Gelir Grubundaki Ülkeler İçin Bir Uygulama

Determinants of Financial Inclusion: An Application for Countries in Different Income Groups

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Hadi Belge, Murat Hanılçe

1198

19. Yüzyıl İngiliz Seyyahlarının Notlarında Osmanlı İmparatorluğu'nda Tatarlarca Yürütülen Rehberlik Hizmetleri

Guidance Services Carried Out by Tatars in The Ottoman Empire in The Notes of 19th Century British Travelers

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Kemal Kıranşan

1213

Kuzey Anadolu Fay Zonu (KAFZ) Üzerinde Yer Alan Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinde Aktif Tektonizmanın Jeomorfolojik Verilerle Belirlenmesi

Determination of Active Tectonicism with Geomorphological Data in Yedisu Basin (Bingöl) and Its Surroundings on The North Anatolian Fault Zone (NAFZ)

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Büşra Kaya, Kemal Enes, Bayram Kanca

1239

Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Yiyecek İçecek Bölümlerine Yönelik Tripadvisor Yorumlarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Tripadvisor Comments on Food and Beverage Sections of 4 and 5 Star Hotels in The East Black Sea Region of Turkey

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Derya Çevik Taşdemir

1253

Girişimcilerin Perspektifinden Performans Yönetimine Nitel Bir Bakış

The Qualitative Look at Performance Management from The Perspective of Entrepreneurs

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Serhat Uyrkulak

1265

Form in James Joyce's Ulysses: Fragmentation and Closure

James Joyce'un Ulysses Romanında Biçim: Parçalanma ve Kapanış

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Burcu Zengin

1275

Makroekonomik Değişkenlerin Kitle Fonlama Sistemlerinin Gelişimine Etkisi: AB Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama

The Effects of Macroeconomic Variables on The Development of Crowdfunding Systems: An Application on EU Countries

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Mehmet Demirel, Yusuf Er, Alper Kaya, Abdullah Çuhadar

1292

Dijital Bağımlılık ve Boş Zaman Yönetiminin Günlük Hayata Etkisinin İncelenmesi

Examining The Effect of Digital Addiction and Leisure Management on Daily Life

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1307

Nuri Karakaş, Muhammed İhsan Çubukcu

Deneyimsel Pazarlamanın Kurum İmajı ve Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi

The Effect of Experiential Marketing on Corporate Image and Customer Loyalty

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1323

Müge Sağlam Bezgin, Selim Güngör

Bitcoin Enerji Tüketimi Özelinde Bitcoin Öncü Göstergeleri ve Hisse Senedi Piyasaları Ortak Hareket Ediyor Mu? Bitcoin Üreticisi Ülkelerden Kanıtlar

Do The Stock Markets and The Leading Indicators of Bitcoin Act Together in The Special of Bitcoin Energy Consumption? The Evidence from Producing Countries of Bitcoin

Araştırma Makalesi [Research Paper]

1343

Durmuş Ümmet , Şeyda Çetintaş

Dealing with Intolerance of Uncertainty: Mediator Role of Online Social Support in Case of Psychological Inflexibility

Belirsizliğe Tahammülsüzlükle Başa Çıkmak: Psikolojik Esneksizlik Durumunda Çevrimiçi Sosyal Desteğin Aracı Rolü

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Pazarlama Mesajlarının E-Spor Tüketici Tutumları Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Twitch Ortamındaki Reklamlara Yönelik Tüketici Tutumları

Investigation of The Effects of Marketing Messages on E-sports Consumer Attitudes: Consumer Attitudes towards Twitch Advertisements

Sevgi N. Sadedil¹

Öz

Teknolojinin gelişmesiyle beraber internete ulaşımın her an mümkün olduğu günümüzde, kitle iletişim araçlarının etkisi azalmış ve tüketici, internet tabanlı yeni mecralara yönelmiştir. Küreselleşme, rekabetin artması, pazardaki güç dengesinin değişmesi gibi önemli faktörlerin de etkisi ile geleneksel pazarlama yaklaşımı yerini tüketici odaklı pazarlama yaklaşımına bırakmıştır. E-spor pazarlama uygulamaları ile kurumlar, sayısız pazarlama mesajlarına maruz kalan ve bu mesajlara duyarsızlaşan tüketicinin dikkatini çekmeyi hedeflemektedir. Kurumlar, pazarlama iletişimi stratejilerinde e-spor gibi tutundurma unsurlarına yer vermektedir. Fakat, Twitch gibi sosyal medya mecralarında yayınlanan pazarlama mesajlarına karşı tüketicilerinin tutumlarının nasıl olduğu bilinmemektedir. Bu çalışmanın amacı, e-spor tüketicilerinin Twitch platformundaki reklamlara yönelik tutumlarını ortaya koymaktır. Nicel araştırma yöntemi ve online anket tekniği kullanılarak 3 faktör analiz edilmiş ve Twitch platformunda yayınlanan reklamlara ve reklamı yapılan markaya yönelik tüketici tutumlarının olumsuz olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: E-spor pazarlama, tüketici davranışları, e-spor, reklama yönelik tutum

Abstract

In our day where accessing the internet is possible at any time due to the development of technology, the effect of mass media has decreased and the consumers have tend towards new internet-based channels. the traditional marketing approach has been replaced by a consumer-oriented marketing approach as a result of significant factors such as globalization, increased competition, and change in the balance of power in the market. With e-sports marketing applications, institutions aim to attract the attention of consumers who are exposed to and insensitive to numerous marketing messages. Institutions include promotion elements such as e-sports in their marketing communication strategies. However, the consumers attitudes towards marketing messages posted on social media channels such as Twitch is yet not known. The aim of this study is to reveal the attitudes of e-sports consumers towards advertisements on the Twitch platform. Using the quantitative research method and online survey technique, 3 factors were analyzed and it was observed that the attitudes of consumers towards the advertisements on the Twitch platform and the advertised brands were negative.

Keywords: E-sports marketing, consumer behavior, e-sports, attitude towards advertising

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 31 / 05 / 2021

Accepted: 28 / 06 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi., İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, sevginur.sadedil@yeniuyuzyil.edu.tr, İstanbul, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6152-7285>.

Giriş

Pazarlama iletişimi bileşenlerinden biri olan tutundurma unsuru, hedef kitleye pazarlama mesajlarını iletmek için kullanılmaktadır. Kurumlar, faaliyette buldukları pazarın yapısı, rakiplerin durumu, tüketici davranışları gibi faktörleri ve sektörün dinamiklerini göz önünde bulundurarak pazarlama iletişimi faaliyetleri için strateji geliştirmektedir. Spor pazarlamasında olduğu gibi e-spor pazarlamasında da dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Bu hususların bilinmesi için alan ile ilgili araştırmaların yapılması önemlidir. Spor pazarlaması ile ilgili literatür, e-spor pazarlaması için referans olarak kullanılmakta; fakat sektörel farklılıklardan dolayı yeterli olmamaktadır.

Pazarlama uzmanları sporu, sporcuyu, spor kulübünü ve spor organizasyonundaki unsurları hedef kitesinde istediği yönde davranış değişikliği yapmak için kullanmaktadır (Akkaya, 2016:823). Aynı amaçla pazarlama uzmanları reklam, halkla ilişkiler, promosyon, spor alanında öne çıkan sponsorluk gibi çeşitli tutundurma yöntemlerini de kullanmaktadır (Mason, 2005:32). E-spor tüketicilerinin kim olduğunun bilinmesi, tüketici gruplarının sınıflandırılması pazarlama stratejisi geliştirmek için önemlidir.

Spor tüketicileri şunlardır: "Spor yapmak amacı ile amatörce spor faaliyetine katılanlar, sporu meslek olarak kabul eden profesyonel sporcular, spor faaliyetlerini seyredenler, ilgili ürünleri satın alanlar, spor endüstrisinde çalışanlar ve spor endüstrisi ile iş yapanlar" (Ekmekçi ve Ekmekçi, 2010:26). E-spor tüketicileri de benzer şekilde sınıflandırılabilir. E-spor endüstrisinin paydaşları oyun üreticileri, takım sahipleri, takımlar, bireysel oyuncular, menajerler, organizatörler, seyirciler ve sponsorlardır (Yükçüoğlu ve Kaplanoğlu, 2018:537).

Teknoloji ile büyüyen tüketicilerin kurumlardan beklentileri, önceki kuşağa göre farklılık göstermektedir. Bu yeni dönemde spor pazarlamacıları, hedef kitlenin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını göz önünde bulundurmak durumunda kalmıştır (Williams ve Chinn, 2010:422). Tüketici eğilimindeki değişimleri fark edip, pazarlama iletişiminde yeni yaklaşımlara entegre olan kurumlar, rekabet avantajı elde etmiştir.

E-spora yönelik giderek artan tüketici ilgisi, ilgili disiplinleri bu alanda çalışmaya yöneltse de henüz bu alan ile ilgili yeterli araştırma bulunmamaktadır. Literatürün olgunlaşmamış olması, Reitman ve arkadaşlarını, e-spor alanında çalışma yapan disiplinleri araştırmaya yöneltmiştir. Reitman ve arkadaşlarının yaptığı araştırmaya göre, e-spor ile ilgili çalışma yapan disiplinler işletme, bilişsel bilim, bilişim, hukuk, medya çalışmaları, sosyoloji ve spor bilimidir (Reitman vd., 2020, s.32).

Bu çalışma e-sporu, Reitman ve arkadaşlarının yukarıda belirttiği alanlar dışında kalan pazarlama iletişimi disiplini çerçevesinde ele almaktadır. Dijital mecraların farklı tüketici grupları bulunmaktadır. Tüketiciler, farklı mecralarda, farklı içerikler ile birbirleriyle etkileşim halindedir. Tüketicilerin tutum ve davranışları, tükettikleri mecraların dinamiklerinden etkilenmektedir. Bu araştırma, Twitch ortamındaki reklamlara yönelik e-spor tüketicisinin tutumunu ortaya koymak amacı ile yapılmıştır. Araştırmanın kavramsal dayanağı olarak e-spor kavramı ve e-spor tüketimi aşağıdaki gibi ele alınmıştır.

1. E-Spor Kavramı

Elektronik spor literatüre şu isimlerle geçmiştir: Elektronik oyun (electronic game), siber oyun (cyber game), bilgisayar oyunu (computer game), online oyun (online game) (Argan vd., 2006:3). E-spor'un tanımının yapılması konunun dinamik yapısı nedeni ile oldukça zordur. Çünkü futbol, basketbol, tenis gibi geleneksel sporların aksine e-spor, çoklu platformları kullanmaktadır (Witkowski, 2012:350). E-spor oyunları, FIFA Online 3 gibi spor temalı oyunlar olabileceği gibi, StarCraft II gibi gerçek zamanlı strateji (real-time strategy) oyunları olabilmektedir. Spor temalı oyunlar ve gerçek zamanlı strateji oyunları e-sporun en popüler oyun türleridir. Spor temalı oyunlar fiziksel sporu taklit ederken, gerçek zamanlı strateji oyunları dövüş veya askeri savaşlardan esinlenmiştir (Pizzo vd., 2018:110). E-sporlar organize oyunlardır ve rekabete dayalıdır (Witkowski, 2012:350). İnsanların zihinsel ve fiziksel yeteneklerini geliştirmektedir (Wagner, 2006:3). Teknolojinin gelişmesine paralel olarak gelişmiştir ve liglerde bireysel veya takım olarak oynanmaktadır. Bu oyunların her birinin kendi kuralları vardır (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018:535). E-spor'un kültür, teknoloji, iş dünyası gibi parametreleri bulunmaktadır (Mustafaoğlu, 2018:86).

E-spor kavramı ele alınırken öncelikle onun, spor olup olmadığı yönündeki tartışmaların incelenmesi gerekmektedir. E-sporun bir spor olup olmadığı, sporun tanımının nasıl yapıldığına bakılarak ve birbirleri ile karşılaştırılarak aşağıda ele alınmıştır.

E-sporun kişilerarası rekabet, yeteneklerin gelişmesi ve eğitilmesi, kurallara bağlılık, hedeflere ulaşma, koordinasyon ve çeviklik gibi sporun sahip olduğu özelliklere sahip olduğu, oyun savunucuları tarafından dile getirilmektedir. Guttman (1978) bütün sporların temelinde oyun olduğunu söylemektedir. Spor, eğlenmek için gönüllü ve kendiliğinden motivasyonlu bir aktivitedir. Bu özelliğinden dolayı spor inanç olarak kabul edilmektedir. E-sporun eğlenmek için gönüllü olarak bir araya gelen katılımcıları düşünüldüğünde, spor için yapılan bu tanımlamaların e-spor için de geçerli olduğu söylenebilir. Suits (2007) sporun hepsinde kurallara bağlı kalma zorunluluğu ve amaca yönelik faaliyetler olduğunu söylemektedir. E-spor

turnuvalarının, Suits'in spor tanımında olduğu gibi özellikleri bulunmaktadır. Buna göre, e-spor oyunları takımların dört ila beş oyuncudan oluştuğu, maçların belirli bir süreye tabi olarak yapıldığı ve kendi kurallarının olduğu oyunlardır. Sporu tanımlayan özelliklerden biri ise rekabettir. Rekabet, e-spor oyunlarında da bulunmaktadır. Tüm sporlar, kazananlar ve kaybedenleri olan bir yarışmadır. Wagner (2006), bir e-spor maçını kazanmanın yolunu, rakip takımın stratejilerini bozacak stratejilerin geliştirilmesi olarak açıklamıştır. E-spor kendi dinamiği nedeniyle dünyadaki birçok yerde rekabete açıktır. Sporda başarılı olmanın bir diğer unsuru ise yetenektir. Kazanmak için şans faktörü devre dışında kalmaktadır. E-spor için de aynı durum söz konusudur. Oyuncuların ekrandaki avatarları yönetmek için koordinasyon becerisi gerekmektedir (Jenny vd., 2016: 4-7).

E-sporun bir spor olup olmadığı ile ilgili en tartışmalı unsur, yarış becerisinin fiziksel aktivite gerektirdiği ve fiziksel aktivitenin e-sporda olmadığı düşüncesidir. Bu düşünceye göre, bir oyunun spor olabilmesi için katılımcısının fiziksel hareketi önemlidir. Sporum ne olduğu ile ilgili modern spor yorumlarına bakan Witkowski, şu dört ögenin öne çıktığını aktarmıştır; fiziksel olması, tanımlanmış kurallarının olması, rekabet içermesi ve resmi/kurumsal olarak yönetilmesi (Witkowski, 2012:355). Yükçü ve Kaptanoğlu, e-spor oyunlarının strateji, taktik, takım motivasyonu gibi ustalık isteyen yönünün olduğunu belirterek, e-sporun, spor olamayacağı iddialarına yönelik karşı argüman sunmaktadır. Bir e-spor oyuncusu, klavye ve mouse kullanarak dakikada 400 hareket yapabilmektedir. Müsabakalarda, oyuncuların kalp atışları, maraton yarışçısı gibi yükselmektedir (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018:534). E-spor oyuncusunun reaksiyon zamanı, refleks hareketleri gibi fiziksel becerilere sahip olması gerekmektedir (Argan ve ark., 2006:3). E-sporun belirtilen özelliklerine bakıldığında, onun fiziksel aktivite içerdiği görülmektedir.

Yukarıda sporun özelliklerine bakılarak bu özelliklerin e-sporda da olup olmadığına değinilmiştir. E-spor'un, geleneksel sporun sahip olması gereken özelliklere sahip olduğu görülmektedir. Fakat e-sporun fiziksel aktivite içerip içermediği konusundaki şüpheler hala devam etmektedir. Oyun ve rekabeti içermesi, belli kurallarının olması, geniş bir kitlenin bulunması gibi özellikleri, onun spor olarak kabul edilmesini sağlarken; fiziksel aktivite konusundaki yetersizliği nedeni ile bir spor olamayacağı yönünde itirazlar devam etmektedir. Jenny ve arkadaşları (2016:11-15), e-sporun toplumun geneli tarafından spor olarak kabul edilmesinin, hareket tabanlı video oyunları (MBVGs)² ile mümkün olacağını düşünmektedir.

2. E-Spor Tüketimi

Maslow'un ihtiyaçlar teorisine göre, daha üst ihtiyaçları tatminden önce daha düşük ihtiyaçlar tatmin edilmelidir. E-spor tüketicilerinin oyunlara katılımının nedeni, onlara ihtiyaç tatmini sunan çeşitli kişisel, sosyal, yapısal ve oyunla ilgili özellikleri temsil eden başka motivasyon türlerinin olmasıdır. Kullanımlar ve doyumlar teorisi ile insanların e-spor tüketimine neden dahil olduğu açıklanabilir (Lee ve Linda, 2011: 40). Sjöblom ve Hamari kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını temel alarak, tüketicilerin neden online video oyun içeriklerini tükettiklerini araştırmışlardır. Bu araştırmaya göre; bilişsel, duyuşsal, kişisel belirleyiciler; sosyal belirleyiciler ve stresten uzak kalma isteği tüketiciyi, online video içerik tüketmeye yönlendirmektedir (Sjöblom ve Hamari, 2016:1).

Adrenalin, oyunların eğlenceli ve zorlu yarışlar olması, rekabet ortamı gibi nedenlerle e-spor oyunları oynanmaktadır (Witkowski, 2012:350). Güney Kore'de yapılan bir çalışmada, geleneksel spor olarak futbol ve e-spor olarak FIFA Online 3 ve StarCraft II seyircilerinin e-spor tüketim motivasyonları araştırılmış; e-spor tüketicileri ile geleneksel spor tüketicilerinin benzer tüketim davranışları gösterdiği ortaya çıkmıştır (Pizzo vd., 2018:108). Bu benzerlik nedeni ile geleneksel spor tüketim davranışları ile ilgili tespit edilen bilgilerin, e-spor tüketim davranışının anlaşılmasında kullanılması önemlidir. Aşağıda, spor tüketicilerinin tüketim davranışları ele alınmıştır.

Spor tüketimine yönelik taraftarları güdüleyen unsurlar şunlardır: kaçış, ekonomik neden, östres, benlik saygısı, gruba aitlik, eğlence, aile ve estetik. Kaçış güdüsü, bireylerin ev yaşamlarından, işlerinden, okullarından veya memnun olmadığı durumlardan spor tüketim deneyimi ile uzaklaşabilmesi ile ilgilidir. Tüketiciler, sporu kaçış olarak stresli zamanlarda kullanmaktadır. Ekonomik neden, spor gelirlerinden pay alma isteği ile ilgilidir. Östres ise, maç sırasındaki stresin, maçın kazanılması ile beraber olumlu hale dönüşmesidir. Gruba aitlik, spor tüketiminin doğası ile ilgilidir. Taraftarlar, sporu bir grubun parçası olarak tüketme konusunda uzlaşmıştır. Diğer bir tüketim motivasyonu ise eğlencedir. Spor tüketicileri, spor tüketimini keyifli bir aktivite olarak değerlendirmektedir. Tuttuğu takımın başarılı olduğu maçı izlemek, rakibin mağlubiyeti ve şiddet barındıran sporlar, birçok taraftar için eğlenceli bulunmaktadır. Aile güdüsü ise bir gruba dahil olma güdüsü ile benzerdir. Spor tüketimi aile ile beraber vakit geçirme fırsatı sunmaktadır. Spor tüketiminin son güdüsü olan estetik ise spor hareketlerinin güzel ve sanatsal olması nedeniyle tüketiciye sporun çekici gelmesidir (Wann vd., 2008:6-7). Spor tüketicilerine yönelik pazarlama stratejisi geliştiren uzmanlar, Wann ve arkadaşlarının ortaya koyduğu, spor tüketiminde tüketicileri güdüleyen unsurları göz önünde bulundurmalıdır.

² MBCVGs (Motional based video games): Kullanıcıların yapmış olduğu hareketleri algılayan hareket tabanlı video oyunlarıdır.

Lee ve Linda, kurumların etkili pazarlama stratejisi geliştirmek için, spesifik oyunları oynayan hedef kitleye özgü mesajların geliştirilmesi gerektiğini aktarmıştır. Örneğin rekabetin oyuncu için önemli olduğunu bilen pazarlama uzmanları, stratejilerini bu yönde geliştirmelidir (Lee ve Linda, 2011:43). Pazarlama mesajlarının hangi mecrada yayınlanacağı, tüketicinin vakit geçirdiği mecraların bilinmesi ile belirlenmektedir. E-spor tüketicileri e-spor oyunlarını, kullanıcıların oyun oynarken çektikleri oyun videolarını paylaştığı Twitch gibi online stream kanalları aracılığı ile izlemektedir.

İnternet yayını, geleneksel tüketiciyi içerik üreticisi konumuna sokmaktadır. Tek bir içerik üreticisi internet aracılığı ile milyonlara etki edebilmektedir. Örneğin PewDiePie adlı Youtuber 2014'de 27 milyondan fazla takipçiye ulaşmıştır (2019'a geldiğinde 84 milyon takipçiye çıkmıştır). Televizyon gibi mecralar tek yönlü bir etkinlik olarak kabul edilirken, oyunların canlı yayınlandığı platformlar, aktif kullanıcı katılımına izin veren çok yönlü bir yapıdadır (Sjöblom ve Hamari, 2016:2-7).

Streaming, internet üzerinden yayın akışını tanımlamak için kullanılan bir kelimedir. Streamer ise yayıncı anlamına gelmektedir. Streamerlar, kendi içeriklerini izleyicisine eş zamanlı olarak sunmaktadır. Yayın yapmak için profesyonel oyuncu olma gerekliliği yoktur; fakat profesyonel oyuncular popülerlikleri nedeniyle yayınlarından reklam geliri elde etmektedir (Kocaömer, 2018:33). Streamerlar, yayın sırasında izleyicisi ile iletişim kurabilmekte ve böylelikle anlık geribildirim alabilmektedir. İzleyiciler, moderatör olarak görevlendirilebilmektedir (Yavaşçalı ve Uğurhan, 2019, 651-652).

Twitch 2011'de herkesin ücretsiz olarak yayınları izleyebileceği bir platform olarak ilk yayını yapmıştır. 2013 yılında izleyiciler, Twitch ortamında 12 milyar dakika geçirmişlerdir (Ayar, 2018:97). 2018 verilerine göre Twitch'in günlük ziyaretçi sayısı 30-40 milyona kadar çıkmaktadır (<http://bit.do/frfx6>, Erişim Tarihi: 10.02.2021).

3. Araştırmanın Amacı, Metodolojisi ve Bulguları

3.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmada, e-spor tüketicilerinin tükettiği Twitch platformunda yayınlanan pazarlama mesajlarına karşı tüketici tutumunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Ducoffe, Brackett ve Wang'ın çalışmalarında yer alan, reklama yönelik tutumu etkileyen faktörler referans alınarak, tüketicinin Twitch'de yayınlanan pazarlama mesajlarına karşı tutumlarının olumsuz mu, olumlu mu veya nötr mü olduğu araştırılmıştır. Tüketici tutumunun nedenleri, pazarlama iletişimi stratejisinin uygunluğu, reklamlarda kullanılan çekicilik gibi unsurlar araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır.

3.2. Araştırmanın Metodolojisi

Belirledikleri pazarlama amaçlarına ulaşmak isteyen kurumlar, tüketicisinin pazarlama mesajlarına karşı tutumlarını bilmek durumundadır. Reklama yönelik tüketici tutumlarını ortaya koyan; reklamın marka tutumuna ve satın alma niyetine etkisini araştıran çalışmalar pazarlama uzmanlarına ihtiyaç duyduğu bilgiyi sunmaktadır. Reklama yönelik tutumları ölçmek için geliştirilen çeşitli ölçekler literatürde mevcuttur. Bunlardan biri, MacKenzie ve Lutz'un reklama yönelik genel tutumu ölçmeye yönelik geliştirdikleri bilişsel ve duyuşsal faktörleri olan yapısal modeldir. Bu modelde MacKenzie ve Lutz, tutumu çeşitli değişkenlerle beraber ele almaktadırlar. Bu değişkenler reklam güvenilirliği, reklam algıları, reklam verene karşı tutum ve ruh halidir (Christian v.d., 2014:89).

Online mecraların, birer reklam mecrası olarak nasıl kullanılabilceğini araştıran Wang ve ekibi, internet tabanlı reklam stratejilerinin kurumlar için önemli olduğunu vurgulamaktadır. Çevrimiçi ortamlar, kullanıcıya etkileşimli ortamlar sunmaktadır. Ducoffe tüketicilerin reklamlara yönelik tutumlarına etki eden faktörleri eğlence, bilgi verme ve itici bulma olarak açıklamıştır. Brackett ve Carr ise Ducoffe'nin modelini genişleterek güvenilirlik ve tüketicilerin demografik özelliklerini eklemiştir. Wang ve arkadaşları tutuma etki eden faktörleri, bireyin bilişsel ve duyuşsal (affective) ihtiyaçlarından ve diğer faktörlerden yola çıkarak altı maddede ele almışlardır. Bunlar; eğlence, bilgi verme, itici bulma, güvenilirlik, etkileşim, demografik bilgidir (Wang v.d., 2002. s.1144-1147).

Bu çalışmada Ducoffe, Brackett ve Wang'ın reklama yönelik tutumu etkileyen faktörler referans alınarak Twitch ortamındaki reklamlara yönelik tutum ölçülmüştür. Twitch ortamındaki reklamların, izleyici tarafından eğlenceli, bilgi verici, itici ve güvenilir bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Çalışmanın hipotezi;

H: Twitch tüketicilerinin, bu mecrada yayınlanan reklamlara yönelik tutumları olumludur.

Çalışma nicel araştırma yöntemi ve online anket tekniği ile yapılmıştır. Online anket formu, internet kullanıcılarına elektronik posta ve sosyal medya aracılığıyla ulaştırılmıştır. Araştırmada, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

3.3. Anakütle ve Örneklem Seçimi

Twitch platformu ile ilgili raporlara bakıldığında, onun günde kaç saat kullanıldığına yönelik bilgiler bulunduğu fakat kullanıcı sayısı bilgisini içermediği görülmektedir. We Are Social'ın 2019 raporuna göre, Türkiye'deki sosyal medya

kullanıcı sayısı, tüm yaş grupları dahil 54.000.000'dur. Aynı çalışmaya göre, 16-64 yaş aralığında Twitch platformunu kullananlar, sosyal medya kullanıcılarının %24'ü kadardır (Nuroğlu, 2020, <https://cutt.ly/5tmMLfr>, Erişim Tarihi: 12.03.2021). We are Social verilerinden yola çıkarak, araştırmamızın evreni, 12.960.000 olarak hesaplanmıştır. Bu rakam, belirlenen aralık dışındaki yaş gruplarını kapsamamaktadır ve Twitch tarafından verilmiş resmi rakamlar değildir.

54.000.000 sosyal medya kullanıcısının, 12.960.000'u Twitch kullanmaktadır. Bu rakamlara göre, Twitch kullanımının görülme sıklığı (p değeri) 0.24 ve görülmemeye sıklığı (q değeri) 0.76'dır. Örneklem büyüklüğü $n = \frac{p \cdot q \cdot t^2}{d^2}$ formülü kullanılarak; 0.1 örneklem hatası ile aşağıdaki gibi hesaplanmış ve ulaşılmaması gereken minimum sayı 70 olarak bulunmuştur.

$$n = \frac{(0,24) \cdot (0,76) \cdot (1,96)^2}{(0,1)^2}$$

$$n \cong 70$$

Çalışmaya 92 Twitch kullanıcısı katılmıştır. Twitch platformundaki reklamları görmediklerini beyan eden 12 kişinin cevabı, veri analizine dahil edilmemiştir.

3.4. Araştırma Bulguları

3.4.1. Demografik Bilgiler

Çalışmada, 37 erkek ve 43 kadın olmak üzere 80 kişinin sonuçları analiz edilmiştir. 12 kişi Twitch reklamlarını görmediğini belirttiği için analize dahil edilmemiştir. Katılımcıların %65'i 19-25 yaş arası Twitch kullanıcılarından oluşmaktadır. 18 yaş ve altı %17,5; 26-32 yaş aralığında %11,3; 33-39 yaş aralığında %5 ve 40-46 yaş aralığında %1,3 katılımcı bulunmaktadır. Katılımcıların eğitim bilgileri ise şöyledir; %45'i lise, %23,8'i lisans, %13,8'i yüksekokul, %12,5'i ortaöğretim, %5'i yüksek lisans ve üstü. Meslekleri %66,3'ü öğrenci, %18,8'i özel sektör çalışanı, %2,5'u memur, %1,3'ü işçi ve %1,3'ü memurdur. Gelir durumları; %51,2'nin geliri yok, %18,8'i 0-1500tl, %10'u 3001tl-4500tl, %8,8'i 1501tl-3000tl, %5'i 7500tl'den fazla, %3,8'i 4501tl-6000tl, %2,5'i ise 6001tl ile 7500 tl arasındadır.

Tablo 1. Katılımcıların Yaşı

| | N | % |
|------------|----|------|
| 18 ve altı | 14 | 17,5 |
| 19-25 | 52 | 65,0 |
| 26-32 | 9 | 11,3 |
| 33-39 | 4 | 5,0 |
| 40-46 | 1 | 1,3 |
| Toplam | 80 | 100 |

Tablo 2. Katılımcıların Eğitim Durumu

| | N | % |
|-----------------------|----|------|
| Ortaöğretim | 10 | 12,5 |
| Lise | 36 | 45,0 |
| Yüksekokul | 11 | 13,8 |
| Lisans | 19 | 23,8 |
| Yüksek Lisans ve üstü | 4 | 5,0 |
| Toplam | 80 | 100 |

Tablo 3. Katılımcıların Mesleği

| | N | % |
|----------------------|----|------|
| Memur | 2 | 2,5 |
| İşçi | 1 | 1,3 |
| Serbest Meslek | 1 | 1,3 |
| Özel Sektör Çalışanı | 15 | 18,8 |

| | | |
|---------|----|------|
| Öğrenci | 53 | 66,3 |
| Toplam | 80 | 100 |

Tablo 4. Katılımcıların Gelir Durumu

| | N | % |
|---------------------|----|------|
| Geliri yok | 41 | 51,2 |
| 0-1500tl arası | 15 | 18,8 |
| 1501-3000tl arası | 7 | 8,8 |
| 3001tl-4500tl arası | 8 | 10,0 |
| 4501tl-6000tl arası | 3 | 3,8 |
| 6001-7500 tl arası | 2 | 2,5 |
| 7500 tlden fazla | 4 | 5,0 |
| Toplam | 80 | 100 |

3.4.2. E-spor Tüketim Bilgileri

Katılımcıların %42,5'i günde 1 saatten az, %31,3'ü her gün 1-2 saat, %12,5'i her gün 2-3 saat, %5'i her gün 3-4 saat, %1,3'ü her gün 4-5 saat ve %7,5'u günde 5 saatten fazla, Twitch ortamında vakit geçirmektedir. Katılımcılara Twitch ortamında ne sıklıkla reklam gördükleri sorulduğunda %25'i çok sık, %55'i bazen, %20'si nadiren reklam gördüklerini belirtmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Twitch'de Vakıt Geçirme Süreleri

| | N | % |
|------------------------|----|------|
| Günde 1 saatten az | 34 | 42,5 |
| Her gün 1-2 saat arası | 25 | 31,3 |
| Her gün 2-3 saat arası | 10 | 12,5 |
| Her gün 3-4 saat arası | 4 | 5,0 |
| Her gün 4-5 saat arası | 1 | 1,3 |
| Günde 5 saatten fazla | 6 | 7,5 |
| Toplam | 80 | 100 |

Tablo 6. Katılımcıların Reklam Görme Sıklığı

| | N | % |
|---------|----|------|
| Çok sık | 20 | 25,0 |
| Bazen | 44 | 55,0 |
| Nadiren | 16 | 20,0 |
| Toplam | 80 | 100 |

3.4.3. Twitch Reklamlarına Yönelik Tutumlar

Çalışmada 3 faktör analiz edilmiştir. İlk faktör olan Twitch reklamlarına yönelik bilişsel ve duyuşsal yanıtlar'ın Cronbach's Alpha değeri 0,950; ikinci faktör olan Twitch reklamı yapan markalara yönelik tüketici yanıtları'nın Cronbach's Alpha değeri 0,896 ve son olarak Twitch reklamlarına yönelik tüketici özel davranışları'nın Cronbach's Alpha değeri 0,897'dir. Cronbach's Alpha değeri 0,7'den büyük olduğundan ölçek güvenilirliği sağlanmıştır.

Gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda 5., 9.,10, ve 11. Sorular 0,50 faktör yükünün altında kaldığından, analizden çıkarılmıştır (bkz: Tablo 4.2).

Tablo 7. Faktör Analizi

| Madde | 1. Faktör | 2. Faktör | 3. Faktör |
|----------------|-----------|-----------|-----------|
| M1 | ,802 | | |
| M2 | ,839 | | |
| M3 | ,879 | | |
| M4 | ,821 | | |
| M6 | ,890 | | |
| M7 | ,752 | | |
| M8 | ,834 | | |
| M12 | | | ,880 |
| M13 | | | ,934 |
| M14 | | | ,898 |
| M16 | | ,725 | |
| M17 | | ,843 | |
| M18 | | ,850 | |
| M19 | | ,881 | |
| M20 | | ,677 | |
| M21 | | ,525 | |
| Toplam Varyans | | 76,626 | |

Tablo 8. Faktör Ortalamaları

| | M |
|---|--------|
| Twitch reklamlarına yönelik bilişsel ve duyuşsal yanıtlar | 2,6732 |
| Twitch reklamı yapan markalara yönelik tüketici yanıtları | 2,2872 |
| Twitch reklamlarına yönelik tüketici özel davranışları | 2,7354 |
| Toplam | 80 |

Maddelerin Skewness ve Kurtosis değerleri -2,5 ve +2,5 arasında değer aldığından, maddeler normallik şartını sağlamaktadır. Dolayısı ile gerçekleştirilen karşılaştırmalı testlerde parametrik testler olan bağımsız örneklem T-testi ve tek yönlü Anova testi kullanılmıştır.

Tablo 9. Faktör Değerleri

| | | Tamamen katılmıyorum | Katılmıyorum | Biraz Katılmıyorum | Kararsızım | Biraz Katılıyorum | Katılıyorum | Tamamen Katılıyorum | SS | X | Skewness | Kurtosis |
|---|---|----------------------|--------------|--------------------|------------|-------------------|-------------|---------------------|-------|------|----------|----------|
| Twitch reklam kullanan kurumlar güvenilirdir. | N | 13 | 28 | 22 | | 9 | 5 | 3 | 1,380 | 2,71 | 1,189 | 1,761 |
| | % | 16,3 | 35 | 27,5 | | 11,3 | 6,3 | 3,8 | | | | |
| Twitch reklamlarında yer alan ürün ve hizmetlerin kullanımı daha güvenlidir. | N | 16 | 24 | 21 | 12 | 23 | 2 | | 1,425 | 2,71 | 1,011 | 1,051 |
| | % | 20 | 30 | 26,3 | 15 | 2,5 | 3,8 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamları inanılırdır. | N | 16 | 25 | 25 | 8 | 1 | 3 | 2 | 1,372 | 2,63 | 1,224 | 1,884 |
| | % | 20 | 31,3 | 31,3 | 10 | 1,3 | 3,8 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamlarındaki ürün ve hizmetler daha iyidir | N | 14 | 28 | 20 | 11 | 2 | 3 | 2 | 1,400 | 2,70 | 1,124 | 1,331 |
| | % | 17,5 | 35 | 25 | 13,8 | 2,5 | 3,8 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamları, reklamı yapılan ürünün gerçek bir resmini sunar. | N | 16 | 28 | 15 | 10 | 2 | 6 | 3 | 1,626 | 2,80 | 1,057 | ,421 |
| | % | 20 | 35 | 18,8 | 12,5 | 2,5 | 7,5 | 3,8 | | | | |
| Twitch reklamlarını kullanan kurumlar samimidir. | N | 19 | 29 | 17 | 7 | 2 | 3 | 3 | 1,508 | 2,56 | 1,353 | 1,633 |
| | % | 23,8 | 36,3 | 21,3 | 8,8 | 2,5 | 3,8 | 3,8 | | | | |
| Twitch reklamlarındaki söylemlerin doğru olduğuna inanıyorum. | N | 22 | 20 | 19 | 11 | 5 | 1 | 2 | 1,455 | 2,60 | ,910 | ,659 |
| | % | 27,5 | 25 | 23,8 | 13,8 | 6,3 | 1,3 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamları samimiyetsizdir. | N | 30 | 16 | 21 | 5 | 1 | 5 | 2 | 1,573 | 2,43 | 1,242 | 1,105 |
| | % | 37,5 | 20 | 26,3 | 6,3 | 1,3 | 6,3 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamları zayıf bir reklam uygulamasıdır. | N | 30 | 21 | 21 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1,368 | 2,23 | 1,526 | 2,785 |
| | % | 37,5 | 26,3 | 26,3 | 2,5 | 3,8 | 1,3 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamları profesyonel değildir. | N | 31 | 21 | 19 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1,384 | 2,21 | 1,516 | 2,620 |
| | % | 38,8 | 26,3 | 23,8 | 3,8 | 3,8 | 1,3 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamları yapan şirketlerin ürünlerine daha sadık olma eğilimindeyim. | N | 27 | 18 | 17 | 11 | 5 | | 2 | 1,449 | 2,46 | ,960 | ,731 |
| | % | 33,8 | 22,5 | 21,3 | 13,8 | 6,3 | | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamında gördüğüm ürün ve hizmetlere geçmeyi planlıyorum. | N | 23 | 22 | 21 | 9 | 3 | | 2 | 1,339 | 2,44 | 1,126 | 1,768 |
| | % | 28,7 | 27,5 | 26,3 | 11,3 | 3,8 | | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamlarında gördüğüm ürün veya hizmetler için daha fazla ödeme yaparım. | N | 30 | 16 | 17 | 7 | 5 | 4 | 1 | 1,559 | 2,46 | ,977 | ,207 |
| | % | 37,5 | 20 | 21,3 | 8,8 | 6,3 | 5 | 1,3 | | | | |
| Twitch reklamlarında gördüğüm ürün veya hizmeti çevreme öneririm. | N | 20 | 17 | 21 | 13 | 5 | 2 | 2 | 1,488 | 2,75 | ,750 | ,302 |
| | % | 25 | 21,3 | 26,3 | 16,3 | 6,3 | 2,5 | 2,5 | | | | |
| Twitch reklamlarında gördüğüm ürün veya hizmeti daha detaylı incelemek için markanın web sitesini ziyaret ederim. | N | 10 | 19 | 25 | 14 | 7 | 4 | 1 | 1,390 | 3,06 | ,553 | ,001 |
| | % | 12,5 | 23,8 | 31,3 | 17,5 | 8,8 | 5 | 1,3 | | | | |
| Twitch reklamlarında gördüğüm ürün veya hizmeti daha detaylı incelemek için ürün ve hizmet hakkında dijital mecralardaki tüketici yorumlarını okurum. | N | 12 | 16 | 22 | 13 | 10 | 2 | 5 | 1,632 | 3,24 | ,609 | -,121 |
| | % | 15 | 20 | 27,5 | 16,3 | 12,5 | 2,5 | 6,3 | | | | |

Tablo 10. Karşılaştırmalı Testler: Tek Yönlü Anova Testi 1

| | Grup | X | Sd | p |
|--|-----------------------|--------|--------|------|
| Twitch reklamlarına yönelik tüketici özel davranışları | Yüksek Lisans ve üstü | 4,0833 | ,64214 | 0,47 |
| | Ortaöğretim | 2,0333 | ,55277 | |

Gerçekleştirilen tek yönlü anova testi sonucuna göre katılımcıların eğitim seviyeleri ile tüketici faktörü arasında $p < 0,05$ olduğundan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Tukey testi sonuçlarına göre Yüksek lisans üstü eğitim seviyesine sahip katılımcılar ile ortaöğretim seviyesine sahip katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Yüksek lisans ve üstü öğrenim seviyesindeki katılımcılar verilen ifadelerle katılım durumları daha yüksektir.

Tablo 11. Karşılaştırmalı Testler: Tek Yönlü Anova Testi 2

| | Grup | X | Sd | p |
|---|--------------------|--------|---------|------|
| Twitch reklamlarına yönelik bilişsel ve duyuşsal yanıtlar | 7.500 TL'den fazla | 5,0000 | 1,45219 | 0,18 |
| | 3001-4500 TL | 2,6964 | 1,03422 | |
| | 1501-3000 TL | 2,4490 | ,80992 | |
| | 0-1500 TL | 2,6667 | 1,29212 | |
| | Geliri Yok | 2,4774 | 1,22666 | |

Gerçekleştirilen tek yönlü Anova testi sonucuna göre katılımcıların gelir seviyeleri ile tutum faktörleri arasında $p < 0,05$ olduğundan anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Buna göre gelir seviyesi 7.500 TL'den fazla olan katılımcılar, gelir seviyesi 4500 TL'nin altında olan katılımcılara göre ifadelere katılım oranları yüksektir.

Sonuç ve Değerlendirme

Yapılan araştırmada, Twitch kullanıcılarının bu ortamda yayınlanan reklamlara yönelik tutumlarının olumsuz olduğu ortaya konmuş ve "Twitch tüketicilerinin, bu mecra da yayınlanan reklamlara yönelik tutumları olumludur" hipotezi çürütülmüştür.

Katılımcılar, yayınlanan reklamların bir kısmını yardımsız olarak hatırlamaktadır. Reklamı yapılan ürüne ve markaya yönelik tüketici tutumlarına bakıldığında, Twitch kullanıcılarının markaya yönelik tutumu ile bu markaların reklamına yönelik tutumunun birbirine yakın olduğu görülmüştür.

Bu araştırma, hedef kitleyi herhangi bir online oyuna yönelik fanatizm durumuna göre sınıflandırmadan yapılmıştır. E-spor tüketicilerinin sınıflandırılarak araştırmanın tekrarlanması ve tüketici gruplarının reklama yönelik tutumları arasında farklılık olup olmadığının ortaya konması e-spor literatürüne katkı sunacaktır. Fan gruplarının sınıflandırılması, onların tüketici olarak temsil edilmeleri açısından da önemlidir. Wiid ve Cant'a göre taraftarların geçici mi, yerel mi, sadık mı, fanatik mi olduklarının bilinmesi gerekmektedir. Pazarlama uzmanları bu bilgilere, pazarlama iletişimi kararları alırken ihtiyaç duymaktadır (Wiid ve Cant, 2015:389). Reklamlara karşı gelişen olumsuz tutumların nedenini araştıran Wang ve ekibi (2002:1143), ihtiyaç duymadığı bir ürün ya da hizmet reklamına maruz kalan tüketicinin, bu reklamlara yönelik olumsuz tutum geliştirebileceğini görmüştür. Twitch reklamlarına maruz kalan kullanıcıların, reklamı yapılan ürün veya hizmete ihtiyaç duyup duymadığı bilinmemektedir. Bu çalışma ile, Twitch reklamlarına yönelik bilişsel ve duyuşsal yanıtlar, Twitch reklamı yapan markalara yönelik tüketici yanıtları, Twitch reklamlarına yönelik tüketici özel davranışları ölçülmüş; Twitch reklamlarına yönelik tüketici tutumunun olumlu mu olumsuz mu olduğu tespit edilmiştir. Twitch reklamlarına yönelik tüketici tutumunun nedeni ise çalışmanın kapsamı dışında tutulmuştur.

Kaynakça

- Akkaya, Y. (2016). Spor Pazarlamasında Ürün Kavramının İncelenmesi. *International journal of science culture and sport*, 4, 821-829.
- Argan, M., Özer, A. ve Akın E. (2006). Elektronik spor: Türkiye'deki siber sporcuların tutum ve davranışları. *Spor yönetimi ve bilgi teknolojileri dergisi*, 1, 1-11.
- Ayar, H. (2018). Development of e-Sport in Turkey and in the World. *International journal of science culture and sport*, 6, 95-102.
- Dianoux, C., Linhart, Z. ve Vnoucková, L. (2014). Attitude toward Advertising in general and attitude toward a specific type of advertising: A first empirical approach. *Journal of competitiveness*, 61, 87-103.
- Ekmeççi, R. ve Ekçekçi Y. A. (2010). Spor pazarlaması. *Pamukkale journal of sport sciences*, 1, 23-29.
- Jenny S.E., Manning, R.D., Keiper, M.C. ve Olrich, T.W. (2016): Virtual(ly) athletes: where eSports fit within the definition of "Sport", *Quest*.
- Kocaömer, C. (2018). *Elektronik spor faaliyetlerinde sponsorluğun marka değeri üzerine etkisi: League of Legends örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ege Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı.
- Reitman, J.G., Anderson-Coto, M.J., Wu, M., Gee, J.S ve Steinkuehler, C. (2020). Esports Reserarch: A Literatüre Review. *Games and Culture*, 15, 32-50.
- Segal, D. (2014, 10 Ekim). Behind league of legends, e-sports's main attraction. *New York Times*.

- Mason, K. (2005). How corporate sport sponsorship impacts consumer behavior. *The journal of American Academy of Business*, 7,32-35.
- Mozur, P. (2014, 19 Ekim). For South Korea, E-sports is national pastime. *New York Times*.
- Mustafaoğlu, R. (2018). E-spor, spor ve fiziksel aktivite. *Ulusal spor bilimleri dergisi*, 2, 84-96.
- Nuroğlu, G. (2020, 25 Ocak). 15 addede Türkiye'nin dijital tablosu: *We are social 2020 Türkiye raporu*. [Çevrim- içi: <https://cutt.ly/5tmMLfr>], Erişim tarihi: 20 Mart 2020.
- Lee, D. ve Linda, J. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. *ICHPER-SD journal of research*. 6, 39-44.
- Pizzo, A.D., Baker, B.K., Na, S., Lee, M.A., Kim,D. ve Funk, D.C. (2018). eSport vs. sport: A comparison of spectator motives. *Sport marketing quarterly*, 27, 108-123.
- Rambusch, J., Jakobsson, P. ve Pargman, D. (2007). Exploring E-sports: A case study of game play in Counter-strike. *Digital games research association (DiGRA)*, 4, 157-164.
- Sjöblom, M. ve Hamari, J. (2016). *Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of twitch users*. [Available online at: <https://cutt.ly/lbAFKcw>], Retrieved on October 12, 2021.
- Wagner, M. G. (2006, June). On the scientific relevance of eSports. *In international conference on internet computing*, 437-442.
- Wang, C., Zhang, P., Choi, R. ve D'Eredita, M. (2002). Understanding consumer attitude toward advertising. *AMCIS 2002 proceedings*, 158,1143-1148.
- Wann, D.L., Grieve, F.G., Zapalac, R.K. ve Pease, D.G. (2008). Motivational profiles of sport fans of different sports. *Sport marketing quarterly*. *West Virginia University*. 17, 6-9.
- Witkowski, E. (2012). On the digital playing field: How we "Do Sport" with networked computer games. *Games and culture*, 7, 349-374.
- Wingfield, N. (2014). E-sports at college, with stars and scholarships. *New York Times*.
- Williams, J. ve Chinn S.J. (2010). Meeting relationship-marketing goals through social media: a conceptual model for sport marketers. *International journal of sport communicatio*, 3, 422-437.
- Wiid, J.A. ve Cant, M.C. (2015). Sport fan motivation: are you going to the game?. *International journal of academic research in business and social sciences*,5,383- 389.
- Yavaşçalı, A.H. ve Uğurhan, Y.Z.C. Neden kullanıcılar Twitch TV üzerinde yayıncılara başış yapar? Twitch TV kullanıcıları üzerinde ampirik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi iletişim fakültesi elektronik dergisi*, 7, 646-678.
- Yükçü, S. ve Kaplanoğlu E. (2018). E-Spor endüstrisi. *International journal of economic and administrative studies*, 533-550.

Extended Abstract

Aim and Scope

In the study, it is aimed to reveal how the attitude of e-sport consumers is towards the marketing messages published on the Twitch platform that they use. With reference to the factors affecting the attitude towards advertising of Ducoffe, Brackett, and Wang in the literature, the attitudes of the consumers towards the marketing messages broadcast on Twitch were investigated, and the reason for these attitudes was excluded from the scope of the research. Elements such as the appropriateness of the marketing communication strategy and the attractiveness used in advertisements are also outside the scope of the research.

Methods

In the study, the attitude towards advertisements in the Twitch environment was measured by taking the factors affecting the attitude towards advertising of Ducoffe, Brackett, and Wang as reference. It was examined whether the advertisements in the Twitch environment were found to be entertaining, informative, impulsive and reliable by the audience. The hypothesis of the study is:

H: The attitudes of Twitch consumers towards the advertisements broadcast on this medium are positive.

The study was conducted with quantitative research method and online questionnaire technique. The online questionnaire was delivered to internet users via e-mail and social media. Non-random convenience sampling method was used for this study.

12.960.000 of 54 million social media users use Twitch. In this case, the incidence (p value) of Twitch use is 0.24. The research population has been accepted as 12.960.000. With a 95% confidence interval and a sampling error of ± 0.05 , 81 is a valid number for the sample size. 92 Twitch users participated in this study and 12 people were not included in the data analysis because they had not seen the advertisements.

Findings

Three factors were analyzed in the study. The first factor, cognitive and affective responses to Twitch ads, had a Cronbach's Alpha value of 0.950, the second factor, Cronbach's Alpha value of consumer responses for brands that advertise on Twitch, is 0.8896, and finally, Cronbach's Alpha value of consumer special behaviors for Twitch ads is 0.8897. Since Cronbach's Alpha value is greater than 0.7, scale reliability has been provided.

The items meet the normality condition since the Skewness and Kurtosis values of the items are between -2.5 and +2.5, Therefore, independent sample T-test and one-way Anova test, which are parametric tests, were used in the comparative tests.

According to the results of the one-way Anova test, there is a significant difference between the education levels of the participants and the consumer factor since $p < 0.05$. According to the results of the Tukey test, there is a significant difference between the participants with post-graduate education and those with secondary education level. Participants at graduate and higher education level are more likely to agree with the statements given.

According to the one-way Anova test result, there is a significant difference between the income levels of the participants and their attitude factors since $p < 0.05$. Accordingly, the participation rate of the participants with an income level of more than TL7,500 is higher than the participants with an income level of less than TL4,500.

Conclusion

This study revealed that the attitudes of Twitch users towards advertisements broadcasted in this medium are negative, thus, the "Twitch consumers have positive attitudes towards advertisements broadcasted in this medium" hypothesis was refuted.

Participants remember some of the advertisements without guidance. It is important to determine the attitudes of Twitch users towards the brand by measuring the consumer attitudes towards the advertised product and service. It is seen that the attitudes of the participants towards the brand and their attitudes towards the advertisement of these brands are similar.

This research was conducted without classifying the target audience according to their fanaticism towards any online game. The classification of fan groups is important in terms of their representation as consumers. According to Wiid and Cant, clearly stating questions such as whether the fans are temporary, local, loyal, fanatic, or non-functional, is necessary in making marketing decisions and creating strategies (Wiid and Cant, 2015: 389). It is important in terms of the literature to reveal whether there is a difference by making the study with a classified target audience group.

Wang et al. (2002: 1143), who investigated the reason for the negative attitudes towards advertisements, found that when the consumers are exposed to the advertisement of a product / service that they do not need, they can develop a negative attitude towards that advertising. It is not known whether users exposed to Twitch advertisements need the advertised product or service. This study measured cognitive and affective responses to Twitch ads, consumer responses to Twitch advertising brands, and consumer specific behavior towards Twitch ads. It was determined whether the consumer attitude towards Twitch ads is positive or negative, and the answer to the question why it is not positive / negative was excluded from the scope of the study.

Üniversite Öğrencilerinde Akıllı Telefon Bağımlılığının Yordayıcısı Olarak Dürtüsellik ve Saldırganlık

Impulsivity and Aggression as a Predictor of Smartphone Addiction in University Students

Mehmet Enes Sağar¹

Öz

Bu araştırmanın amacı, dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı düzeylerini ne kadar yordadığının incelenmesidir. Araştırma ilişkisel tarama modeline dayalı yürütülmüştür. Araştırma grubu, 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde öğrenim gören 257 (%48.4) erkek, 274 (%51.6) kız olmak üzere toplam 531 öğrenciden oluşmuştur. Veri toplama araçları olarak "Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Formu", "Barratt Dürtüsellik Ölçeği Kısa Formu (BIS-11-KF)", "Kar-Ya Saldırganlık Ölçeği" ve "Kişisel Bilgi Formu" kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen verilerin analizinde çoklu doğrusal regresyon analiz (adimsal) yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik ve saldırganlık arasında pozitif yönde anlamlı düzeyde birer ilişkinin olduğu belirlenmiştir (Akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik ($r = .482, p < .01$); akıllı telefon bağımlılığı ile saldırganlık ($r = .435, p < .01$). Dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin akıllı telefon bağımlılığının anlamlı düzeyde yordayıcıları olduğu bulunmuştur. Dürtüsellik ve saldırganlık değişkenleri birlikte akıllı telefon bağımlılığının %29'unu ($R = .539; R^2 = .290, p < .01; F_{2/528} = 107.99, p < .01$) açıklamıştır. Araştırmadan üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığını birinci sırada "dürtüsellik", ikinci sırada "saldırganlık" değişkenlerinin anlamlı düzeyde yordadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üniversite Öğrencisi, Akıllı Telefon Bağımlılığı, Dürtüsellik, Saldırganlık

Abstract

The aim of this study is to examine to what extent impulsivity and aggression variables predict smartphone addiction levels of university students. The research was conducted based on the relational survey model. The research group consisted of a total of 531 students, 257 (%48.4) male and 274 (%51.6) female, studying at Afyon Kocatepe University in the 2020-2021 academic year. "Smartphone Addiction Scale-Short Form", "Short Form of Barratt Impulsiveness Scale (BIS-11-SF)", "Kar-Ya Aggression Scale" and "Personal Information Form" were used as data collection tools. Multiple linear regression analysis (stepwise) method was used in the analysis of the data obtained from the research. In the study, it was determined that there was a significant positive correlation between smartphone addiction and impulsivity and aggression (Smartphone addiction and impulsivity ($r = .482, p < .01$); smartphone addiction and aggression ($r = .435, p < .01$). It was found that the variables of impulsivity and aggression were significant predictors of smartphone addiction. Impulsivity and aggression variables together explained 29% ($R = .539; R^2 = .290, p < .01; F_{2/528} = 107.99, p < .01$) of smartphone addiction. From the research, it was concluded that university students' smartphone addiction was significantly predicted by "impulsivity" in the first place and "aggression" in the second place.

Keywords: University Student, Smartphone Addiction, Impulsivity, Aggression

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 01 / 10 / 2021

Accepted: 02 / 09 / 2022

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilimdalı, Afyon, Türkiye, mehmetenes15@gmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0941-5301>

Giriş

Teknolojide meydana gelen gelişmeler akıllı telefonları yaşamın vazgeçilmez ve önemli bir unsuru haline getirmiştir. Akıllı telefonların bilgi, iletişim, eğitim ve eğlence amaçlı kullanım işlevlerinin artması bu cihazların dünya çapında kullanım popülaritesini artırmaktadır. Akıllı telefonların söz konusu bu işlevleri aracılığıyla bireyler kullanım amaçlarına göre fayda sağlamakta ve yaşamlarında kolaylıklar elde etmektedir. Yaşanan zaman dilimi içerisinde akıllı telefonlar kullanım işlevlerinde artışın yanı sıra, erişimde kolaylık sunması, bilgi ve iletişim ortamında değişim sağlaması, kişilerarası davranışlara yön vermesi gibi özelliklerle kullanıcıların yaşamlarına ciddi bir etki yaratmaktadır. Başlangıçta bir iletişim aracı olarak tasarlanan bu cihazların kullanımında çarpıcı biçimde bir artışın meydana gelmesi, aşırı kullanım ve bağımlılık gibi endişe veren problemlere sebep olmaktadır (Atroszko, Andreassen, Griffiths ve Pallesen, 2015; Haug, Castro, Kwon, Filler, Kowatsch ve Schaub, 2015; Sağar, 2022; Zhang, Chen ve Lee, 2014).

Akıllı telefonların problemleri ve kompulsif bir biçimde kullanılması günlük yaşam faaliyetlerini olumsuz şekilde etkilemekte ve bağımlılık yapabilmektedir. Ancak akıllı telefon bağımlılığı üzerine yeterli düzeyde araştırmanın bulunmaması bu bağımlılık türünün net biçimde açıklanamamasına yol açmaktadır. Bir tür teknolojik bağımlılık olarak değerlendirilebilmekte ve insan-makine etkileşimi ile kimyasal olmayan kumara benzer bir bağımlılık davranışına dönüşme eğilimi bulunmaktadır. Ayrıca bir çok yönü ile internet bağımlılığına benzetilmektedir. Dolayısıyla internet bağımlılığı üzerine ortaya atılmış tanı kriterleri akıllı telefon bağımlılığı için de kullanılabilir (Griffiths, 1996; Kim, 2013; Oulasvirta, Rattenbury, Ma ve Raita, 2012; Salehan ve Negahban, 2013). Alanyazın incelendiğinde internet bağımlılığına ilişkin tanı kriterlerinin; zihnin sürekli internete odaklanması, internet kullanım ihtiyacının devamlı olarak artması, internet kullanımı konusunda kontrol sağlanamaması, internet kullanımı azaltılmaya çalışıldığında ruhsal sıkıntıların yaşanması ve çok fazla internette zaman geçirildiği takdirde kişisel, sosyal, mesleki ve akademik anlamda problemlerin yaşanması bağlamında ele alındığı görülmektedir (Young, 1996, 1998; Suler, 1999; Griffiths, 1996; Beard ve Wolf, 2001; Shapira, Lessig, Goldsmith, Szabo, Lazortz, Gold ve Stein 2003; Ko, Yen, Chen, Chen ve Yen, 2005; Shaw ve Black, 2008; Tao, Huang, Wang, Zhang, Zhang ve Li, 2010). Her ne kadar çeşitli araştırmacılar internet bağımlılığına ilişkin bir takım tanı kriterleri ortaya koysalar da Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı (DSM-V) incelendiğinde internet bağımlılığına ilişkin henüz bir tanılama bulunmadığı görülmektedir. Ancak söz konusu bu kitapta internette oyun bozukluğuna yer verilmesi internet bağımlılığı konusuna açıklık kazandırmasa da bu alanda yapılacak çalışmalara olumlu bir katkı sunmaktadır (APA, 2013; Bozkurt, Şahin ve Zoroğlu, 2016; Tam, 2016). Bu bilgiler doğrultusunda herhangi resmi bir açıklama bulunmasa da akıllı telefon bağımlılığına yönelik tanı kriterleri bir çok araştırmacı tarafından; bireylerin gün boyunca akıllı telefonlarını kullanmakla meşgul olmaları, akıllı telefonu kullandıkça daha çok kullanma eğilimlerini artırarak tolerans geliştirmeleri, akıllı telefon kullanımına yönelik zararlı etkilerden haberdar olmalarına rağmen akıllı telefon kullanımlarını kısıtlayamamaları, akıllı telefon kullanamadıkları zamanlarda kullanmak için kaygı ve huzursuzluk yaşayarak şiddetli bir istek duymaları ve yoksunluk yaşamaları, tekrar tekrar uyanarak akıllı telefonlarını kontrol etme ihtiyacı hissetmeleri ve telefonla uyuma eğilimi göstermeleri şeklinde sıralanabilmektedir (Alosaimi, Alyahya, Alshahwan, Al Mahyijari ve Shaik, 2016; Kwon, Kim, Cho ve Yang, 2013; Lanaj, Johnson ve Barnes, 2014). Bu bağlamda akıllı telefon bağımlılığı, kişilerin akıllı telefona karşı bir meşguliyet geliştirerek onu aşırı kullanma ihtiyacı duymaları, akıllı telefondan uzak kalarak rahatsızlık yaşamaları ve bu problemleri kullanımları sonucunda kişisel, sosyal ve diğer yaşam alanları açısından zarar görmelerine sebep olabilen bir tür internet bağımlılığı olarak ifade edilebilir.

Her yaşta bireyin ilgi odağı haline gelen akıllı telefonlar özellikle genç nüfus ve üniversite öğrencileri arasında yaygın biçimde kullanılmaktadır (Boumosleh ve Jaalouk, 2018; Dahlstrom, 2012; Roberts, Yaya ve Manolis, 2014). Gençler arasında akıllı telefon kullanımının daha fazla olmasına sebep olan faktörler; akıllı telefonlarda hem iletişimi hem de mesaj iletimini daha kolaylaştıran internet ve sosyal medyaya hızlı erişimin olması; kullanıcılara oyun oynama, multimedya oynatıcılara sahip olma, fotoğraf albümlerine ve elektronik kitaplara sahip olma gibi pek çok çeşitli eğlence imkanları sunması; kamera kullanımı gibi bir çok işlevlerin rahat yapılması gibi unsurlar sıralanabilir (Ting ve Chen, 2020). Alanyazında yapılan çalışmalar incelendiğinde akıllı telefon bağımlılığı ile depresyon (Alhassan, Alqadhib, Taha, Alahmari, Salam ve Almutairi, 2018; Ithnain, Ghazali ve Jaafar, 2018; Kim, Park, Kim, Pan, Lee ve McIntyre, 2019; Kwon ve Paek, 2016; Matar Boumosleh ve Jaalouk, 2017; Mohamed ve Mostafa, 2020); kaygı (Hawi ve Samaha, 2017; Ithnain, Ghazali ve Jaafar, 2018; Kim, Park, Kim, Pan, Lee ve McIntyre, 2019; Matar Boumosleh ve Jaalouk, 2017); benlik saygısı (Fallah Nodehi, Boroomandfar ve Moussavi, 2020; Kim, 2017; Lee, 2017; Tohumcu, Karsli, Bahadir ve Kalender, 2019); yalnızlık (Jiang ve Shypenka, 2018; Kim, 2017; Kim, Cho ve Kim, 2017); stres (Gligor ve Mozoş, 2019; Kim, 2017; Kim ve Choi, 2017) vb. konularla incelendiği görülmüştür. Bu çalışmada da dürtüsellik ve saldırganlık konularıyla ele alınmıştır.

Bu araştırma kapsamında akıllı telefon bağımlılığı ile ele alınan kavramlardan ilki dürtüselliktir. Dürtüsellik, bireyin içinde bulunduğu ortama uygun bulunmayan, planlanmamış, sonucu düşünmeden ani bir biçimde yapılarak istenmeyen durumlara sebep olan davranışlar olarak ifade edilmektedir. Bir başka deyişle bireyin o an içinden geldiği gibi davranması, elindekileri göz ardı etmesi, plan yapmaması ve davranışlarını düşünmeden yapması olarak tanımlanmaktadır. Bireyin risk alması, plan yapma konusunda yetersizlik hissetmesi ve zihnini kolay bir şekilde toplayamaması ile ilişkilendirilmektedir

(Dickman, 1990; Eysenck ve Eysenck, 1977; Patton, Stanford ve Barratt, 1995; Webster ve Jackson, 1997). Dürtüsellik dikkat sağlayamama, aciliyet, sabır gösterememe, kaçınılmazlık, risk alma, hızlı karar verme, önceden tasarlamada eksiklik, kontrol kaybı yaşamak, sonuna kadar direnememek (sebat eksikliği), zarar görme olasılığı yaşamak, heyecan ve zevk aramak gibi davranışlar ile açıklanmaktadır (Crépin, Carrard, Perroud, Van der Linden ve Golay, 2010; Stevens, 2017). Ayrıca meşgul olunan göreve yönelik odak sağlayamama noktasında “dikkat dürtüselligi”, hazırlıklı olmayan ve ani hareket etme durumuna göre “motor dürtüsellik” ve kendini kontrol edememe durumuna göre ise “plan yapmama dürtüselligi” olmak üzere üç boyutta ele alınmaktadır (Patton, Stanford ve Barratt, 1995). Genel olarak davranışın olumsuz sonuçlarına karşı duyarlılığın azalması; bilgi işlenmesinin tamamlanmasından önce uyarılara karşı hızlı, plansız tepkiler verme ve uzun vadeli sonuçlara önem vermeme olarak değerlendirilebilmektedir (Moeller, Barratt, Dougherty, Schmitz ve Swann, 2001). Bu bilgilerden hareketle dürtüsellik bireyin herhangi bir işe karşı yeterli düzeyde düşünmemesi ve ani hareket ederek istenmeyen sonuçlarla karşılaşması olarak ifade edilebilir. Dürtüsellige ilişkin bu özellikler dikkate alındığında dürtüsellığın akıllı telefon bağımlılığında bir etken olduğu düşünülmektedir. Ayrıca bağımlılık sürecinde dürtüsellığın yüksek olmasının, aşırı madde kullanımına girme eğilimini öngördüğü vurgulanmaktadır (Dalley, Everitt ve Robbins, 2011; Robbins, Gillan, Smith, de Wit, Ersche, 2012; Verdejo-Garcia, Lawrence ve Clark, 2008). Buradan hareketle akıllı telefon bağımlılığında dürtüsellik önemli bir faktör olarak ele alınabilmektedir. Bazı araştırmalarda dürtüsellığın akıllı telefon bağımlılığını etkileyen önemli belirleyicilerinden olduğu bildirilmektedir (Kim, Huh, Cho, Kwon, Choi, Ahn, Lee, Kim ve Kim, 2014; Kim, Jeong, Cho, Jung, Kwak, Rho, Yu, Kim ve Choi, 2016). Bu gerekçelerden dolayı, üniversite öğrencilerinde dürtüsellığın akıllı telefon bağımlılığına katkıda bulunduğu düşünülmektedir.

Bu araştırmada akıllı telefon bağımlılığı ile ele alınan kavramlardan diğeri ise saldırganlıktır. Antisosyal ve bozucu bir davranış olarak ele alınan saldırganlık başka bir canlıya hem fiziksel hem de duygusal anlamda zarar verme ya da zarar verme amacına yönelik tutum ve davranış olarak tanımlanmaktadır (Ballard, Rattley, Fleming ve Kidder-Ashley, 2004; Baron, 1994; Berkowitz, 1998; Efrati-Virtzer ve Margalit, 2009; Horan, Chory ve Goodboy, 2010). Başka bir deyişle saldırganlık bireyin bir başkasına, onu incitme ve doğrudan zarar verme niyetiyle yönelttiği bir davranış olarak ifade edilebilir (Anderson ve Huesmann, 2003; Bushman ve Anderson, 2001; Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998). Freedman, Sears ve Carlsmith (1998) saldırganlığı üç boyutta ele almışlardır. Onlara göre, grubun standartları bakımından kabul edilen amaçlar bağlamında toplumsal yönden onaylanan “prososyal (özgeci) saldırganlık”, toplumca onay verilmeyen “antisosyal (düşmanca) saldırganlık” ve üçüncü olarak toplum kurallarının gereklilik arz etmediği, ancak toplumsal kuralların dışına çıkmayan, ahlak standartlarına ters düşmeyen saldırganlık olarak “izin verilmiş saldırganlık” şeklinde gruplanmaktadır (Freedman, Sears ve Carlsmith, 1998). Hogo ve Vaughan (2006) ise saldırganlığı, birincil amaç olarak başka birine zarar verme durumunun olduğu duygusal saldırganlık ile bir başkasına zarar verme amacına yönelik yolda araç olan araçsal saldırganlık olarak iki biçimde incelemektedir. Ayrıca Novaco (1994) saldırganlığı, fiziksel, sözel, öfke, düşmanlık ve dolaylı saldırganlık olarak; Krahe (2013) ise saldırganlığı, fiziksel, sözlü, psikolojik, dolaylı, doğrudan, bireye ve gruba saldırganlık şeklinde ele almaktadırlar. Görüldüğü üzere saldırganlık hem fiziksel anlamda vurma, itme gibi özelliklerle hem de sözlü olarak aşağılama veya tehditkâr konuşma gibi özelliklerle ifade edilebilmektedir. Ayrıca bu bilgilerden anlaşıldığı gibi saldırganlık kendi türüne zarar vermeyi kapsayan özellikler olabileceği gibi aynı zamanda canlı veya cansız varlıklara zarar verme niyetini taşıyan davranışları da içermektedir (Hogo ve Vaughan, 2006). Genel olarak bu bilgiler bağlamında saldırganlığın, farklı boyutlar ile ele alınabildiği ancak temelinde karşıdaki bireye zarar verici tepkilerden meydana gelen bir davranış stili olduğu ifade edilebilir. Saldırganlığa ilişkin bu özellikler dikkate alındığında saldırganlığın akıllı telefon bağımlılığında bir etken olduğu düşünülmektedir. Ayrıca saldırganlık bağımlılık eğilimi gibi yüksek riskli davranışlar sergileyen bireylerde görülen bir kişilik özelliği olarak vurgulanmaktadır (Dostian, Bahmani, Aazami ve Godini, 2013). Buradan hareketle akıllı telefon bağımlılığında saldırganlık önemli bir faktör olarak ele alınabilmektedir. Bazı araştırmalarda saldırganlığın akıllı telefon bağımlılığını etkileyen önemli belirleyicilerinden olduğu bildirilmektedir (Park ve Kim, 2016; Shobha, Aswathappa ve Varshini, 2019). Bu gerekçelerden dolayı, üniversite öğrencilerinde saldırganlığın akıllı telefon bağımlılığına katkıda bulunduğu düşünülmektedir.

Tüm yaş grupları tarafından kullanılarak hayatın vazgeçilmezleri arasında yer alan akıllı telefonlar bağımlılık oluşturma noktasında üniversite öğrencilerinde önemli bir problem alanını oluşturmaktadır. Üniversite öğrencilerinin yaşamlarında kişisel, sosyal ve akademik alanlarda problemler yaşamalarına ve ruhsal açıdan ciddi bir biçimde zarar görmelerine sebep olabilmektedir. Bu bağlamda bu bağımlılık türü ile karşı karşıya kalarak çeşitli sorunlar yaşayan üniversite öğrencilerinde çalışılması gerekli ciddi sorunlardan biri olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda üniversite öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı ile ilişkili olan değişkenlerin ortaya koyulmasının akıllı telefon bağımlılığı probleminin daha iyi biçimde anlaşılmasına ve tanımlanmasına yardımcı olabilecektir. Ayrıca yapılan bu kapsamda iyileştirici ve koruyucu ruh sağlığına yönelik yapılacak olan çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Alanyazında akıllı telefon bağımlılığı ile farklı değişkenlerin birlikte incelendiği araştırmalar mevcuttur. Mevcut çalışmalar doğrultusunda akıllı telefon bağımlılığına yol açan faktörleri ve bu faktörlere bağlı gelişen sonuçları kavrayarak akıllı telefon bağımlılığına ilişkin çözümler sunabilmek çok önemli görülmektedir. Alanyazında akıllı telefon bağımlılığı ile ele alınan değişkenlerle yapılan çalışmalar dikkate alındığında akıllı telefon bağımlılığı değişkeni ile dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin ele alındığı çalışmaların olduğu;

ancak bu çalışmaların diğer değişkenlere göre nispeten daha az ve her iki değişkenin birlikte incelendiği çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma ile önceki literatüre bağlı kalınarak, hem akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik; akıllı telefon bağımlılığı ile saldırganlık çalışmalarına ilişkin önceki bulgular doğrulanmaya çalışılmış; hem de dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin her ikisinin birlikte akıllı telefon bağımlılığını yordaması hakkında orijinal veriler sağlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca yapılan bu araştırma rehberlik ve psikolojik danışma, psikoloji ve ruh sağlığı alanları açısından da farklı bir bakış açısı sunacağı için önemli görülmektedir. Bu bağlamda yapılan araştırmada, dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı düzeylerini ne kadar yordadığını incelemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırmada “dürtüsellik ve saldırganlık değişkenleri üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı düzeylerini anlamlı bir şekilde yordamakta mıdır?” sorusunun yanıtı aranmıştır.

2. Araştırma Yöntemi

2.1. Araştırma Modeli

Araştırma ilişkisel tarama modeline dayalı olarak yürütülmüştür. Bu model iki ya da daha fazla sayıdaki değişken arasında birlikte değişimin varlığını ya da derecesini belirlemeye yönelik bir araştırma modelidir (Karasar, 2016).

2.2. Çalışma Grubu

Bu çalışmanın araştırma grubunu 2020-2021 eğitim-öğretim yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde çeşitli bölümlerde öğrenim gören 257 (%48.4) erkek ve 274 (%51.6) kız olmak üzere toplam 531 öğrenci oluşturmuştur. Araştırma grubunun yaş aralığı 18-25 arasında olup; yaş ortalaması 20.73'tür.

2.3. Veri Toplama Araçları

2.3.1. Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Formu

Kwon, Kim, Cho ve Yang (2013) tarafından geliştirilen bu ölçeğin Türkçe uyarlaması Noyan, Enez Darçın, Nurmedov, Yılmaz ve Dilbaz (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir. 10 maddeden oluşan bu ölçeğin güvenirlik katsayısı .867 olarak hesaplanmıştır. Beşli likert tipinde olan bu ölçekten elde edilen toplam puanların artması akıllı telefon bağımlılığı riskinin arttığına işaret etmektedir. Bu araştırmada ölçeğin toplam puanlarına ait Cronbach alfa güvenirlik katsayısının .90 olduğu belirlenmiştir.

2.3.2. Barratt Dürtüsellik Ölçeği - Kısa Formu (BIS-11-KF)

Patton, Standford ve Barratt (1995) tarafından geliştirilen bu ölçeğin Türkçe uyarlaması Tamam, Güleç ve Karataş (2013) tarafından gerçekleştirilmiştir. 15 maddeden oluşan bu ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .82 olarak hesaplanmıştır. Beşli likert tipinde olan bu ölçekten elde edilen toplam puanların artması dürtüsellik yüksek olduğuna işaret etmektedir. Bu araştırmada ölçeğin toplam puanlarına ait Cronbach alfa güvenirlik katsayısının .82 olduğu belirlenmiştir.

2.3.3. Kar-Ya Saldırganlık Ölçeği

Karataş ve Yavuzer (2016) tarafından geliştirilmiştir. 23 maddeden oluşan ve beşli likert tipinde olan bu ölçeğin iç tutarlılık katsayısı .92 olarak hesaplanmıştır. Bu araştırmada ölçeğin toplam puanlarına ait Cronbach alfa güvenirlik katsayısının .90 olduğu belirlenmiştir.

2.3.4. Kişisel Bilgi Formu

Bu formda üniversite öğrencilerinden cinsiyet ve yaş bilgileri istenmiştir.

2.4. Verilerin Toplanması

Araştırmada ilk olarak Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan (Karar Tarihi: 25.06.2021; Toplantı: 08; Evrak Sayısı: 29834) etik kurul onayı alınmıştır. Gerekli izin alındıktan sonra araştırma verileri Google Form aracılığıyla online (çevrimiçi) yöntemle toplanmıştır. Bu doğrultuda Google Form aracılığıyla hazırlanan veri toplama araçları e-posta yoluyla üniversite öğrencilerine gönderilerek öğrenciler araştırmaya davet edilmiştir. Araştırmaya gönüllü bireylerin katılması esas alınmış olup araştırmaya katılmadan önce bireylerden aydınlatılmış onam alınmıştır. Ayrıca veri toplama sürecinde gizlilik ilkesi dikkate alınmış ve bu konuda bireyler bilgilendirilmiştir. Çevrimiçi veri toplama süreci yaklaşık olarak on gün sürmüştür.

2.5. Veri Analizi

Araştırma için toplanan veriler üzerinde ilk önce çoklu doğrusal regresyon analizi açısından uygunluk sağlayıp sağlamadığına karar vermek adına veri setlerine ait normallik ve doğrusallık değerlendirilmiştir. Normallik (çok değişkenli) ve doğrusallık varsayımlarını güçleştiren uç değerlerin olup olmadığına ilişkin mahalanobis uzaklık (16.27), cook's (Cook'

< 1) ve leveragevalues (.000 - .020) değerleri bağlamında incelenmiştir. Bunlara ek olarak veri setleri basıklık, çarpıklık değerleri (+1/-1), saçılım ve histogram grafikleri açısından da incelenmiştir. Veri setlerine ait doğrusallık ve normallik koşullarının sağlandığı ve yordayan değişken sayısı esas alındığında örneklem büyüklüğünün uygunluk taşıdığına karar verilmiştir. Çoklu doğrusal regresyon analizine ait diğer bir varsayım ise yordayıcı değişkenlerin arasında yüksek bağıntı katsayısının bulunmaması adına yapılan incelemelerde yordayıcı değişkenler arasında çoklu bağlantılık olarak tanımlanabilecek .80 üzerinde bir korelasyon değerinin olmadığı (Tablo 2), tolerans değerlerinin .20'den yüksek, VIF değerlerinin 10'dan küçük ve CI değerlerinin ise 30'dan küçük olduğu tespit edilmiştir. Hataların bağımsız olma şartını inceleme bakımından Durbin-Watson değerine bakılmıştır ve bu değer 1-3 arasında (DW = 1.91) olduğu; dolayısı ile sorun taşımadığı görülmüştür. Yapılan incelemeler bağlamında ulaşılan verilerin çoklu doğrusal regresyon analizi açısından uygunluk gösterdiği saptanmıştır. Araştırma kapsamında ulaşılan veriler çoklu doğrusal regresyon analiz (adimsal) yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu araştırmada .05 anlamlılık düzeyi dikkate alınmıştır (Akbulut, 2010; Büyüköztürk, 2011).

3. Bulgular

3.1. Akıllı Telefon Bağımlılığı, Dürtüsellik ve Saldırganlık Değişkenlerine Ait Aritmetik Ortalama ile Standart Sapma

Akıllı telefon bağımlılığı, dürtüsellik ve saldırganlığın aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Akıllı Telefon Bağımlılığı, Dürtüsellik ve Saldırganlık Değişkenleri Aritmetik Ortalama ile Standart Sapma Değerleri

| | N | \bar{X} | SS |
|-------------------------------------|-----|-----------|-------|
| Akıllı Telefon Bağımlılığı (A.T.B.) | 531 | 33.95 | 11.40 |
| Dürtüsellik (D.) | 531 | 27.85 | 6.45 |
| Saldırganlık (S.) | 531 | 49.26 | 13.45 |

Tablo 1 incelendiğinde araştırma grubunun aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri; akıllı telefon bağımlılığı ($X = 33.95$; $SS = 11.40$), dürtüsellik ($X = 27.85$; $SS = 6.45$) ve saldırganlık ($X = 49.26$; $SS = 13.45$) olarak belirlenmiştir.

3.2. Akıllı Telefon Bağımlılığı, Dürtüsellik ve Saldırganlık Değişkenleri Arasındaki İlişkiler

Akıllı telefon bağımlılığı, dürtüsellik ve saldırganlık arası ilişkiler basit korelasyon analiz yöntemiyle bakılmış olup sonuçlar Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Akıllı Telefon Bağımlılığı, Dürtüsellik ve Saldırganlık Değişkenleri Arasındaki Basit Korelasyon Analiz Katsayıları

| | A.T.B. | D. | S. |
|-------------------------------------|--------|--------|----|
| Akıllı Telefon Bağımlılığı (A.T.B.) | 1 | | |
| Dürtüsellik (D.) | .482** | 1 | |
| Saldırganlık (S.) | .435** | .457** | 1 |

** $p < .01$

Tablo 2 incelendiğinde akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik ($r = .482$, $p < .01$) ve saldırganlık ($r = .435$, $p < .01$) arasında pozitif yönde anlamlı düzeyde birer ilişkinin olduğu saptanmıştır. Ayrıca yordayıcı değişkenler arasında çoklu bağlantılık olarak tanımlanabilecek .80 üzerinde bir korelasyon değerinin bulunmadığı görülmüştür.

3.3. Dürtüsellik ve Saldırganlık Değişkenlerinin Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Bağımlılığını Yordama Gücü

Dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığını yordama gücünü ortaya koymak amacıyla çoklu doğrusal regresyon analiz (adimsal) değerlerine bakılmıştır ve Tablo 3'te sonuçlar verilmiştir.

Tablo 3. Akıllı Telefon Bağımlılığının Dürtüsellik ve Saldırganlık Değişkenleri Tarafından Yordanmasına Yönelik Çoklu Doğrusal Regresyon (Adımsal) Analizi Sonuçları

| Model | Standardize Edilmemiş Katsayılar | | Standardize Edilmiş Katsayılar | | İkili <i>r</i> | Kısmi <i>r</i> | <i>R</i> | <i>R</i> ² | <i>F</i> | <i>Sd</i> |
|---------------------|----------------------------------|-----------|--------------------------------|----------|----------------|----------------|-------------------|-----------------------|----------|-----------|
| | <i>B</i> | Std. Hata | Beta | <i>t</i> | | | | | | |
| 1. (Sabit) | 10.237 | 1.926 | | 5.31 | | | | | | |
| Dürtüsellik | .852 | .067 | .082 | 12.64 | .482 | .482 | .482 ^a | .232 | 159.84 | 1-529 |
| 2. (Sabit) | 5.008 | 2.016 | | 2.48 | | | | | | |
| Dürtüsellik | .632 | .073 | .358 | 8.67 | .482 | .353 | .539 ^b | .290 | 107.99 | 2-528 |
| Saldırganlık | .230 | .035 | .271 | 6.58 | .435 | .275 | | | | |

Tablo 3 incelendiğinde akıllı telefon bağımlılığını anlamlı düzeyde yordadığı için dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin çoklu doğrusal regresyon analiz (adımsal) sürecinde işleme dahil edildiği belirlenmiştir. Beta ve korelasyon (ikili/kısmi) değerleri incelendiğinde akıllı telefon bağımlılığı değişkeniyle dürtüsellik ve saldırganlık değişkenleri arasında pozitif yönde anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Dürtüsellik ve saldırganlık değişkenleri birlikte üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarına ilişkin toplam varyansın %29'unu ($R = .539$; $R^2 = .290$, $p < .01$; $F_{2/528} = 107.99$, $p < .01$) açıklamaktadır.

Çoklu doğrusal regresyon analizinin birinci adımında incelenen dürtüsellik değişkeninin akıllı telefon bağımlılığını yordamada beta katsayısı .082'dir. Beta katsayısının anlamlılığına ilişkin *t* testi sonucunun anlamlı düzeyde olduğu belirlenmiştir ($t = 12.64$, $p < .01$). Tek başına dürtüsellik değişkeni akıllı telefon bağımlılığının %23'ünü açıklamaktadır ($R = .482$; $R^2 = .232$; $F_{1/529} = 159.84$, $p < .01$).

Çoklu doğrusal regresyon analizinin ikinci adımında modele dürtüsellik değişkeninin yanı sıra saldırganlık değişkeni de girmiştir. Dürtüsellik ve saldırganlık değişkenleri birlikte akıllı telefon bağımlılığının %29'unu açıklamaktadır ($R = .539$; $R^2 = .290$, $p < .01$; $F_{2/528} = 107.99$, $p < .01$). Dürtüsellik değişkeninin beta katsayısı .358; saldırganlık değişkeninin beta katsayısı .271'dir. Beta katsayısının anlamlılığına ilişkin *t* testi sonuçlarının anlamlı düzeyde olduğu belirlenmiştir ($t_{Dürtüsellik} = 8.67$, $p < .01$; $t_{Saldırganlık} = 6.58$, $p < .05$). Yapılan çoklu doğrusal regresyon analiz sonucunda dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin akıllı telefon bağımlılığını anlamlı düzeyde yordadığı görülmüştür. Modeldeki değişkenlere ilişkin beta değerleri dikkate alındığında üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılıklarını ilk sırada "dürtüsellik", ikinci sırada "saldırganlık" değişkenlerinin anlamlı düzeyde yordadığı belirlenmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin üniversite öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığını ne kadar yordadığının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik ve saldırganlık arasında pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca yapılan bu çalışma sonucunda dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin akıllı telefon bağımlılığı değişkeninin anlamlı düzeyde yordayıcıları olduğu görülmüştür. Dürtüsellik ve saldırganlık değişkenleri birlikte akıllı telefon bağımlılığının %29'unu açıklamıştır. Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığını birinci sırada "dürtüsellik", ikinci sırada "saldırganlık" değişkenlerinin anlamlı düzeyde yordadığı belirlenmiştir.

Bu çalışma sonucunda üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığını ilk sırada dürtüsellik değişkeninin anlamlı düzeyde yordadığı ve aralarında pozitif yönde anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Bu sonuca dayanarak üniversite öğrencilerinin dürtüsellik düzeyi arttıkça akıllı telefon bağımlılığı düzeyinin arttığı söylenebilir. Bu sonuç alanyazındaki akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik arasında ilişkinin olduğu sonucuna ulaşan araştırma sonuçları ile tutarlık göstermektedir (Grant, Lust ve Chamberlain, 2019; Jang ve Ha, 2019; Jo, Na ve Kim, 2018; Kim, 2019; Kim, Jeong, Cho, Jung, Kwak, Rho, Yu, Kim ve Choi, 2016; Kim, Kim, Kim, Ju, Choi ve Yu, 2015; OH, 2015; Özen ve Topcu, 2017). Ayrıca bu çalışma sonucu Jeong ve Baek (2015) tarafından yapılan çalışmada akıllı telefon bağımlılığı ile üniversite yaşamına uyum arasındaki ilişkilerde dürtüsellik düzenleyici etkileri olduğu ve bu bağlamda akıllı telefon bağımlılığını önlenmesi ve dürtüsellik kontrolünün yapılmasının öğrencilerin üniversite yaşamlarına uyum sağlamasına yardımcı olduğu sonucu ile uyumludur. Alanyazın incelenmeye devam edildiğinde dürtüsellik internet bağımlılığı, internette oyun bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı gibi diğer teknolojik bağımlılık türleri ile ilişkili olduğu sonuçları ile de tutarlık arz etmektedir (Andiç ve Batıgün, 2019; Barger ve Holmes, 2017; Cerniglia, Guicciardi, Sinatra, Monacis, Simonelli ve Cimino, 2019; Kwon, 2010; Marzilli, Cerniglia, Ballarotto ve Cimino, 2020; Tatal, Erensoy ve Melek, 2021; Wegmann, Müller, Turel ve Brand, 2020). Yapılan bu araştırma sonucu ve diğer araştırma bulguları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, dürtüsellik diğer

davranışsal bağımlılıklar ile ilişkili olduğu gibi akıllı telefon bağımlılığı ile de ilişkili olduğu söylenebilir. Ayrıca bireylerin dürtüsellik düzeyleri ne kadar yüksek ise o oranda akıllı telefon bağımlılığı da yüksek olduğu ifade edilebilir. Bir başka açıdan değerlendirildiğinde bireylerin yaşam içerisinde bulunduğu ortama uygun bulunmayan, planlanmamış, sonucunu düşünmeden ani bir biçimde yaparak istenmeyen durumlara sebep olan davranışlar sergilemesi, o an içinden geldiği gibi davranması, elindekileri göz ardı ederek, plan yapmaması ve davranışlarını düşünmeden yapması sonucu oluşan dürtüsellik (Dickman, 1990; Eysenck ve Eysenck, 1977; Patton, Stanford ve Barratt, 1995; Webster ve Jackson, 1997) onların akıllı telefon bağımlılığını artırmalarına yol açabilir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı düzeyini azaltmada düşük düzeyde dürtüsellik önemli bir işlevinin olduğu düşünülmektedir. Bu noktada üniversite öğrencilerinin dürtüsellik düzeylerinin azaltılmasına ilişkin yapılabilecek çalışmalar onların akıllı telefon bağımlılık düzeylerini azaltmalarına pozitif bir katkı sunabilir.

Üniversite öğrencileri ile gerçekleştirilen bu çalışmada akıllı telefon bağımlılığını dürtüsellik değişkeninden sonra saldırganlık değişkeninin anlamlı düzeyde yordadığı ve aralarında pozitif yönde anlamlı düzeyde bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Bir diğer ifadeyle üniversite öğrencilerinde saldırganlık düzeyi arttıkça akıllı telefon bağımlılığının da arttığı söylenebilir. Bu sonuç doğrultusunda alanyazın incelendiğinde bu sonucu destekler nitelikte araştırma sonuçlarına rastlanmıştır (Kim, Kim, Kim, Ju, Choi ve Yu, 2015; Lee, Sung, Song, Lee, Lee, Cho, Park ve Shin, 2018; Park ve Kim, 2016; Seo, 2018; Shobha, Aswathappa ve Varshini, 2019). Ayrıca bu çalışma sonucu ile alanyazında saldırganlığın internet bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı gibi diğer teknolojik bağımlılık türleri ile ilişkili olduğu sonuçları ile de tutarlık göstermektedir (Evren, Evren, Dalbudak, Topcu ve Kutlu, 2019; Khatoon, Akhtar, Jamil ve Rahman, 2018; Kim, Namkoong, Ku ve Kim, 2008; Ko, Yen, Liu, Huang ve Yen, 2009; Kwon, 2010; Teng, Li ve Liu, 2014). Bu araştırma bulguları ve yapılan çalışmada ulaşılan sonuçlar birlikte değerlendirildiğinde, saldırganlığın diğer davranışsal bağımlılıklar ile ilişkili olduğu gibi akıllı telefon bağımlılığı ile de ilişkili olduğu söylenebilir. Bunun yanı sıra üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılık düzeylerini azaltmada saldırganlık düzeylerini azaltmanın önemli bir işlevi olduğu ifade edilebilir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin saldırganlık düzeylerinin azaltılmasına yönelik yapılacak çalışmaların onların akıllı telefon bağımlılık düzeylerini azaltmalarında olumlu yönde bir katkı koyacağı düşünülmektedir.

Araştırma doğrultusunda yüksek düzeyde dürtüsellik ve saldırganlık bulunan üniversite öğrencilerinde yüksek düzeyde akıllı telefon bağımlılığının olabileceği söylenebilir. Bu sonuca dayalı olarak üniversite öğrencileriyle dürtüsellik ve saldırganlık düzeylerini azaltmaya yönelik çalışmaların, onların akıllı telefon bağımlılığına karşı daha dirençli olmalarına yardım edebileceği düşünülmektedir. Bu araştırma dürtüsellik ve saldırganlığın düşük olmasının akıllı telefon bağımlılığını azaltmasına dair önemli bir sonucu ortaya koymasının yanı sıra bazı sınırlılıklar taşımaktadır. Bunlar; araştırma grubunun sadece üniversite öğrencilerinden oluşması, akıllı telefon bağımlılığı ile sadece dürtüsellik ve saldırganlık değişkenlerinin incelenmesi, araştırmanın sadece nicel verilerle yürütülmesi gibi sınırlılıklardır. Bu bağlamda benzer bir araştırma üniversite öğrencileri dışında farklı araştırma grupları (ergenler, yetişkinler, çocuklar... vb. gibi) üzerinde yürütülebilir. Bu çalışmada akıllı telefon bağımlılığı ile sadece dürtüsellik ve saldırganlık değişkenleri incelenmiş olup ilişkili diğer psikolojik faktörler ele alınmamıştır. Yapılacak çalışmalarda başka değişkenlerin akıllı telefon bağımlılığı üzerinde yordayıcı rolü incelenebilir. Bu çalışma kesitsel bir araştırma olarak yapılmıştır ve dolayısı ile akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik ve saldırganlık arasındaki neden-sonuç ilişkilerini ortaya koyamamaktadır. Yapılacak çalışmalarda farklı yöntemler kullanılarak akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik ve saldırganlık arasındaki neden-sonuç ilişkileri incelenebilir. Her ne kadar araştırmacılar akıllı telefon bağımlılığına ilişkin tanı kriterleri sürmüş olsa da hem Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabında (DSM-V) bu bağımlılık türüne ait tanı kriterlerinin bulunmaması, hem de alanyazında bu bağımlılığa ilişkin bulguların diğer davranışsal bağımlılıklara kıyasla daha yetersiz olması bu çalışmayı sınırlandırmaktadır; ancak, dürtüsellik ve saldırganlığın akıllı telefon bağımlılığını yordadığına ilişkin önemli bilgiler sunmaktadır. Bu çalışma ile alanyazındaki mevcut bulgulara bağlı kalınarak, hem akıllı telefon bağımlılığı ile dürtüsellik ve saldırganlık çalışmalarına ilişkin önceki bulgular doğrulanmaya; hem de bu iki değişkenin birlikte akıllı telefon bağımlılığını yordaması hakkında orijinal veriler sağlanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığını önleme veya azaltma çalışmalarında onların dürtüsellik ve saldırganlık düzeylerini azaltabilecek çalışmalara yer verilebilir. Bu noktada dürtüsellik ve saldırganlıkla ilgili yapılan müdahaleler akıllı telefon bağımlılığı üzerinde de denenebilir. Akıllı telefon bağımlılığı gibi pek çok problemler ile karşılaşan üniversite öğrencilerinin, sorunlarına karşı farklı çözüm seçenekleri geliştirme becerileri kazanmalarına, kendilerini düzenleyerek kontrol edebilmelerine yönelik danışmanlık faaliyetleri hazırlanarak uygulanabilir. Ayrıca müdahale programları, grup çalışmaları, eğitim programları ve seminer çalışmaları ile üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığını azaltmaya yönelik çalışmalar yürütülebilir.

Kaynakça

Akbulut, Y. (2010). *Sosyal Bilimlerde SPSS Uygulamaları*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.

- Alhassan, A. A., Alqadhib, E. M., Taha, N. W., Alahmari, R. A., Salam, M., & Almutairi, A. F. (2018). The relationship between addiction to smartphone usage and depression among adults: a cross sectional study. *BMC psychiatry*, 18(1), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s12888-018-1745-4>.
- Alosaimi, F. D., Alyahya, H., Alshahwan, H., Al Mahyijari, N., & Shaik, S. A. (2016). Smartphone addiction among university students in Riyadh, Saudi Arabia. *Saudi medical journal*, 37(6), 675-683. DOI:10.15537/Smj.2016.6.14430.
- American Psychiatric Association, DSM-5.(2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5™ (5th ed.)*. Washington, DC.
- Anderson, C.A., & Huesmann, L.R. (2003). Human aggression: A social-cognitive view. In M.A. Hogg & J. Cooper (Eds.), *Handbook of social psychology* (pp. 296–323). London: Sage Publications
- Andiç, S., & Batigün, A. D. (2019). DSM-5 Tanı Ölçütleri Temelinde İnternet Bağımlılığı Ölçeği'nin Geliştirilmesi: İnternet Oyun Oynama Bozukluğu Açısından Bir Değerlendirme. *Türk Psikiyatri Dergisi, Baskıda*, 1-10. <https://doi.org/10.5080/u23194>.
- Atroszko, P. A., Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., & Pallesen, S. (2015). Study addiction – A new area of psychological study: Conceptualization, assessment, and preliminary empirical findings. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 75–84. DOI:10.1556/2006.4.2015.007
- Ballard, M. E., Rattley, K. T., Fleming, W. C., & Kidder-Ashley, P. (2004). School aggression and dispositional aggression among middle school boys. *RMLE Online*, 27(1), 1-11. DOI:10.1080/19404476.2004.11658163.
- Barger, A. H., & Holmes, J. M. (2017). Psychosocial correlates of internet gaming disorder: Psychopathology, life satisfaction, and impulsivity. *Computers in Human Behavior*, 68, 388-394. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.029>.
- Baron, R. A., & Richardson, D. R. (1994). *Human Aggression*. Plenum Press: New York.
- Beard, K. W., & Wolf, E. M. (2001). Modification in the proposed diagnostic criteria for internet addiction, *CyberPsychology & Behavior*, 4(3), 377-383. DOI:10.1089/109493101300210286.
- Berkowitz, L. (1998). Affective aggression: The role of stress, pain, and negative affect. In R. G. Geen & E. Donnerstein (Eds.), *Human aggression: Theories, research, and implications for social policy* (pp. 49–72). San Diego, CA: Academic Press.
- Boumosleh, J., & Jaalouk, D. (2018). Smartphone addiction among university students and its relationship with academic performance. *Global Journal of Health Science*, 10(1), 48-59. DOI:10.5539/gjhs.v10n1p48.
- Bozkurt, H., Şahin, S., & Zoroğlu, S. (2016). İnternet bağımlılığı: Güncel bir gözden geçirme. *Çağdaş Tıp Dergisi*, 6(3), 235-247. DOI:10.16899/ctd.66303.
- Bushman, B. J., & Anderson, C. A. (2001). Is it time to pull the plug on hostile versus instrumental aggression dichotomy? *Psychological review*, 108(1), 273-279. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.108.1.273>.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. (15. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Cerniglia, L., Guicciardi, M., Sinatra, M., Monacis, L., Simonelli, A., & Cimino, S. (2019). The use of digital technologies, impulsivity and psychopathological symptoms in adolescence. *Behavioral Sciences*, 9(8), 1-11. DOI:10.3390/bs9080082.
- Crépin, C., Carrard, I., Perroud, A., Van der Linden, M., & Golay, A. (2010). Managing impulsivity in obesity with problem solving. *Revue medicale suisse*, 6(231), 46-50.
- Dahlstrom, E. (2012). *ECAR study of undergraduate students and information technology*. (Research Report). Louisville, CO: EDUCAUSE Center for Applied Research.
- Dalley, J. W., Everitt, B. J., & Robbins, T. W. (2011). Impulsivity, compulsivity, and top-down cognitive control. *Neuron*, 69(4), 680-694. DOI:10.1016/j.neuron.2011.01.020.
- Dickman, S. J. (1990). Functional and dysfunctional impulsivity: Personality and cognitive correlates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(1), 95–102. DOI:10.1037/0022-3514.58.1.95.
- Dostian, Y., Bahmani, B., Aazami, Y., & Godini, A. A. (2013). The relationship between aggression and impulsiveness with susceptibility for addiction in male student. *Archives Of Rehabilitation (Journal Of Rehabilitation)*, 2(57), 102-109. <http://rehabilitationj.uswr.ac.ir/article-1-1220-en.html>.

- Efrati-Virtzer, M., & Margalit, M. (2009). Students' behaviour difficulties, sense of coherence and adjustment at school: Risk and protective factors. *European Journal of special needs Education*, 24(1), 59-73. <https://doi.org/10.1080/08856250802596758>.
- Evren, C., Evren, B., Dalbudak, E., Topcu, M., & Kutlu, N. (2019). Relationships of Internet addiction and Internet gaming disorder symptom severities with probable attention deficit/hyperactivity disorder, aggression and negative affect among university students. *ADHD Attention Deficit and Hyperactivity Disorders*, 11(4), 413-421. DOI:10.1007/s12402-019-00305-8.
- Eysenck, S. B., & Eysenck, H. J. (1977). The place of impulsiveness in a dimensional system of personality description. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 16(1), 57-68. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8260.1977.tb01003.x>.
- Fallah Nodehi, M., Boroomandfar, S., & Moussavi, S. (2020). The Relationship of Smartphone Addiction with Self-esteem and Self-consciousness among Girls in the First Year of High School. *International Journal of Pediatrics*, 8(11), 12357-12367. DOI:10.22038/IJP.2020.49458.3956.
- Freedman, Jonathan L., Sears, David O. & Carlsmith, J. Merrill (1998), *Sosyal Psikoloji*, Çev: Ali Dönmez, İmge Kitabevi, Ankara.
- Gligor, Ş., & Mozoş, I. (2019). Indicators of smartphone addiction and stress score in university students. *Wiener klinische Wochenschrift*, 131(5), 120-125. DOI:10.1007/s00508-018-1373-5.
- Grant, J. E., Lust, K., & Chamberlain, S. R. (2019). Problematic smartphone use associated with greater alcohol consumption, mental health issues, poorer academic performance, and impulsivity. *Journal of behavioral addictions*, 8(2), 335-342. DOI:10.1556/2006.8.2019.32.
- Griffiths, M. (1996). Gambling on the Internet: A brief note. *Journal of Gambling Studies*, 12(4), 471-474. DOI:10.1007/BF01539190.
- Griffiths, M. (1996). Internet addiction: An issue for clinical psychology? *Clinical Psychology Forum*, 97, 32-36
- Haug, S., Castro, R. P., Kwon, M., Filler, A., Kowatsch, T., & Schaub, M. P. (2015). Smartphone use and smartphone addiction among young people in Switzerland. *Journal of behavioral addictions*, 4(4), 299-307. DOI:10.1556/2006.4.2015.037.
- Hawi, N. S., & Samaha, M. (2017). Relationships among smartphone addiction, anxiety, and family relations. *Behaviour & Information Technology*, 36(10), 1046-1052. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2017.1336254>.
- Hogo, M. A., & Vaughan, G. M. (2006). *Sosyal psikoloji*. (Çev. İbrahim Yıldız, Aydın Gelmez). Ankara: Ütopya Yayınları.
- Horan, S. M., Chory, R. M., & Goodboy, A. K. (2010). Understanding students' classroom justice experiences and responses. *Communication Education*, 59(4), 453-474. <https://doi.org/10.1080/03634523.2010.487282>.
- Ithnain, N., Ghazali, S. E., & Jaafar, N. (2018). Relationship between smartphone addiction with anxiety and depression among undergraduate students in Malaysia. *International Journal of Health Science Research*, 8(1), 163-171.
- Jang, S. H., & Ha, Y. (2019). The effects of self-determination, depression, self-esteem, and impulsivity on smartphone overdependence of college students. *Journal of Digital Convergence*, 17(1), 269-280. <https://doi.org/10.14400/JDC.2019.17.1.269>.
- Jeong, B., & Baek, S. (2015). Effects of the smartphone addiction on adjustment to college life-Moderating effect of impulsivity. *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, 20(12), 129-136. DOI:10.9708/jksci.2015.20.12.129.
- Jiang, Q., Li, Y., & Shypenka, V. (2018). Loneliness, individualism, and smartphone addiction among international students in China. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(11), 711-718. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0115>.
- Jo, H. S., Na, E., & Kim, D. J. (2018). The relationship between smartphone addiction predisposition and impulsivity among Korean smartphone users. *Addiction Research & Theory*, 26(1), 77-84. <https://doi.org/10.1080/16066359.2017.1312356>.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. (31. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karataş, Z., & Yavuzer, Y. (2016). Lise ve üniversite öğrencileri için Kar-Ya saldırganlık ölçeği geliştirilmesi ve psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(17), 307-321. DOI:10.20875/sb.68997.

- Khatoun, B. A., Akhtar, A., Jamil, R. A., & Rahman, A. (2018). The study of relationship between internet addiction and aggression among teenagers. *Journal of Management Info (JMI)*, 3(4), 7-13. DOI:<https://doi.org/10.31580/jmi.v12i1.61>.
- Kim, E., Cho, I., & Kim, E. J. (2017). Structural equation model of smartphone addiction based on adult attachment theory: Mediating effects of loneliness and depression. *Asian nursing research*, 11(2), 92-97. <https://doi.org/10.1016/j.anr.2017.05.002>.
- Kim, E. J., Namkoong, K., Ku, T., & Kim, S. J. (2008). The relationship between online game addiction and aggression, self-control and narcissistic personality traits. *European psychiatry*, 23(3), 212-218. DOI:10.1016/j.eurpsy.2007.10.010.
- Kim, H. (2013). Exercise rehabilitation for smartphone addiction. *Journal of exercise rehabilitation*, 9(6), 500-505. DOI:10.12965/jer.130080.
- Kim, J. I. (2019). The Effects of Self-Esteem, Ego Resilience, Impulsivity and Stress on Smartphone Addiction among College Students. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 20(7), 192-202. <https://doi.org/10.5762/KAIS.2019.20.7.192>.
- Kim, J. Y. (2017). The relationship among loneliness, stress, and smartphone addiction of adolescents in the era of digitalization. *Journal of Digital Convergence*, 15(9), 335-343. <https://doi.org/10.14400/JDC.2017.15.9.335>.
- Kim, M. O., Kim, H., Kim, K., Ju, S., Choi, J., & Yu, M. I. (2015). Smartphone addiction: (focused depression, aggression and impulsion) among college students. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(25), 1-6. DOI:10.17485/ijst/2015/v8i25/80215.
- Kim, S. H., & Choi, Y. N. (2017). Correlation between stress and smartphone addiction in healthcare related university students. *Journal of Korean Society of Dental Hygiene*, 17(1), 27-37. <https://doi.org/10.13065/jksdh.2017.17.01.27>.
- Kim, S. G., Park, J., Kim, H. T., Pan, Z., Lee, Y., & McIntyre, R. S. (2019). The relationship between smartphone addiction and symptoms of depression, anxiety, and attention-deficit/hyperactivity in South Korean adolescents. *Annals of general psychiatry*, 18(1), 1-8. DOI:<https://doi.org/10.1186/s12991-019-0224-8>.
- Kim, S. M., Huh, H. J., Cho, H., Kwon, M., Choi, J. H., Ahn, H. J., ... & Kim, Y. J. (2014). The effect of depression, impulsivity, and resilience on smartphone addiction in university students. *Journal of Korean Neuropsychiatric Association*, 53(4), 214-220. DOI: <https://doi.org/10.4306/jknpa.2014.53.4.214>.
- Kim, S. Y. (2017). Convergence study on the effects of adaptation, self-esteem and self-control of university students on smartphone addiction. *Journal of Convergence for Information Technology*, 7(6), 103-111. DOI:<https://doi.org/10.22156/CS4SMB.2017.7.6.103>.
- Kim, Y., Jeong, J. E., Cho, H., Jung, D. J., Kwak, M., Rho, M. J., Yu, H., Kim, D., & Choi, I. Y. (2016). Personality factors predicting smartphone addiction predisposition: Behavioral inhibition and activation systems, impulsivity, and self-control. *PLoS one*, 11(8), 1-15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159788>.
- Ko, C. H., Yen, J. Y., Chen, C. C., Chen, S. H., & Yen, C. F. (2005). Proposed diagnostic criteria of Internet addiction for adolescents. *The Journal of nervous and mental disease*, 193(11), 728-733. DOI:10.1097/01.nmd.0000185891.13719.54.
- Ko, C. H., Yen, J. Y., Liu, S. C., Huang, C. F., & Yen, C. F. (2009). The associations between aggressive behaviors and Internet addiction and online activities in adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 44(6), 598-605. DOI:10.1016/j.jadohealth.2008.11.011.
- Krahé, B. (2013). *The social psychology of aggression* (2nd ed.). New York, NY: Psychology Press.
- Kwon, J. H. (2010). The mediation model verification of interpersonal skills on impulsivity, aggression and game addiction: comparative analysis on school levels. *Journal of the Korea Society of Computer and Information*, 15(10), 87-98. <https://doi.org/10.13065/jksdh.2017.17.01.27>.
- Kwon, M., Kim, D. J., Cho, H., & Yang, S. (2013). The smartphone addiction scale: development and validation of a short version for adolescents. *PLoS one*, 8(12), 1-7. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083558>.
- Kwon, Y. S., & Paek, K. S. (2016). The influence of smartphone addiction on depression and communication competence among college students. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(41), 1-8. DOI:10.17485/ijst/2016/v9i41/103844.

- Lanaj, K., Johnson, R. E., & Barnes, C. M. (2014). Beginning the workday yet already depleted? Consequences of late-night smartphone use and sleep. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 124(1), 11-23. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2014.01.001>.
- Lee, H. S. (2017). Convergent study of the effect of university students' addiction to smartphones on self-esteem and self-efficacy: stress level and mental health as mediating factors. *Journal of the Korea Convergence Society*, 8(1), 139-148. <https://doi.org/10.15207/JKCS.2017.8.1.139>.
- Lee, J., Sung, M. J., Song, S. H., Lee, Y. M., Lee, J. J., Cho, S. M., Park, M. K. & Shin, Y. M. (2018). Psychological factors associated with smartphone addiction in South Korean adolescents. *The Journal of Early Adolescence*, 38(3), 288-302. <https://doi.org/10.1177/0272431616670751>.
- Marzilli, E., Cerniglia, L., Ballarotto, G., & Cimino, S. (2020). Internet addiction among young adult university students: the complex interplay between family functioning, impulsivity, depression, and anxiety. *International journal of environmental research and public health*, 17(21), 1-15. DOI:10.3390/ijerph17218231.
- Matar Boumosleh, J., & Jaalouk, D. (2017). Depression, anxiety, and smartphone addiction in university students-A cross sectional study. *PloS one*, 12(8), 1-14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0182239>.
- Mohamed, S. M., & Mostafa, M. H. (2020). Impact of smartphone addiction on depression and self-esteem among nursing students. *Nursing Open*, 7(5), 1346-1353. <https://doi.org/10.1002/nop2.506>.
- Moeller, F. G., Barratt, E. S., Dougherty, D. M., Schmitz, J. M., & Swann, A. C. (2001). Psychiatric Aspects of Impulsivity. *American Journal of Psychiatry*, 158(11), 1783-1793. DOI:10.1176/appi.ajp.158.11.1783.
- Novaco, R. W. (1994). Anger as a risk factor for violence among the mentally disordered. In J. Monahan & H. J. Steadman (Eds.), *Violence and mental disorder: Developments in risk assessment* (pp. 21-59). Chicago: University of Chicago Press.
- Noyan, C. O., Enez Darçin, A., Nurmedov, S., Yilmaz, O., & Dilbaz, N. (2015). Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeğinin Kısa Formunun üniversite öğrencilerinde Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 16(Özel sayı.1), 73-81. DOI:10.5455/apd.176101.
- OH, J. (2015). The effects of high school students' smart phone addiction on impulsivity, stress, self-efficacy, and self-control. *Journal of fisheries and marine sciences education*, 27(4), 998-1012.
- Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L., & Raita, E. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Personal and Ubiquitous computing*, 16(1), 105-114. <https://doi.org/10.1007/s00779-011-0412-2>.
- Özen, S., & Topcu, M. (2017). Tıp fakültesi öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı ile depresyon, obsesyon-kompulsiyon, dürtüsellik, aleksitimi arasındaki ilişki. *Bağımlılık Dergisi*, 18(1), 16-24.
- Park, H. S., & Kim, H. M. (2016). The effect of children's smartphone addiction on aggression: Focusing on moderating effect of parenting style. *The Journal of the Korea Contents Association*, 16(3), 498-512. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2016.16.03.498>.
- Patton, J. H., Stanford, M. S., & Barratt, E. S. (1995). Factor structure of the Barratt impulsiveness scale. *Journal of clinical psychology*, 51(6), 768-774. DOI:10.1002/1097-4679(199511)51:6<768::aid-jclp2270510607>3.0.co;2-1.
- Roberts, J. A., Yaya, L.H.P., & Manolis, C. (2014). The Invisible Addiction: Cell-Phone Activities and Addiction among Male and Female College Students. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(4), 254-265. DOI:10.1556/JBA.3.2014.015.
- Robbins, T. W., Gillan, C. M., Smith, D. G., de Wit, S., & Ersche, K. D. (2012). Neurocognitive endophenotypes of impulsivity and compulsivity: towards dimensional psychiatry. *Trends in cognitive sciences*, 16(1), 81-91. DOI: 10.1016/j.tics.2011.11.009.
- Sağar, M. E. (2022). Ergenlerde duygu düzenleme, psikolojik sağlık ve okulda öznel iyi oluşun akıllı telefon bağımlılığı üzerindeki yordayıcı rolü. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(83), 926-944. DOI:10.17755/esosder.1036794.
- Salehan, M., & Negahban, A. (2013). Social networking on smartphones: When mobile phones become addictive. *Computers in human behavior*, 29(6), 2632-2639. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.003>.
- Seo, B. J. (2018). In the impact of academic stress on smartphone addiction among teenagers-focusing on dual mediating effects of depression and aggression. *Crisisonomy*, 14(6), 77-90. DOI:<https://doi.org/10.14251/crisisonomy.2018.14.6.77>.

- Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S., & Stein, D. J. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and anxiety*, 17(4), 207-216. DOI:10.1002/da.10094.
- Shaw, M., & Black, D. W. (2008). Internet addiction: Definition, assessment, epidemiology and clinical management. *CNS drugs*, 22(5), 353-365. DOI:10.2165/00023210-200822050-00001.
- Shobha, M. V., Aswathappa, J., & Varshini, H. (2019). Influence of smart phone addiction on depression and aggression in medical students. *International Journal of Physiology*, 7(2), 23-29. DOI:https://doi.org/10.37506/ijop.v7i2.188.
- Stevens, J. R. (Ed.). (2017). *Impulsivity: How time and risk influence decision Making* (Vol. 64). Springer.
- Suler, J. R. (1999). To get what you need: healthy and pathological Internet use. *CyberPsychology & Behavior*, 2(5), 385-393. DOI:10.1089/cpb.1999.2.385.
- Tam, P. G. (2016). Problematic internet use in youth: An outline and overview for health professionals. *Australian Clinical Psychologist*, 2(1), 1-14.
- Tamam, L., Güleç, H., & Karatas, G. (2013). Barratt Dürtüsellik Ölçeği Kısa Formu (BIS-11-KF) Türkçe Uyarlama Çalışması/Short Form of Barratt Impulsiveness Scale (BIS-11-SF) Turkish Adaptation Study. *Noro-Psikiyatri Arsivi*, 50(2), 130-134. DOI:10.4274/npa.y 6296.
- Tao, R., Huang, X., Wang, J., Zhang, H., Zhang, Y., & Li, M. (2010). Proposed diagnostic criteria for internet addiction. *Addiction*, 105(3), 556-564. DOI:10.1111/j.1360-0443.2009.02828.x.
- Teng, Z., Li, Y., & Liu, Y. (2014). Online gaming, internet addiction, and aggression in Chinese male students: The mediating role of low self-control. *International Journal of Psychological Studies*, 6(2), 89-97. DOI:10.5539/ijps.v6n2p89.
- Ting, C. H., & Chen, Y. Y. (2020). "Chapter 8 - Smartphone addiction," in *Practical Resources for the Mental Health Professional, Adolescent Addiction, 2nd Edn*, eds C. Essau and P. Delfabbro (San Diego, CA: Elsevier), 215-240. doi: 10.1016/B978-0-12-818626-8.00008-6.
- Tohumcu, M. U., Karsli, T. A., Bahadir, E., & Kalender, B. (2019). İnternet ve akıllı telefon bağımlılığı ile benlik saygısı ve yalnızlık arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(2), 773-787. https://doi.org/10.26468/trakyasobed.545391.
- Total, Ö., Erensoy, H., & Melek, L. U. Ş. (2021). Relationship Between Psychological Symptoms, Impulsivity and Social Media Use Problems. *Bağımlılık Dergisi*, 22(1), 43-52. https://doi.org/10.51982/bagimli.793837.
- Verdejo-García, A., Lawrence, A. J., & Clark, L. (2008). Impulsivity as a vulnerability marker for substance-use disorders: review of findings from high-risk research, problem gamblers and genetic association studies. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 32(4), 777-810. DOI:10.1016/j.neubiorev.2007.11.003.
- Webster, C. D., & Jackson, M. A. (Eds.). (1997). *Impulsivity: Theory, assessment, and treatment*. New York: Guilford Press.
- Wegmann, E., Müller, S. M., Turel, O., & Brand, M. (2020). Interactions of impulsivity, general executive functions, and specific inhibitory control explain symptoms of social-networks-use disorder: An experimental study. *Scientific reports*, 10(1), 1-12. https://doi.org/10.1038/s41598-020-60819-4.
- Young, K. S. (1996) *Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder*. The 104th Annual Meeting of the American Psychological Association, 11 August 1996, Toronto.
- Young, K. S. (1998). *Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder*. *Cyberpsychology & behavior*, 1(3), 237-244. https://doi.org/10.1089/cpb.1998.1.237.
- Zhang, K. Z., Chen, C., & Lee, M. K. (2014). *Understanding the role of motives in smartphone addiction*. In PACIS 2014 Proceedings. Paper 131.

Extended Abstract

Aim and Scope

In this study, it was aimed to examine how much impulsivity and aggression variables predict smartphone addiction in university students. Problematic and compulsive use of smartphones negatively affects daily life activities and can lead to

addiction. However, the lack of sufficient research on smartphone addiction leads to the inability to clearly explain this type of addiction. When the Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM-V) is examined, it is seen that there is no diagnosis of smartphone addiction yet. However, the fact that this book includes gaming disorder on the Internet makes a positive contribution to the studies to be done in this field. Impulsivity is defined as acting spontaneously, ignoring what one has, not making a plan, and acting without thinking. Aggression, which is considered as an antisocial and disruptive behavior, is defined as an attitude and behavior aimed at harming or harming another creature both physically and emotionally.

Methods

This research was conducted based on the relational screening model. The research group of this study consisted of a total of 531 students, 257 (48.4%) male and 274 (51.6%) female, studying at various departments at Afyon Kocatepe University in the 2020-2021 academic year. The age range of the research group is between 18-25 and the average age is 20.73. "Smartphone Addiction Scale-Short Form", "Short Form of Barratt Impulsiveness Scale (BIS-11-SF)", "Kar-Ya Aggression Scale" and "Personal Information Form" were used as data collection tools. It was determined that the data obtained depending on the examinations were suitable for multiple linear regression analysis. In this context, the data obtained in the research were analyzed with the stepwise regression analysis method from multiple linear regression analysis. The data obtained in the study were analyzed using the stepwise regression analysis method from multiple linear regression analysis. The significance level of .05 was taken as the basis in the research.

Findings

In this study, it was aimed to examine how much impulsivity and aggression variables predict smartphone addiction in university students. As a result of the research, it was determined that there is a positive and significant relationship between smartphone addiction and ($r = .482, p < .01$) and aggression ($r = .435, p < .01$). Then, stepwise multiple regression analysis values were examined to reveal the predictive power of impulsivity and aggression variables on smartphone addiction of university students. It was determined that impulsivity and aggression variables were included in the multiple linear regression analysis (stepwise) process, as they predicted smartphone addiction significantly. When both beta and correlation (binary/partial) values were examined, it was determined that there was a significant positive correlation between the smartphone addiction variable and the impulsivity and aggression variables. The impulsivity and aggression variables together explain 29% of the total variance regarding smartphone addictions of university students ($R = .539; R^2 = .290, p < .01; F_{2/528} = 107.99, p < .01$).

The beta coefficient of the impulsivity variable examined in the first step of the multiple linear regression analysis in predicting smartphone addiction is .082. It was determined that the t test result regarding the significance of the beta coefficient was at a significant level ($t = 12.64, p < .01$). The impulsivity variable alone explains 23% of smartphone addiction ($R = .482; R^2 = .232; F_{1/529} = 159.84, p < .01$).

In the second step of the multiple linear regression analysis, besides the impulsivity variable, the aggression variable was also included in the model. Impulsivity and aggression variables together explain 29% of smartphone addiction ($R = .539; R^2 = .290, p < .01; F_{2/528} = 107.99, p < .01$). The beta coefficient of the impulsivity variable was .358; the beta coefficient of the aggression variable is .271. It was determined that the t test results regarding the significance of the beta coefficient were at a significant level ($t_{Impulsivity} = 8.67, p < .01; t_{Aggression} = 6.58, p < .05$). As a result of the multiple linear regression analysis, it was seen that the variables of impulsivity and aggression significantly predicted smartphone addiction. Considering the beta values of the variables in the model, it was determined that university students' smartphone addiction was significantly predicted by "impulsivity" in the first place and "aggression" in the second place.

Conclusion

In this study, it was aimed to examine how much impulsivity and aggression variables predict smartphone addiction in university students. As a result of the research, it was determined that there was a moderate, positive and significant relationship between smartphone addiction and impulsivity and aggression. In addition, as a result of this study, it was seen that the variables of impulsivity and aggression were significant predictors of the smartphone addiction variable. Impulsivity and aggression variables together explained 29% of smartphone addiction. It was determined that the variables of "impulsivity" in the first place and "aggression" in the second place significantly predicted the smartphone addiction of university students.

Alternatif Eğitim Konusunda Yapılmış Lisansüstü Eğitim Tezlerinin İncelenmesi

Analysis of Postgraduate Theses on Alternative Education

Ayşegül Ayyıldız Çolak¹

Öz

Bu araştırmanın amacı Türkiye’de alternatif eğitim alanında yapılmış lisansüstü eğitim tezlerinin incelenmesidir. Araştırmada nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Verilerin analizinde doküman analizden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre; alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin 1999 ve 2021 yılları arasında yürütüldüğü, en fazla tezin 2019 yılında yapıldığı ve onu 2018 ve 2020’nin takip ettiği belirlenmiştir. Bu alanda yapılan tezlerin %92’ si yüksek lisans ve %8’i doktora tezidir. Tezlerin %43’ ü sosyal bilimler enstitülerinde %37’ si eğitim bilimleri enstitülerinde, %11’ i fen bilimleri enstitülerinde %5’i sağlık bilimleri enstitülerinde ve %4’ü lisansüstü eğitim enstitülerinde yürütülmüştür. Tezlerin %21’ i ilköğretim anabilim dalında, %10’u eğitim bilimleri anabilim dalında ve yine %10’u temel eğitim anabilim dalında yürütülmüştür. Tezlerin %59’ unda nitel, %35’ inde nicel ve %6’ sında karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Tezlerin %57’ sinden Montessori yöntemi, %10’ unda Reggio Emilia yöntemi konusu işlenmiş ve Summerhill okul modeli, Okulsuz eğitim, Tekno-organik yöntem, Yasnaya Polyana okulu ve Magnet okulu sadece birer kez çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: alternatif eğitim, lisansüstü tez, doküman analizi

Abstract

The aim of this research is to examine theses on alternative education in Turkey. Qualitative research method was preferred. Document analysis was used for analysis of the data. Findings; theses in the field of alternative education were conducted between 1999 and 2021, the most theses were made in 2019, followed by 2018 and 2020. 92% of theses are master's and 8% are doctoral theses. 43% of theses were conducted in social sciences institutes, 37% in educational sciences institutes, 11% in science institutes, 5% in health sciences institutes and 4% in graduate education institutes. 21% of the theses were conducted in the department of primary education, 10% in the department of educational sciences and 10% in the department of basic education. Qualitative research method was used in 59% of the theses, quantitative research method was used in 35% and mixed research method was used in 6% of them. Montessori method was studied in 57% of the theses and the Reggio Emilia method was studied in 10%, and Summerhill school model, unschooled education, Techno-organic method, Yasnaya Polyana school and Magnet school were studied only once.

Keywords: alternative education, thesis, analysis

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 06 / 10 / 2021

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Hakkari Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Hakkari, Türkiye, aysegulkadi.33@gmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1958-6104>

Giriş

Dünyada tarih boyunca yaşanan gelişmeler, eğitimi doğrudan etkilemektedir. Klasik dönem eğitime “bilinçlice Tanrı’ya ulaşma süreci” anlamını yüklemiştir (Kaygısız, 1997) ve Modern dönem standardizasyon, senkronizasyon ve merkezileşmeyi öne sürerek eğitimi değiştirmiş ve okulların zamanın gereklerini yerine getirmelerini, benzer bireyleri yetiştirmeyi hedeflemelerini zorunlu kılmıştır (Gündüz, 2013). Ertürk (1998) eğitimi, “bireyin davranışlarında kendi yaşantısı yoluyla kalıcı izli davranış değişikliği yapabilme süreci” şeklinde tanımlamıştır. Sönmez (2004) “insan davranışlarını istedik yönde değiştirmek için işe koşulan sistem” ve Durkheim ve Fauconnet (1950) “yetişkin olanların yetişmekte olan nesli topluma hazırlama süresi” olarak eğitimi tanımlamışlardır. Bu geleneksel tanımlarda görülen “istedik” ve “davranış” kavramlarının anlamları şöyle açıklanabilir: İstedik “bireyi pasif alıcı olarak gören ve birileri tarafından belirlenmiş istekleri yapmakla yükümlü kılan” anlamına gelmektedir (Güven, 2005). Davranış ise, “davranışçı kuramı anlatmakta ve kısa vadede sonuç alınması bakımından tercih edilen bir yaklaşım “olarak ele alınmaktadır. Davranış değiştirme sürecinin yaşandığı yerlerden biri okuldur.

Okul; “eğitmek istediği kişilere, önceden belirlenmiş amaçlara uygun olarak yeni davranışlar kazandıracak ya da istenmeyen davranışları ortadan kaldıracak yaşantılar hazırlayıp sunan bir sistem” olarak tanımlanmaktadır (Adıgüzel, 2006). Ayrıca okul “planlı öğrenme çabasının ortaya çıkardığı kurum (Balci, 2007)” ve “insanları sosyal hayattaki çeşitli rollere hazırlayan yer (Nalçacı ve Bektaş, 2012)” olarak bilinmektedir. Aydın’a (2012) göre okullar; büyük ve karmaşık olmaları ve profesyonellerin görevlendirilmesi nedeniyle bürokratikleşmişlerdir. Okul aynı zamanda, “öğrenci statüsü kazanmış çocuk” demektir (Açıklan 2012). Ancak eğitim yaşamın kendisidir ve doğal bir süreçtir. Miller’ a (2010) göre okullar vasıtasıyla insanları toplumların inançlarına uymaya zorlamak zihinsel özgürlüğü yok etmek demektir.

Geleneksel yöntemlerle ilgili bu tür rahatsızlıklar, aileleri ve eğitimcileri alternatif eğitime yöneltmiştir. İsviçre’de J. H. Pestalozzi, Almanya’da F. Froebel ve ABD’de A. B. Alcott gibi eğitimciler klasik eğitime karşı çıkmış, özgürlüğe dayalı eğitimler uygulamışlardır. Bu hareket ile eğitimde tüm öğrencilerin başarıyı yakalaması fikri alternatif okulların ortaya çıkmasında önemli olmuştur (Aydın, 2012). Avrupa merkezli modern eğitimine benzer bir başkaldırı da Hindistan’da Tagore felsefesinden derin izler taşıyan J. Krishnamurti’den gelmiştir. Ona göre, bu eğitim metotlarında bir devrim yaşanmasına ihtiyaç vardır. Zira mevcut düzende var olan okullarda, dünyanın her bir yanında hâkim olan bitmek bilmeyen, kaba, talep edici davranış kabul edilmekte veya öğretilmektedir (Krishnamurti, 1994).

Klasik eğitime güçlü eleştiri ve alternatif öneriler Paulo Freire’den gelmiştir. Ona göre; klasik eğitim, öğrencinin özgürlüğünü ve yaratıcılığını yok etmektedir. Ezilenlerin Pedagojisi isimli eserinde klasik eğitimi bankacı eğitim olarak nitelendirmiştir. Öğretmeni merkeze alan bankacı eğitimin özellikleri şöyledir: Öğretmen aktif, öğrenci pasiftir; düşünme görevi öğretmenlere bırakılmıştır. Öğrenci, itaat etmeyi öğrenir; öğrencinin disipline edilmesi önemlidir. Öğrenciye düşen hakkında verilen karara uymaktır. Öğrenci öğretmeni taklit etmekten öteye gidemez (Freire, 2013).

1900’ lu yılların başında, Montessori ve Steiner oluşturdıkları okullar ile dikkatleri üzerlerine çekmişlerdir. Bu okullar, çocukların ilgi ve ihtiyaçlarına önem vermektedir (Miller, 2007; Sliwka, 2008). 1960’lı ve 1970’li yıllarda özgürlükçü eğitim toplumsal hareket haline gelmiştir (Rogers, 2004). B. Russel, C. Baker, Ivan Illich, A.S.Neill, John Holt gibi filozoflar klasik eğitim veren okulları sorgulamışlardır.

Alternatif eğitim, “ana akım eğitim dışında bireylere farklı öğrenme yaşantıları sunmayı hedefleyen eğitim modelleri” olarak bilinmektedir (Kaya ve Gündüz, 2015). Alternatif modeller, öğrencilerin ilgi ve ihtiyaçlarını önemsemekte ve yenilikçi programlara sahip bir şekilde uygulanmaktadır. K.R.Popper’ın (2010) “bireyi düşünsel ve hareket özgürlüğünden alıkoyan kapalı toplum yapılanması”na karşı bir ilke olarak görülmektedir.

Alternatif okul uygulamaları şunlardır: Ev okulları (homeschooling), ailelerin gözetimi altında evde eğitim etkinliklerini içeren bir yöntemdir. 1990’lı yıllarda Amerika’da kabul gören ev okulu uygulaması, ailelerin çocuklarını devlet okullarından daha iyi eğitebileceklerine inanmalarıyla birlikte çocuklarını evde eğitmeye başlamaları olarak bilinmektedir. Sözleşmeli okullar (charter schools), bir kamu kuruluşu ile veli, öğretmen, yönetici arasında yapılan bir sözleşmeye bağlı okullardır (Aydın, 2012). Paideia okulları, çocukları için bireyselleştirilmiş eğitim talep eden velilerin bina satın almalarıyla oluşturulmuştur (The Paideia School, 2015). Montessori okulları, çocukların ihtiyaçlarının ve farklılıklarının gözetilmesi temeline dayanan bir alternatif okuldur. Dr. Maria Montessori tarafından geliştirilmiştir ve öğrenme eğilimine dayanan bir yöntemdir. Mıknatıs okulları (magnet schools), ırk ayrımcılığını engellemek ve öğrencilerin ilgi duydukları konularda eğitim görmelerini sağlamak amacıyla kurulmuştur (Aydın, 2012). Summerhill okulları (özgürlük okulu), çocuğun kendi kişiliğini ve yaşayışını kendi başına inşa edebilmesini sağlamak amacıyla 1921’de İngiltere’de kurulmuştur. Bu okullarda otorite, disiplin ve cezanın aksine özerklik, demokrasi ve öz yönetim vardır (Gezer, 2012). Sudbury Valley Okulları, Greenberg çifti tarafından Amerika’da bireysel özgürlük ve sorumluluk değerleriyle kurulmuştur. Öğrencilerin ilgileri önemsenmektedir. Öğrenme farklı yöntemlerle gerçekleşmektedir; çoğu öğrenme tesadüf, plansızdır. Bu okullar, insan doğasının iyi olduğunu savunur ve her insanın kendini gerçekleştirme sürecine dayanır (Gray and Chanoff, 1986). Yasnaya Polyana Okulları, L.Tolstoy’un geliştirdiği bu okullar, anarşist okullar olarak bilinir. Tolstoy, öğrenmenin gerçekleşebilmesi için özgürlüğü şart görmüştür.

Bu okulların en temel özelliği öğretmen-öğrenci arasında karşılıklı güven, saygı ve sevginin olmasıdır. Disiplinsiz ve cezasız bir eğitim vardır ve sınav yapılmamaktadır. Bu okullarda az bilgi öğretilmektedir, ancak insanların eşit olduğunun farkına vardırılabacak sürece önem verilmektedir (Aytaç, 2009). Orman okulu, çocukların doğal ortamda serbest oyun, hareket ve eğitim etkinliklerini içeren bir yaklaşımdır (Maynard, 2007). Açık havada yapılan uygulamalar çocuklarda içsel motivasyonu artırır, sosyal becerileri geliştirir, aktif öğrenme için katılım sağlar (Blackwell, 2015).

21. yüzyılda Avrupa, ABD, Kanada, Japonya alternatif eğitime kulak verdiklerinden bu ülkelerde eğitimde ciddi gelişmeler yaşanmıştır. Yeni nesiller için eğitimin şekil ve içerik bakımından dayatmacı olmaması konusunda özen göstermişlerdir. Böylece okul dışı eğitim kurumlarına ya da devlet merkezli kamu eğitimi dışındaki alternatif eğitim modellerinin yaşaması için imkân sağlamışlardır. ABD, Kanada, Japonya gibi ülkeler ve Avrupa alternatif eğitim yöntemlerinin uygulanmasına imkân tanıyarak insanların özgürce eğitim almalarına olanak tanımışlardır (Gündüz, 2013). Alanyazın incelendiğinde alternatif eğitimle ilgili yapılan çalışmaların incelendiği iki araştırmaya rastlanmıştır (Sönmez, 2020; Kayılı, 2016). Ayrıca Türkiye'nin ve Türk eğitim sisteminin anlatılan sürecin neresinde olduğunu, var olan alternatif eğitim modellerine Türkiye'nin yaklaşımını anlamak amacıyla böyle bir araştırmaya ihtiyaç duyulmuştur. Bu araştırma, alternatif eğitim konusunda çalışacak araştırmacılara yapılmış lisansüstü eğitim tezleriyle ilgili görüş sunulmuş olup ve araştırmacı ve uygulayıcıların çalışmalarına katkı sağlaması beklenmektedir. Bu araştırmanın amacı Türkiye'de alternatif eğitim alanında yapılmış lisansüstü tezlerin incelenmesidir. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Alternatif eğitim alanındaki tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?
- Alternatif eğitim alanındaki tezlerin düzeylerine göre dağılımı nasıldır?
- Alternatif eğitim alanındaki tezlerin enstitülere göre dağılımı nasıldır?
- Alternatif eğitim alanındaki tezlerin ana bilim dallarına göre dağılımı nasıldır?
- Alternatif eğitim alanındaki tezlerin araştırma yöntemlerine göre dağılımı nasıldır?
- Alternatif eğitim alanındaki tezlerin konularına göre dağılımı nasıldır?

1. Yöntem

1.1. Model

Araştırmada alternatif eğitim üzerine yapılan tezlerin incelendiğinden, nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Nitel araştırmayı, "gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama tekniklerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma" olarak tanımlamak mümkündür (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Ayrıca doküman analizi yöntemi tercih edilmiştir. Doküman analizi, konu ile ilgili dokümanları analiz etmeye yönelik bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

1.2. Veri Seti

Veri seti, 1999-2021 yılları arasında yürütülen alternatif eğitim modelleri ile ilgili 100 lisansüstü eğitim tezinden oluşmaktadır. Bu tezler "Alternatif Eğitim, Alternatif Okul, Montessori Okulu, Reggio Emilia Okulu, Waldorf Okulu, Orman Okulu, Paideia Okulu, İasnai Poliana Okul, Charter Okul, Sudbury Valley Okulu, Summerhill Okulu, Miknatis Okulu, Ev Okulu" konularını içermektedir.

1.3. Veri toplama süreci

Çalışmaların araştırma sürecine dahil edilmesinde YÖK Ulusal Tez Merkezi'ne başvurulmuştur. Veriler toplanırken "Alternatif Eğitim, Alternatif Okul, Montessori Okulu, Reggio Emilia Okulu, Waldorf Okulu, Orman Okulu, Paideia Okulu, İasnai Poliana Okul, Charter Okul, Sudbury Valley Okulu, Summerhill Okulu, Miknatis Okulu, Ev Okulu" tarama terimleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamında 100 yüksek lisans ve doktora tezi çalışmasına erişilmiş ve hepsi araştırmaya dahil edilmiştir. Tezlere ulaşma; YÖK Ulusal Tez Merkezi taranmış ve ulaşılan tezler dosya haline getirilmiştir. Özgünlüğü kontrol etme basamağında; bir uzman aynı tarama kelimelerini kullanarak tezlere erişim sağlamıştır. Veri toplama aşamasında; kullanılan tarama kelimelerinin geçerliği hakkında iki uzmanın görüşü alınmıştır. Veri analizi aşamasında; betimsel analizden yararlanılmıştır. Tezlerin yıllara, düzeylerine, enstitülere, anabilim dallarına, araştırma yöntemlerine, araştırma konularına incelenmesi sağlanmış ve dağılımları bulgulara sunulmuştur. Verileri sunma aşamasında; elde edilen bulgular araştırma sorularına göre sunulmuş ve yorumlanmıştır.

1.4. Verilerin Analizi

Araştırmada verilerin analizi yapılırken doküman analizinden faydalanılmıştır. Doküman analizi, konu ile ilgili dokümanları analiz etmeye yönelik bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Doküman analizi yapılırken takip edilen aşamalar şunlardır:

1.5. Geçerlik ve Güvenirlik

Araştırmada geçerlik ve güvenilirlik sağlanırken nitel araştırmanın doğasına göre hareket edilmiştir. Bu sebeple; araştırmanın amacı net bir şekilde ortaya konulmuş, araştırmanın amacına göre yöntem belirlenmiş ve açıklanmıştır. Araştırmanın aşamaları ayrıntılı olarak rapor edilmiştir. Bunun yanı sıra alan uzmanlarının görüş alınmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

2. Bulgular

Bulgular, araştırmanın amacına yönelik oluşturulan sorularına göre sırayla verilmiş ve yorumlanmıştır. Tablo 1' de alternatif eğitim alanındaki tezlerin yıllara göre dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 1. Alternatif eğitim alanındaki tezlerin yıllara göre dağılımı

| Yıllar | Tezler | |
|--------|--------|-----|
| | f | % |
| 1999 | 1 | 1 |
| 2004 | 1 | 1 |
| 2005 | 2 | 2 |
| 2006 | 1 | 1 |
| 2007 | 1 | 1 |
| 2008 | 3 | 3 |
| 2009 | 1 | 1 |
| 2010 | 2 | 2 |
| 2011 | 2 | 2 |
| 2012 | 2 | 2 |
| 2013 | 2 | 2 |
| 2014 | 3 | 3 |
| 2015 | 9 | 9 |
| 2016 | 4 | 4 |
| 2017 | 3 | 3 |
| 2018 | 17 | 17 |
| 2019 | 28 | 28 |
| 2020 | 10 | 10 |
| 2021 | 8 | 8 |
| Toplam | 100 | 100 |

Tablo 1 incelendiğinde; alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin 1999 ve 2021 yılları arasında yürütüldüğü, en fazla tezin 2019 yılında yapıldığı ve onu 2018 ve 2020' nin takip ettiği görülmektedir. Bu konuda ilk tez 1999 yılında yapılmıştır. 1999, 2004, 2006, 2007, 2009 yıllarında sadece birer tez ve 2005, 2010, 2011, 2012, 2013 yıllarında ikişer tez yapılmıştır ve bu yıllarda alternatif eğitimle ilgili yapılan tezlerin oldukça az olduğu söylenebilir. Tablo 2' de alternatif eğitim alanındaki tezlerin düzeylerine göre dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 2. Alternatif eğitim alanındaki tezlerin düzeylerine göre dağılımı

| Düzeyler | Tezler | |
|---------------|--------|-----|
| | f | % |
| Yüksek lisans | 92 | 92 |
| Doktora | 8 | 8 |
| Toplam | 100 | 100 |

Tablo 2 incelendiğinde; alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin %92'si yüksek lisans ve %8'i doktora tezidir. Tablo 3' te alternatif eğitim alanındaki tezlerin enstitülere göre dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 3. Alternatif eğitim alanındaki tezlerin enstitülere göre dağılımı

| Enstitüler | Tezler | |
|-------------------|--------|-----|
| | f | % |
| Eğitim bilimleri | 37 | 37 |
| Sosyal bilimler | 43 | 43 |
| Fen bilimleri | 11 | 11 |
| Sağlık bilimleri | 5 | 5 |
| Lisansüstü eğitim | 4 | 4 |
| Toplam | 100 | 100 |

Tablo 3 incelendiğinde; alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin % 43' ü sosyal bilimler enstitülerinde % 37' si eğitim bilimleri enstitülerinde, % 11' i fen bilimleri enstitülerinde %5' i sağlık bilimleri enstitülerinde ve %4' ü lisansüstü eğitim enstitülerinde yürütülmüştür. Alternatif eğitim alanında en fazla tez sosyal bilimler ve eğitim bilimleri enstitülerinde ve en az tez sağlık bilimleri ve lisansüstü eğitim enstitülerinde yürütülmüştür. Tablo 4' te alternatif eğitim alanındaki tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 4. Alternatif eğitim alanındaki tezlerin anabilim dallarına göre dağılımı

| Anabilim dalları | Tezler | |
|---|--------|-----|
| | f | % |
| Eğitim bilimleri | 10 | 10 |
| İlköğretim | 21 | 21 |
| Çocuk gelişimi ve ev yönetimi | 3 | 3 |
| Eğitim yönetimi, teftişi, planlaması ve ekonomisi | 1 | 1 |
| Felsefe ve din bilimleri | 5 | 5 |
| Ortaöğretim sosyal alanlar eğitimi | 2 | 2 |
| Çocuk gelişimi ve eğitimi | 3 | 3 |
| Sosyal çevre bilimleri | 1 | 1 |
| Eğitim programları ve öğretim | 1 | 1 |
| Eğitim yönetimi ve denetimi | 5 | 4 |
| Çocuk gelişimi ve ev yönetimi eğitimi | 6 | 6 |
| Mimarlık | 6 | 6 |
| İç mimarlık | 2 | 2 |
| Psikoloji | 3 | 3 |
| Bilgisayar mühendisliği | 1 | 1 |
| Güzel sanatlar eğitimi | 2 | 2 |
| Resim iş eğitimi | 1 | 1 |
| Matematik ve fen bilimleri | 1 | 1 |
| Temel eğitim | 10 | 10 |
| Çocuk gelişimi | 4 | 4 |
| Sosyoloji | 1 | 1 |
| Şehir çalışmaları | 1 | 1 |
| İç mimarlık ve çevre tasarımı | 1 | 1 |
| Eğitim yönetimi ve planlaması | 2 | 2 |
| Eğitim yönetimi | 1 | 1 |
| Aile danışmanlığı | 1 | 1 |
| Türkçe ve sosyal bilimler eğitimi | 1 | 1 |
| Din eğitimi | 1 | 1 |
| Aile danışmanlığı ve eğitimi | 1 | 1 |
| Yabancı diller eğitimi | 1 | 1 |
| Belirtilmemiş | 1 | 1 |
| Toplam | 100 | 100 |

Tablo 4 incelendiğinde; alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin eğitim bilimleri, ilköğretim, çocuk gelişimi ve ev yönetimi, eğitim yönetimi, teftişi, planlaması ve ekonomisi, felsefe ve din bilimleri, ortaöğretim sosyal alanlar eğitimi, çocuk gelişimi ve eğitimi, sosyal çevre bilimleri, eğitim programları ve öğretim, eğitim yönetimi ve denetimi, çocuk gelişimi ve ev yönetimi eğitimi, mimarlık, iç mimarlık, psikoloji, bilgisayar mühendisliği, güzel sanatlar eğitimi, resim iş eğitimi, matematik ve fen bilimleri, temel eğitim, çocuk gelişimi, sosyoloji, şehir çalışmaları, iç mimarlık ve çevre tasarımı, eğitim yönetimi ve planlaması, eğitim yönetimi, aile danışmanlığı, Türkçe ve sosyal bilimler eğitimi, din eğitimi, aile danışmanlığı ve eğitimi, yabancı diller eğitimi anabilim dallarında yapıldığı ancak bir tezin anabilim dalının belirtilmediği görülmüştür. Tezlerin % 21' i ilköğretim anabilim dalında, %10' u eğitim bilimleri anabilim dalında ve yine %10' u temel eğitim anabilim dalında yürütülmüştür. Diğer anabilim dallarında yürütülen tezlerin sayısı oldukça azdır. Tablo 5' te alternatif eğitim alanındaki tezlerin araştırma yöntemlerine göre dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 5. Alternatif eğitim alanındaki tezlerin araştırma yöntemlerine göre dağılımı

| Araştırma yöntemleri | Tezler | |
|----------------------|--------|-----|
| | f | % |
| Nitel | 59 | 59 |
| Nicel | 35 | 35 |
| Karma | 6 | 6 |
| Toplam | 100 | 100 |

Tablo 5 incelendiğinde; alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin %59' unda nitel, %35' inde nicel ve %6' sında karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Tablo 6' da alternatif eğitim alanındaki tezlerin konularına göre dağılımı gösterilmiştir.

Tablo 6. Alternatif eğitim alanındaki tezlerin konularına göre dağılımı

| Konular | Tezler | |
|------------------------|--------|-----|
| | f | % |
| Alternatif eğitim | 6 | 6 |
| Alternatif okullar | 2 | 2 |
| Montessori yöntemi | 59 | 57 |
| Ev okulu | 3 | 3 |
| Demokratik okul | 3 | 3 |
| Reggio Emilia yönetimi | 11 | 10 |
| Summerhill okul modeli | 1 | 1 |
| Waldorf yöntemi | 7 | 7 |
| Orman okulu | 5 | 5 |
| Okulsuz eğitim | 1 | 1 |
| Tekno-organik yöntem | 1 | 1 |
| Yasnaya Polyana okulu | 1 | 1 |
| Magnet okulu | 1 | 1 |
| Charter okulu | 2 | 2 |
| Toplam | 103 | 100 |

Tablo 6 incelendiğinde alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin konularının alternatif eğitim, alternatif okullar, Montessori yöntemi, ev okulu, demokratik okul, Reggio Emilia yönetimi, Summerhill okul modeli, Waldorf yöntemi, orman okulu, okulsuz eğitim, tekno-organik yöntem, Yasnaya Polyana okulu, Magnet okulu, Charter okulu olduğu görülmüştür. Tezlerin %59' unda montessori yöntemi, %11' inde Reggio Emilia konusu işlenmiş ve Summerhill okul modeli, Okulsuz eğitim, Tekno-organik yöntem, Yasnaya Polyana okulu ve Magnet okulu sadece birer kez çalışılmıştır. Ayrıca bazı tezlerde birden fazla konu bir arada ele alınmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Tezlerin incelenmesi diğer araştırmacılara, daha önce yapılmış araştırmalar konusunda yol göstermektedir. Araştırmacının, alan yazında yer alan araştırmaların neler olduğu, hangi konu ve problemler ilgili araştırmalara gereksinim duyulduğu ve gereksinimlerin giderilmesinde izlenecek yolların neler olduğu gibi soruları cevaplaması önemli görülmektedir.

Bu araştırmanın bulgularına göre; alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin 1999 ve 2021 yılları arasında yürütüldüğü, en fazla tezin 2019 yılında yapıldığı ve onu 2018 ve 2020' nin takip ettiği görülmektedir. Bu konuda ilk tez 1999 yılında yapılmıştır. 1999, 2004, 2006, 2007, 2009 yıllarında sadece birer tez ve 2005, 2010, 2011, 2012, 2013 yıllarında ikişer tez yapılmıştır ve bu yıllarda alternatif eğitimle ilgili yapılan tezlerin oldukça az olduğu söylenebilir. Orman okulu ile ilgili tezlerin %33' ü 2018, %50' si 2019, %17'si 2020 yılında yapılmıştır (Sönmez, 2020). Kayılı'nın (2016) araştırmasına göre; Montessori yöntemi ile ilgili en fazla yüksek lisans tezi 2015 (%35,7) yılında, en fazla doktora tezi 2010 (%33,3) yılında yapılmıştır. Sınıf dışı eğitim ile ilgili tezler değerlendirildiğinde; tezlerin en fazla 2015 yılında; en az ise 2009, 2006, 2004, 2002 ve 2001 yıllarında yapıldığı görülmüştür (Gül, Tağrikulu, ve Çobanoğlu, 2018).

Alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin %92'si yüksek lisans ve %8'i doktora tezidir. Orman okulu ile ilgili tezlerin altısı yüksek lisans düzeyinde yapılmıştır (Sönmez, 2020). Bu durumda Türkiye'de alternatif eğitim üzerine doktora düzeyinde tez çalışmalarının daha fazla yapılması önerilebilir. Sınıf dışı eğitim ile ilgili tezler değerlendirildiğinde; 2000-2017 yılları arasındaki yazılan tezlerin 37'sinin yüksek lisans; 15'inin ise doktora tezi olduğu görülmüştür (Gül, Tağrikulu, ve Çobanoğlu, 2018).

Alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin %43' ü sosyal bilimler enstitülerinde %37' si eğitim bilimleri enstitülerinde, %11' i fen bilimleri enstitülerinde %5' i sağlık bilimleri enstitülerinde ve %4' ü lisansüstü eğitim enstitülerinde yürütülmüştür. Alternatif eğitim alanında en fazla tez sosyal bilimler ve eğitim bilimleri enstitülerinde ve en az tez sağlık bilimleri ve lisansüstü eğitim enstitülerinde yürütülmüştür. Bunun sebebi bu yaklaşımların daha fazla okul öncesi ve ilköğretim düzeyinde tercih edilmesi olabilir. Sönmez (2020) tarafından yapılan araştırmada; orman okulu ile ilgili yapılan tezlerin %50' si sosyal bilimler enstitülerinde yürütülmüştür. Sınıf dışı eğitim ile ilgili tezler değerlendirildiğinde; 52 tezin 24'ünün eğitim bilimleri enstitüsünde, 22'sinin sosyal bilimler enstitüsünde, beşinin fen bilimleri enstitüsünde ve birinin de mühendislik ve fen bilimleri enstitüsünde yapıldığı görülmüştür (Gül, Tağrikulu, ve Çobanoğlu, 2018).

Alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin eğitim bilimleri, ilköğretim, çocuk gelişimi ve ev yönetimi, eğitim yönetimi, teftişi, planlaması ve ekonomisi, felsefe ve din bilimleri, ortaöğretim sosyal alanlar eğitimi, çocuk gelişimi ve eğitimi, sosyal çevre bilimleri, eğitim programları ve öğretim, eğitim yönetimi ve denetimi, çocuk gelişimi ve ev yönetimi eğitimi, mimarlık, iç mimarlık, psikoloji, bilgisayar mühendisliği, güzel sanatlar eğitimi, resim iş eğitimi, matematik ve fen bilimleri, temel eğitim, çocuk gelişimi, sosyoloji, şehir çalışmaları, iç mimarlık ve çevre tasarımı, eğitim yönetimi ve planlaması, eğitim yönetimi, aile danışmanlığı, Türkçe ve sosyal bilimler eğitimi, din eğitimi, aile danışmanlığı ve eğitimi, yabancı diller eğitimi anabilim dallarında yapıldığı ancak bir tezin anabilim dalının belirtilmediği görülmüştür. Tezlerin %21' i ilköğretim anabilim dalında, %10' u eğitim bilimleri anabilim dalında ve yine %10' u temel eğitim anabilim dalında yürütülmüştür. Diğer anabilim dallarında yürütülen tezlerin sayısı oldukça azdır. Bunun sebebi bu yaklaşımların daha fazla okul öncesi ve ilkokul düzeyinde tercih edilmesi olabilir. Sönmez (2020) tarafından yapılan araştırmada; orman okulu ile ilgili tezlerin %33'ü ilköğretim, %33'ü Temel Eğitim, %17'si Sosyal Bilimler anabilim dalları tarafından yayınlanmıştır.

Alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin %59' unda nitel, %35' inde nicel ve %6' sında karma araştırma yöntemi kullanılmıştır. Gelecek tez çalışmalarında karma araştırma yöntemine daha fazla yer verilmesi önerilebilir. Sönmez (2020) tarafından yapılan araştırmada; orman okulu tezlerinin hepsinde nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Kayılı' nın (2016) araştırmasında ulaşılan yüksek lisans tezlerinin %14,2'si nitel, %64,2'si nicel araştırma türünde deneysel desende, %21,4'ü nicel araştırma türünde tarama deseninde gerçekleştirilmiştir. Araştırma kriterlerine dayalı olarak ulaşılan doktora tezlerinin %33,3'ü nitel, %66,6'sı nicel araştırma türünde deneysel desende gerçekleştirilmiştir. Sınıf dışı eğitim ile ilgili tezler değerlendirildiğinde; 23 tezin nicel araştırma yöntemleri temel alınarak; 16 tezin nitel araştırma yöntemleri temel alınarak, 13 tezin ise nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin bir arada kullanıldığı karma yöntemler temel alınarak yürütüldüğü görülmüştür (Gül, Tağrikulu, ve Çobanoğlu, 2018).

Alternatif eğitim alanında yapılan tezlerin konularının alternatif eğitim, alternatif okullar, Montessori yöntemi, ev okulu, demokratik okul, Reggio Emilia yönetimi, Summerhill okul modeli, Waldorf yöntemi, orman okulu, okulsuz eğitim, tekno-organik yöntem, Yasnaya Polyana okulu, Magnet okulu, Charter okulu olduğu görülmüştür. Tezlerin %59' unda montessori yöntemi, %11' inde Reggio Emilia konusu işlenmiş ve Summerhill okul modeli, Okulsuz eğitim, Tekno-organik yöntem, Yasnaya Polyana okulu ve Magnet okulu sadece birer kez çalışılmıştır. Ayrıca bazı tezlerde birden fazla konu bir arada ele alınmıştır. Alternatif eğitim yöntemleri çok çeşitli ancak Türkiye'de Montessori ve Waldorf yöntemleri daha çok benimsenmiştir. Kayılı' nın (2016) araştırmasında Montessori yöntemi ile ilgili araştırmalar Türkiye'de 2005 yılından itibaren yayınlanmaya başlandığı görülmüştür. Konu ile ilgili en fazla yayın 2015 yılında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bu bulgularına dayanarak Montessori yöntemine akademik olarak ilginin son yıllarda arttığı söylenebilir. Ulaşılan bu bulgu Türkiye'de 2012 yılından itibaren Montessori okullarının artışıyla paralellik göstermektedir ve Türkiye'de yöntemin yaygınlaşmasıyla doğrudan ilişkilidir (Kayılı, 2015). Kaydedilen tüm bu gelişmeler Eğitim bilimleri, çocuk gelişimi ve okul öncesi eğitim alanında çalışmalarını sürdüren akademisyenlerin dikkatini Montessori yöntemi konusuna çekmiş olabilir. Sınıf dışı eğitim ile ilgili tezler değerlendirildiğinde; "Okul Dışı" anahtar kelimesinde 24; "Sınıf Dışı" anahtar kelimesinde 15; "Outdoor" anahtar kelimesinde yedi; "Doğa Eğitimi" anahtar kelimesinde beş ve "Açık Alan" anahtar kelimesinde de bir tez bulunduğu görülmüştür (Gül, Tağrikulu, ve Çobanoğlu, 2018).

İdeolojiler, ideal insanı oluştururken, eğitim sistemlerini etkilemektedirler. İdeolojiler, toplumsal gruptan bağımsız değildir. Bu yüzden eğitim politikası oluşturulurken, hangi ideolojilerin dikkate alındığının bilinmesi büyük önem taşımaktadır. Alternatif eğitim politikasının yurt içinde geliştirilmesi eğitim sistemi açısından daha yararlı olabilir. Öncelikle öğretmenlerin bu konuda hizmet içi eğitimler almaları sağlanabilir. Türkiye'de Montessori ve Reggio Emilia modelleri hariç diğer okul modelleri üzerine yapılan tez çalışmalarının sayısal olarak yetersiz olduğu görülmüştür. Tezlerin sayısının artırılabilmesi için lisansüstü öğrencilerin ve akademisyenlerin desteklenmesi önerilebilir. Alternatif eğitim konularının farklı değişkenlerle birlikte incelenmesi, bu konu ile ilgili tez inceleme araştırmalarının farklı zamanlarda tekrarlanarak, sonuçlarının karşılaştırılması önerilebilir. Alternatif eğitim alanında çalışmalar yapacak olan araştırmacılara, alternatif eğitim alanında doktora düzeyinde çalışmaları; Montessori ve Reggio Emilia yöntemleri dışındaki alternatif eğitim modelleri ile ilgili daha çok çalışmanın üretilmesi önerilebilir. Buradan yola çıkarak alternatif eğitim ile ilgili daha çok çalışma yapılması ülkemizdeki alanyazının zenginleşmesi ve alternatif eğitimin daha geniş kitlelere sesini duyurmasında oldukça etkili olabilir. Tez danışmanlarının ve akademik personellerin bu konuda daha duyarlı olması ve yapılacak çalışmaları desteklemeleri oldukça önemlidir.

Kaynakça

Açıkalın, A. (2012). *Okuldaki çocuklarımız*. Ankara: Pegem A.

Adıgüzel, Ö. (2006). Okul dışında farklı bir öğrenme ortamı olarak çocuk müzeleri. *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 4(14), 32-41.

- Aydın, İ. (2012). *Alternatif okullar*. Ankara: Pegem A.
- Aytaç, K. (2009). *Avrupa eğitim tarihi: Genel bir bakış*. Ankara: Doğu Batı.
- Balcı, A. (2007). *Etkili okul- okul geliştirme, kuram uygulama ve araştırma*. Ankara: Pegem A.
- Blackwell, S. (2015). *The archimedes forest schools model*. Archimedes Earth.
- Durkheim, E. ve Fauconnet, P. (1950). *Terbiye ve sosyoloji (İ. M. Seydol, Çev.)*. İstanbul: Sinan Matbaası.
- Ertürk, S. (1998). *Eğitimde program geliştirme*. Ankara: Meteksan A.Ş.
- Freire, P. (2013). *Ezilenlerin pedagojisi, (Çev., Dilek Hattatoğlu, Erol Özbek)*. İstanbul: Ayrıntı.
- Gezer, İ. (2012). *Değişen dünyada eğitim*. İstanbul: Bilsam.
- Gray, P. ve Chanoff, D. (1986). What happens to young people who have charge of their own education?. *American Journal of Education*, 94(2), 182-213.
- Gül, A., Tağrikulu, P. ve Çobanoğlu, E. (11-14 Eylül 2018). Türkiye'de sınıf dışı eğitim ile ilgili yapılan lisansüstü tezlerin incelenmesi, Sınıfdışı Öğrenme Sempozyumu, Ege Üniversitesi Eğitim Fakültesi, İzmir, Türkiye.
- Gündüz, M. (2013). Modern eğitimin doğuşu ve alternatif eğitim paradigmaları. *Bayburt Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1(Özel Sayı), 66-80.
- Güven, E. D. (2005). Eğitim üzerine yinelenen eleştiriler, alternatif öneriler. *Eleştirel-Yaratıcı Düşünme ve Davranış Araştırmaları Laboratuvarı - PİVOLKA*, 4(17), 6-8.
- Kaya, D. ve Gündüz, M. (2015). Alternatif eğitim ve toplumsal değişim üzerindeki etkisi: "Waldorf Okulları Örneği". *Milli Eğitim*, 205, 5-24.
- Kaygısız, İ. (1997). Eğitim felsefesi ve Türk eğitim sisteminin felsefi temelleri. *Eğitim ve Yaşam*, 8, 5-15.
- Kayılı, G. (2015). Sosyal beceri eğitimi programı ile desteklenmiş Montessori yönteminin anaokulu çocuklarının duyguları anlama ve sosyal problem çözme becerilerine etkisi. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Selçuk Üniversitesi, Konya, Türkiye.
- Kayılı, G. (3-5 Kasım, 2016). *Türkiye'deki montessori yöntemi ile ilgili araştırmalar: 2000-2016 yılları arasındaki araştırma yayınlarının incelenmesi*. INES, Antalya.
- Krishnamurti, J. (1994). *Eğitim üzerine mektuplar. (Çev. Buket Dilden)*. İstanbul: Arion.
- Maynard, T. (2007). Forest schools in great britain: an initial exploration. *Contemporary Issues in Early Childhood*, 8(4), 320-331.
- Miller, R. (2007), *A brief history of alternative education*, 13 Eylül 2021 tarihinde www.educationrevolution.org/history adresinden erişildi.
- Nalçacı, A. ve Bektaş, F. (2012). Öğretmen adaylarının okul kavramına ilişkin algıları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 239-258.
- Popper, K. (2010). *Açık toplum ve düşmanları, Cilt I: Platon, (Çev., Mete Tunçay)*. Ankara: Liberte.
- Rogers, A. (2004). *Non-formal education: flexible schooling or participatory education? (Vol. 15)*. Comparative Education Research Centre, Hong Kong.
- Sliwka, A. (2008). *The contribution of alternative education. Innovating to learn, learning to innovate*. OECD.
- Sönmez, V. (2004). *Program geliştirmede öğretmen el kitabı*. Ankara: Anı.
- Sönmez, D. (2020). Türkiye'de orman okulu yaklaşımı ile ilgili tezlerin incelenmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(20), 623-638.
- The Paideia School, (2021). Take a closer look at paideia history. 13 Eylül 2021 tarihinde http://www.paideiaschool.org/about_us/history.aspx adresinden erişildi.
- Tolstoy, L. (2008). *Eğitim üzerine. M.Hern (Ed.), Alternatif eğitim: Hayatımızın okulsuzlaştırılması, (ss 27-34)*. İstanbul: Kalkerdin.
- Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2013). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (9. Baskı). Ankara: Seçkin.

Extended Abstract

Aim and scope

Developments in the world directly affect education. The classical period attributed to education the meaning of "the process of reaching God consciously" (Kaygısız, 1997), and the modern period changed education by asserting standardization, synchronization and centralization and required schools to fulfill the requirements of the time and to aim to raise similar individuals (Gündüz, 2013). Ertürk (1998) defined education as "the process of making permanent behavioral change in an individual's behavior through his/her own experience" and Durkheim and Fauconnet (1950) defined education as "the period of time for adults to prepare the growing generation for society". Alternative education is known as "educational models that aim to offer individuals different learning experiences apart from mainstream education". Based on this definition, it is possible to accept alternative schools as all kinds of schools that offer their students different experiences from the philosophy and principles of mainstream schools. Alternative models developed for education are mostly put into practice within the framework of schools with innovative and flexible programs based on the interests and needs of students.

In the 21st century, since Europe, the USA, Canada and Japan have listened to alternative education, there have been serious developments in education in these countries. They took care that education for new generations should not be imposed in terms of form and content. Thus, they provided opportunities for out-of-school education institutions or alternative education models other than state-centered public education. Countries such as the USA, Canada, Japan and Europe have allowed the implementation of alternative education methods and allowed people to receive education freely (Gündüz, 2013). When the literature was examined, two studies were found in which studies on alternative education were examined (Sönmez, 2020; Kayılı, 2016). In addition, such a research was needed in order to understand where Turkey and the Turkish education system are in the process described, whether there is a unique alternative education paradigm in Turkey, and Turkey's approach to existing alternative education models. This research will provide opinions about the postgraduate education theses made to researchers who will work on alternative education and will contribute to the work of researchers and practitioners. The aim of this research is to examine the postgraduate theses made on in Turkey. For this purpose, answers to the following questions were sought:

- What is the distribution of theses in the field of alternative education by years?
- What is the distribution of theses in the field of alternative education according to their levels?
- What is the distribution of theses in the field of alternative education according to institutes?
- How is the distribution of theses in the field of alternative education according to the departments?
- What is the distribution of theses in the field of alternative education according to research methods?
- What is the distribution of theses in the field of alternative education according to their subjects?

Methods

In the study, the qualitative research method was preferred because the theses on alternative education were examined. It is possible to define qualitative research as "research in which qualitative data collection techniques such as observation, interview and document analysis are used, and a qualitative process is followed to reveal perceptions and events in a natural environment in a realistic and holistic manner" (Yıldırım & Şimşek, 2013). Descriptive research model was used in the research.

The study group of the research consists of 100 master's and doctoral theses, which were conducted between 1999-2021 and can be accessed from the YÖK National Thesis Center.

YÖK National Thesis Center was applied to include the studies in the research process. While collecting the data, the search terms "Alternative Education, Alternative School, Montessori School, Reggio Emilia School, Waldorf School, Forest School, Paideia School, Iasnaia Poliana School, Charter School, Sudbury Valley School, Summerhill School, Magnet School, Home Schooling" were used. Within the scope of the research, 100 master's and doctoral thesis studies were accessed and all of them were included in the research. During the data collection process, postgraduate theses were recorded by the researchers without any intervention. In order to check the accuracy and reliability of the theses, an educational sciences expert who was not involved in the research performed a re-scan using the same search words from the official page of the National Thesis Center and compared the result. In the classification of graduate theses, the approval of a different educational sciences expert was sought.

While analyzing the data in the research, document analysis was used. Document analysis is a method for analyzing documents related to the subject (Yıldırım & Şimşek, 2013).

Findings

Findings; theses in the field of alternative education were conducted between 1999 and 2021, the most theses were made in 2019, followed by 2018 and 2020. 92% of theses are master's and 8% are doctoral theses. 43% of theses were conducted in social sciences institutes, 37% in educational sciences institutes, 11% in science institutes, 5% in health sciences institutes and 4% in graduate education institutes. 21% of the theses were conducted in the department of primary education, 10% in the department of educational sciences and 10% in the department of basic education. Qualitative research method was used in 59% of the theses, quantitative research method was used in 35% and mixed research method was used in 6% of them. Montessori method was studied in 57% of the theses and the Reggio Emilia method was studied in 10%, and Summerhill school model, unschooled education, Techno-organic method, Yasnaya Polyana school and Magnet school were studied only once.

Conclusion

While ideologies form the ideal person, they affect education systems. Ideologies are not independent of social groups. For this reason, it is of great importance to know which ideologies are taken into account in creating an education policy. Developing an alternative education policy in the country may be more beneficial for the education system. First of all, teachers can be provided with in-service training on this subject. Except for Montessori and Reggio Emilia models, thesis studies on school models in Turkey were found to be insufficient in numbers. In order to increase the number of theses, it may be recommended to support graduate students and academicians. It can be suggested to examine alternative education subjects with different variables, to repeat the thesis research studies on this subject at different times and to compare the results. For researchers who will work in the field of alternative education, studies at the doctoral level in the field of alternative education; It can be suggested that more studies be produced on alternative education models other than Montessori and Reggio Emilia methods. From this point of view, more studies on alternative education can be very effective in enriching the literature in our country and making the voice of alternative education heard by wider masses. It is very important for the institutes, thesis advisors and academic staff to be more sensitive to this issue and to support the studies to be done.

Attitudes Toward Peace: The Role of Personality Traits, Perspective Taking and Gender

Barışa Yönelik Tutumlar: Kişilik Özelliklerinin, Perspektif Almanın ve Cinsiyetin Rolü

Ayşe Gül İçin¹

Abstract

This study aimed to investigate the relations between university students' attitudes toward peace, and their level of perspective taking, gender, and personality traits. It also aimed to determine to what extent these variables predict attitudes toward peace. The research was conducted in predictive correlational research model from quantitative methods. 326 students participated in the study and data were collected in December 2018. Instruments included Demographical Information Form, Big Five Personality Test, Interpersonal Reactivity Index, and Attitudes Toward War and Peace Scale. Results showed that peace attitudes were significantly and positively correlated with perspective taking. Attitudes toward peace have differentiated significantly in terms of gender resulting in females having more positive attitudes than males. In addition, agreeableness, openness, and conscientiousness were significantly and positively correlated with attitudes toward peace. Future studies should consider examining peace attitudes toward specific ethnic groups in conflict and non-conflict settings. Promoting perspective taking strategies also seems to be a promising direction for peace psychology research.

Keywords: Attitudes toward peace, Perspective taking, Gender, Big five, Personality traits.

Öz

Bu çalışma üniversite öğrencilerinin barışa yönelik tutumları ile cinsiyetleri, kişilik özellikleri ve perspektif alma düzeyleri arasındaki ilişkiyi ve bu değişkenlerin barışa yönelik tutumları ne düzeyde yordadığını araştırmaktadır. Araştırma, nicel yöntemlerden biri olan yordayıcı ilişkisel araştırma modeline göre yürütülmüştür. Araştırmaya 326 üniversite öğrencisi katılmış ve veriler Aralık 2018'de toplanmıştır. Ölçme araçları Demografik Bilgi Formu, Beş Faktör Kişilik Testi, Kişilerarası Reaktivite İndeksi ve Savaşa ve Barışa Yönelik Tutumlar Ölçeğinden oluşmaktadır. Sonuçlar, barışa yönelik tutumların perspektif alma düzeyi ile anlamlı derecede, pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermektedir. Barışa yönelik tutumların cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılaştığı, kadınların barışa yönelik tutumlarının erkeklerden daha olumlu olduğu saptanmıştır. Ek olarak, yumuşak başlılık, deneyime açıklık ve özdenetim ile barışa yönelik tutumlar arasında anlamlı bir ilişkili olduğu görülmüştür. Gelecekteki çalışmalar, çatışma ortamlarında ve çatışma dışı ortamlarda etnik gruplara dayalı barış tutumlarını incelemeyi göz önünde bulundurmalıdır. Perspektif alma stratejilerini desteklemek, barış psikolojisi araştırmaları için umut verici bir alan olarak görünmektedir.

Anahtar Kelimeler: Barışa yönelik tutumlar, Perspektif alma, Cinsiyet, Beş faktör, Kişilik özellikleri.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 27 / 10 / 2021

Accepted: 17 / 08 / 2022

¹ Res. Asst., Giresun University, Giresun, Turkey, ayse.icin@giresun.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3087-4599>.

Introduction

Even though the number of war deaths has been globally declining since World War II, wars and conflicts continue in the 21st century and affect millions of people. The Center for Preventive Action (2022) reveals that there are 27 ongoing conflicts in the world today such as terrorism, regional conflicts/internal wars (e.g., Syria, Somalia, Yemen, Afghanistan) and international wars (e.g., recently Russia-Ukrainian war). While regions such as the Middle East, North Africa and Sub-Saharan Africa bear the heaviest burden, Europe, too, has recently witnessed a military operation between Russia and Ukraine. These conflicts across the world have caused millions of people to lose their families, homes and jobs, experience forced displacement resulting in a serious humanitarian crisis and deprivation of basic human rights (UNHCR, 2021). The United Nations' latest report (2021) draws attention to the fact that the number of forcibly displaced people due to war, violence, persecution, and human rights violations has increased by 8 percent compared to the previous year and reached 89.3 million. This figure, which was 41 million in 2010, has more than doubled in ten years.

Lack of peace causes inequality in health and education in societies, and these inequalities have negative consequences for the welfare of the citizens (see for a review Murthy & Lakshminarayana, 2006). In today's world where violence and conflicts remain widespread, developing peace negotiation strategies and promoting peace related attitudes becomes a crucial component in the achievement of welfare and social cohesion in societies. In this sense, understanding the dynamics of peace-related attitudes can contribute to peacebuilding through eliminating inequalities and realizing human potentials for all members of a society (Christie, 2001: 277). Thus, by focusing particularly on the personality dimension, perspective taking and gender, this study aims to explore variables that can have a role in peace attitudes of university students in Turkey on intrapersonal level.

1. Conceptualization of Peace

Peace is a concept that includes forgiveness, cooperation, and respect and it refers to the reduction, or end of violence (Harris, 2004). Galtung (1969), who is one of the important scholars in this field, defines peace as the existence of a positive social situation and the absence of structural and direct violence. He points out the importance of the definition of violence and suggests that peace would be two-sided as opposed to the two-dimensional nature of violence (personal and structural). Accordingly, personal violence is defined as any action that harms the body. Structural violence, on the other hand, is defined as violence perpetrated by social organizations. In line with this, negative peace is conceptualized as the absence of war and violent conflicts, while positive peace is considered as the integration of societies, cooperation, and harmony between groups, and nations (Galtung, 1964; Wagner, 1988).

The research interest of peace psychology developed into various issues such as prevention and reduction of violence, peace-making, and peace-building strategies following the end of Cold War period (Christie, Tint, Wagner, & Winter, 2008; Suffla, Van Niekerk, & Duncan, 2004). As war and peace are directly related to psychology due to them not only affecting on one's well-being but also welfare of societies, peace psychology is concerned with developing theories and practices to prevent or reduce direct and structural violence (Christie, Tint, Wagner, & Winter, 2008). Many researchers today (e.g., Johnson & Johnson, 2010; Opatow, Gerson & Woodside, 2005; Perkins, 2002) consider peace not only as prevention of violence; but also, harmony, building bridges, forgiveness, respect, cooperation, being tolerant to others' beliefs, skin colours, ethnic and national identities, justice, and equality. This enriched definition of peace includes the social and political structures that promote a "culture of peace" through a more holistic understanding and awareness.

2. Variables Affecting Attitudes Toward Peace

Despite studies emphasizing the importance of conflict prevention and peacebuilding, research that contributes to building empirical evidence to understand the dynamics of attitudes toward peace is still insufficient. Research in the psychology of peace have generally tended to explore the associations among several antecedent factors, including values, ideological orientations, and personality. Studies examining the relationship between value orientations and attitudes toward peace and war show that these attitudes are associated with conservatism (Tibon & Blumberg, 1999), social dominance orientation (Heaven, Organ, Supavadeeprasit, & Leeson, 2006; Okumusoglu, 2017) and openness (Zeigler-Hill, Besser & Marcus, 2017). In one study, it was shown that social dominance orientation significantly affected attitudes toward the war in Iraq (Heaven, Organ, Supavadeeprasit, & Leeson, 2006). In another study, attitudes of Israeli respondents regarding peace with Palestinians were more positive when Palestinians were seen as less threatening, and when participants had higher levels of openness and lower level of psychopathy (Zeigler-Hill, Besser & Marcus, 2017). Research also showed that authoritarianism was negatively correlated with peace support. In a study of Jewish Israeli students' attitudes toward the peace process in Middle East, it was found that the pacifist individuals were generally less authoritarian-conformist and less aggressive (Tibon & Blumberg, 1999).

With the peace process on Turkey's agenda in recent years, the interest on peace studies have been increased and researchers started to investigate the variables that can affect or predict people's attitudes toward peace. Studies such as peace education perception (Deveci, Yılmaz, & Karadag, 2008), investigation of peace attitudes with respect to self-esteem and gender (Eryılmaz, 2009), peace-building skills with children (Demir, 2011), university students' attitudes toward peace (Eryılmaz, 2014), attitudes toward peace and terror management theory (Güler, 2014), subjective well-being as a predictor of peace attitudes of adolescents (Sarı & Kerman, 2015), relationship between certain socio-psychological variables and peace attitudes (Karasu et al., 2016), and relationship of peace attitudes with war attitudes and social dominance orientation (Okumuşoğlu, 2017) have recently been carried out. Sarı and Kerman (2015) found there was a moderate relation between attitudes toward peace and self-esteem among adolescents. In another study, Karasu et al. (2016) reveal that conservatism, normative-humanistic attitudes, system justification are significantly associated with attitudes toward peace. Okumuşoğlu (2017) found peace attitudes were positively correlated with war attitudes and social dominance orientation.

Eryılmaz's (2014) study found that peace attitudes were positively and significantly related to both agreeableness and conscientiousness in adolescents on moderate level. Even though personality traits are related to intergroup attitudes and conflict (Duckitt & Sibley 2010), there are not many studies about the possible association between these traits and peace attitudes. Until recently, personality was suspected to play an important role to understand and predict political attitudes and behaviours of individuals. Although personality might seem as an important intrapersonal variable, it was basically supposed to serve as a distant determinant. Thus, its influence was overshadowed by more direct demographic and social psychological factors (Ha, 2013). Apart from personality, peace attitudes can be affected differently by intrapersonal characteristics such as being emphatic (Davis, 1983). As one of the dimensions of empathy is perspective taking, peace psychologists work on to bring people from different backgrounds and cultures together to interact because this way they can have more positive attitudes toward peace, learn to take perspectives, trust, and forgive (Cairns & Darby, 1998). In this respect, current study aims to explore the role of perspective taking as a variable that can impact people's attitudes toward peace. In addition to personality and perspective taking, there is an academic debate on gender differences in terms of peace and war related attitudes and it includes a broad range of theoretical arguments. Fundamental views about women having more constructive and peaceful attitudes than men are explained by evolutionary psychology (Lueptow & Garovich, 1995), socialization process, and gender roles (Blakomore & Centers, 2005). However, while the theoretical discussion of the gender differences is broad and rich, there are controversial results with respect to gender (Eryılmaz, 2014; Okumusoglu, 2017; Sarı & Kerman, 2015). Therefore, this study also aims to discover the gender differences in peace attitudes of university students in Turkey. The relevance of these variables with attitudes toward peace are discussed as follows.

2.1. Personality Traits and Peace Attitudes

As research and theory in personality traits has come to consensus over the past decades, Five Factor Personality Model (Goldberg, 1990), also called Big Five Model, have increasingly been used to identify the most significant aspects of the personality. The Big Five Model of Personality is composed of traits such as extraversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, and openness. The sub-dimension of extraversion refers the extent to which a person is energetic, friendly, and assertive. The neuroticism sub-dimension includes traits such as being nervous, anxious, experiencing frequent emotional instability, anxiety, and impatience. Openness to experience refers traits such as being open to innovations, independence, creativity, and being open to change. Agreeableness includes characteristics such as being gentle, tolerant, respectful, and flexible. Conscientiousness includes how well organized, conscientious, and diligent an individual is (Bacanlı, İlhan, & Aslan, 2009; Goldberg, 1990).

Researchers suggest that personality traits can be measured to investigate people's approach to conflict situations (Rubin & Brown, 1975). These traits capture people's emotional, motivational, and experiential characteristics and they can possibly predict behavioral intentions of individuals in situations of conflict (McCare & Costa, 1989). In this respect, the attitudes and approaches of individuals in conflicts can also inform researchers to understand their attitudes toward peace.

Past studies support the idea that individuals with high extraversion trait prefer a more integrative style when dealing with conflicting situations (Mills, Robey, & Smith, 1985). In the literature, extraversion was also shown as a factor that increased inter-group friendship and positively influenced inter-group relationships (Turner et al., 2014). Studies have also shown that agreeable people are more motivated to sustain peaceful relationships with others and more constructive when dealing with conflicts (Graziano & Tobin, 2009). People with high openness trait adapt to new ideas and situations more easily and prefer an integrated style while managing conflicts (Rahaman, Mollah, & Uddin, 2010). On the light of these findings, this study expects that agreeableness, openness, and extraversion are significantly and positively related to attitudes toward peace.

2.2. Peace Attitudes and Perspective Taking

Perspective taking refers to the active evaluation of another person's point of view and the situation that person goes through. The ability to maintain someone else's perspective has been recognized as a critical component for appropriate social functioning (Todd & Galinsky, 2014). Past studies have shown many benefits of perspective taking such as reducing stereotypes and prejudice (Galinsky & Moskowitz, 2000; Vescio, Sechrist, & Paolucci, 2003). Perspective taking was also shown to have a positive effect on interaction satisfaction (Galinsky et al., 2008) and behavioral coordination (Galinsky, Wang, & Ku, 2008). Hodges, Myers, and Clark (2011) argue that "people behave better – more acceptably, more admirably, more prosocial – after perspective taking" as it results in one to have more empathic concern for others (p. 194). According to Van Der Linden and colleagues (2011), attitudes toward peace are primarily related to having empathic concerns about others. In this context, perspective taking is expected to have a high significance with peace attitudes and this study hypothesizes that individuals who have high scores in perspective taking would have more positive attitudes toward peace because of their potential to develop positive relations with others and their tendency to be more tolerant to others.

2.3. Peace Attitudes and Gender

Eryılmaz (2014) finds a difference in attitudes toward peace based on gender, in which women have more compromising attitudes than men. On the other hand, Sarı and Kerman 's (2015) work with adolescents' attitudes toward peace shows no significant relationship in terms of gender. In addition, Tessler and his colleagues' study on the Palestine-Israel conflict even demonstrate that compared to men, women had more negative attitudes of peace building in terms of trust and coexistence (Tessler, Nachtwey, & Grant, 1999). These findings show that there are other factors such as age and war, or non-war settings that might be influential when evaluating individuals' attitudes toward peace. The impact of gender remains as a controversial topic and more work regarding its impact on peace attitudes will provide valuable information in terms of understanding the role of gender. Therefore, another aim of this study is to explore if there are any differences in attitudes toward peace between male and female university students in Turkey.

3. Aim and Hypothesis

Investigation of peace attitudes can contribute to societies and individuals at the same time. Thus, the aim of this study is to investigate the associations between university students' attitudes toward peace and their level of perspective taking, gender and personality traits. It also aims to determine to what extent personality traits, perspective taking level and gender predict attitudes toward peace. In line with this aim, research question and hypotheses to be tested in the study are identified as follows:

H1: A significant and positive relationship is expected between agreeableness and attitudes toward peace.

H2: A significant and positive relationship is expected between extraversion and attitudes toward peace.

H3: A significant and positive relationship is expected between openness and attitudes toward peace.

H4: A significant and positive relationship is expected between perspective taking and attitudes toward peace.

H5: Female students are expected to have significantly higher scores on attitudes toward peace than male students.

Q1: To what extent do university students' level of perspective taking, personality traits and gender predict their attitude toward peace?

4. Research Methodology

The research was conducted in predictive correlational research model from quantitative methods. 326 university students participated in the study and data were collected in December 2018.

4.1. Procedure and Participants

After the approval of Ankara Yıldırım Beyazıt University Ethics Committee, the data were collected in December 2018. The sample of the study was selected with convenience sampling as a type of non-probabilistic sampling. Participation to the study was voluntary and the forms, and scales were applied to the students in the classroom setting. The study, which lasted approximately 10-15 minutes, did not require any identifiable information from the participants. A total of 326 university students from the Faculty of Education in a state university in Turkey was polled, 161 (49.4 %) of whom are female and 165 (50.6 %) of whom are male. 99 of these students are studying in the guidance and psychological counseling department, 174 in the mathematics teaching department, 21 in the social studies education department, 11 in

the fine arts education department and 21 in the Turkish teaching department. Students ranged in age from 18 to 29 years ($M= 21,72$, $SD= 2,40$).

4.2. Material

To find out the personal information and determine personality traits, the level of perspective taking and attitudes toward peace, the following forms were used respectively: Demographic Information Form, Big Five Personality Test, Interpersonal Reactivity Index and The Attitudes toward Peace and War Scale.

4.2.1. Demographic information form

The personal information form was prepared by the researcher to obtain sociodemographic information about the students as well as the information regarding their department.

4.2.2. The attitudes toward peace and war scale

The Attitudes Toward Peace and War Scale developed by Bizumic et al. (2013), which is 9-point Likert type, consists of 16 items. The Turkish adaptation version of the scale was carried by Güler (2014) and Cronbach Alpha for peace attitudes sub-scale was calculated as .79, Cronbach Alpha for the who scale was calculated as .88. Internal consistency of peace attitudes sub-scale in this study was found .81 while it was found .85 for the whole scale. High scores on the attitudes toward peace sub-scale indicate positive attitudes.

4.2.3. Big five personality test

The Five Factor Personality Scale was developed by Rammstedt and John (2007). The scale is 5-point Likert type (1-Strongly disagree; 5-Strongly agree) and aims to determine the personality traits of the participants through expressions that individuals use to describe their personality. The short form of the scale consists of 10 questions and 5 sub-scales. The adaptation of the scale to the Turkish culture was performed by Horzum, Ayas and Padir (2017). The internal consistency values for the five personality constructs of the scale were .88 for extraversion; .81 for agreeableness; .90 conscientiousness; .85 for neuroticism and .84 for openness to experience. Cronbach Alpha of these sub-scales in the current study was found .75 for extraversion; .70 for agreeableness; .65 for conscientiousness; .68 neuroticism, and .73 for openness.

4.2.4. The interpersonal reactivity index

The Interpersonal Reactivity Index developed by Davis (1983) measures cognitive and emotional empathy. It is a 5-point Likert type scale consisting of 28 items. The scale consists of 4 sub-scales with 7 items each. Perspective taking, empathic thinking, personal discomfort, and fantasy sub-scales allow a multidimensional study of empathy. Perspective taking determines the degree of acceptance of the perspectives of others. The adaptation of the scale to the Turkish culture was performed by Engeler and Yargıç (2007) and internal consistency of perspective taking sub-scale was found .78.

4.3. Analysis

The data were analyzed by SPSS 25 Program. The relationship between the main variables of the study was evaluated by Pearson Correlation method. Gender differences were evaluated through t-test for independent samples. To evaluate to what extent personality traits, the level of perspective taking, and gender predict attitudes toward peace, hierarchical regression analysis was performed.

5. Results

Standard deviation and mean scores of the main variables of the study can be seen in Table 1. Agreeableness ($M=7.97$, $SD= 1.40$) and conscientiousness ($M=7.44$, $SD= 1.57$) were the highest scores and neuroticism was the lowest score among personality sub-scales. Openness ($M = 6.81$, $SD = 1.65$) and extraversion ($M = 6.91$, $SD = 1.86$) level of the participants were on moderate level. Scores on the peace attitudes sub-scale were higher for women ($M = 50.57$, $SD = 8.58$) than for men ($M = 45.05$, $SD = 11.71$). Measures of skewness and kurtosis showed that the data were normally distributed.

Table 1. Descriptive Statistics of Variables

| | N | M | Sd | 95 % CI | Skewness |
|--------------------|-----|-------|--------|----------------|----------|
| Peace Attitudes | 326 | 47.78 | 10.638 | [46,62, 48,94] | -.80 |
| Perspective Taking | 326 | 25.11 | 4.018 | [24,67, 25,55] | -.31 |
| Conscientiousness | 326 | 7.44 | 1.577 | [7,27, 7,62] | -.55 |
| Openness | 326 | 6.81 | 1.658 | [6,63, 6,99] | -.06 |
| Neuroticism | 326 | 5.92 | 1.711 | [5,73, 6,10] | .07 |
| Agreeableness | 326 | 7.94 | 1.404 | [7,79, 8,09] | -.48 |
| Extraversion | 326 | 6.95 | 1.869 | [6,75, 7,15] | -.16 |

To evaluate the relationship of peace attitudes with extraversion, agreeableness, openness, neuroticism, conscientiousness, and perspective taking, Pearson’s correlation analysis was performed. As can be seen in Table 2, attitudes toward peace are positively correlated with agreeableness ($r=.19$ $p<.01$) and openness ($r=-.17$, $p<.01$). Peace attitudes are significantly correlated with conscientiousness on a low level ($r=.14$, $p<.05$). There was no correlation between extraversion and attitudes toward peace. No relation was also found between neuroticism and attitudes toward peace.

As Table 2 indicates, attitudes toward peace are positively correlated with perspective taking ($r=.31$, $p<.01$), which points out that an increase in the level of perspective taking is related with increased positive attitudes toward peace.

Table 2. Correlation Between Research Variables and Attitudes Towards Peace

| Variables | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|--|---|-------|--------|-------|---------|---------|--------|
| 1. Peace Attitudes | 1 | 0.14* | 0.17** | 0.00 | 0.19** | -0.22 | 0.31** |
| 2. Conscientiousness | | 1 | 0.22** | -0.87 | 0.11* | 0.34** | 0.17** |
| 3. Openness | | | 1 | -0.06 | 0.85 | 0.28** | 0.23** |
| 4. Neuroticism | | | | 1 | -0.17** | -0.16** | -0.12* |
| 5. Agreeableness | | | | | 1 | 0.29 | 0.20* |
| 6. Extraversion | | | | | | 1 | 0.45 |
| 7. Perspective Taking | | | | | | | 1 |
| * $p<0.05$ two-tailed ** $p<0.01$ two-tailed | | | | | | | |

Differences based on gender was explored through t-test for independent samples. A significant difference was found between female and male students in terms of attitudes toward peace as Table 3 shows. Females ($M=50.57$) had more positive attitudes toward peace than males ($M=45.05$) ($t=4.84$; $p=0.01$).

Table 3. Gender Differences Related to Attitudes Toward Peace

| Variables | <i>n</i> | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>t</i> | <i>p</i> |
|------------|----------|----------|-----------|----------|----------|
| Female | 161 | 50.57 | 8.587 | 4.84 | .000 |
| Male | 165 | 45.05 | 11.712 | | |
| * $p<0.01$ | | | | | |

Table 4 illustrates three model of hierarchical regression analysis. At the first step of the analysis, perspective taking was included as the independent variable. It is shown that perspective taking significantly predicted attitudes towards peace ($R^2=0.098$; $F=35.267$; $p<0.001$). It explained 10% of the variance in the attitudes. Second step included perspective taking and personality dimensions as independent variables ($R^2=0.14$; $F=2.997$; $p<0.001$). Model 2 shows that, when taken together as a group, perspective taking, and personality traits significantly predicted attitudes toward peace. These variables explained 14% of the variance in peace attitudes.

Table 4. Hierarchical Regression Analysis' Results

| | Variables | R ² | R ² change | F | p | β | t | p< |
|---------|--------------------|----------------|-----------------------|--------|------|-------|--------|------|
| Model 1 | | 0.098 | 0.098 | 35.267 | | | | .000 |
| | Perspective Taking | | | | .000 | .314 | 5.939 | |
| Model 2 | | 0.14 | 0.041 | 2.997 | | | | .000 |
| | Perspective Taking | | | | .000 | .312 | 4.597 | |
| | Agreeableness | | | | .013 | .135 | 2.489 | |
| | Openness | | | | .065 | .105 | 1.854 | |
| | Extraversion | | | | .127 | .089 | 1.531 | |
| | Neuroticism | | | | .264 | .060 | 1.118 | |
| | Conscientiousness | | | | .118 | .089 | 1.567 | |
| Model 3 | | 0.18 | 0.043 | 16.531 | | | | .000 |
| | Perspective Taking | | | | .000 | .233 | 4.269 | |
| | Agreeableness | | | | .034 | .113 | 2.126 | |
| | Openness | | | | .033 | .119 | 2.143 | |
| | Extraversion | | | | .197 | .073 | 1.292 | |
| | Neuroticism | | | | .623 | .026 | .491 | |
| | Conscientiousness | | | | .241 | .066 | 1.175 | |
| | Gender | | | | .000 | -.214 | -4.066 | |

At the third step, perspective taking, gender, and personality traits were included as the independent variables ($R^2=0.18$; $F=16.531$; $p<0.001$). Model 3 shows that when taken together as a group, perspective taking, personality dimensions and gender significantly predicted attitudes toward peace by explaining 18% of the variance in attitudes.

6. Discussion

The current research investigated university students' peace attitudes with respect to personality traits, perspective taking and gender. Results show that peace attitudes are positively correlated with perspective taking. Attitudes toward peace have differentiated significantly in terms of gender, and female participants had more positive attitudes than male participants had. In addition, agreeableness and openness were found to have the strongest association with attitudes toward peace among personality traits. Conscientiousness was also significantly related with attitudes toward peace on a low level.

Theoretical arguments can be found in literature regarding the gender differences with respect to peace attitudes. This difference can be explained from the point of view of evolutionary psychology (Lueptow, 1984; Lueptow & Garovich, 1995), which states that women are evolving as caregivers and so man as warriors. From this perspective, attitudes or behaviors that are considered masculine (e.g., evolving as warriors) or feminine (e.g., evolving as caregivers) have biological underpinnings (Lippa, 2005; Wharton, 2005). Other explanations might be the socialization process in which girls and boys are raised in different parenting attitudes (Blakomore & Centers, 2005) or gender roles that teach men to be dominant and

women to be harmonious and tolerant. According to Anthropologist Hall (1984), role differences between man and woman are culturally determined and they are the product of communication. What determines children's gender behavior is not biology (their sex), but their life experiences, a process that begins labelling of the baby by the community. Newborn baby does not have a sex. Thus, by expressing, "this is a girl/boy!", sociocultural form of gender training begins. Communication, in fact, is the process that teaches individuals to be men or women, and it refers to acting according to gender. Beginning from childhood, individuals acquire various practices of language that are culturally related to gender behavior. This means, from a very early stages of life, communication involves gender practices, as a result masculinity and femininity are communicatively formed (Hall, 1984).

Gender roles of women and men develop differently because they are exposed to different childcare practices in Turkish society. Girls are asked to be more attached to traditional mother roles and they are also expected to be more obedient and dependent. Parents show more protective attitudes toward girls, on the other hand men are encouraged to be more free, less dependent, and more aggressive (Eryılmaz & Atak, 2007). Gender roles and childcare practices therefore should be considered while interpreting the attitudes toward peace.

The gender differences observed in attitudes toward peace of the current research is consistent with Eryılmaz's (2014) and Güler's (2014) findings however inconsistent with the research results of Sarı and Kerman (2015) and Okumuşoğlu (2017) which found no differences in attitudes toward peace between woman and man. The reason of these conflicting results can be the use of different scales or different sample sizes. In addition, when examining the concept of peace in relation to attitudes, one should always keep in mind the time related changes in the country that can impact differences.

This research indicates that agreeableness, conscientiousness, and openness are positively related with peace attitudes. The relationship between agreeableness and peace attitudes are consistent with the literature (Somer, 1998). Agreeableness, as a characteristic related to interpersonal relationships, means the degree of involvement of the individuals in cooperation. Because agreeable people are defined as social, friendly to other people, cooperative and trustworthy (Glass, Prichard, Lafortune & Schwab, 2013), having these traits might have increased participants' positive attitudes toward peace. Openness represents the tendency to be open to new feelings and thoughts. It is related to flexibility and non-traditional attitudes. Those who have a high level of openness are likely to be non-conservative and often prefer diversity (Chamorro-Premuzic, 2007). They also engage in more integrating styles in conflict situations (Rahaman, Mollah, & Uddin, 2010). As attitudes toward peace are negatively correlated with conservatism, it is understandable that students who have a high degree of openness have higher scores on positive peace attitudes.

The current research found a significant but low correlation between peace attitudes and conscientiousness. According to Eryılmaz (2014) this can be interpreted on the light of cultural psychology. Cultural psychology evaluates societies both from individualistic and collectivistic perspectives. In this view, cooperation with members of society and group coherence is essential. In addition, living in harmony with other people requires living in peace, not fighting. Thus, collectivistic characteristics of participants might have led to positive relations between conscientiousness and attitudes toward peace.

Individuals high in extraversion tend to maintain positive relationships with others in society, because good relations give them opportunities in which they can be recognized (Turner et al., 2014). This recognition can be accepted as a reward for extraverted individuals, resulting in them having more positive attitudes toward peace. Despite the similarities with the literature, there is also inconsistency in terms of the personality traits. Unlike the results of Eryılmaz's (2014) work, no significant relation was found between extraversion and peace attitudes in this study. The reason why peace attitudes were not found correlated with extraversion could be the mean scores of extraversion trait of the participants in the study were already on moderate level ($M= 6.95$).

Although past studies have shown many benefits of perspective taking in terms of reducing intergroup conflict and prejudice, there is no study undertaken in the literature regarding the relation of perspective taking with attitudes toward peace. This study assumed a significant relationship between these two variables and the results proved this. It is shown that perspective-taking can be related to prosocial behaviors (Van de Pieterman, 2015). People tend to experience feelings of empathy more, when they place themselves in the position of others and understand thoughts and perspective of those people much better (Davis, 1983). Because peace attitudes are primarily related to having empathic concerns about others, people who have high level of perspective taking (that is a component of empathy) are more likely to avoid marginalization, increase cooperation and altruistic behavior (Szuster, 2016).

Conclusion

The present study extended the current understanding of peace attitudes by showing the associations between peace attitudes, perspective taking and personality traits. However, in this study, attitudes toward peace are considered as attitudes toward general peace. As attitudes are context dependent, the examination of attitudes toward peace based on

ethnic groups in Turkey can lead to more detailed knowledge in subsequent studies. Comparisons of peace related attitudes in conflict and non-conflict settings can also be useful. In addition, qualitative research can provide a path to thoroughly examine the underlying factors of positive and negative attitudes toward peace.

Promoting perspective taking strategies continues to be a promising direction for peace psychology research. Future research should determine under what conditions and for what groups the benefits of spontaneous perspective taking will likely emerge. It is important that leaders or policy makers, as important actors in peacemaking practices, should ensure that schools provide students activities that encourage prosocial behavior and peace education. As perspective taking, an ability developed in early stages of life, peace education at schools should include perspective taking strategies to ensure that children identify the emotions, thoughts, and perspectives of others.

References

- Bacanlı, H., İlhan, T., & Aslan, S. (2009). Beş Faktör Kuramına Dayalı Bir Kişilik Ölçeğinin Geliştirilmesi: Sıfatlara Dayalı Kişilik Testi (Sdkt). *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 261-279. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tebd/issue/26107/275060>
- Bizumic, B., Stubager, R., Mellon, S., Linden, N., Iyer, R., & Jones, B. (2013). On the (in)compatibility of attitudes toward peace and war. *Political Psychology*, 34(5), 673-693. <http://www.jstor.org/stable/43783730>
- Cairns, E., & Darby, J. (1998). The conflict in Northern Ireland: Causes, consequences, and controls. *American Psychologist*, 53(7), 754-760. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.53.7.754>
- Christie, D. J. (2001). Peace, conflict and violence. In Christie, Wagner and Winter (Ed.), *Peace building: approaches to social justice* (pp. 277-281). Prentice-Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
- Christie, D. J., Tint, B. S., Wagner, R. V. & Winter, D. D. (2008). Peace psychology for a peaceful world. *American Psychologist*, 63(6), 540-552. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.63.6.540>
- Chamorro-Premuzic, T. (2007). *Personality and individual differences*. Oxford: Wiley Blackwell.
- Davis, M. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113-126. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>
- Demir, S. (2011). "An overview of peace education in Turkey: Definitions, difficulties, and suggestions: A qualitative analysis." *Educational Sciences: Theory & Practice*, 11(4), 1739-1745.
- Deveci, H., Yilmaz, F., & Karadag, R. (2008). Pre-service teachers' perceptions of peace education. *Eurasian Journal of Educational Research*, 30, 63-80.
- Duckitt, J., & Sibley, C. G. (2010). Personality, ideology, prejudice, and politics: A dual process motivational model. *Journal of Personality*, 78(6), 1861-1893. doi: 10.1111/j.1467-6494.2010.00672.x.
- Engeler, A., & Yargıç, İ. (2007). Interpersonal reactivity index: Multidimensional measurement of empathy. *Yeni Sempozyum Dergisi*, 45(3), 119-127.
- Eryılmaz, A. (2009). Investigating the peace attitudes with respect to self-esteem and gender. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), 23-31. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/baunsobed/issue/50238/647994>
- Eryılmaz, A. (2014). Relationship of peace attitudes with personality traits, gender and age groups. *Düşünen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 27, 138-146. <https://doi.org/10.5350/DAJPN2014270206>
- Funder, D.C. (2008). Persons, situations, and person-situation interactions. In O.P. John, R.W. Robins, & L.A. Pervin (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research* (3rd ed., pp. 568-580). New York: Guilford.
- Galinsky, A.D., & Moskowitz, G.B. (2000). Perspective-taking: Decreasing stereotype expression, stereotype accessibility, and in-group favoritism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78(4), 708-724. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.4.708>
- Galinsky, A.D., Maddux, W.W., Gilin, D., & White, J.B. (2008). Why it pays to get inside the head of your opponent - The differential effects of perspective taking and empathy in negotiations. *Psychological Science*, 19(4), 378-384. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02096.x>
- Galinsky, A.D., Wang, C.S., & Ku, G. (2008). Perspective-takers behave more stereotypically. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95(2), 404-419. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.95.2.404>

- Galtung, J. (1969). Violence, peace, and peace research. *Journal of Peace Research*, 6(3), 167–191.
- Glass, R., Prichard, J., Lafortune, A., & Schwab, N. (2013). The Influence of personality and facebook use on student academic performance. *Issues in Information Systems*, 14(2), 119-126. https://doi.org/10.48009/2_iis_2013_119-126
- Güler, E. (2014). Attitudes toward peace: An examination of Terror Management Theory and Some Socio-political Variables. Unpublished Master Thesis, Ankara University, Ankara.
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative "description of personality": The Big-Five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216-1229. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.59.6.1216>.
- Graziano, W. G., & Tobin, R. M. (2009). Agreeableness. In M. R. Leary & R. H. Hoyle (Eds.), *Handbook of individual differences in social behavior* (pp. 46-61). New York, NY, US: Guilford Press.
- Ha, S. (2013). Personality Traits and South Koreans' Attitudes Toward North Korea. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 12-23. <https://doi.org/10.1017/prp.2013.2>
- Hall, J. A. (1984). *Nonverbal sex differences: communication accuracy and expressive style*. Baltimore, MD: The Johns Hopkins University Press.
- Harris, I. (2004). Peace education theory. *Journal of Peace Education*, 1(1), 5-20. doi.org/10.1080/1740020032000178276
- Heaven, P. C. L., & Connors, J. R. (2001). A note on the value correlates of social dominance orientation and right-wing authoritarianism. *Personality and Individual Differences*, 31(6), 925–930. [https://doi.org/10.1016/S0191-8869\(00\)00194-X](https://doi.org/10.1016/S0191-8869(00)00194-X)
- Heaven, P. C. L., Organ, L.-A., Supavadeeprasit, S., & Leeson, P. (2006). War and prejudice: A study of social values, right-wing authoritarianism, and social dominance orientation. *Personality and Individual Differences*, 40(3), 599–608. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2005.08.005>
- Hodges, S. D., Clark, B. A.M., & Myers, M. W. (2011). Better living through perspective taking. In R. Biswas-Diener (Ed.), *Positive psychology as social change* (pp. 193-218). New York, NY, US: Springer Science + Business Media.
- Horzum, M. B., Ayas, T., & Padır, M. A. (2017). Beş Faktör Kişilik Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 398-408. <https://doi.org/10.19126/suje.298430>
- Karasu, M., Solak, Ç., Tuzkaya, F., Peker-Dural, H., Soyulu, E., Mehmetoğlu, E. & Göregenli, M. (2016) *Rethinking Peace: Obstacles and Opportunities*. 1st International Conference in Contemporary Social Sciences Crisis and the Social Sciences: New Challenges and Perspectives Proceedings. At: University of Crete / Rethymno / Crete.
- Levant, R., Smalley, K., Aupont, M., House, A., Richmond, K., & Noronha, D. (2007). Initial validation of the male role norms inventory-revised (MRNI- R). *The Journal of Men's Studies*, 15(1), 83–100.
- Lippa, R. A. (2005). *Gender, nature and nurture*. Routledge.
- Lueptow, L.B. (1984). *Adolescent sex roles and social change*. New York: Columbia University Press.
- Lueptow, L.B. & Garovich, L. (1995). The Persistence of Gender Stereotypes in the Face of Changing Sex Roles: Evidence Contrary to the Sociocultural Model. *Ethology and Sociobiology*, 16(6), 509-530. [https://doi.org/10.1016/0162-3095\(95\)00072-0](https://doi.org/10.1016/0162-3095(95)00072-0)
- McCrae, R. R., & Costa, P. (1989). The Structure of Interpersonal Traits: Wiggins's Circumplex and the Five-Factor Model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56(4), 586-95. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.56.4.586>
- Mills, J., Robey, D., & Smith, L. (1985). Conflict-Handling and Personality Dimensions of Project-Management Personnel. *Psychological Reports*, 57(3), 1135–1143. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.56.4.586>
- Murthy, R. S. & Lakshminarayana, R. (2006). Mental health consequences of war: A brief review of research findings. *World Psychiatry*, 5(1), 25–30.
- Okumuşoğlu, S. (2017). The relationship of attitudes towards peace with attitudes towards war, social dominance orientation and gender. *Ulakbilge*, 5(17), 1821-1833. <https://doi.org/10.7816/ulakbilge-05-17-05>
- Prentice, D. A., & Carranza, E. (2002). What women and men should be, shouldn't be, are allowed to be, and don't have to be: The contents of prescriptive gender stereotypes. *Psychology of Women Quarterly*, 26(4), 269–281. <https://doi.org/10.1111/1471-6402.t01-1-00066>

- Rahaman, H. M. S., Mollah, M. S., & Uddin, M. H. (2010). Big five personality factors and conflict handling styles. *Dhaka University Journal of Management*, 2(1), 13-24.
- Rammstedt, B., & John, O. P. (2007). Measuring personality in one minute or less: A 10-item short version of the Big Five Inventory in English and German. *Journal of Research in Personality*, 41(1), 203-212. <https://doi.org/10.1016/j.jrp.2006.02.001>
- Rubin, J. Z., & Brown, B. R. (1975). *The Social psychology of bargaining and negotiation*. New York: Academic Press.
- Sarı, T., & Kermen, U. (2015). Subjective well-being as a predictor of peace attitudes in adolescents. *International Journal of Human Sciences*, 12(2), 532-546.
- Somer, O. (1998). Beş faktör kişilik modeli. *Türk Psikoloji Yazıları*, 1, 35-62.
- Suffla, S., Van Niekerk, A. (Eds.) & N. Duncan (Consulting Ed.) (2004). *Crime, violence and injury prevention in South Africa: developments and challenges*. Tygerberg: MRC-UNISA Crime, Violence and Injury Lead Programme.
- Tessler, M., Nachtwey, J., & Grant, A. (1999). Further Tests of the Women and Peace Hypothesis: Evidence from Cross-National Survey Research in the Middle East. *International Studies Quarterly*, 43(3), 519-531. <http://www.jstor.org/stable/2600941>
- The Center for Preventive Action (2021). *Global Conflict Tracker*. Retrieved from <https://www.cfr.org/global-conflict-tracker>
- Thompson, E. H., & Bennett, K. M. (2015). Measurement of masculinity ideologies: A (critical) review. *Psychology of Men & Masculinity*, 16(2), 1–19. <https://doi.org/10.1037/a0038609>
- Tibon, S., & Blumberg, H. H. (1999). Authoritarianism and political socialization in the context of the Arab–Israeli conflict. *Political Psychology*, 20(3), 581–591. <https://doi.org/10.1111/0162-895X.00157>
- Todd, A., & Galinsky, A. (2014). Perspective-Taking as a strategy for improving intergroup relations: evidence, mechanisms, and qualifications. *Social and Personality Psychology Compass*, 8(7), 374-387. <https://doi.org/10.1111/spc3.12116>
- Turner, R.N., Dhont, K., Hewstone, M., Prestwich, A. & Vonofakou, C. (2014). The role of personality factors in the reduction of intergroup anxiety and amelioration of outgroup attitudes via intergroup contact. *European Journal of Personality*, 28(2), 180–192. <https://doi.org/10.1002/per.1927>
- United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR). (2021). *Global trends: Forced displacement in 2021*. Retrieved from <https://www.unhcr.org/globaltrends>
- Van der Linden, N., Bizumic, B., Stubager, R., & Mellon, S. (2011). Social representational correlates of attitudes toward peace and war: A cross-cultural analysis in the United States and Denmark. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, 17(3), 217. <https://doi.org/10.1080/10781919.2011.587176>
- Van der Linden, N., & Licata, L. (2012). Social representations of war and peace. In D. J. Christie (Ed.), *The encyclopaedia of peace psychology* (pp. 1053–1057). London: Wiley-Blackwell.
- Van de Pieterman, F. G. (2015). *The role of perspective taking on prosocial behaviour* (Bachelor's thesis, University of Twente, the Netherlands).
- Vescio, T.K., Sechrist, G.B., & Paolucci, M.P. (2003). Perspective taking and prejudice reduction: the mediational role of empathy arousal and situational attributions. *European Journal of Social Psychology*, 33(4), 455–472. <https://doi.org/10.1002/ejsp.163>
- Wagner, R. V. (1988). Distinguishing between positive and negative approaches to peace. *Journal of Social Issues*, 44(2), 1-15. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1988.tb02060.x>
- Wharton, A. S. (2005). *The Sociology of Gender: An Introduction to Theory and Research*. John Wiley & Sons.
- Zeigler-Hill, V., Besser, A. & Marcus, D. (2017). The roles of personality traits and perceived threat in the attitudes of Israelis toward peace with the Palestinians. *Personality and Individual Differences*, 116, 296-300. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.007>

Extended Abstract

Purpose

In this study, it is aimed to investigate the relationship between attitudes toward peace and perspective taking, gender and personality traits among university students in Turkey. It is also aimed to discover to what extent these variables would predict attitudes toward peace.

Methodology

The research was conducted in predictive correlational research model from quantitative methods and the data was collected in December 2018. The sample of the study was selected with convenience sampling as a type of non-probabilistic sampling. A total of 326 university students in a state university in Turkey was polled, 161 (49.4 %) of whom are women and 165 (50.6 %) of whom are man. Students ranged in age from 18 to 29 years ($M= 21,72$, $SD= 2,40$). Instruments included Demographical Information Form, Big Five Personality Test, Interpersonal Reactivity Index, and Attitudes Toward War and Peace Scale. The forms, and scales were applied to the students in the classroom setting. Participation to the study was voluntary. The study, which lasted approximately 10-15 minutes, did not require any identifiable information from the participants. The data were analyzed by SPSS 25 Program. The relationship between the main variables of the study was evaluated by Pearson Correlation method. Gender differences were evaluated through t-test for independent samples. To evaluate to what extent personality traits, the level of perspective taking, and gender predict attitudes toward peace, hierarchical regression analysis was carried out.

Findings

Results showed that peace attitudes were positively correlated with perspective taking. Attitudes toward peace have differentiated significantly in terms of gender resulting in females having more positive attitudes than males. In addition, agreeableness, openness, and conscientiousness were significantly found to correlate with attitudes toward peace. Model shows that when taken together as a group, perspective taking, personality dimensions and gender significantly predict attitudes toward peace by explaining 18% of the variance in attitudes.

Conclusion and Discussion

The present study extended the current understanding of peace attitudes by showing the relations between peace attitudes, perspective taking and personality traits.

Some theoretical arguments can be found in literature regarding the gender differences with respect to peace attitudes. This difference can be explained from the point of view of evolutionary psychology (Lueptow, 1984; Lueptow & Garovich, 1995), which states that women are evolving as caregivers and so man as warriors. From this perspective, behaviors considered masculine or feminine have biological roots (Lippa, 2005; Wharton, 2005). Other explanations might be the socialization process in which girls and boys are raised in different parenting attitudes (Blakomore & Centers, 2005) or gender roles that teach men to be dominant and women to be harmonious and tolerant.

This research indicates that agreeableness, conscientiousness, and openness are positively related with peace attitudes. The relationship between agreeableness and peace attitudes are consistent with the literature (Somer, 1998). Agreeableness, as a characteristic more related to interpersonal relationships, refers to the degree of involvement of the individuals in cooperation. Because agreeable people can be defined as social, friendly to other individuals, cooperative and trustworthy (Glass et al., 2013), acquiring these traits might have increased participants' positive attitudes toward peace. Openness represents the tendency to be open to new feelings and thoughts. It is related to intellectual interest, imagination, flexibility, and non-traditional attitudes. Those who have a high level of openness are likely to be non-conservative and often prefer diversity (Chamorro-Premuzic, 2007). They also engage in more integrating styles in conflict situations. As attitudes toward peace are negatively correlated with conservatism, it is understandable that students who have a high degree of openness have higher scores on positive peace attitudes. There is a significant but low correlation between peace attitudes and conscientiousness. According to Eryilmaz (2014) this can be interpreted on the light of cultural psychology. Cultural psychology evaluates societies as individualistic and collectivistic. In this view, cooperation with members of society and group coherence is essential. In addition, living in harmony with other people requires living in peace, not fighting. Thus, collectivistic characteristics of participants might have led to positive relations between conscientiousness and attitudes toward peace

Promoting perspective taking strategies continues to be a promising direction for peace psychology research. Future research should determine under what conditions and for what groups the benefits of spontaneous perspective taking will likely emerge. It is important that leaders or policy makers, as important actors in peacemaking practices, should ensure that schools provide students activities that encourage prosocial behavior and peace education. As perspective taking, an ability developed in early stages of life, peace education at schools should include perspective taking strategies to ensure that children identify the emotions, thoughts, and perspectives of others.

Ergenlerin Saldırganlık ve Değerler Yönelimleri Üzerine Bir Araştırma¹

A Study of Aggression and Adolescent Value Orientations

Cemile Üçüncü², Ayşe Özada Nazım³

Öz

Okul ortamlarında saldırganlık kısa ve uzun vadede çeşitli sorunlara neden olan önemli bir sorundur. Bu araştırma, lise öğrencilerinin saldırganlık eğilimleri ile değer yönelimleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. İlişkisel tarama modelinde yürütülen araştırmanın örneklemini Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) Lefkoşa ilçesinde bulunan devlet liselerinde öğrenim gören 373 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama araçları olarak Kişisel Bilgi Formu, Buss-Perry Saldırganlık Ölçeği ve Schwartz Değerler Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma bulguları öğrencilerin toplam saldırganlık puanlarının orta seviyede olduğunu ve erkeklerin kızlara kıyasla daha fazla saldırgan davranış sergilediklerini göstermektedir. Araştırmada çarpıcı biçimde okulda en az 1-2 kez disiplin cezası alan öğrencilerin daha saldırgan davranışlar sergilediği belirlenmiştir. Öğrencilerin değer yönelimlerinde birinci sırada evrensellik değeri yer alırken hazcılık değerlerinin son sırada yer aldığı saptanmıştır. Öğrencilerin saldırganlık düzeyleri ile değer yönelimleri karşılaştırılmasında hazcılık, güç, başarı ve uyarılım değerlerinin saldırganlık davranışını artırdığı, uyma-itaat alt değerinin ise saldırganlığı azalttığı belirlenmiştir. Araştırmada ortaya çıkan evrenselcilik ve iyilikseverlik değerlerinin benimsenmesinin saldırganlığı azalttığı bulgusu, eşitlik, sosyal adalet ve insanın değeri gibi konuların okul ortamında daha fazla ele alınmasına ilişkin planlama yapılmasında yol gösterici olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Saldırganlık, Değer Yönelimi, Lise Öğrencileri, Disiplin Cezası, Ergenlik

Abstract

Aggression in school environments is an important problem that causes various problems in the short and long term. The purpose of this study was to determine whether high school students' aggression tendencies and value orientations are related. In the relational screening model, 373 high school students from public high schools in Nicosia District in Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC) were sampled. Personal information form, Buss-Perry Aggression Scale and Schwartz Values Scale were used in the study. Based on the findings of the research, it was determined that the total aggression scores of the students were moderate and the boys exhibited more aggressive behavior compared to the girls. Conspicuously, students who received disciplinary punishment at least 1-2 times at school displayed more aggressive acts. It was determined that while the value of universality was in the first place in the value orientations of the students, the values of hedonism were in the last place. By comparing the aggression levels of the students with the value orientations, it was determined hedonism, power, success, and arousal values increased aggressive behavior while subordination-obedience decreased it. The finding that the adoption of universalism and benevolence values, reduces aggression, which emerged in the research, is thought to be a guide in planning to deal more with issues such as equality, social justice and human value in the school environment.

Keywords: Aggression, Value Tendencies, High School Students, Disiplinary Punishment, Adolescence

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: I20, I50, Z00

Submitted: 05 / 01 / 2022

Accepted: 22 / 09 / 2022

¹ Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

² Uzm. Öğretmen, TC Milli Eğitim Bakanlığı, ucuncu_cml_61@hotmail.com, Mersin, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/000-0002-4311-306X>

³ Dr. Öğr. Üyesi, Lefke Avrupa Üniversitesi, aozada@eul.edu.tr, Mersin, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4863-3168>

Giriş

Saldırganlık olarak tanımlanan davranışlar her yaş döneminde görülmesine karşın ergenlik ve genç yetişkinlik dönemlerinde artış göstermektedir. Ergenlik döneminde doğal kabul edilen macera arayışı, otoriteye ve kurallara karşı gelme isteği sıklıkla ergenlerin sorunlar yaşamasına neden olmaktadır. Bu süreçte ergenin okul ortamında, aile içinde ve arkadaşlar arasında çatışma yaşaması muhtemeldir. Çatışmalar yoluyla ergenin toplumsal yaşamdaki sınırlarını belirlemesi beklenmektedir. Ancak, kimi zaman ergenin dışadönük çatışmaları büyüyerek saldırgan davranışlara dönüşebilmektedir. Saldırganlık, çok boyutlu, biyolojik, çevresel ve duyuşsal faktörlere göre çeşitlilik gösteren antisosyal bir davranış biçimidir. Amerikan Psikoloji Derneği saldırganlığı "Başkalarına fiziksel veya psikolojik olarak zarar vermeyi amaçlayan davranış" şeklinde tanımlamaktadır (VandenBos, 2015: 31). Saldırganlık, bireyin istemediği bir isim ya da lakapla çağırılmasının yanında, itme, tokat atma, yumruklama ve tekmeleme gibi daha ciddi eylemlere; hatta yaralama ve öldürmeye kadar çeşitli şekillerde gerçekleştirilebilen davranışlardır (Allen ve Anderson, 2017). Bir kişinin sosyal gruplara dahil olmasını engelleyici dışlama ve hakkında dedikodu yayma gibi eylemler de dolaylı saldırganlık olarak tanımlanmaktadır (Ostrov, 2013). Saldırgan davranış ve şiddet çoğu zaman eş anlamlı olarak düşünülmesine rağmen, öyle olmadığını belirtmek önemlidir. Şiddet bir fiziksel saldırı biçimi iken, saldırgan davranış fiziksel, sözlü, psikolojik ve diğer zarar verme yollarını içeren daha geniş bir kavramdır (de Boer, 2017: 24-25). Kısaca, şiddet, saldırgan davranışın yalnızca bir biçiminden ibarettir. Saldırganlık farklı disiplinlerin dikkatini çeken bir konudur. Ancak sosyal, kültürel ve hukuki açılardan birbirinden farklı şekilde ele alınabilmesi saldırganlığın tanımlanmasını güçleştirmektedir. Bu dönemde özellikle saldırganlık eğilimi yüksek öğrencilerin değer yönelimlerinin belirlenmesinin, okul ortamlarından saldırgan davranışların önlenmesi ve azaltılmasına ilişkin önemli ipuçları verebileceği düşünülmektedir. Sosyal psikolojide ilk kez Milton Rokeach (1973) tarafından ele alınan değer kavramı, birey veya toplumun herhangi bir seçimine ilişkin yoğun bir inancı yani soyut bir ölçüyü tanımlamaktadır (Uzun, 2018: 9). Değerler insanların duygu, düşünce ve davranışlarıyla ilişkili olmakla beraber, bireyin yaşamsal deneyimleri ve içinde buldukları sosyal çevrenin etkisiyle oluşmaktadır (Acar vd., 2016:98). Ayrıca sahip olunan değerler insan davranışlarını yönlendiren en önemli etkenlerden biri olarak görülmektedir (Kısaç ve Turan, 2015). Sosyalleşme süreci içerisinde benimsenen değerler ergenin davranış kalıplarını oluşturmakta; kabul edilebilir ya da kabul edilemez davranışlara ilişkin ergene ipuçları vermektedir (Göldağ, 2015). Bu araştırmada, lise öğrencilerinin saldırganlık düzeyleri ile değer yönelimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Böylelikle, saldırganlık eğilimlerine göre öğrencilerin hangi değer yönelimlerine sahip oldukları belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu araştırmanın ergenlerin saldırgan davranışlarının anlaşılmasına yardımcı olacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Ergenlik Döneminde Saldırganlık

Saldırganlık davranışının nasıl ortaya çıktığına ilişkin pek çok görüş bulunmaktadır. Saldırgan davranışlara yol açtığı idda edilen faktörleri biyolojik, çevresel ve duyuşsal olarak üç gruba ayırmak mümkündür. Biyolojik faktörler cinsiyet, yaş, ırk ve etnik köken gibi doğumla sahip olunan özelliklerdir. Çevresel faktörler sosyalleşme sürecinde yetişkinlerin saldırgan davranışlarına tanıklık etme, düşük akran kabulü, akran reddi, ilgisizlik ve gelişim kapasitesinin yeterince kullanılamaması gibi durumlardır. Duyusal faktörler ise duygusal düzensizlik, duygusal ihtiyaçların yeterince karşılanmaması, ihmal edilme ve davranış sorunları şeklinde sıralanabilir. Saldırganlık yaşam boyu gelişimsel geçişlere sahiptir (Liu, Lewis & Evans, 2012). Bu nedenle saldırganlığın şiddeti ve türü gelişim özelliklerine göre farklılık gösterebilmektedir. İnsan yaşamı boyunca en ciddi saldırgan davranışların ergenlik döneminde görüldüğü belirtilmektedir (Hudley, 2003:275). Karakter özelliklerine ek olarak doğumdan itibaren tanık olunan eylemler ve sosyalleşme deneyimi kişilik örüntüsünü etkilerken, ergenlik dönemindeki fiziksel gelişimin doruk noktaya ulaşması saldırganlığa ilişkin uygun bir kapasite sağlamaktadır. Ergenlerin saldırgan davranışlarında akran ilişkileri önemli bir rol oynamaktadır. Bu dönemde popülerlik kazanmak için güç kullanımı veya bir başkasını kontrol etme çabası saldırgan eylemlerle sonuçlanabilmektedir. Diğer yandan, cinsiyetler arası akran ilişkileri geliştikçe kızlar ve erkekler arasındaki saldırgan davranışlarda da bir artışın söz konusu olduğu belirtilmektedir (Liu, vd., 2012).

Tablo 1'de yaş gruplarına göre saldırgan davranış biçimleri ile risk faktörleri ele alınmaktadır.

Tablo 1. Farklı Yaş Gruplarında Saldırgan Davranışın Özellikleri ve Risk Faktörleri

| Yaş | Özellikler | Temel ve Bağlamsal Risk Faktörleri |
|---------------------|---|--|
| Erken Çocukluk | Ağlama, çığlık atma, ısırma, tekme atma, nesnelere fırlatma ve kırma. Agresif davranış 2 yaşından hemen önce zirve yapmaktadır. | Genetik faktörler ve Biyolojik faktörler (örneğin doğum komplikasyonları, beslenme eksikliği vb.) risk faktörleridir. Başkalarının saldırganlığını taklit etme (Sosyal Öğrenme Kuramı) risk faktörüdür. Belirli sosyal uyarılara tekrar tekrar maruz kaldıktan sonra aynı eylemi gerçekleştirmeye çalışma (Sosyal Bilgi İşleme Teorisi) bir risk faktörüdür. |
| Okul Çağı Çocukları | Alay etme, sinirlilik, zorbalık, kavga, hayvanlara zulüm ve yangın çıkarma görülebilir. Fiziksel olmayan saldırgan davranışlar artış göstermektedir. | Psikososyal ve çevresel faktörler (yetersiz ebeveynlik becerileri gibi) saldırgan davranışın ortaya çıkmasında etkilidir. |
| Ergenlik Dönemi | Daha ciddi saldırgan davranışlar ve hatta şiddet ortaya çıkmaktadır. Hırsızlık, okuldan kaçma vb. gibi davranışlar görülebilmektedir. Flört şiddeti, flört tecavüzü ve cinsel saldırı dahil olmak üzere çapraz cinsiyetli saldırgan davranışların görülmesi olasıdır. Kişinin kendine dönük davranış problemi olarak görülen intihar ergenlik döneminde 3. önde gelen ölüm nedenidir. Bu açıdan psikososyal ve çevresel faktörler (zayıf ebeveynlik gibi) dikkate alınmalıdır. | Sadece ergenlik döneminde ortaya çıkan ve sonraki yaşamda kaybolan saldırgan davranış (Ergenlikle sınırlı antisosyal davranış). Ergenliğe taşınan çocuklukta öğrenilmiş saldırgan davranışlar. Depresyon, ailevi ve diğer ilişki güçlükleri ve ailede intihar öyküsü (veya kişisel intihar girişimi öyküsü), bir ergenlik intihar davranışı için daha büyük risk altına sokabilir. Madde bağımlılığı da risk faktörü olarak değerlendirilmektedir. |

Kaynak: Liu, Lewis & Evans 2012: 6

Tablo 1’de görüldüğü gibi çocukluktan sonra ortaya çıkan saldırgan davranışlar, Sosyal Öğrenme Kuramı veya Sosyal Bilgi İşleme Kuramı gibi teorik yaklaşımlar kullanılarak kavramsallaştırılabilir. Sonuç olarak, ergenlik döneminde görülen saldırgan davranışlar aile, okul ve akran ilişkilerinde aksamalara neden olup, yetişkinlikte suç, yasa dışı madde kullanımı ve kişilik bozuklukları için daha yüksek riskler taşımaktadır.

1.2. Ergenlerin Değer Yönelimleri

1970’lerden beri başta suç olmak üzere antisosyal davranış sergileyen ergenlerin değer yönelimlerine ilişkin çalışmalar birbirinden farklı disiplinlerdeki araştırmacıların dikkatini çekmektedir. Tarihsel olarak, değerler ve antisosyal davranışlar arasındaki ilişkiyi kuramsal olarak ele alan ilk çalışmalar kriminolojik sosyoloji alanında gerçekleştirilmiştir. Ardından Rokeach (1973), değerlerin düşünce ve eylemi düzenleyen içselleştirilmiş inançlar olarak görülmesi gerektiğini öne sürmüştür. Bu görüş, antisosyal davranışların farklı yaşam tarzlarının ve sosyal davranış kalıplarının analizi için değerlere daha fazla atıfta bulunulmasını sağlamıştır. Ergenler arasındaki suç ve anti sosyal davranışların nedenlerine ilişkin değer yönelimini ele alan çalışmalar değer yöneliminin sosyal sapmanın açıklayıcı bir değişkeni olduğu şeklindedir (Romero, 1996). Değerler ve sosyal davranış arasındaki ilişki, değerler ve saldırganlık ilişkisi de dahil olmak üzere birçok çalışmada ele alınmıştır (Bardi, 2003; Lönnqvist, vd., 2013; Menesini, vd., 2013). Ancak sadece birkaç çalışmada, gençler arasındaki saldırganlık ve değerler ilişkisi incelenmiştir. Schwartz (1992), değer yönelimine ilişkin dairesel bir yapı içinde düzenlenen 10 değer tipi tanımlamıştır.



Şekil 1. Değerler arası ilişki yapısının teorik modeli

Kaynak: Schwartz, 2010: 226

Şekil 1'de görüldüğü üzere birinci boyut, kişisel başarı ve kendini aşma arasındaki çatışmaya odaklanmaktadır. Kişisel başarı değerleri (güç ve başarı), mükemmelle ulaşma çabasıyla başkalarını kontrol ederek kişisel hedeflere ulaşmaya odaklanmaktadır. Kendini aşma değerleri (evrenselcilik ve yardıms severlik), başkalarının iyiliği ve çıkarları için endişeyi vurgulamaktadır. İkinci boyut, değişime açıklık ve koruma değerleri (güvenlik, uyum, geleneksellik) arasındaki çatışmayı ele almaktadır. Değerleri değiştirmeye açıklık (uyarma, öz-yönelim ve hazcılık), yeni fikirler, deneyimler ve eylemler yoluyla değişim arayışını vurgulamaktadır. Buna karşılık koruma değerleri (uyum, gelenek ve güvenlik), benliği ve toplumu korumak için öteden beri sürüp gelen ve halen var olan durumun önemini vurgulamaktadır. Kendini geliştirme değerleri, yüksek olan ergenlerin, şiddet içeren davranışlara daha fazla dahil oldukları saptanmıştır (Knafo vd., 2008). Bununla birlikte, evrenselcilik gibi kendini aşma değerleri yüksek olan ergenlerin daha az saldırgan davranış sergiledikleri belirtilmektedir (Menesini vd., 2013). Amerika Birleşik Devletleri ve İsrail'den 884 sekizinci sınıf ergenin katıldığı bir araştırmada kendine odaklı ergenlerin doğrudan saldırganlık eğilimlerinin yüksek olmasına rağmen diğer gruptakilere kıyasla liderlikte daha yüksek puana sahip oldukları belirlenmiştir (Ungvary vd.,2017:305).

Ülkemizde toplumsal yapının değişimi ve dönüşümü çeşitli sosyal sorunların artışına neden olmuştur. Bu sosyal sorunlardan biri de saldırgan davranışlardaki artıştır. Okul ortamlarında saldırgan eylemlerin artması konunun detaylı bir biçimde ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Özellikle, kişilik gelişiminin devam ettiği ergenlik döneminde saldırgan davranışları önleyici ve iyileştirici müdahale programlarının geliştirilmesinin önemli olduğu açıktır. Ancak herhangi bir müdahale programı geliştirilmeden olgunun çok boyutlu biçimde ele alınması gereklidir. Bu açıdan, insan davranışının önemli bir belirleyicisi olan değerlerin saldırganlıkla ilişkisinin ele alınması saldırgan davranışların anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Bu araştırmada lise öğrencilerinin saldırganlık eğilimleri ile değer yönelimleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi, böylelikle konuya açıklık getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır:

1. Araştırmaya katılan öğrencilerin saldırganlık düzeyleri nasıl bir dağılım göstermektedir?
2. Öğrencilerin saldırganlık düzeyleri cinsiyetlerine göre değişmekte midir?
3. Araştırmaya katılan öğrencilerin Schwartz Değerler Ölçeğinden aldıkları puanlar nasıl bir dağılım göstermektedir?
4. Araştırmaya katılan öğrencilerin saldırganlık düzeyleri ile değer yönelimleri arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

2 Yöntem

2.1 Araştırma Modeli

KKTC'deki lise öğrencilerinin saldırganlık eğilim düzeyleri ile değer yönelimlerini belirlemeyi amaçlayan bu araştırma genel tarama modeline uygun biçimde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ergenlik dönemindeki bireylerin saldırganlık düzeyleri ile değer yönelimleri arasındaki ilişki incelendiğinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Böylelikle ikideğişkenin birlikte değişip değişmediği, değişiyorsa değişimin derecesi belirlenmeye çalışılmıştır.

2.2 Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini KKTC'nin Lefkoşa ilçesindeki devlete bağlı genel ortaöğretim kurumlarında okuyan 9., 10., 11. ve 12. sınıftaki öğrenciler oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırma evrenini toplam 3481 öğrenci oluşturmaktadır (MEB, İstatistik Yıllığı, 2019). %90 güvenilirlik düzeyi ve %5 hata oranı dikkate alındığında evreni temsil edebilecek örneklem

büyüküğünün en az 247 kişiden oluşması gerektiği hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında 412 öğrenciden veri toplanmış ancak soru formunu yanlış ve eksik dolduran 39 öğrenci örneklemden çıkarılmıştır. Böylelikle toplam 373 öğrenciden toplanan veriler analizlere dahil edilmiştir. Tablo 2'de örneklemini tanıtıcı özellikler yer almaktadır.

Tablo 2. Örneklemini Tanıtıcı Özellikler

| Liseler | | N | % |
|----------|-----------|-----|--------|
| A Lisesi | | 41 | 11 |
| B Lisesi | | 121 | 32.4 |
| C Lisesi | | 46 | 12.3 |
| D Lisesi | | 91 | 24.4 |
| E Lisesi | | 74 | 19.8 |
| Toplam | | 373 | 100 |
| Cinsiyet | Kadın | 213 | % 57.1 |
| | Erkek | 160 | % 42.9 |
| | Toplam | 373 | 100 |
| Yaş | 14 Yaş | 52 | % 13.9 |
| | 15 Yaş | 64 | % 17.2 |
| | 16 Yaş | 86 | % 23.1 |
| | 17 Yaş | 116 | % 31.1 |
| | 18 Yaş | 55 | % 14.7 |
| | Toplam | 373 | 100 |
| Sınıf | 9. Sınıf | 95 | % 25.5 |
| | 10. Sınıf | 96 | % 25.7 |
| | 11. Sınıf | 99 | % 26.5 |
| | 12. Sınıf | 83 | % 22.3 |
| | Toplam | 373 | 100 |

Tablo 2'de araştırma kapsamındaki katılımcıların cinsiyet, yaş ve sınıf düzeylerine ilişkin veriler bulunmaktadır. Görüldüğü üzere A Lisesinden 41 (%11), B Lisesinden 121 (%32.4), C Lisesinden 46 (%12.3), D Lisesinden 91 (%24.4) ve E Lisesinden 74 (%19.8) öğrenci araştırmaya katılmıştır. Cinsiyet değişkenine göre öğrencilerin 213'ünün kadın (%57.1), 160'ının (%42.9) erkek olduğu saptanmıştır. Yaş değişkenine göre öğrencilerin %13.9'u 14 yaşında; %17.2'si 15 yaşında, %23.1'i 16 yaşında, %31.1'i 17 yaşında ve %17.4'ü 18 yaşındadır. Sınıf düzeyine göre öğrencilerin %25.5'i 9. sınıf, %25.7'si 10. sınıf, %26.5'i 11. sınıf ve %22.3'ü 12. sınıf öğrencisidir.

2.3 Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada araştırmacılar tarafından hazırlanan öğrencileri tanıtıcı soruların yer aldığı 12 soruluk Kişisel Bilgi Formu, 29 maddeden oluşan Buss Perry Saldırganlık Ölçeği ile 57 maddeden oluşan Schwartz Değerler Ölçeği kullanılmıştır.

2.3.1 Buss-Perry Saldırganlık Ölçeği

Lise öğrencileri arasında saldırganlık düzeylerini belirlemek üzere Buss ve Perry tarafından hazırlanan ölçek Madran (2012) tarafından Türkçe'ye çevrilip geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Ölçekte toplam 29 madde bulunmaktadır. Ölçek maddeleri "Hiç uygun değil" (1) ile "Tamamıyla uygun" (5) arasında değişen değerlendirme seçeneklerini içeren beşli likert tipi bir ölçektir. Ölçeğin fiziksel saldırganlık, sözel saldırganlık, düşmanlık ve öfke olmak üzere dört alt boyutu bulunmaktadır. Fiziksel saldırganlık alt boyutu 13., 8., 2., 11., 25., 16., 29., 22. ve 5. maddeden, sözel saldırganlık alt boyutu 27., 6., 21., 14. ve 4. maddeden, düşmanlık alt boyutu 20., 24., 3., 26., 10., 15., 7. ve 17. maddeden ve öfke alt boyutu 19., 28., 1., 18., 9., 23. ve 12. maddeden oluşmaktadır. Ölçekte 9. ve 16. maddeler ters olarak puanlanmaktadır. Saldırganlık puanı, alt boyutlardan ve ölçeğin genelinden alınan toplam puana bakılarak hesaplanmaktadır. Ölçekten alınan puan 58 ve altında ise düşük saldırganlık düzeyi, 59 ve 110 arasında ise orta saldırganlık düzeyi, 111 ve üzerinde ise yüksek saldırganlık düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Can, 2002). Ölçeğin her bir alt boyutuna ilişkin elde edilen puan, bireyin o boyuta ilişkin saldırgan tutumlara sahip olduğunu göstermektedir. Madran'ın (2012) çalışmasında, ölçeğin tümü için elde edilen iç tutarlılık (Cronbach alfa) katsayısı .85, fiziksel saldırganlık alt boyutu için .78, sözel saldırganlık alt boyutu için .48, öfke alt boyutu için .71, düşmanlık alt boyutu için .71'dir. Bu araştırmada ölçeğin geneli için Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayısı .82, fiziksel saldırganlık boyutunda .75, sözel saldırganlık boyutunda .51, öfke boyutunda .7 ve düşmanlık boyutunda .63'dir. Sonuç olarak, kullanılan ölçeğin güvenilir olduğu belirlenmiştir.

2.3.2 Schwartz Değerler Ölçeği

Schwartz'ın 1992 yılında geliştirdiği Değerler Ölçeği, Kuşdil ve Kağıtçıbaşı (2000) tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Schwartz Değerler Ölçeği iki bölümden oluşmaktadır. Ölçeğin birinci bölümünde 30, ikinci bölümde 27 olmak üzere

toplam 57 değer ifadesi yer almaktadır. Birinci bölümdeki 30 madde amaç değerler, ikinci bölümdeki 27 madde ise aracı değerler olarak gruplandırılmaktadır. Ölçek maddeleri için verilen cevaplar +1 ile +7 arasında puanlanmaktadır. Schwartz Değerler Ölçeği 7'li likert şeklinde tasarlanarak, ölçek maddeleri "Önemsiz (1)" ile "Üst Düzey Önemli (7)" arasında değişen cevaplandırma seçeneklerine sahiptir. Kuşdil ve Kağıtçıbaşı (2000) Schwartz Değerler Ölçeği'nin Cronbach Alpha iç tutarlılık değerlerini uyma .53; geleneksellik 0.51; güvenlik .54; başarı .54, uyarılım .62; hazıcılık .63; özyönelim .63; yardımseverlik .74; güç .64; evrensellik, .77 şeklinde bulmuştur. Bu çalışmada ise Schwartz Değerler Ölçeği'nin Cronbach Alpha iç tutarlılık değeri .61 olarak bulunmuştur. Çalışmanın sonucunda ölçeğin kültürel değerleri ölçmede geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu saptanmıştır.

2.4 Verilerin Toplanması

Araştırma için Lefke Avrupa Üniversitesi Etik Kurulundan 21.01.2019 tarih ve ÜEK/28/01/01/1819/01 nolu onay alınmıştır. Veri toplama sürecinde öncelikle 27 kişiye anket uygulanarak bir pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. Pilot çalışmanın ardından anketlere son şekli verilerek veri toplama sürecine başlanmıştır. Araştırma için gerekli veriler araştırmacılarından biri tarafından Ekim-Aralık 2019 döneminde yedi haftalık bir sürede toplanmıştır. Araştırmacı, okul idaresinin uygun gördüğü ders saatinde ve rehber öğretmenler eşliğinde planlanan sınıflarda hazır bulunmuştur. Veri toplama sürecine başlamadan önce öğrenciler araştırmacının amacı, önemi ve paylaşılan verilerin gizliliği hakkında araştırmacı tarafından bilgilendirilmiştir. Tüm sınıf düzeylerindeki ortalama anket doldurma süresinin 20-25 dakika olduğu belirlenmiştir.

2.5 Verilerin Analizi

Araştırmada veri analizleri SPSS 22 istatistik programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Kişisel bilgi formunda yer alan sorulara ilişkin betimsel istatistikler kullanılmıştır. Araştırmadaparametrelerin normal dağılıma uygunluğu Kolmogorov-Smirnov testi ile değerlendirilmiştir. Bağımsız normal dağılım gösteren değişkenler için tek yönlü varyans analizi ve bağımsız gruplar t testi uygulanmıştır. Normal dağılım göstermeyen değişkenler için Man Witney U Testi ve Kruskal Wallis-H Testi kullanılmıştır. İki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi belirlemede korelasyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar $p < .05$ düzeyinde değerlendirilmiştir.

3 Bulgular

Bu kısımda araştırmacının amacına uygun şekilde gerçekleştirilen istatistiksel analizlerden sonra elde edilen bulgular tablolaştırılmıştır.

3.1 Saldırganlık Düzeyleri

Bu bölümde, öğrencilerin saldırganlık düzeyleri, saldırganlık düzeylerinin cinsiyete ve disiplin cezası alma durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin bulgulara yer verilmiştir. İlk olarak Saldırganlık Eğilimi Ölçeği ve ölçeğin alt boyutlarından alınan puanlara ilişkin en düşük puan, en yüksek puan, ortalama ve standart sapma değerlerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler Tablo 3'de görülmektedir.

Tablo 3. Saldırganlık Düzeyleri(n=373)

| | \bar{x} | Ss | Sh \bar{x} | Min. | Max. |
|-----------|-----------|-------|--------------|------|-------|
| Fiziksel | 24.5 | 6.86 | .35 | 10 | 87.06 |
| Öfke | 21.63 | 4.79 | .24 | 10 | 16.44 |
| Düşmanlık | 25.53 | 5.33 | .27 | 11 | .85 |
| Sözel | 15.41 | 3.69 | .19 | 5 | 48 |
| Toplam | 87.06 | 16.44 | .85 | 48 | 129 |

Tablo 3 incelendiğinde, öğrencilerin ortalamalarının fiziksel saldırganlık alt boyutunda $\bar{x}=24.5$, öfke alt boyutunda $\bar{x}=21.63$, düşmanlık alt boyutunda $\bar{x}=25.53$ ve sözel saldırganlık alt boyutunda $\bar{x}=15.41$ olarak hesaplanmıştır. Toplam saldırganlık puan ortalaması ise $\bar{x}=87.06$ olarak hesaplanmıştır. Buna göre, öğrencilerin saldırganlık eğilimlerinin "orta" düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 4'de, araştırma katılan öğrencilerin cinsiyetlerine göre Saldırganlık Eğilimi Ölçeğinden aldıkları puanların karşılaştırılmasına ilişkin bağımsız örneklem t-testi analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 4. Saldırganlık Düzeyinin Cinsiyete Göre Farklılaşması (n=373)

| | Cinsiyet | N | \bar{x} | ss | Sd | t | p |
|-----------------------|----------|-----|-----------|-------|-----|--------|------|
| Fiziksel Saldırganlık | Kadın | 213 | 23.30 | 6.51 | 371 | -3.976 | .000 |
| | Erkek | 160 | 26.10 | 7.00 | 371 | | |
| Öfke | Kadın | 213 | 21.45 | 4.77 | 371 | -.823 | .411 |
| | Erkek | 160 | 21.86 | 4.83 | 371 | | |
| Düşmanlık | Kadın | 213 | 22.58 | 4.51 | 371 | -.649 | .517 |
| | Erkek | 160 | 22.89 | 4.68 | 371 | | |
| Sözel Saldırganlık | Kadın | 213 | 15.08 | 3.67 | 371 | -2.007 | .055 |
| | Erkek | 160 | 15.85 | 3.67 | 371 | | |
| Toplam Saldırganlık | Kadın | 213 | 85.32 | 15.42 | 371 | -2.380 | .018 |
| | Erkek | 160 | 89.39 | 17.49 | 371 | | |

p<.05

Tablo 4'de yer alan öfke, düşmanlık ve sözel saldırganlık alt boyutlarından alınan puan ortalamalarına bakıldığında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmamıştır (p>.05). Ölçeğin alt boyutlarından yalnızca fiziksel saldırganlık alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu farkın erkeklerin lehine anlamlı fark olduğu bulunmuştur (t=-3,976; p<.05). Başka bir deyişle, erkek öğrencilerin fiziksel saldırganlık düzeyleri kız öğrencilere göre anlamlı şekilde yüksektir.

Tablo 5'de saldırganlık düzeyinin disiplin cezası alma durumuna göre farklılaşmasına ilişkin Kruskal Wallis-H testi analizi sonuçları yer almaktadır

Tablo 5. Saldırganlık Düzeyinin Disiplin Cezası Alma Durumuna Göre Farklılaşması

| | Disiplin Cezası Alma Durumu | n | $X_{(sıra)}$ | sd | K-W | P |
|-----------------------|-----------------------------|-----|--------------|----|--------|------|
| Fiziksel Saldırganlık | Hiç | 328 | 178.71 | | | |
| | 1-2 Kere | 37 | 249.46 | 2 | 16.195 | .000 |
| | 2'den fazla | 8 | 238.06 | | | |
| Öfke | Hiç | 328 | 180.35 | | | |
| | 1-2 Kere | 37 | 239.97 | 2 | 10.758 | .005 |
| | 2'den fazla | 8 | 214.81 | | | |
| Düşmanlık | Hiç | 328 | 184.23 | | | |
| | 1-2 Kere | 37 | 204.34 | 2 | 1.942 | .379 |
| | 2'den fazla | 8 | 220.25 | | | |
| Sözel Saldırganlık | Hiç | 328 | 183.10 | | | |
| | 1-2 Kere | 37 | 226.20 | 2 | 5.675 | .059 |
| | 2'den fazla | 8 | 165.75 | | | |
| Toplam Saldırganlık | Hiç | 328 | 179.68 | | | |
| | 1-2 Kere | 37 | 244.77 | 2 | 12.884 | .002 |
| | 2'den fazla | 8 | 219.88 | | | |
| | Hiç | 373 | | | | |

p<.05

Tablo 5'de görüldüğü üzere öğrencilerin ölçekten aldıkları puanlar ile disiplin cezası alma durumu arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla Kruskal Wallis-H testi kullanılmıştır. Buna göre, fiziksel saldırganlık alt boyutunda 1-2 kere disiplin cezası alanlar lehine, öfke alt boyutunda yine 1-2 kere disiplin cezası alanlar lehine farklılık saptanmıştır. Ölçek genelinde yapılan karşılaştırmada da grupların sıra ortalamaları arasındaki fark, 1-2 kere ceza alanlar lehine istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (p<.05).

3.2 Değer Yönelimine İlişkin Bulgular

Tablo 6'da araştırmaya katılan öğrencilerin Ana Değerler ve Alt Değerlere ilişkin ölçekten aldıkları en düşük puan, en yüksek puan, ortalama ve standart sapma değerleri ile ilgiliteyi tanımlayıcı istatistikler yer almaktadır.

Tablo 6. Öğrencilerin Ana Değer ve Alt Değer Yönelimleri

| Ana Değerler | \bar{x} | ss | Sh _x | Min. | Max. |
|----------------------------|-----------|-------|-----------------|------|------|
| Yeniliğe Değişime/ Açıklık | 68.79 | 8.91 | .46 | 35 | 84 |
| Muhafazakarlık/ Tutuculuk | 99.87 | 10.60 | .54 | 61 | 119 |
| Kendini Aşma | 110.46 | 11.30 | .58 | 61 | 126 |
| Kendini Geliştirme | 53.34 | 9.46 | .49 | 21 | 70 |
| Alt Değerler | \bar{x} | ss | Sh _x | Min. | Max. |
| Evrensellik | 55.6 | 6.50 | .33 | 32 | 63 |
| İyilikseverlik | 54.85 | 6.53 | .33 | 26 | 63 |
| Özyönelim | 36.64 | 4.57 | .23 | 18 | 42 |
| Geleneksellik | 33.58 | 5.28 | .27 | 17 | 42 |
| Güvenlik | 29.50 | 3.97 | .20 | 16 | 35 |
| Başarı | 28.88 | 4.60 | .23 | 12 | 35 |
| Güç | 24.45 | 5.93 | .30 | 5 | 35 |
| Uyma-İtaat | 24.04 | 3.35 | .17 | 10 | 28 |
| Uyarılım | 16.37 | 3.35 | .17 | 5 | 21 |
| Hazcılık | 15.77 | 4.12 | .21 | 3 | 21 |

Tablo 6'da öğrencilerin ana değer yönelimleri ile ilgili puan ortalamaları sırayla yeniliğe/değişime açıklık ana değeri \bar{x} =24.51, muhafazakarlık/tutuculuk ana değeri \bar{x} =99.87; kendini aşma ana değeri \bar{x} =110.46; ve kendini geliştirme ana değeri \bar{x} =53.34 olarak belirlenmiştir. Alt değerlere ilişkin puan ortalamaları karşılaştırmasında evrensellik değeri \bar{x} =55.6 birinci sırada yer almaktadır. Bunu sırasıyla iyilikseverlik \bar{x} =54.85; özyönelim \bar{x} =36.64; geleneksellik \bar{x} =33.58, güvenlik \bar{x} =29.50; başarı \bar{x} =28.88; güç \bar{x} =24.45; uyma/itaat \bar{x} =24.04; uyarılım \bar{x} =16.37; ve hazcılık \bar{x} =15.77 değerleri takip etmektedir.

3.3 Değer Yönelimi ve Saldırganlık İlişkisi ile ilgili Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin saldırganlık düzeyleri ile değer yönelimleri arasındaki ilişki test etmek için öncelikle öğrencilerin ölçeklerden aldıkları puanların genel ortalamaları hesaplanmıştır. Ardından, korelasyon analizi yapılarak saldırganlık ile değer yönelimleri arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlenmiştir. Korelasyon analizi saldırganlık toplam puanı üzerinden gerçekleştirilmiş olup, alt boyutlar arasındaki ilişki değerlendirmeye alınmamıştır.

Tablo 7'de saldırganlık eğilimi ile ana değerler arasında korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 7. Saldırganlık Düzeyi ile Değerler İlişkisi

| | Yeniliğe Değişime Açıklık | Muhafazakarlık/Tutuculuk | Kendini Aşma | Kendini Geliştirme | Saldırganlık Toplam | |
|----------------------------|---------------------------|--------------------------|--------------|--------------------|---------------------|---|
| Yeniliğe /Değişime Açıklık | r | 1 | | | | |
| | p | | | | | |
| Muhafazakarlık/Tutuculuk | r | .396** | 1 | | | |
| | p | .000 | | | | |
| Kendini Aşma | r | .431** | .757** | 1 | | |
| | p | .000 | .000 | | | |
| Kendini Geliştirme | r | .533** | .425** | .314** | 1 | |
| | p | .000 | .000 | .000 | | |
| Saldırganlık | r | .251** | -.081 | -.015 | .179** | 1 |
| | p | .000 | .120 | .772 | .001 | |

$p < .01^{**}$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 8'de araştırmaya katılan öğrencilerin "Shwartz Değerler Ölçeği" ve "Buss-Perry Saldırganlık Ölçeği" puanları arasındaki ilişki incelendiğinde öğrencilerin yeniliğe/değişime açıklık ve kendini geliştirme değerleri ile saldırganlık toplam puanı arasında anlamlı, zayıf düzeyde ve pozitif yönde ilişki görülmektedir ($r=.251$; $r=.179$). Ancak, muhafazakarlık/tutuculuk ve kendini aşma değerleri ile saldırganlık toplam puanı arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($p>.01$).

Tablo 8'de araştırmaya katılan öğrencilerin saldırganlık puan ortalamaları ile alt değer yönelimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki varlığını belirlemek üzere gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 8. Saldırganlık ve Alt Değer Yönelimleri İlişkisi

| Alt Değerler | Saldırganlık Ort. | Hazcılık | Güvenlik | Uyma-İtaat | Evrensellik | İyilikseverlik | Güç | Başarı | Özyönelim | Uyarılım | Geleneksellik | |
|-----------------------|-------------------|----------|----------|------------|-------------|----------------|--------|--------|-----------|----------|---------------|------|
| Saldırganlık Ortalama | r p | 1 | | | | | | | | | | |
| Hazcılık | r p | .334** | 1 | | | | | | | | | |
| Güvenlik | r p | .030 | .177** | 1 | | | | | | | | |
| Uyma-İtaat | r p | -.190* | .001 | .389** | 1 | | | | | | | |
| Evrensellik | r p | .031 | .155** | .302** | .393** | 1 | | | | | | |
| İyilikseverlik | r p | -.004 | .085 | .460** | .515** | .460** | 1 | | | | | |
| Güç | r p | .007** | .424** | .306** | .102** | .195** | .131** | 1 | | | | |
| Başarı | r p | .092* | .335** | .375** | .364** | .352** | .386** | .592** | 1 | | | |
| Özyönelim | r p | .060 | .299** | .324** | .359** | .480** | .442** | .269** | .424** | 1 | | |
| Uyarılım | r p | .242** | .362** | .209** | .133** | .394** | .194** | .356** | .292** | .431** | 1 | |
| Geleneksellik | r p | .030 | 1 | .030 | 1 | .406** | .214** | .455** | .526** | .226** | .373** | .030 |
| | | .283 | | .283 | | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .283 |

p< .01** p< .05 *

Tablo 8'de görüldüğü üzere saldırganlık düzeyleri ile hazcılık ($r=.33$), güç ($r=.00$), başarı ($r=.092$) ve uyarılım ($r=.242$) alt değerleri arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Yani saldırganlık düzeyi arttıkça bireysel değerlerden olan hazcılık, güç, başarı ve uyarılım değer yönelimlerinin arttığı belirlenmiştir. Diğer yandan, saldırganlık düzeyi ile uyma-İtaat ($r=-.190$) alt değeri arasında ise negatif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer alt değerler ile saldırganlık arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırma, lise öğrencilerinin saldırganlık eğilimleri ile değer yönelimleri arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. KKTC'nin Lefkoşa ilçesindeki 5 farklı devlet lisesinde okuyan 373 öğrenci katılmıştır. Bunların %57.1'ini ($n=213$) kadın, %42.9'unu (160) erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Gerçekleştirilen çalışmada saldırganlık puan ortalaması $\bar{x}=87.06$ olarak hesaplanmış olup, öğrenciler arasında saldırganlık eğiliminin orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmada öğrencilerin saldırganlık düzeylerine ilişkin bulgular aynı ölçme aracı kullanılarak gerçekleştirilen başka araştırma sonuçlarıyla benzerdir. Balıkcı (2018) tarafından İstanbul'da 10-19 yaş arası 625 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırmada öğrencilerin orta düzeyde saldırgan davranışlar gösterdikleri belirlenmiştir. Lübnan'da Sfeir vd. (2020) tarafından yaşları 15-18 arasında değişen 568 ergenin katılımıyla gerçekleştirilen araştırmada saldırganlığın düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, ölçeğin alt boyutlarından yalnızca fiziksel saldırganlık alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır. Benzer şekilde, Kaya, İkiz ve Asıcı (2017) tarafından İzmir'de 890 ergenin katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırmada da öğrenciler arasında en çok fiziksel saldırganlık davranışları görüldüğü tespit edilmiştir. Amerika'da 135 ergenin katılımıyla gerçekleştirilen bir araştırmada da erkek öğrenciler arasında özellikle fiziksel saldırganlığının daha yaygın olduğu saptanmıştır (Fives vd. 2011). Bu araştırmada öğrencilerin saldırganlık eğilimlerinin cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Cinsiyet değişkenine ilişkin erkeklerin kızlara kıyasla özellikle fiziksel saldırganlık boyutunda daha fazla saldırganlık gösterdikleri saptanmıştır. Dünyada erkek öğrencilerin daha fazla saldırgan davranış gösterdiklerini destekleyen pek çok araştırma mevcuttur (Aktaş, Şahin ve Aydın, 2005; Björkqvist, 2018). Balıkcı (2018) öğrencilerin saldırganlık eğilimlerinin cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Buna göre, erkek öğrencilerin fiziksel saldırganlık düzeyleri daha yüksektir. Benzer şekilde, Kırac (2021:105), 12-14 yaş arası ergenlerin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırmada erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha çok saldırgan davranışta bulduklarını saptamıştır. Erkeklerin daha fazla saldırgan davranış gösterdiklerini destekleyen başka araştırma sonuçları da mevcuttur. Gündoğdu (2010) erkeklerin fiziksel saldırganlık düzeylerini kızların fiziksel saldırganlık düzeylerinden daha yüksek bulmuştur. Saldırganlığa ilişkin araştırmalarda genel eğilim, cinsiyetin saldırganlığın yordanmasına istatistiksel olarak anlamlı katkı sağlayan bir değişken olduğu yönünde olmasına rağmen, Kaya, İkiz ve Asıcı (2019) tarafından yapılan çalışmada cinsiyetin saldırganlığın yordanmasına istatistiksel olarak anlamlı katkı

sağlamadığı saptanmıştır. Erkekler arasında saldırganlığın yüksek oluşu, toplumun cinsiyete ilişkin kalıp yargılarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Kıbrıs Türk toplumunda aile içerisinde ve toplumda kız çocuklarından daha itaatkar davranışlar beklenirken, erkeklerin saldırgan tutumlarına göz yumulabilmektedir. Bu durum, erkekler arasında fiziksel saldırganlığın daha yaygın şekilde görülmesine neden olabilmektedir. Araştırmada disiplin cezası alma durumu ile saldırganlık arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre okulda en az 1-2 kere disiplin cezası alan öğrencilerin daha fazla saldırgan davranış sergiledikleri söylenebilir. Benzer şekilde Eren (2018:46) İstanbul'da 101 öğrencinin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırmada disiplin cezası alan ve almayan öğrencilerin saldırganlık ölçeğinden aldıkları puanlar açısından aralarında anlamlı bir fark olduğunu tespit etmiştir. Fite vd. (2017) de yaşları 8-10 arasında değişen 173 öğrenci ile gerçekleştirdikleri çalışmada dışadönük saldırganlık ile disiplin cezası alma arasında pozitif bir ilişki belirlemişlerdir. Bu bulgu, geleneksel disiplin cezalarının öğrencilerin istenmeyen davranışlarını azaltmada işe yarar olmadığını göstermektedir. Geleneksel disiplin cezaları yerine istenmeyen davranışları azaltmaya dönük öğrenci, okul yönetimi, veli ve öğretmenlerin katılımını içeren kısaca tüm okulu kapsayan uzun vadeli müdahaleler uygulanmasının akılcı olduğunu göstermektedir. Araştırmada öğrencilerin değer yönelimleri incelendiğinde ana değer gruplarına ilişkin puanlarda evrensellik değerinin birinci sırada hazcılık değerinin en son sırada yer aldığı ortaya çıkmaktadır. Konuya ilişkin araştırmalar incelendiğinde pek çok çalışmada güç alt değer yönelimi artarken saldırganlığın da arttığı buna karşılık evrenselcilik alt değer yöneliminin artmasıyla saldırganlığın azaldığı belirtilmektedir (Bacchini, Affuso, Aquilar, 2015; Benish-Weisman, Daniel ve Knafo-Noam, 2017: 103). Bu araştırmada öğrencilerin güç, uyarılım ve hazcılık bireysel değerlerinden çok evrenselcilik, iyilikseverlik, güvenlik, özyönelim gibi toplumsal değer yöneliminde olduklarını ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, Kaya, İkiz ve Asıcı (2019) tarafından gerçekleştirilen araştırmada da öğrencilerin en çok evrenselcilik değerine önem verdikleri saptanmıştır. Bu durum benzer yaş dönemlerindeki bireylerin benzer değer yönelimlerine sahip olabileceğini göstermektedir. Öğrencilerin saldırganlık düzeyleri ile bireysel değerlerden olan hazcılık, güç, başarı ve uyarılım alt değerleri arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer yandan, uyma-itaat alt değeri ile saldırganlık düzeyi arasında ise negatif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlardan yola çıkarak, evrenselcilik, iyilikseverlik, güvenlik ve özyönelim değerlerinin saldırganlığı azalttığı, fiziksel saldırganlık, öfke ve düşmanlık gösteren ergenlerin değer yönelimlerinin bireysel değerlerde yoğunlaştığı söylenebilir. Ancak değerler ve davranış arasında her zaman güçlü ilişkilerin olmadığına dair kanıtlar vardır (Bardi ve Schwartz, 2003). Değerler, davranışları doğrudan yönlendirmesine karşın insan davranışlarının karmaşıklığı değerlerin tek başına bir davranışın nedeni olabileceğini göstermemektedir.

Öneriler

Bu çalışmanın bulguları, ebeveynlere, öğretmenlere, okul müdürlerine ve politika yapıcılara saldırganlığın yapısını anlamaları için değerli bilgiler sağlamaktadır.

Örneğin, evrenselcilik ve iyilikseverlik değerlerinin benimsenmesinin saldırganlığı azalttığı bulgusu, eşitlik, sosyal adalet ve insanın değeri gibi konuların okul ortamında daha fazla ele alınmasına ilişkin planlama yapılmasında yol gösterici olabilir.

Araştırma sonuçları, saldırgan davranışların erkek öğrenciler arasında daha yaygın olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bulgudan hareketle, saldırgan davranışların önlenmesinde uygulanacak müdahale programlarının cinsiyete duyarlı olması gerekmektedir.

Bu çalışmada yalnızca öğrencilerin tutumları ele alınmıştır. Gelecekte bu konuyla ilgili yapılacak araştırmalarda öğrencilerin akademik başarısının, okul iklimi ve okul kültürünün de ele alınması konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Acar, H., Akar, M. & Acar, Y. B. (2016). Sosyal hizmet öğrencilerinin değer yönelimleri. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(1), 97-118. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kefdergi/issue/22606/241612>
- Aktaş, V., Şahin, D. ve Aydın, O. (2005). Saldırgan olan ve olmayan çocuklarda düşmanca niyet yüklemeye yanlılığının cinsiyete bağlı olarak incelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 20(55), 43-57.
- Allen, J.J. ve Anderson, C.A. (2017) Aggression and violence: definitions and distinctions. In: Sturmey P. (Ed.), *The Wiley Handbook of Violence and Aggression*. Hoboken, NJ: Wiley. doi: 10.1002/9781119057574.whbva001
- Bacchini D, Affuso G, Aquilar S. (2015). Multiple forms and settings of exposure to violence and values: unique and interactive relationships with antisocial behavior in adolescence. *Journal of Interpersonal Violence*. 30(17), 3065-3088. <http://dx.doi.org/10.1177/0886260514554421>

- Balıkçı, R. (2018). Çocuklarda ve ergenlerde çevrimiçi oyun bağımlılığı ve agresif davranışlar arasındaki ilişkinin incelenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Fatih Sultan Mehmet Vakıf Üniversitesi, İstanbul.
- Bardi, A., ve Schwartz, S. H. (2003). Values and behavior: Strength and structure of relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29, 1207-1220. <http://dx.doi.org/10.1177/0146167203254602>
- Benish-Weisman, M., Daniel, E., Knafo-Noam, A. (2017). The relations between values and aggression: A developmental perspective. In Roccas, S., Sagiv, L. (Eds.), *Values and behavior: Taking a cross-cultural perspective* (pp. 97-114). Springer.
- Björkqvist K. (2018). Gender differences in aggression. *Curr Opin Psychol.*, 19:39-42. doi: 10.1016/j.copsyc.2017.03.030.
- de Boer S.F. (2018). Animal models of excessive aggression: implications for human aggression and violence. *Curr Opin Psychol*, 19:81-87. doi: 10.1016/j.copsyc.2017.04.006.
- Can, S. (2002). Aggression Questionnaire adlı ölçeğin Türk popülasyonunda geçerlik ve güvenirlik çalışması. Yayınlanmamış uzmanlık tezi, GATA Haydarpaşa Eğitim Hastanesi, İstanbul.
- Eren, M. (2018). Disiplin cezası alan ve almayan lise öğrencilerinin saldırganlık, empati becerisi ve anne-baba tutumları açısından değerlendirilmesi, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İstanbul.
- Fite, P. J., Evans, S., Pederson, C., & Tampke, E. C. (2017). Functions of aggression and disciplinary actions among elementary school age youth. *Child & Youth Care Forum*, 46(6), 825-839. <https://doi.org/10.1007/s10566-017-9410-5>
- Fives, C.J., Kong, G., Fuller, J.R., DiGiuseppe, R. (2011). Anger, aggression, and irrational beliefs in adolescents. *Cognitive Therapy and Research*, 35, 199-208. <https://doi.org/10.1007/s10608-009-9293-3>
- Göldağ, B. (2015). Öğrencilerin şiddet eğilimi düzeyleri ve değer algıları. *TÜBAV Bilim Dergisi*, 8(4), 1-15.
- Gündoğdu, R. (2010). 9. sınıf öğrencilerinin çatışma çözme öfke ve saldırganlık düzeylerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (3), 257-276.
- Hudley, C (2003). Neurobiology of aggression understanding and preventing violence. In Mark P. Mattson (Ed.), *Cognitive-behavioral intervention for childhood aggressions* (pp. 275-288).
- Kaya, Z., İkiz, F. E., Asıcı, E. (2019). Ergenlerin saldırganlık düzeyinin değer yönelimleri, cinsiyet ve anne babanın eğitim düzeyi açısından yordanması. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 27 (1), 75-84.
- Kısaç, İ., & Turan, Z. (2015). Ortaöğretim öğrencilerinin değer yönelimleri. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 13 (29), 495-509.
- Kıraç, B. İ. (2021). 12-14 yaş arasındaki ergenlerde internet bağımlılığı ile saldırganlık sürekli öfke- öfke tarzı ifade ve psikolojik dayanıklılık arasındaki ilişkinin incelenmesi, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Okan Üniversitesi, İstanbul.
- Knafo, A., Daniel, E., & Khoury-Kassabri, M. (2008). Values as protective factors against violent behavior in Jewish and Arab high schools in Israel. *Child Development*, 79, 652-667. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8624.2008.01149.x>
- Kuşdil, M. E. & Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). Türk öğretmenlerinin değer yönelimleri ve Schwartz değer kuramı. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15(45), 59-76.
- Liu, J., Lewis, G., & Evans, L. (2013). Understanding aggressive behaviour across the lifespan. *Journal of Psychiatric and Mental Health Nursing*, 20(2), 156-168. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2850.2012.01902.x>
- Lönnqvist, J. E., Verkasalo, M., Wichardt, P. C., & Walkowitz, G. (2013). Personal values and prosocial behaviour in strategic interactions: Distinguishing value-expressive from value-ambivalent behaviours. *European Journal of Social Psychology*, 43, 554-569.
- Madran, D. (2012). Buss-Perry saldırganlık ölçeği'nin Türkçe formunun geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Psikoloji Dergisi*, 24 (2), 1-6.
- Menesini, E., Nocentini, A., & Camodeca, M. (2013). Morality, values, traditional bullying, and cyberbullying in adolescence. *British Journal of Developmental Psychology*, 31, 1-14. <http://dx.doi.org/10.1111/j.2044-835X.2011.02066.x>
- MEB KKTC (2019). Eğitim ve Kültür Bakanlığı, İstatistik Yıllığı, <http://eohd.mebnet.net/sites/default/files/2018-19IstatistikYilligi-022019.pdf> (Erişim Tarihi: Mayıs 2019).

- Ostrov, J.M. (2013). The development of relational aggression: *The role of media exposure*. Psychological Science Agenda, [Available online at: <http://www.apa.org/science/about/psa/2013/07-08/relational-aggression.aspx>], Retrieved on August 23, 2019.
- Rokeach, M. J. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press.
- Romero, E., Luengo, M. A., & Otero, J. M. (1998). A longitudinal approach to the relationship between self-esteem and antisocial behavior. In J. Bermudez, B. De Raad, J. de Vries, A. M. Pترز, A. Sgnchez, & G. L. Van Heck (Eds.), *Personality psychology in Europe* (pp. 293-303). Netherlands: Tilburg University Press.
- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. In M.P. Zanna(Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 1-65), San Diego: Academic Press.
- Schwartz, S. H. (2010). Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. In M. Mikulincer & P. R. Shaver (Eds.), *Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature* (pp.221-241). Washington, DC: American Psychological Association.
- Sfeir, E., Geara, C., Hallit, Obeid, S. (2020). Alexithymia, aggressive behavior and depression among Lebanese adolescents: A cross-sectional study. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 14 (32), <https://doi.org/10.1186/s13034-020-00338-2>
- Ungvary, S., McDonald, K. L., & Benish-Weisman, M. (2017). Identifying and distinguishing value profiles in American and Israeli Adolescents. *Journal of Research on Adolescence*, 28, 294-309. <https://doi.org/10.1111/jora.12330>.
- Uzun, A. (2018). Öğretmenlerin sahip oldukları bireysel değerler ile mesleklerine yönelik tutumları arasındaki ilişki, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- VandenBos, G. R. (Ed.). (2015). *APA dictionary of psychology*. New York: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/14646-000>

Extended Abstract

Aim and Scope

Adolescence has been defined as the most difficult period in human life as it is a period in which many changes occur. Adolescents experience not only physical changes, but also social, emotional, and cognitive changes. One aspect of adolescent development that is important to understanding violence and desistance from crime is understanding the aggression tendency levels and their value orientations. Theory suggests that values motivate behavior, an assumption that has inspired many educational programs to attempt to change adolescents' values to modify their behavior especially undesirable behaviors such as aggression. In this respect, the purpose of this study is to reveal the relationship between high school students' aggression tendency levels and their value orientations.

Methods

Relational screening model was used in this study. The sample of the study consists of 373 high school students studying at public high schools located in the Nicosia District center of the Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC). Sample of students varies from grades 9 through 12 in public high schools. In order to collect necessary data for the research Personal Information Form, Buss-Perry Aggression Scale and Schwartz Values Scale were used in the study. The data were collected in a seven-week period between October and December 2019 by one of the researcher in this study.

Findings

In this research, according to the gender variable, 213 (57.1%) of the students were female and 160 (42.9%) were male. It is observed that, 13.9% of the students were 14 years old; 17.2% were 15 years old, 23.1% were 16 years old, 31.1% were 17 years old and 17.4% were 18 years old. According to the grade level, 25.5% of the students were 9th grade, 25.7% were 10th grade, 26.5% were 11th grade were 22.3% were 12th grade students. According to the sub-dimensions of the scale, the physical aggression dimension scores were [\bar{x} =24.5; hs =6.86; $Sh \bar{x}$ =.24], anger dimension scores were [\bar{x} =21.63; hs =4.79; $Sh \bar{x}$ =.24], hostility dimension scores were [\bar{x} =25.53; hs =5.33; $Sh \bar{x}$ =.27], verbal aggression dimension scores were [\bar{x} =15.41; hs =3.69; $Sh \bar{x}$ =.19]. The mean total aggression score was [\bar{x} =87.069; ss =16.448; $Sh \bar{x}$ =.851]. In the comparisons made for the sub-dimensions of the scale, there was a statistically significant difference between the groups only in the physical aggression dimension [$t(371)=-3.97$; $p<.05$] and this difference was found to be in favor of male students (\bar{x} =26.100). The mean scores of students' total aggression tendency were found among those who have never been punished ($n=328$; $\bar{x}(\text{row})=179.68$), those who have been punished 1-2 times ($n=37$; $\bar{x}(\text{row})=244.77$)

and those who have received more than 2 disciplinary punishments ($n=8$; $\bar{x}(\text{row})=219.88$). There was a positive correlation between students' aggression tendency and openness to innovation-change ($r=.251$; $p<.01$) and self-improvement ($r=.179$; $p<.01$) main values. No statistically significant relationship was found for other main values. Students' aggression levels and hedonism ($r=.334$; $p<.01$), power ($r=.007$; $p<.01$), achievement ($r=.092$; $p<.05$) and stimulation ($r=.242$; $p<.01$) in the positive direction between the lower values; There was a negative correlation between the sub-value of conformity-obedience ($r=-.190$; $p<.01$) and the level of aggression.

Conclusion

According to the results obtained from the research findings, it was determined that the total aggression scores of the students were moderate and the boys exhibited more aggressive behavior compared to the girls. While the value of universality was in the first place regarding the value orientation of the students, it was determined that the values of benevolence, self-direction, tradition, security, success, power, conformity/obedience, stimulation and hedonism followed respectively. In the comparison of the aggression levels of the students with the value groups, it was determined that hedonism, power, success and arousal values increased the aggressive behavior, while the subordination-obedience sub-value decreased the aggression. The finding that the adoption of universalism and benevolence values, reduces aggression, which emerged in the research is thought to be a guide in planning to deal more with issues such as equality, social justice and human value in the school environment.

Fıkıh Tarihi Açısından Haydar Rifat'ın Mâlûmât-ı Kânûniye Adlı Eseri¹

Haydar Rifat's Malumat-i Kanuniye in Terms of Fiqh History

Fetullah Yılmaz², Ertuğrul Atmaca³

Öz

Bu makalede, Osmanlı'nın son ve Cumhuriyet'in ilk döneminde yaşamış olan Haydar Rifat'ın Yeni ve Mükemmel Mâlûmât-ı Kânûniye adlı eseri fıkıh tarihi açısından değerlendirilmektedir. Bu amaçla önce yazarın hayatı hakkında bir takım bilgiler verilmektedir. Haydar Rifat, yazar kimliğine ek olarak, aynı zamanda bir hukukçu olup İstanbul barosunun ilk avukatlarından biridir. O, üstlenmiş olduğu davalarla tanınan bir hukukçu olmakla beraber, yazmış olduğu eserler ve başka dillerden yaptığı çevirileriyle de ön plana çıkmıştır. Hukuk alanı dâhil olmak üzere pek çok alanda eser yazmış ve tercüme yapılmıştır. Yazdığı eserlerden birisi de Mâlûmât-ı Kânûniye'dir. Eser hukukun altı bölümünü içermektedir: 1. Medeni hukuk, 2. Mahkeme teşkilatı ve yargılama usulü, 3. Ceza hukuku, 4. İdare hukuku, 5. Kara ve deniz ticareti hukuku, 6. Devletler hukuku. Bunlardan fıkıhın etkili olduğu bölüm sadece birincisi, yani medenî hukuk alanıdır. Bu eser oluşturulurken bazı fıkıh kitapları, dönemin kanunları ve hukuk eserlerinden yararlanılmıştır. Bu haliyle yazıldığı devirde fıkıhın durumunu ve hukuki manzarayı ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İslam Hukûku, Osmanlı Hukûku, Kanun, Mecelle, Haydar Rifat, Mâlûmât-ı Kânuniye.

Abstract

In this article, Haydar Rifat's work Yeni ve Mükemmel Malûmât-ı Kânûniye, who lived in the last period of the Ottoman Empire and the first period of the Republic, is evaluated in terms of the history of fiqh. For this, first the author's life is mentioned. Rifat, in addition to his identity as a writer, is also one of the first lawyers of the Istanbul Bar Association. Although he is a lawyer who is known for the cases he has undertaken, he has also come to the fore with the works and translations he has written. He has written and translated works in many fields, including the field of law. One of the works he wrote is Malûmât-ı Kânûniye. It includes six sections of law: 1. Civil law, 2. Court organization and procedure, 3. Criminal law, 4. Administrative law, 5. Land and maritime trade law, 6. International law. The part in which fiqh is effective is only the first, namely the field of civil law. While creating this work, some fiqh books, laws of the period and legal works were used. As such, it reveals the status of fiqh and the legal landscape at the time it was written.

Keywords: Islamic Law, Ottoman Law, Law, Majallah, Haydar Rifat, Mâlûmât-ı Kânuniye.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 12 / 01 / 2022

Accepted: 15 / 08 / 2022

¹ Bu makale, aynı başlığı taşıyan yüksek lisans tezinden istifade edilerek kaleme alınmıştır. bk. Ertuğrul Atmaca, Fıkıh Tarihi Açısından Haydar Rifat'ın Mâlûmât-ı Kânûniye Adlı Eseri, Danışman: Doç. Dr. Fetullah Yılmaz, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane, 2021.

² Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, Temel İslâm Bilimleri, İslam Hukuku, Gümüşhane, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-2348-9537>, fyilmaz@gumushane.edu.tr

³ İmam-hatip, Diyanet İşleri Başkanlığı, Trabzon, Hayrat, Pazarönü Mahallesi Arka Camii, Trabzon, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-1074-3866>, etoatmaca@gmail.com

Giriş

Osmanlı'nın son dönemi pek çok bakımdan çalışılmış olmakla beraber ele alınıp değerlendirilmesi gereken başka hususlar da bulunmaktadır. Bunlardan birisi özellikle Tanzimat sonrası itibarıyla fıkıh-hukuk ilişkisi ve bu ilişkinin seyridir. Kanaatimizce bu seyir bilinmeden günümüzde İslam hukukuna dair yapılan tartışmaların tam olarak anlaşılması mümkün değildir. Zira Tanzimat sonrasında çağdaş anlamıyla çok sayıda kanunlaştırma faaliyeti gerçekleştirilmiştir. Bu faaliyetler fıkha, hukuka ve hukuki hayata bakış üzerinde önemli tesirler icra etmiş olduğu gibi, genel olarak cemiyet nizamına da yön vermiştir. Toplum hayatını yönlendiren bu düzenlemelerin bilinmesine yönelik ihtiyacın giderilmesi amacıyla kimi okullara *kanun/hukuk bilgisi* (mâlûmât-ı kânûniye) derslerinin konulduğu ve söz konusu derslerde okutulmak üzere kitapların yazıldığı görülmektedir. Bu minvalde yazılan eserler, devleti ve toplumu yöneten kanun ve nizamların birbirleri arasındaki irtibat ve ahengi temin noktasında da önemli bir vazife üstlenmişlerdir.

Bu makalede Haydar Rifat'ın Osmanlı son döneminin hukuki yapısını bir bütün ve özet halinde veren *Mâlûmât-ı Kânûniye* adlı eseri inceleme konusu yapılacaktır. Önce Osmanlı sonu ile Cumhuriyet'in ilk yıllarında yaşamış bir hukukçu ve yazar olan müellifin hayatı, eserleri ve düşünce yapısı hakkında bilgi verilecek, ardından *Mâlûmât-ı Kânûniye* adlı kitabı tanıtılarak eserin özellikle fıkıh tarihi bakımından değerlendirmesi yapılmaya çalışılacaktır.

1. Haydar Rifat'ın Hayatı, Eserleri ve Düşünce Yapısı

Mülkiye müfettişlerinden Mehmet Rifat Bey'in oğlu (*Cumhuriyet*, 13 Aralık 1942) Türk hukukçu, yazar ve çevirmen olan Haydar Rifat 1877'de İstanbul'da doğmuştur. Cumhuriyet devrinde *Soyadı Kanunu* ile birlikte *Yorulmaz* soyadını aldığı görülen H. Rifat Nevvare Hanım ile evlenmiş ve bu evliliğinden Semiramis ve Hamiyet adlı iki kız çocuğu olmuştur. Nevvare Hanım 25.11.1950 yılında İstanbul'da ölmüştür (*Cumhuriyet*, 26 Kasım 1950).

Haydar Rifat sırasıyla Darüşşafaka Lisesi'ni, Yüksek İktisat ve Ticaret Okulu'nu ve İstanbul Hukuk Fakültesi'ni bitirmiştir. Öğrenimini tamamlamasının ardından öğretmenlik ve avukatlık yapmıştır. Bunun yanında Batı kültürünü dilimize aktarma noktasında büyük gayretler sergilemiş önemli çevirmenlerdendir (Günyol, 1995: 2/327). Özellikle Fransızcadan yaptığı tercümelemlerle entelektüel çevrelerde kendisine yer edinmiştir (Tunaya, 1998: 1/285). 1908'de basılan *Bab-ı Âli'nin İcüzü*'nden başlayarak diğer bazı eserlerinde *Tevfik Nadir* müstear ismini kullandığı görülür. Onun müstear isim kullanması, İttihatçıların baskıcı rejimi nedeniyle tutuklanıp hapse girme gibi çekincelerden dolayı olmalıdır. Emil Ludwig, Buharin, De Monzi, Gustave Le Bon, Tolstoy, Dostoyevski, Balzac gibi yazarlardan yapmış olduğu tercümelemler *Dün ve Yarın Tercüme Külliyyatı* adıyla yayımlanmıştır.

Bir taraftan hukukun teorik kısmına yönelik çalışmalar yaparken, diğer taraftan onun pratiği ile de ilgilenmiş, bir avukat olarak faaliyetler icra etmiştir. Nitekim kendisi İstanbul Barosu'nun ilk avukatlarından (Tokatlı, 1980: 8/1323). Avukatlığı esnasında ses getiren birçok davaya bakmıştır.⁴ Genel kültüre dair çeviri ve telif eserleri yanında hukuk alanında da eserler ortaya koymuştur. Araştırma konumuzu teşkil eden *Mâlûmât-ı Kânûniye* adlı eseri yanında Osmanlı döneminde *Mu'addel Cezâ Kanunnâmesi*'nin tertib ve tanzimine vekâlet ettiği gibi, Cumhuriyet devrinde yazdığı *Aynî Haklar*, *Borçlar Kanunu Şerhi* ve *Miras Meseleleri* adlı kitapları bu bağlamda zikredilebilir (Tokatlı, 1980: 8/1323).

Çok sayıda telif ve tercümesi olmakla beraber ulaştığımız eserlerinin bir kısmı şunlardır: *Bab-ı Âli'nin İcüzü* (1324/1908), *Tehlikenin Büyüğü: Uyanalım* (1324/1908), *Şukûfe-i Tarihiye: Tarih-i Umûmiye Zeyl* (1324/1908), *Beynelmîlel İhtilal Fırkaları* (Çev.), (1326/1910), *Sosyalizm* (Çev.), (1326/1910), *Yeni ve Mükemmel Mâlûmât-ı Kânûniye* (1327/1911), *Şerhli Borçlar Kanunu* (1926), *Aynî Haklar* (1926), *Miras Meseleleri* (1927), *Tahviller Kuponlar* (1927).

Düşünce yapısına değinilecek olursa, H. Rifat, Osmanlı'nın son devri olan Meşrutiyet ile Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarındaki tüm fikir akımlarının oluştuğu bir dönemde yaşamıştır. Ancak kendisi daha ziyade İslahat Fermanı sonrasına denk gelen dönemde ortaya çıkmaya başlayan sosyalizm ideolojisinden etkilenmiştir.

Düşünce yapısı itibarıyla *Mâlûmât-ı Kânûniye* eserinden anlaşıldığı üzere ilk dönemlerinde dinî hassasiyete sahip bir kişiliğe sahip olduğu söylenebilir. Nikâh ve talâk gibi kitapların baş tarafında konuya uygun, nasihat ve uyarı içerikli âyet ve hadislere yer vermesi bunun bir göstergesi sayılabilir. Meselâ nikâh bölümünün girişinde, Hz. Peygamber (sas)'in "Dünya hep metâdir. Metâinin da hayırlısı mer'e-i sâlihâdır ki zevci kendisine nazar ederse kadın onu mesrûr ve emrine itâat eder, gaybûbetinde de onu kendi nefsince ve zevcinin malınca sıyânet eder."⁵ şeklindeki sözüne yer vermiş ve "Hadîs-i Şerîf" notunu düşmüştür. Yine talâk kitabının girişinde "Zevceleriniz size itâat ederlerse aleyhlerine yol

⁴ Bunlardan biri, Şark Şimendiferleri Kumpanyası'nın işten çıkarılan eski işçilerince 6 Mart 1911'de kurulan Çalışkan Kardeşler Cemiyeti'nin savunma avukatlığını üstlendiği ve haksız sebeplerle işten atılanların tekrar işe alınmaları için şirket nezdinde girişimlerde bulunduğu davadır. Bk. Mete Tunçay, *Türkiye'de Sol Akımlar: 1908-1925* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2009), 59.

⁵ Ebû'l-Hüseyn Müslim b. Haccac el-Kuşeyrî en-Nisâbü'rî, *el-Câmi'u's-Sahîh*, nşr. M. Fuâd Abdülbâkî, (Beyrut: Dâru İhyâ'it-Türâsî'l-Arabî, ty.), "Radâ", 17.

aramayınız.” (en-Nisâ 4/38) âyet-i kerimesini aslıyla birlikte vermiştir. Yine burada “*Cenab-ı Hakk’a en sevimsiz olan helâl, talâktır.*”⁶ hadisini Arapçasıyla birlikte yazmıştır.

Osmanlı son devirlerinden itibaren Türkiye ictimai ve siyasi nizamı ile birlikte nasıl ki önemli değişim ve dönüşüm geçirmişse, aynı durumun toplum içerisindeki fertler bakımından da söz konusu olduğu pek çok örnek üzerinden rahatlıkla savunulabilir. Bunlardan birisi de zannediyoruz Haydar Rifat’tır. Onun özellikle sonraki eser ve faaliyetlerinden yola çıkarak, Meşrutiyet devri İstanbul’unda, dönemin şartlarını dikkate alan bir avukat ve sosyalist mücadeleye katılan bir Osmanlı aydını olduğu söylenebilir. Kendisinin çoğunlukla yabancı kaynaklardan beslendiği, Batı düşünce sistemlerinin etkisi altında kaldığını ve Batı kaynaklı fikirleri seslendirmeye çalıştığı görülmektedir. Bununla birlikte hep fikrî seviyede kalmış olan Haydar Rifat, bir saha ve mücadele sosyalisti olmayıp çatışma riskinden uzak, yönetimle uzlaşılı halinde bir *salon sosyalisti* olarak tanımlanabilir. Sosyalizm merkezli tercümelemelerinin zamanla edebi ve felsefi eserlere doğru kaymış olması da bu olguyu destekler niteliktedir. Üstlenmiş olduğu davalarla, yapmış olduğu çeviri ve telif çalışmalarını ön plana çıkaran Haydar Rifat Yorulmaz, 12 Aralık 1942’de İstanbul’da ölmüştür (*Vakit*, 14 Aralık 1942).

2. Mâlûmât-ı Kânûniye

Müellifimiz Haydar Rifat, tam adı *Yeni ve Mükemmel Mâlûmât-ı Kânûniye* olan eserini Mekâtib-i İdâdiye son sınıf öğrencileri için tertip etmiş olduğunu kitabın ilk sayfalarında belirtmiştir. Nitekim devrin bazı okullarında *Mâlûmât-ı Kânûniye* adıyla bir dersin mevcut olduğu görülmektedir (Er, 2003: 77).⁷

Eser fiziksel olarak küçük boy (19x13 cm boyutlarında) ve 463 sayfadan oluşmaktadır. Osmanlı Türkçesiyle kaleme alınmış ve 1327/1911 yılında basılmıştır. Eserin başında *Hata-Savab Cedveli* bulunurken her kitap (bölüm) başında bölüm içeriğine dâir *Mündericât (İçindekiler)* eklenmiştir. Yazar, eserin son kısmında bölümlerin konu başlıklarını, sayfa numaralarıyla birlikte vermiştir.

Eser, dipnot bakımından zengin sayılabilir. Yazar bazen metinde geçen ıstılahların kısa tanımlarını, önemli gördüğü bilgileri, bazen de hükümlerin gerekçesini ve nadiren de olsa delillerini buralarda zikreder.

H. Rifat, içerisinde fıkıh konularının da yer aldığı ve muhtasar bir hukuk kitabı niteliğinde olan bu eseri kaleme alırken birçok kaynaktan istifade etmiştir. Bunların arasında kanunlar, fıkıh ve hukuk kitapları bulunmaktadır. Faydalanmış olduğu kaynaklar, kitabının sonunda belirttiği üzere şunlardır: *Mecelle*, Muhammed Celal Bey Efendinin *Ticâret-i Berriye Kanunu Şerhi*, Ahmed Selâhaddin ve Cemil Bey Efendilerin *Hukûk-ı Umûmiye-i Düvel’i*, Kalven’in *Hukûk-ı Düvel* adlı eseri, Hakkı Paşa’nın *Hukûk-ı İdâre’si*, Şuayb Merhûm’un *Hukûk-ı İdare’si*, *Ceza Kanunu*, *Usûl-ı Cezâiye*, Garon’un *Hukûk-ı Cezâ’i*, *Usûl-ı Hukûkiye*, *Cerîde-i Adliyeler*, İsmail Hakkı Efendinin *Vesâya ve Ferâiz’i*, Mahmud Esad Efendinin *Vesâya ve Ferâiz’i*, Perye’nin *Mâlûmât-ı Kânûniye’si*, Zihni Efendinin *Münâkehât ve Müfârekât’i*, üç senedir Meclis-i Mebusan’dan geçen kanunlar, *Code Civil*, Kâzım Bey’in *Hukûk-ı Mevzûa’sı*.⁸

Görüldüğü üzere o dönemde hukuki hayatı etkileyen ve düzenleyen çok sayıda eser ve kanun mevcut olup bunları ihata etmenin zorluğu bazı çalışmaları gerektirmiştir. Nitekim müellif en büyük amacının, bu kadar farklı kanun ve meseleleri tutarlı bir biçimde birbirine bağlayarak sunmak ve genç zihinlerde bir birlik teşkil etmek olduğunu eserin baş tarafında şu ifadelerle belirtmiştir: “Mebâhisin, yekdiğerine rabtı ile şu mecmûa-i mâlûmâta genç zihinlerde bir vahdet, tek bir vücud vermek aksâ-yı maksad ve ehemmi-vezâif olmak tabiidir.”

Eseri daha iyi değerlendirme adına yazıldığı döneme kısaca göz atmakta fayda vardır. Söz konusu dönem, pek çok bakımdan hareketli ve yoğun bir zaman dilimini oluşturur. Bu yoğunluğun en çok yaşandığı alanlardan birisi de çağdaş anlamıyla kanunlaştırma faaliyetleridir. Söz konusu dönemde önemli bir dönüşüm ve değişime adım atan Devlet-i Aliyye,

⁶ Ebû Abdillâh Muhammed b. Yezîd el-Kazvîni İbn Mâce, *Sünenü İbn Mâce*, nşr. Şu’ayb el-Arnaût vd., (Beirut: Dârü’l-Risâleti’l-Âlemiyye, 1430/2009), “et-Talâk”, 1.

⁷ Eserin kaleme alındığı dönemde benzer yahut yakın içerikte başka kitaplar da yazılmıştır. Meselâ, Dârü’l-Fünûn-ı Osmânî Hukûk Fakültesi muallimlerinden H. Raif’in Maarif Nezaretî’nce umum mekâtib-i idâdiyede tedris olunmak üzere kabul edilen *Mâlûmât-ı Kanûniye* (İstanbul: Keteon Bedrosyan Matbaası, 1327/1911) bunlardandır. Yine B. H. Tefvik tarafından Maarif Nezaretî’nce tayin olunan programa muvâfık olarak umum mekâtib-i idâdiyede tedris olunmak üzere tertip edilen *Yeni Mâlûmât-ı Kânûniye* (İstanbul: Karabet Matbaası, 1329/1913); aynı şekilde Darü’l-Hilâfeti’l-Âliyye *Medresesi müderrislerinden Halil Fevzi’nin, dördüncü sınıf talebelerine tedris olunmak üzere tertip etmiş olduğu Mâlûmât-ı Kânûniye* (İstanbul: Matbaa-i Âmire, 1333/1917); Aksaray Polis Merkezi memuru Tefvik Tarık tarafından kaleme alınan *Zâbitaya Mâlûmât-ı Kânûniye* (İstanbul: Şems Matbaası, 1326/1910); M. Âdil tarafından Darülmuallimin-i İbtidâiyelerle mekâtib-i idâdiyelerde tedris olunmak üzere telif edilen *Mâlûmât-ı Hukûkiye* (İstanbul: Matbaa-i Âmire, 1331-1333/1915-1917); Mekteb-i Hukukta Mukaddime-i İlim-i Hukûk ve Hukûk-ı Ceza muallimi, Dersââdet birinci mahkeme-i ticaret azası Mehmed Servet’in kaleme almış olduğu *Mukaddime-i İlim-i Hukûk* (Dersââdet: İkdâm Matbaası, 1328/1912) ve İbrahim Hakkı (Paşa)’nın, Maarif Nezâret-i Celîlesi’nin 18 Muharrem 1319 ve 24 Nisan 317 tarihli ve 92 numaralı ruhsatnamesiyle tab’ olunan *Mukaddime-i İlim-i Hukûk’u* (İstanbul: Karabet Matbaası, 1319/1902) bu minvalde yazılmış eserlerdendir.

⁸ Yazar, kitabın sonunda bu kaynakların isimlerini vermekle beraber hangi bölümde hangisinden veya hangilerinden yararlandığını belirtmemiştir.

büyük bir kısmı Batı'dan alınan kanunları tatbikat alanına sokmuştur. Ancak bu faaliyetler beraberinde bazı sıkıntı ve tartışmaları da getirmiştir.⁹ Dönemin önemli simalarından Seyyid Bey (öl. 1925) bu konuda şu değerlendirmede bulunur:

Şarkın ilm-i fihî, hukuk-ı İslâmiye olmakla beraber -lede'l-mukâyese [mukayese edilince] anlaşılacağı üzere- aslı Roma hukuku ve bir kısım ahkâmı âdât ve ahvâl-i mahalliye icabı olan garbın ilm-i hukûkundan daha esaslı, daha metin ve hukuk-ı tabiiye-i beşeriyeye daha mülâyim olduğundan ihtiyâc-ı hakikî tahakkuk etmedikçe ahkâm-ı fihîyeyi bilküllüye terk ile bilâ-lüzum ve ale'l-amyâ Avrupa kanunlarını tercüme ederek mevki-i tatbik vaz'ına müsâraat, münâfi-i hikmet ve basiret olacağı gibi şîme-i kadrşinasiye de muvafık düşmez (Seyyid, 2011:145-146).

Seyyid Bey'e göre hükûmet yani makam-ı hilâfet, kanun koyma hususunda muayyen bir müctehidin kendi zamanında ortaya çıkan hukukî hâdiseler hakkında uygulanabilir olan icthadlarına değil, durum ve zamanın değişmesi ile değişmeyen, sâbit ve nassa dayalı kat'î ahkâma ve bu sûretle sâbit ve kat'î olmayan meselelerde de zamanın ortaya çıkardığı hal ve hayat şartlarının gereklerine tâbidir. Binaenaleyh hangi müctehidin rey ve icthadını "muamelât-ı nâsa erfak ve maslahat-ı asra evfak" bulur ise onu tercihe şer'an ve fikhen mezdur, daha doğrusu millet ve devletin mevcut vaziyetine göre mecburdur. Bunu takdir etmemek, şeriatı da fihî da hayatı da vazife-i hükûmeti de bilmemek ve anlamamak demektir. Hatta hükûmet, diğer ilim ve fenlerde olduğu gibi icabında garb medeni hukukundan da istifade edebilir. Bunda da bir mahzur-ı şer'î yoktur. Ancak Seyyid Bey şu ihtarı da yapar: Şu kadar var ki alınacak şeyin, iktibas olunacak hukukî ahkâmın hikmet olması, mülk ve millet menfaatleri için faydalı ve zaruri bulunması şarttır. Aksi takdirde fayda yerine zarara sebep olur ki hiçbir iz'an sahibi katında caiz görülemez (Seyyid, 2011:145). Başka bir yerde ise eğer farklı mezheplerden istifade edilerek kanunlar yapılmazsa, Osmanlı hükûmetinin, zaruretin zorlaması sebebiyle Avrupa kanunlarını tercüme ederek tatbik mecbur olacağını söyler ve ekler: "Nitekim ticaret, ceza ve usûl-ı muhakeme kanunlarını o suretle yapmıştır." (Seyyid, 2011:286). Ancak maslahattan bahsederken o gün mahkemelerde tatbik edilen hukuk ve cezâ muhakeme usûlü kanunları ile ceza ve ticaret kanunları ve bunlara benzeyen ve bunların haricindeki mülkî ve askerî diğer kanun ve nizâmların maslahat esasına binaen meşru olduğunu savunur (Seyyid, 2011:530).

Burada maksadımız söz konusu kanunların şer'î bakımdan durumlarını ele almak olmayıp araştırma konumuzu teşkil eden eserin durum ve rolünü daha iyi anlama adına dönemin hukukî manzarasını kısmen de olsa aksettirebilmek ve yapılan kanunlaştırma faaliyetlerinin fikhî açıdan hangi esaslar çerçevesinde tartışıldığına kısaca değinmektir.

Seyyid Bey Batı'dan iktibas edilen kanunları maslahat ilkesiyle temellendirirken, Elmalılı M. Hamdi Yazır (öl. 1942) ise meselenin farklı yönlerine dikkat çeker. Yazır'a göre ictimai ihtiyaç ve hâdiseler içerisinde çok sayıda yeni mesele ve durumlar husûle gelmiş, fakat bunların birbirleri arasında olması gereken uyumlu bağlantılar hâlâ gözetilememiştir. Devlet-i Osmaniye'nin yeni ihtiyaçları ciltler dolduran düsturlar kadar kanun ve nizamlar da husûle getirmiştir. Bunların birbiriyle tutarlı bir uyumu (aheng-i ittisal) temin olunamadığı için toplumun ruhuna temas edememiş, memleketimizde kanun sevgisi, şer'î sevgisi gibi yerleşmemiştir. Yazır, burada önemli bir hususa işaret eder: Bu kanunların fikhî nazariyeler bakımından derin tahlilleri yapılarak mevkillerini tayin edecek fikhî kitapları meydana getirmek en birinci, kesinlik kazanan vazifemizdir. Yazır, Avrupa kanunlarının iktibasını zarurete dayandırarak, ailesi ve dostundan imdad göremeyen insanların zarurete düştükçe evvela hilelere sapmağa, sonra yabancılara müracaat etmeğe başlayacağına dikkat çeker. Ona göre garp hukuku ictimai meselelerimizi karşılıksız (teberru'an) olarak değil, ruhumuzu, canımızı vererek bile olsun hallediverdiğinden dolayı efendimiz olmağa başlamıştır. Burada temel soruyu sorar: Biz bunları ihata edip ilmî mukayeselere girişmek için lâzım gelen bu sermayeyi nasıl istihsal eyleyeceğiz? Cevap şudur: Fikhînin iki yüze yakın bölümlerini asrın ilim ve fenleri ile de ölçüp şer'î nakillerle bağlantısını kurmak ve bu veçhile müslümanların leh ve aleyhine olan meselelerini güzel bir surette tasnif ve ictimâî nizâmımızı tayin etmek bir vecibe-i diniyedir. Bu şekilde yapılacak tasnifle genel fikhî pek çok fikhî ilme ayrılacaktır. Bu tasnif de tedris ve tahsil usulümüze kolaylık sağlayarak ihtisas derecemizi yükseltecektir (Yazır, 2011:198).

Görüldüğü üzere değişen dünya düzeniyle birlikte Osmanlı devlet ve toplumunun gündemine pek çok mesele ve ihtiyaç girmiş ve bunların doğru yöne kanalize edilmesi için önemli uyarı ve çalışmalar yapılmıştır. Dikkat çekici bir şekilde, dönemin kalem erbabının fikhî ahkâmın kanunlaştırılması gereğine ciddi bir biçimde inandığı ve bunu dile getirdiği görülmektedir. Haydar Rifat da bunlardandır. Nitekim dâvacının iddiasını beyyine ile isbât etmesi halinde hâkimin ilgili kanun maddesine veya şer'î hükmüne uygun olarak o dâvayı hükme bağlayacağını beyan edeceğini belirtir. Sözün burasında dipnota şunu ekler: "Maalesef henüz taknîn edilmemiş birçok hususât var." (Yorulmaz, 1910:75).

Peki, dönemin hukukî durum ve meseleleri açısından *Malûmat-ı Kânûniye* nerede durmaktadır? Bu eser elbette ki özellikle M. Hamdi Yazır'ın ifade ettiği bütün meseleleri yüklenmeye aday değildir. Fakat kanun ve nizamların birbiriyle olan uyumu (âheng-i ittisâl) noktasında önemli bir adım olduğu da dikkatlerden kaçmamaktadır. Ciltlerce kanun ve diğer düzenlemeleri özet, fakat tutarlı bir bütün halinde sunma yolunda ciddi bir gayretin ürünüdür.

⁹ Konu hakkında bilgi için bk. Tuncer Namlı, *Tanzimat ve Sonrası Dönem Kanunlaştırmaları Karşısında İslam Alimlerinin Aldığı Tavır ve Bunun Neticeleri* (Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 1988).

Eserin başka hususiyetleri daha bulunmaktadır. Yazar, eserine başlarken hukukun tarif ve taksimine yer vererek hukukla ilgili genel ve kısa bir açıklama yapmıştır. Burada ilimlerin konuları itibariyle önemli gördüğümüz şu tespitler dönemin ilim anlayışını yansıtmaktadır:

İnsanlar arasındaki münâsebâtı hayr veya şer olmak nokta-i nazarından tedkîk eden ilme “ilm-i ahlâk”; nâfi’ veya muzır olmak noktasından tedkîk edene “ilm-i iktisad”; hakk ve nâ-hakk olmak nokta-i nazarından tedkîk edene “ilm-i hukûk” tabir olunur (Yorulmaz, 1910:1).

Eserin giriş kısmında *kanun* hakkında verilen kısa bilgiler, *fıkıhtan hukuka* geçiş sürecinin mahiyeti bakımından dönemin diğer eserleri de dikkate alınarak incelenmesi gereken noktalara işaret etmektedir:

Hakkı nâ-haktan tefrik için bulunan mi'yarlara kanun itlak olunur. Kanun: 1 “Usulüne tevffikan vaz’ u ilan edilmiş”, 2. “Umûm efrâd-ı millet için”, 3 “Muâmelât-ı hâriciyelerinde”, 4 “Seviyyen riayet olunması mecburi” beyânât-ı resmiyyedir. Kanun; kuvve-i teşriyeden geçer, irâdeye iktiran eder, kuvve-i icrâiye –hükûmet- bunun icrası ile mükellef bulunur.¹⁰

Özellikle II. Mahmut devri ve Tanzimat ile ivme kazanan yenilik hareketlerinin dil başta olmak üzere Osmanlı’da pek çok kavram ve kurumu dönüştürdüğü bilinmektedir (Okumuş, vd. 2006:221-222).¹¹ İşte bunların en önemlilerinden olan hukuk sahasında görülen bakış açısı ve tasnif değişikliği, yazılan eserlere yukarıdaki gibi yansımıştır. Bazı araştırmacıların belirttiği üzere:

Kanun kavramı, Klasik Osmanlı zamanlarında daha ziyade dinî hukuka uygun olarak örfî hukukla ilgili düzenlemeler için kullanılırken Tanzimat’la birlikte Avrupalı biçimde düzenlenmiş ve büyük ölçüde Şer’î hukukun dışında din ve mezhep ayrımı gözetmeksizin tertip edilen laik mevzuatı ifade etmek üzere kullanılmıştır (Okumuş, vd. 2006:272).

Kitap hakikaten ciltlerce eserin ve birçok kanunun özeti mahiyetindedir. Buna binaen yazar, pek çok tasarrufta bulunmuş, meselâ *Mecelle*’nin başındaki küllî kâidelere yer vermemiştir. Bu küllî kavâidin zâidliği ve eserin özeti olması hasebiyle onlardan bir satır bile almadığını belirtmiştir. Aynı gerekçelerle kitabın içerisine bilhassa somut meselelere (maddiyata) ve insan ilişkilerindeki vâkıalara yer verdiğini söylemiştir (Yorulmaz, 1910:2). Yazarın tasarrufu bazen de faydalandığı eserde bulunmayan bilgi ve açıklamalar eklemek suretiyle olmuştur. *Bey’ bi’-vefâyı* anlatırken *Mecelle*’den ihtisarla aldığı bilgilere ilaveten orada bulunmayan bazı bilgi ve açıklamalara yer vermesi bu kabildendir (Yorulmaz, 1910:16).

Eserin yazıldığı dönemde şer’î/fikhî birçok alanla ilgili ahkâm kanunlaştırılmamış olmakla beraber, resmi ve gayri resmi alanlarda tatbik edilmektedir. Mahkemelere dair bölümde verdiği bilgiler de bunu doğrulamaktadır:

Memleketimizde el-yevm başlıca iki nevi mahkeme vardır: Mahâkim-i Nizâmiye, Şer’iye. Mahâkim-i Şer’iye: Nikâh, nafaka, talâk, diyet, erş, tereke, gurre, gâib, mefkûd, kısas, diyet, vasiyet, vesâyet gibi henüz taknîn edilmemiş [kanunlaştırılmamış] olan mevâdd hakkındaki da’vâyı ru’yet etmektedir (Yorulmaz, 1910:123).

Haydar Rifat, eseri altı kitap halinde kaleme alırken, bu altı bölümü 35 derse bölerek işlemiştir. *Mâlûmât-ı Kânûniye* şu altı temel kitaptan oluşmaktadır:

1. *Hukûk-ı Medeniye*,
2. *Teşkilât-ı Mahâkim ve Usûl-ı Hukûkiyye*,
3. *Hukûk ve Kânûn-ı Ceza*,
4. *Hukûk-ı İdâre*,
5. *Ticâret-i Berriye ve Bahriye*,
6. *Hukûk-ı Düvel*.

Fıkıh tarihi açısından *Mâlûmât-ı Kânûniye* genel nitelikleri itibariyle dikkate alındığında adeta Osmanlı son döneminin hukukî yapısını yansıtan bir el kitabı mahiyetinde olduğu söylenebilir. Bu özelliğinden olsa gerek, eserin fıkha ait konularının Darülhilafe Medreseleri’nde okutulmasının kararlaştırılmış olduğu görülmektedir.¹²

¹⁰ Haydar Rifat, *Mâlûmât-ı Kanuniye*, 1. “Kültür tarihimizin hemen hemen her şubesinde bir dönüm noktası olarak görülen Tanzimat, hukukun önemli bir yönünü teşkil eden, hukukun kavram ve kaynaklarından olan “kanun” konusunda yeni bir zihniyet ve yeni bir anlayış getirmiştir.” Bk. Ejder Okumuş vd., *Osmanlı Devleti’nde Eğitim, Hukuk ve Modernleşme* (İstanbul: ARK, 2006), 270.

¹¹ “Tanzimat’ın hukuk dilinde öncelikle fıkıh kavramına ilişkin bir değişiklikten söz edilebilir. Tanzimat Dönemi’nde kendini gösteren hukukî değişimin işaretleri, *hukuk* kavramının Osmanlı’da ortaya çıkarak devlet düzleminde kullanılmaya başlanmasında görülebilir. Tanzimat’tan önce *fıkıh kavramı* geçerliken, Tanzimat’tan sonra yarı Pozitivist Tanzimatçıların zihniyet yapısına uygun olarak *modern-rasyonel hukuk* kavramı yerleşmeye başlamıştır. Avrupa’da modern hukuk anlayışı, Fransız İhtilali’yle başladıysa, Türkiye’de Tanzimat’la yerleşmeye başlamıştır.” Bk. Okumuş vd., *Osmanlı Devleti’nde Eğitim, Hukuk ve Modernleşme*, 268.

¹² “Mâlûmât-ı Kanuniye: Haydar Rifat Bey’in yeni tab’ olunan kitabının fıkha ait mebahisinin tayyi ve icap eden bazı bahislerin ilavesi ile tedrisi.” Bk. Hamit Er, *Darülhilafe Medreseleri*, 77.

Kitap genel özellikleri itibarıyla tanıttıktan sonra, bölümleri ve bu bölümlere kaynak teşkil eden eserlerle ilgili değerlendirmelere yer verilecektir. Değerlendirmeler yapılırken bazı konuların kısa tarihi seyri ve dönemin kanunlaştırma çalışmaları da dikkate alınmaya çalışılacaktır.¹³

1. Birinci Bölüm: Hukûk-ı Medeniye: İlk kitabı oluşturan Hukûk-ı Medeniye bölümü toplam 121 sayfadan oluşmaktadır. Medeni hukuk, bir ülkede yer alan vatandaşların kişisel durumlarını, ailevi ilişkilerini, mallar üzerindeki haklarını, diğer şahıslarla olan borç ilişkilerini ve ölümlerinden sonra geride kalan miraslarının âkıbetini düzenleyen kuralların yer aldığı bir hukuk dalıdır (Oğuzman, Barlas, 2006:5).

Medeni hukukun içeriğinde yer alan konuların başında kişilerin şahsi durumlarıyla ilgili meseleler gelmektedir. Bu kapsamda kişiler ya da şahıs hukuku, kişiliğin başlangıcı, hakların kazanılması, mükellefiyetin oluşması, zaman içerisinde daralması veya tamamen kalkması, söz ve eylemler neticesinde haklar elde etme ve sorumluluk üstlenme gibi hususları konu edinmektedir. Bu konular, kısmen fıkıh usulü eserlerinde *Şer'î Hüküm* bahsinde *el-Mahkûm aleyh* alt başlığıyla, fûrû-ı fıkıh kitaplarında ise her bir bölüm ve onun alt birimlerine serpiştirilmiş şekilde ele alınmaktadır (Türcan, 2016:262).

Medeni hukukun bir diğer alt dalı aile hukukudur. Aile hukuku; ailenin oluşumunu, işleyişini ve sonlanması durumunda buna bağlı olarak oluşan hükümleri ele alan, bir başka ifade ile evlenme ve boşanma konularını kapsayan hukuk dalıdır (Türcan, 2016:281). Fıkıh kitaplarında *Kitabü'n-Nikâh*, *Kitâbü't-Talâk* gibi hususi başlıklar altında ele alınmıştır (Ekinci, 2019:433).

Medeni hukuku meydana getiren bir diğer hukuk dalı Borçlar Hukûkudur. Borçlar hukuku, kişilerin başkalarına karşı hukukî ilişkilerden kaynaklanan yükümlülüklerini konu ederken (Türcan, 2016:421), bu hukuka dair bahisler, fıkıh *muâmelât* alanına dâhil olan bölümlerinde tetkik edilir (Ekinci, 2019:507). Medenî Hukuk kapsamında ele alınan Eşya Hukûkuna ise kişilerin mallar üzerindeki egemenliğinden doğan haklarını konu edinen hukuk dalıdır (Türcan, 2016:399). Medeni Hukuk'un bir alt bölümü olan miras hukuku ise bir insanın vefat etmesi üzerine hayatta iken sahip olduğu hakların ve üstlenmiş olduğu borçların âkıbetini düzenleyen hukuk dalıdır (Oğuzman, Barlas, 2006:6). Miras hukuku, klasik fıkıh kitaplarının en sonunda yer alan *Ferâiz* ve *Vesâyâ* başlıkları altında anlatılmaktadır (Ekinci, 2019:460).

Fıkıh eserlerinde alım satım, icare, sulh, şirket gibi muâmelât alanına giren konuların ve nikâh, talâk, vasiyet, vesayet ve ferâiz gibi bahislerin eserin birinci bölümünde yer alan *Hukûk-ı Medeniye* başlığı altında incelenmesi, fıkıh tarihi açısından dikkate değer bir husustur. Zira bu durum artık fikhî meselelerin tasnifinin Batı menşeli hukuk mantığıyla yapılmaya başlandığını göstermektedir.

Mâlûmât-ı Kânûniye'ye ait bu bölümdeki bilgilerin ilk kısmı *Mecelle*'den alınmıştır. Yazar, *Mecelle*'deki maddeleri genellikle kısmen ve özetleyerek eserine almıştır. Bununla birlikte *Mecelle*'deki bazı konulara hiç değinilmemiş, ayrıca *Mecelle*'de yer alan küllî kaidelere de yer verilmemiştir. Konular *Mecelle*'deki gibi bölüm ve fasıllara taksim edilerek ayrı ayrı ve maddeler halinde alınmayıp konu bütünlüğü içerisinde birleştirilerek yazılmıştır. Diğer taraftan, *Mecelle*'de olmayan bazı açıklamalara yer verildiği de olmuştur. *Mâlûmât-ı Kânûniye* müellifi *Mecelle*'nin bölümlerini birer "ders" başlığıyla vermeyi tercih etmiştir. "*Birinci Ders: Bey' ve Şira*" gibi. *Mecelle*'den aktarılan konu ve meseleler on bir derste işlenmiş olup 12. ve 13. dersler olan vasiyet, vesâyet ve ferâizin kaynakçada yer verilen İsmail Hakkı Efendi'nin *Vesâyâ ve Ferâiz* adlı eserinden istifadeyle yazıldığı görülmektedir. 12. ders olan vasiyet bahsinde; vasiyetin sıhhati bölümü *Vesâyâ ve Ferâiz*'de örnekleriyle beraber geniş yer tutarken, *Mâlûmât-ı Kânûniye*'de örnek ve açıklamalara değinilmeden üç madde halinde özetlenmiştir. Vasiyetle ilgili diğer hususlar da kitabın genel usulüne uygun bir tarzda ihtisar edilerek verilmiştir (Yorulmaz, 1910:78-82, İsmail Hakkı, 1910:1-45).

On dördüncü ders olan *Nikâh* bölümü, eserin sonunda belirtilmiş olduğu üzere Mehmed Zihni Efendi'nin *Münâkehât ve Müfârakât* adlı eserinden faydalanılarak kaleme alınmıştır. Bu bölüm Zihni Efendinin *Nimet-i İslâm* adlı eserinde de ayrıca yer almaktadır (Yorulmaz, 1910:119-121, Mehmet Zihni, 1978:1087-1103).

2. İkinci Bölüm: Teşkilât-ı Mahâkim ve Usûl-i Hukûkiye: Eserin ikinci bölümünü teşkil eden bu kısım toplamda 43 sayfada işlenmiştir. *Mâlûmât-ı Kanuniye*'nin bu bölümünde yer alan konuların genel tasnifi şöyledir: Teşkilât: Envâ-i Mahâkim ve Usûl-i Hukûkiye. Teşkilât-ı Mahâkim bölümü eserde 123 ila 131. sayfalar arasında işlenirken, kaynak aldığı eserlerden Kâzım Bey'in *Telhîs-i Hukûk-ı Mevzûa* adlı eserinde ise altı sayfada (136.-141.) işlenmiştir (Yorulmaz, 1910:123-131, Kâzım, 1893:136-141).

Eserde yer alan usul-ı hukûkiye bölümünde yazar girişten sonra dâvanın nasıl ve nerede açılabileceğine dair bilgiler vermiştir. Bu bölümdeki hükmi-ı giyabi ve sonrasındaki başlıklar 144 ila 165. sayfalar arasında işlenirken, Kâzım Bey'in

¹³ Kanunlaştırma çalışmaları hakkında ayrıntılı bilgi için bk. Mehmet Gayretli, *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Kanunlaştırma Çalışmaları* (İstanbul: Nizamiye Akademi, 2015).

Hukûk-ı Mevzûa adlı eserinde 210 ila 223. sayfalar arasında işlenmiştir (Yorulmaz, 1910:144-165, Kâzım, 1893:210-223).

3. Üçüncü Bölüm: Hukûk ve Kanûn-ı Ceza: Bu bölüm, toplam 51 sayfa tutmuştur. Burada yer alan konuların genel tasnifi şöyledir: Hukuk, Kanûn-ı Ceza ve Usûl-i Cezâiye. Bu bölümü oluştururken yazarın, kaynakçada belirtmiş olduğu şu eserlerden faydalanmış olduğu anlaşılmaktadır: *Ceza Kanûnu*, *Usûl-ı Cezâiyye*, *Garon'un Hukûk-ı Cezası*, *Usûl-ı Hukûkiye*, üç yıldır Meclis-i Mebusan'dan geçen kanunlar ve Kazım Bey'in *Hukûk-ı Mevzûa'sı*. Bunlardan *Ceza Kanûnu* Osmanlı Devleti'nin son ceza kanunu mahiyetinde olan 1274/1858 Tarihli *Ceza Kanunnâme-i Hümâyunu* olmalıdır.¹⁴

4. Dördüncü Bölüm: Hukûk-ı İdare: Eserin dördüncü kesiminde yer alan *Hukûk-ı İdare* bölümü toplam 133 sayfada işlenmiştir. İdare hukûku, kamu hukûkunun bir alt dalı olmakla birlikte biri geniş, diğeri dar olmak kaydıyla iki değişik anlamda kullanılmaktadır. Geniş anlamda, idarenin kuruluş ve işleyişine uygulanmakta olan hukûk kurallarına denmektedir. Bu kurallar, kamu hukuku kurallarından olabileceği gibi, özel hukuk kurallarından da olabilir (Kalabalık, 2016:7). Eserin bu bölümünde yer alan konuların genel tasnifi şöyledir: Kuvâ-yı Umûmiye-i Devlet, Başlıca Vergiler, Belediyeler, Ormanlar, İdâre-i Örfiye, İstimlâk, Maâdin, Taş Ocakları, Tanbakû Rejisi, Pasaport Kanunu, Sicill-i Nüfus, Tâbiyet, Ahkâm-ı Arâzi, Tapu, Alâmet-i Fârîka, Maârif-i Umûmiye, A'şâr.

Bu bölümde yer alan *Hukûk-ı İdare* yazarın kaynakçasında belirtmiş olduğu Hakkı Paşa'nın ve Şuayb Merhûm'un *Hukûk-ı İdare* adlı eserlerinden ve Kâzım Bey'in *Hukûk-ı Mevzûa* adlı eserinden faydalanılarak kaleme alınmıştır. İbrahim Hakkı'nın *Hukûk-ı İdare* adlı eseri Mekteb-i Hukûk-ı Şahâne'de ders kitabı olarak okutulmuştur (İbrahim Hakkı, 1890:1). Ahmed Şuayb ise Divân-ı Muhasebât Müdde'î-i Umûmiyesi ve İstanbul Darülfünun-i Osmânî hukûk fakültesi muallimlerinden olup *Hukûk-ı İdare* adlı eserinin birinci kısmını birinci sınıflara mahsus kıldığını belirtmiştir (Ahmet Şuayb, 1910-1912:1).

5. Beşinci Bölüm: Ticaret-i Berriye ve Bahriye: Ticaret hukûku özel hukuk içerisinde yer almaktadır. Medeni hukûkun bir alt dalı olmamakla beraber ondan bağımsız ya da en azından özerk bir hukuk dalı niteliğindedir. Modern anlamda ticaret hukûku düzenlemeleri ilk kez Yakın Çağ'da ortaya çıkmıştır. 1673 tarihli Fransız Kara Ticareti Nizamnamesi ve 1681 tarihli Fransız Deniz Ticaret Nizamnamesi'nden sonra 1807 tarihli Fransız Ticaret Kanunu, ilk kapsamlı kanun olarak yürürlüğe girmiştir. Tanzimat'ın ilanı ile birlikte Osmanlı'da hukuk alanında başlayan çağdaşlaşma hareketi sonucunda, modern manadaki ilk ticaret hukûku kanunu diyebileceğimiz 1850 tarihli Kanunnâme-i Ticaret yürürlüğe girmiştir (Kayıhan, Yasan, 2017:37-40).

Bu bölümde yer alan konuların genel tasnifi şöyledir: Muâmelâtın Tefrîkindeki Fevâid, Defâtir-i Ticâriye, Ticaret Şirketleri, Hissedârlık Vechile Şirketler, Usûl-ı Hakeme Mürâcaat ve Esbâb-ı Mûcibesi, Vâsıtalar, Gemi ve Sâir Merâkib-i Bahriyenin Tasarrufu ve İmtiyazlı Alacaklılar.

Osmanlı Ticaret Kanunu hazırlanırken Camiç Ohannes Efendi tarafından tercüme edilen, 1807 tarihli Fransız Ticaret Kanunu esas alınmış ve Hollanda, Sardunya ve Prusya kanunlarından da istifade edilmiştir.¹⁵ İktibas edilen Fransız Ticaret Kanunu'nun ilk kitabı kara ticareti, ikinci kitabı deniz ticareti, üçüncü kitabı iflas, dördüncü kitabı ise ticaret mahkemeleri hakkındadır. Bu kanunun sadece birinci ve üçüncü kitabı Kanunnâme-i Ticaret adıyla iktibas edilerek yürürlüğe konulmuştur. Fransız Ticaret Kanunu'nda yer alan ikinci ve dördüncü kitap ise daha sonraki yıllarda yayınlanarak bu kanunun benimsenme süreci de büyük ölçüde tamamlanmıştır. İki kısımdan oluşan Kanunnâme-i Ticaret 315 maddeden ibarettir. Birinci kısım altı fasıldan ibaret olup tüccarın tanımı, tacirin tutmakla sorumlu olduğu defterler, şirket akdi, komisyon, kara ve deniz yoluyla eşya nakline memur siparişçi ve emânetçiler ile poliçe konularını düzenlemektedir. İkinci kısım ise on bir babdan müteşekkil olan iflas hükümlerine aittir (Gayretli, 2015:307-310).

Yazarın, Ticaret-i Berriye ve Bahriye başlığı altında yer alan bu bölümün ilk kısmındaki konuların 1850 Tarihli Kanunnâme-i Ticaret'in kapsamında ele aldığı, bölümün daha sonrasında yer alan konuları ise 1863 Tarihli Ticaret-i Bahriye Kanunnâmesi kapsamında ele aldığı anlaşılmaktadır.

¹⁴ "Ceza Kanunnamesi, 15 Ramazan 1267/14 Temmuz 1851 ve 28 Zilhicce 1274/9 Ağustos 1858 tarihlerinde olmak üzere üç kez tadil edilerek geliştirilmiştir." Bk. Okumuş vd., *Osmanlı Devleti'nde Eğitim, Hukuk ve Modernleşme*, 276.

¹⁵ "Özel hukuk alanında ilk çıkarılan ve 315 maddeden oluşan bu kanunname, Fransız hukukundan alıntılar yapılarak ve liberal nazariyelerden etkilenecek hazırlanmış kanunları ihtiva etmektedir. İslam memleketlerine Avrupa hukukunun girişinde bu kanunname çok etkili olmuştur." Okumuş vd., *Osmanlı Devleti'nde Eğitim, Hukuk ve Modernleşme*, 282.

6. Altıncı Bölüm: Hukûk-ı Düvel: Eserin altıncı ve son bölümü toplam 53 sayfada işlenmiştir. Devletler hukuku, bağımsız bir devlet ile diğer bir devlet veya uluslararası kuruluşların birbirleriyle ilişkilerini inceler. İslâm'ın ilk yıllarından itibaren Müslüman coğrafyada iç hukukla beraber devletler hukûku da ortaya çıkmış ve konu ile ilgili olarak özel eserler miladi VIII. yüzyıldan itibaren yazılmaya başlanmıştır. Fıkıh kitaplarında devletler genel ve özel hukûku ikisi birden, "siyer, meğâzî ve cihâd" gibi başlıklar altında ele alınmıştır (Türcan, 2016:537-539).

Mâlûmât-ı Kanuniye'nin *Hukûk-ı Düvel* başlığı altında yer alan konuların genel tasnifi şöyledir: Devlet ve Millet, Hukûk-ı Düvel, İstiklâl, Hakk-ı Müsâvât, İade-i Mücrimîn, Hükümdâr, Hâriciye Nâzırı, Memurîn-i Siyâsiye, Hakk-ı Sefâret, Muahedât-ı Beyne'd-Düvel, Hükûmât-ı Sâirenin Müşâreketi, Muâhedenin Hitâmı, Hakk-ı Harb. Eserin son kısmını oluşturan bu bölümde faydalanılan kaynaklar Ahmed Selahaddin ve Cemil Bey Efendilerin *Hukûk-ı Umûmiye-i Düvel* ve Kalven'in *Hukûk-ı Düvel* adlı eserleridir.

Yazar, diğer bölümlerde olduğu gibi bu bölümdeki konuları da kaynak olarak kullandığı eserlerden temel bahisleri özetleyerek işlemiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Osmanlı devlet ve toplumu asırlarca şer'î ve örfî hukukla idare edilmişken hususen Tanzimat sonrasında Batılı anlamda kanunlaştırma çalışmaları ağırlık kazanmış, bunun neticesinde çok sayıda kanun ve bunların şerhleri ortaya çıkmıştır. Büyük bir yekûn tutan bu kanunların her birine tafsilatıyla muttali olmanın zorluğundan olsa gerek, zamanla bunları özetleyen eserlere ihtiyaç duyulduğu anlaşılmaktadır. Bunlardan birisi de bu alanda en derli toplu kitaplardan sayılabilecek olan Haydar Rifat'ın yazmış olduğu *Yeni ve Mükemmel Mâlûmât-ı Kânûniye* adlı eserdir. Ders kitabı olarak yazılan bu eser adeta Tanzimat sonrası Osmanlı Hukûku el kitabı niteliğindedir.

Haydar Rifat, adı geçen eserini oluştururken faydalanmış olduğu kaynaklardaki konuları ve kanun maddelerini genel itibarıyla özet mahiyetinde ve anlam bütünlüğünü bozmadan eserine almıştır. Bununla birlikte el kitabı mahiyetinde olması hasebiyle kaynak eserlerde bulunduğu halde çalışmasına almadığı konular da çoktur. Eserin, Osmanlı son döneminin hukukî manzarasını genel, fakat temel mevzu ve hükümleri itibarıyla görmek bakımından önemli bir kaynak olduğu söylenebilir.

Yazar, eserinin birinci bölümünde fıkha ait bahisleri *Hukûk-ı Medeniye* başlığı altında ele almış, ikinci bölümünde *Teşkilât-ı Mahakim ve Usul-ı Hukûkiyye*, üçüncü bölümünde *Hukûk ve Kanun-ı Ceza*, dördüncü bölümünde *Hukûk-ı İdare*, beşinci bölümünde *Ticaret-i Beriye ve Bahriye* ve son olarak da altıncı bölümünde *Hukûk-ı Düvel* konularını işlemiştir. Birinci bölüm haricindeki kısımların artık fıkıhla irtibatın pek kalmadığı görülmektedir. Dolayısıyla kitabın fıkıh tarihi açısından işaret ettiği vakıyı belirtmek gerekirse, altı temel alandan oluşan özellikle Sultan II. Mahmut dönemi ile Tanzimat sonrası Osmanlı hukukunun sadece bir bölümünün (*hukûk-ı medeniye*) esas itibarıyla şer'î ahkâma dayalı olması dikkate değer bir durumdur.¹⁶ Bu durum kimi araştırmacılarca şöyle değerlendirilmiştir:

Batı hukukundan etkilenecek ve taklitte bulunularak yapılan ve daha ziyade eşitliğin sağlanması amacıyla çıkarılan kanunlar, Osmanlı Devleti'nde hukuk teklifini bozarak ikili bir hukukun oluşmasını sağlamış, bir yandan İslam hukuku uygulanırken, bir yandan da beşerî hukuk veya din-dışı hukuk uygulama alanına sokulmuştur. Bu ikilik zamanla dinî hukukun aleyhine beşerî hukukun lehine olmak üzere teklife doğru yönelerek ortadan kalkmıştır (Okumuş, vd. 2006:286-287).

Fıkıhın muâmelât ile *münâkehât ve mufârakât* olarak tasnif edilen konularının medenî hukuk başlığı altında ele alınması, diğer önemli bir husus olarak kaydedilmelidir.

Diğer taraftan *Mâlûmât-ı Kânûniye*'nin yazıldığı devir itibarıyla çok sayıda kanun, nizam ve fıkıh kitabının bir bütün halinde takdimini başarılı bir biçimde ifa ettiği belirtilmelidir. Nitekim müellif daha kitabın baş kısmında eserini yazmadaki en üstün maksat ve en önemli vazifesinin tabii olarak konuları birbirine bağlayarak, bir araya getirilen bilgileri genç zihinlere bir bütün halinde sunmak olduğunu beyan etmiştir.

Kaynakça

Acı bir kayıp. (1942,13 Aralık). *Cumhuriyet*, 1. <https://www.gastearsivi.com/gazete/cumhuriyet/1942-12-13/1>

¹⁶ Gerek II. Mahmut devrinde ortaya konan yeni "kanun ve usûller, gerekse idare, ceza, eğitim ve ordu alanlarında çıkan diğer birtakım kurallar, yani nizâmât-ı esâsiyye, kamu hukukuna doğru atılmış adımların ilk belirtileridirler. Bu alan geliştikçe Şeriat hukukunun alanı daralmıştır. Bunun ilk sonuçları Tanzimat Dönemi'nde görülecektir. Önemli olan, ama ancak II. Mahmud'un hükümdarlığı süresinden sonra güçlenen bir yenilik, kanun yapma işi ile görevli kişisel olmayan yasama mekanizmasının şekillenmeye başlamasıdır ki bu 1876'da Kanun-ı Esâsi döneminde kadar devam eden bir çizgi olmuştur." Okumuş vd., *Osmanlı Devleti'nde Eğitim, Hukuk ve Modernleşme*, 228.

- Acı bir kayıp. (1950, 26 Kasım). *Cumhuriyet*, 3. <https://egazete.cumhuriyet.com.tr/katalog/192/1950/11/26/3>
- Er, H. (2003). *Medreseden mektebe geçiş süresince darülhilafe medreseleri*. İstanbul: Rağbet Yayınları.
- Ekinci, E. B. (2019). *Osmanlı hukûku: adalet ve mülk*. (6. Baskı). İstanbul: Arı Sanat Yayınevi, ,
- Yazır, E. M. H. (2011). *Meşrutiyetten cumhuriyete makaleler*. (A. C. Köksal ve M. Kaya, Çev.) İstanbul: Klasik.
- Gayretli, M. (2015). *Tanzimat'tan cumhuriyet'e kanunlaştırma çalışmaları*. İstanbul: Nizamiye Akademi.
- Günyol, V. (1995). Türkiye'de çeviri. M. Anğ vd. (Ed.), *Cumhuriyet dönemi türkiye ansiklopedisi*. (2. Cilt) içinde (s. 324-330). İstanbul: İletişim Yayınları.
- İbn Mâce, Ebû Abdillâh Muhammed b. Yezîd el-Kazvînî. (1430/2009). *Sünenü İbn Mâce*. 5 cilt. nşr. Şu'ayb el-Arnaût vd., Beyrut: Dâru'r-Risâleti'l-Âlemiyye,.
- Hakkı, İ. (1890). *Hukûk-ı idâre*. İstanbul: Karabet Matbaası.
- Kalabalık, H. (2016). *Kısa idare hukuku*. (2. baskı). Konya: Sayram Yayınları.
- Kayihan, Ş. ve Yasan, M. (2017). *Ticaret hukûku*. (5. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kâzım. (1893). *Telhîs-i hukûk-ı mevzûa*. İstanbul: Karabet Matbaası.
- Manastırlı el-Hac İsmail Hakkı. (1326/1910) *Vesâyâ ve Ferâiz Mecmu'ası*. İstanbul: Matbaa-i Âmire.
- Seyyid, M. (2011). *Usûl-i fıkıh medhal*. İstanbul.
- Zihni, M. (1978). *Ni'met-i islâm*. (M. Rahmi, sad.) İstanbul: Sağlam Kitabevi.
- Müslim, Ebü'l-Hüseyn b. Haccac el-Kuşeyrî en-Nisâbü'rî. (ty.) *el-Câmi'u's-sahîh*. 5 cilt. nşr. M. Fuâd Abdulkâkî, Beyrut: Dâru İhyâi't-Türâsi'l-Arabî.
- Namlı, T. (1988). *Tanzimat ve sonrası dönem kanunlaştırmaları karşısında islam alimlerinin aldığı tavır ve bunun neticeleri*. (yüksek lisans tezi). Erciyes Üniversitesi, Kayseri.
- Oğuzman, M. K. ve Barlas, N. (2006). *Medenî hukûk*. (13. baskı). İstanbul: Arıkan Yayınları.
- Okumuş, E. vd. (2006). *Osmanlı devleti'nde eğitim, hukuk ve modernleşme*. İstanbul: ARK.
- Şuayb, A. (1910-1912). *Hukûk-ı idâre*. Dersaadet: Hürriyet Matbaası.
- Tunaya, T. Z. (1998). *Türkiye'de siyasal partiler*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tunçay, M. (2009). *Türkiye'de sol akımlar: 1908-1925*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Türcan, T. (Ed.). (2016). *İslâm hukuku*. (4. baskı). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Haydar rıfat dün gözyaşları arasında gömüldü. (1942, 14 Aralık). *Vakit*. 3. <https://www.gastearsivi.com/gazete/vakit/1942-12-14/3>
- Yalçın, M. A. (1980). Yorulmaz, haydar Rıfat. A. Tokatlı (Ed.), *Sosyalist kültür ansiklopedisi*. (8. cilt) içinde (s.1323). İstanbul: May Yayınları.

Extended Abstract

Aim and Scope

In this article, Haydar Rıfat's work *Yeni ve Mükemmel Malûmât-ı Kânûniye*, who lived in the last period of the Ottoman Empire and the first period of the Republic, is evaluated in terms of the history of fiqh. This has several purposes. One of them is the relationship between fiqh and law and the course of this relationship, especially after the Tanzimat. Because, after the Tanzimat, many legalization activities were carried out in the modern sense. It was necessary to know these regulations that direct the social life. For this purpose, legal knowledge courses were given to some schools and books were written to be taught in these courses. In this article, Haydar Rıfat's work called *Malûmât-ı Kânûniye*, which gives a whole and summary of the legal structure of the last Ottoman period, is examined. First of all, information is given about the life, works and mentality of the author, who was a lawyer and writer who lived in the end of the Ottoman Empire and the first years of the Republic, and then his book called *Malûmât-ı Kânûniye* is introduced and the work is evaluated especially in terms of the history of fiqh.

Methods

Qualitative research methods and especially document analysis method were used in the article. For this purpose, the law books that the author has benefited from, especially the aforementioned work, have been examined. In addition, some studies related to legal life in the period of the author's life were applied.

Findings

In this article, Haydar Rifat's life is mentioned. Rifat, in addition to his identity as a writer, is also one of the first lawyers of the Istanbul Bar Association. Although he is a lawyer who is known for the cases he has undertaken, he has also come to the fore with the works and translations he has written. He has written and translated works in many fields, including the field of law. One of the works he wrote is Malûmât-ı Kânûniye. It includes six sections of law: 1. Civil law, 2. Court organization and procedure, 3. Criminal law, 4. Administrative law, 5. Land and maritime trade law, 6. International law. The part in which fiqh is effective is only the first, namely the field of civil law. While creating this work, some fiqh books, laws of the period and legal works were used. As such, it reveals the status of fiqh and the legal landscape at the time it was written.

Conclusion

The Ottoman state and society were governed by a law based on religion and custom for centuries. Especially after the Tanzimat, codification studies were carried out as in the West, and as a result, many laws emerged. Since it is difficult to know each of these laws in detail, there has been a need for works summarizing them over time. One of them is Haydar Rifat's New and Perfect Malumat-ı Kânûniye. Written as a textbook, this study is almost like a handbook on Ottoman Law after the Tanzimat.

Haydar Rifat has included the subjects and articles of law in the sources he has used while writing the aforementioned book, in general, as a summary and without disturbing the integrity of meaning. However, due to the fact that it is a handbook, there are many subjects that are in the source works and are not mentioned in the work. It can be said that the work is an important source in terms of seeing the legal landscape of the last period of the Ottoman Empire in terms of general but basic subjects and provisions.

His book includes six sections of law: 1. Civil law, 2. Court organization and procedure, 3. Criminal law, 4. Administrative law, 5. Land and maritime trade law, 6. International law. The part in which fiqh is effective is only the first, namely the field of civil law. On the other hand, the book has successfully summarized many law and fiqh books as a whole and successfully. As a matter of fact, he stated that he had this aim at the beginning of the book.

Türk Kamu Diplomasisi Tarihinde BYEGM'nin Konumu ve Önemi¹

The Position and Importance of BYEGM in The History of Turkish Public Diplomacy

Serhan Koyuncu²

Öz

Kamu diplomasisi devletler arasında var olan ilişkileri direkt şekilde etkileyen, belirleyen ve şekillendiren bir iletişim etkinliğidir. Kamu diplomasisi 2000'li yıllardan itibaren uluslararası alanda önemini pekiştirmiştir. Ülkeler kamu diplomasisine önemli oranda kaynak ayırarak uluslararası eksende avantajlı konuma yükselmeye çalışmaktadırlar. Bir kavram olarak ilk kez 1965'te literatüre giren "kamu diplomasisi" daha eski dönemlerde farklı kelimelerle ifade edilmiştir. Kamu diplomasisi Türkiye'de de uzunca bir tarihe sahiptir. Türkiye kamu diplomasisi uygulamalarını dünyada ilk başlatan devletlerden biridir. Özellikle Millî Mücadele yıllarında kurulan İrşad Encümeni'nin çalışmaları kamu diplomasisi çerçevesinde değerlendirilmelidir. Sözlük anlamı itibarıyla, "doğru yolu gösterme, uyarma" olarak tanımlanan "irşad" kelimesi kamu diplomasisi anlayışında temel ilke olan "gerçeklere ve doğrulara dayanma" anlayışı ile bire bir örtüşmektedir. Bu kapsamda Millî Mücadele döneminden itibaren bir kamu diplomasisi geleneğine sahip olan Türkiye 2000'li yıllardan beri de bu alana çok daha fazla önem vermeye başlamış ve bu kapsamda bürokratik yapılanmasını geliştirmiş ve güçlendirmiştir. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) de İrşad Encümeni'nin kurulmasının hemen ardından 7 Haziran 1920'de Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi adıyla faaliyete başlayan ve Türkiye'nin kamu diplomasisi tarihinde önemli ve stratejik bir konuma sahip olan bir kuruluştur. BYEGM tarihî gelişimi içerisinde farklı isimlerle ve farklı yapılanmalarla 2018 yılına kadar görevine devam etmiştir. BYEGM 9 Temmuz 2018 tarihli, 30473 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 703 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile kapatılmış ve yerine İletişim Başkanlığı kurulmuştur. Bu makalede, BYEGM'nin 1920 - 2018 yılları arasında kamu diplomasisi açısından önemi ve konumu ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda içerik/veri taraması tekniği ile 1920-2010 yılları arasındaki TBMM tutanaklarından elde edilen veriler nitel çözümleme yöntemi ile analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Diplomasisi, Gazetecilik, Basın, İletişim, BYEGM.

Abstract

Public diplomacy is a communication activity that directly affects, determines and shapes the existing relations between states. Public diplomacy has strengthened its importance in the international arena since the 2000s. Countries are trying to rise to an advantageous position in the international axis by allocating significant resources to public diplomacy. "Public diplomacy", which entered the literature for the first time as a concept in 1965, was expressed with different words in earlier periods. Public diplomacy also has a long history in Turkey. Turkey is one of the first states in the world to initiate public diplomacy practices. In particular, the work of the Irshad Council, which was established during the years of the National Struggle, should be evaluated within the framework of public diplomacy. The word "guidance", which is defined as "showing the right way, warning" in terms of its dictionary meaning, exactly overlaps with the understanding of "based on facts and truths", which is the basic principle in the understanding of public diplomacy. In this context, Turkey, which has a tradition of public diplomacy since the National Struggle period, has started to give more importance to this field since the 2000s and has developed and strengthened its bureaucratic structure in this context. The General Directorate of Press, Broadcasting and Information (BYEGM) is an organization that started its activities on June 7, 1920 under the name of General Directorate of Press and Intelligence, right after the establishment of the Council of Irshad, and has an important and strategic position in the history of Turkey's public diplomacy. BYEGM continued its duty until 2018 with different names and different structures within its historical development. BYEGM was closed with the Decree Law No. 703 published in the Official Gazette dated 9 July 2018 and numbered 30473, and the Directorate of Communications was established in its place. In this article, the importance and position of BYEGM in terms of public diplomacy between 1920 and 2018 has been tried to be revealed. In this context, the data obtained from the minutes of the Parliament between the years 1920-2010 with the content/data scanning technique were analyzed and evaluated with the qualitative analysis method.

Keywords: Public Diplomacy, Journalism, Press, Communication, BYEGM.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 03 / 02 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Bu çalışma yazar Serhan Koyuncu tarafından Prof. Dr. Zakir Avşar danışmanlığında Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gazetecilik Anabilim Dalı'nda tamamlanmış olan "Bir İletişim Pratiği Olarak Kamu Diplomasisi: T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün Türk Kamu Diplomasisindeki Yeri" başlıklı doktora tez çalışmasından türetilmiştir.

² Öğr. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, serhan.koyuncu@hbv.edu.tr, Ankara, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-0412-5786>

Giriş

“Kamu diplomasisi”ne dair yapılacak olan çalışmalarda öncelikle “diplomasi” kavramının irdelenmesi gerekmektedir. “Diplomasi” kavramına ilişkin oldukça fazla sayıda tanım yer almakla birlikte; bu terim 15’inci yüzyılda Avrupa’da bir çalışma alanı olmaya başlamıştır (Ünal Erzen, 2012, s. 3). “Diplomasi” teriminin kökeni Eski Yunancadaki “diploma” kelimesine uzanmaktadır. “Diploma” Eski Yunancada “ikiye katlamak” anlamında kullanılan bir terimdir. Eski Yunan ve Roma İmparatorluğu’nda resmî ve diğer bazı belgelere katlanma şekillerinden dolayı “diploma” adı verilmiştir. “Diplomasi” kavramı da 18’inci yüzyıla değin “belgeleri inceleme bilimi” anlamında kullanılmıştır. “Diplomasi” sözcüğünün “uluslararası ilişkilerin işletilme süreci” anlamında kullanılmaya başlaması ise 18’inci yüzyılın sonlarında mümkün olmuştur (Tuncer, 2009, s. 19).

Uluslararası sistemde ülkelerin birbiri ile olan ilişkilerinin, sadece devletler veya hükümetler arası bir niteliğe sahip olmadığı, kamuoylarının da önemli bir bileşen olduğu 20’nci yüzyılda açık bir biçimde fark edilmiş ve kamu diplomasisi kavramı ilk kez 1965 yılında kullanılmıştır (Cull, 2009, s. 19). Kamu diplomasisi yumuşak güç araçlarını kullanan bir iletişim pratiğidir. Bununla birlikte, askerî ve ekonomik güç kimi zaman yumuşak, kimi zaman ise sert güç aracı özelliğine bürünebilir. Kamu diplomasisi ne bir propaganda aracıdır, ne de bir ülkenin dış politikasını haklı çıkaran bir enstrümandır. Kamu diplomasisi diğer ülkelerdeki politikacıların ve halkın gönüllerini kazanmayı ve onların zihinlerinde bir sempati yaratmayı hedefleyen bir yaklaşım biçimidir (Efegil, 2012, s. 47). “Kamu diplomasisi” olgusuna ilişkin farklı tanımlamalar yer almaktadır. Bu terim ilk olarak 1965 yılında Edmund Gullion tarafından literatüre dahil edilmiştir. Gullion’a göre (1965) kamu diplomasisi; hükümetlerin, sivil toplum kuruluşlarının ve bireylerin tutumlarını ve kararlarını etkilemeyi amaç edinen pratiklerdir. 1961-1964 yılları arasında Birleşik Devletler Enformasyon Ajansı’nın [The United States Information Agency (USIA)] başkanlığını yürüten Murrow da kamu diplomasisini, sadece yabancı devletleri değil, sivil toplum örgütlerini ve sıradan insanları da kapsamı içerisine alan ve çoğu zaman devletin idealleri ile birlikte çeşitli kişisel görüşleri de içeren etkileşim pratikleri olarak tanımlamıştır (Nye J. , 2005, s. 107). Kamu diplomasisi sadece yabancı ülke kamuoyları ile ilişkili bir alan olarak kabul edilemez. Kamu diplomasisi yaklaşımında ülke dışı kamuoyları kadar (belki de daha fazla oranda) bir ülkenin kendi vatandaşları da önemlidir. Ayrıca, kamu diplomasisi iç kamuoyundan başlayarak dış kamuoyları ekseninde doğrusal düzlemde olgunlaşır ve uygulanır. Uluslararası ilişkiler ile yakın bir ilgisi olan kamu diplomasisi iletişim temelinde işleyen bir yaklaşımdır. Bu nedenle kamu diplomasisinin iletişim ile olan ilişkisinin ve etkileşiminin de analiz edilmesi gerekmektedir.

T.C. Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü’nün (BYEGM) kamu diplomasisi alanındaki çalışmalarının irdelendiği bu makalede, BYEGM’nin, faaliyete başladığı tarih olan 1920’den günümüze dek ne şekilde bir gelişim/dönüşüm geçirdiği irdelenmektedir. Bu makalede, kamu diplomasisinin öncelikle bir iletişim pratiği olmasından dolayı, iletişim modellerine, uluslararası iletişime dair yaklaşımlara ve “kamu”yu irdeleyen literatüre yer verilmiştir. Buna ek olarak, “diplomasi” olgusu da açıklanmakta; diplomasi kavramının nasıl ortaya çıktığı, tarihsel gelişimi, “kamu diplomasisi” olgusunun doğuşu, “yumuşak güç”, “akıllı güç” kavramları ve kamu diplomasisi modellerine yer verilmektedir. Son olarak ise kuramsal yaklaşımlar temelinde içerik taraması tekniği ile elde edilen veriler tematik kategoriler bağlamında nitel analiz yöntemi ile analiz edilmektedir. Taranan metinler, 1920 yılından 2010 yılına kadar olan süreçteki TBMM tutanaklarından oluşmaktadır.

Türkiye’de kamu diplomasisi alanında uzun sayılabilecek bir tarihe sahiptir. Millî Mücadele döneminde İrşad Encümeni ile ilk kamu diplomasisi örneklerine rastlanan Türkiye’de Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü (BYEGM) de bu alanda stratejik bir yere sahiptir. Dolayısıyla bu makalenin temel amacı; BYEGM’nin Türk kamu diplomasisi tarihi içerisindeki yerini ve önemini analiz ederek açıklamaktır. Çalışma TBMM’nin 1920 – 2010 yılları arasındaki tutanakları ile sınırlı tutulmuştur. Bu tarih aralığındaki tüm tutanaklar taranarak kamu diplomasisi ile ilgili konuşmalar ve tartışmalar çalışmaya dahil edilmiştir. Çalışmanın temel problemi; henüz yeni bir alan olarak değerlendirilebilecek olan kamu diplomasisi ile ilgili Türkiye tarihini irdeleyen bir çalışmanın olmayışı ve bunun gerekliliğidir. Türkiye’nin kamu diplomasisinin tarihsel olarak nasıl bir gelişim gösterdiği ve hangi aşamalardan geçtiği araştırmaya muhtaç bir alandır. Bu çalışma ile Türkiye’nin kamu diplomasisi tarihine ışık tutulması ve genel bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır. Çalışmanın temel araştırma soruları ise şunlardır:

- BYEGM’nin Türkiye kamu diplomasisi açısından önemi ve konumu nedir?
- Türkiye’deki ilk kamu diplomasisi uygulamaları nelerdir ve ne zaman başlamıştır?
- Türkiye’nin kamu diplomasisi tarihi hangi aşamalardan oluşmaktadır?
- Türkiye’de kamu diplomasisi nasıl bir gelişim göstermiştir?

1. Yumuşak Güç

Hedeflenen sonucu elde edebilmek için diğerlerini etkileme yeteneği olarak tanımlanan “güç”; başkalarının davranışlarını üç temel yöntemle yönlendirebilir: zorlama, teşvik ve çekicilik. Bir devlet dünya siyasetinde diğer ülkelerin, kendisine beslediği hayranlığı sayesinde hedeflediği sonuçlara ulaşabilir. Bu doğrultuda, dünya siyasetinde gündem oluşturmak ve diğer ülkeleri ekonomik ya da askerî yöntemlerle belli bir davranışa zorlamak yerine yanına çekmeye çalışmak da değer taşır (Nye J. , 2008, s. 94-95). Nye'e göre güç hava durumu gibidir; yani herkesin, hakkında konuştuğu ancak çok az sayıda kişinin işleyiş mantığını kavrayabildiği bir kavramdır (1990, s. 177). Güç elde edebilmek için sürekli rekabet halinde olan egemen devletlerin var olduğu bir sistemde bütün devletlerin dış politikaları kaçınılmaz bir şekilde belli oranlarda güce dayanmak zorundadır. Bunun yanında, bir devletin dış politikasını belirlemede güç ve çıkar kavramlarının etkisi siyasal ve kültürel unsurlarla yakından ilintilidir. Bu nedenle her devletin dış politikası diğer devletlerin dış politikalarından farklı özellikler gösterir (Arı, 2013, s. 155). Yumuşak güç yaklaşımının gerçekçi bir şekilde benimsenmesi ve tartışılması bugün çok daha fazla önem taşımaktadır (Gallarotti, 2011, s. 25-26).

Tercihleri şekillendirme yeteneğini ifade eden “yumuşak güç” terimi (Nye J. , 2008, s. 95) ilk kez 1990'da Joseph Nye tarafından “Bound to Lead” isimli eserde kullanılmıştır (Nye J. , 1990). Bir devletin yumuşak gücü o ülkenin kültürel değerlerine, sahip olduğu potansiyele ve uyguladığı politikalara bağlıdır. Akıllı güç (smart power) stratejisi de yumuşak güç ve sert güç araçlarının birlikte uygulanması ile oluşur. Kamu diplomasisi de yumuşak gücü onaylayan bir yaklaşım biçimi olarak uzun bir tarihe sahiptir. Lee'ye göre; yumuşak ve sert güç arasındaki ayrım; kullandıkları kaynaklara göre şekillenir. Bu bağlamda kaynaklar sert ve yumuşak kaynaklar olmak üzere ikiye ayrılır. Yumuşak güç kaynakları ekonomik gelişmişlik, sinema endüstrisi, kültürel değerler, refah seviyesi, turizm gibi unsurlardan oluşur (Lee, 2009). Yumuşak güç kaynaklarının kullanılması sert güç kaynaklarının kullanılmasından daha yavaş, daha geç ama kalıcı sonuç aldırıcıdır (Nye J. , 2005, s. 100-101). Sert gücün tersine, yumuşak güç; askerî ve ekonomik göstergelerin ötesinde farklı nüfuz ve çekim alanlarını ifade eden bir kavramdır. Yumuşak gücü kültür, eğitim, sanat, yazılı ve görsel medya, film, şiir, edebiyat, mimarî, yüksek öğretim (üniversiteler, araştırma merkezleri, vd.), sivil toplum kuruluşları, bilim ve teknoloji altyapısı ve inovasyon kapasitesi, turizm, ekonomik işbirliği platformları ve diplomasi gibi pek çok öge besler. Bu öğelerin bileşkesinden ortaya çıkan yumuşak güç, bir ülkenin sosyal sermayesinin derinliğini de ortaya koyar (Kalın, 2011).

Yumuşak güç çerçevesinden irdelendiğinde bir devletin sahip olduğu ulusal kültür ve değerlerin evrensel ölçekte dünya ile ne kadar uyumlu olduğu önem taşımaktadır. Bir devletin, ulusal kültürünü ve değerlerini uluslararası alana aktararak diğer devletlere ulaştırmak amacıyla ne kadar fazla iletişim kanalına sahip olabilsen o ölçüde yumuşak güç potansiyeline de sahip olduğu söylenebilir. Doğal olarak, bir ülkenin güvenilirliği ülke içinde ve dışında uyguladığı politikalarla orantılı olarak artabilmektedir (Snow, 2009, s. 4). Bununla birlikte, yumuşak güce ait kaynakların tümüyle devletlerin kontrolünde olmadığı da unutulmamalıdır. Sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, topluluklar vb. de kendi yumuşak güçlerini kendileri üreterek hükümetlere bu konuda destek olabilirler (Yasushi & McConnell, 2008).

Tablo 1. Sert Güç – Yumuşak Güç Arasındaki Etkileşim (Nye J. , 2005, s. 17)

| | Sert | Yumuşak |
|--------------------|---|---|
| Davranış Spektrumu | emir ● zorlama ● ikna etme | gündem yaratma ● cazibe ● yanına |
| En Uygun Kaynaklar | <ul style="list-style-type: none"> • baskı • tazminat • yaptırım • rüşvet | <ul style="list-style-type: none"> • kurumlar • değerler • kültürel kaynaklar • politikalar |

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü üzere, yumuşak güç davranışsal boyutta çekici bir güçtür. Uluslararası siyasette yumuşak gücü oluşturan kaynaklar bir ülkenin iç uygulamalarından, sahip olduğu değerlerden ve kültürden yararlanır. Yumuşak gücün şu üç bileşenden beslendiği söylenebilir: kültür, yerel değerler, dış politika tarzı. Yumuşak gücün belirli amaçlar değil, genel amaçlar üzerinde daha fazla oranda etkisi vardır (Nye J. , 2005, s. 7-32). Gündem yaratma, cazibe oluşturma,

yanına çekme yumuşak güç içerisinde başvurulan yöntemlerdir. Bunun yanında, kurumlar, değerler, kültürel kaynaklar ve politikalar yumuşak güce en uygun kaynakları oluşturur. Kamu diplomasisi de hükümetlerin diğer devletlerle iletişim kurmak için (sadece hükümet düzeyinde değil) bu kaynakları kullanan bir pratiktir. Kamu diplomasisi bahsedilen bu kaynaklara diğer toplumların ilgisini çekmeye gayret eder. Bunu sağlarken, televizyon, radyo, internet ve diğer dijital yayın türlerine başvurulabilir. Bunun için ilk şart; bu kaynakların belli düzeyde çekiciliğe sahip olmasıdır. Aksi durumda yumuşak gücün üretilmesi olanaksız hale gelir (Nye J. , 2008, s. 95).

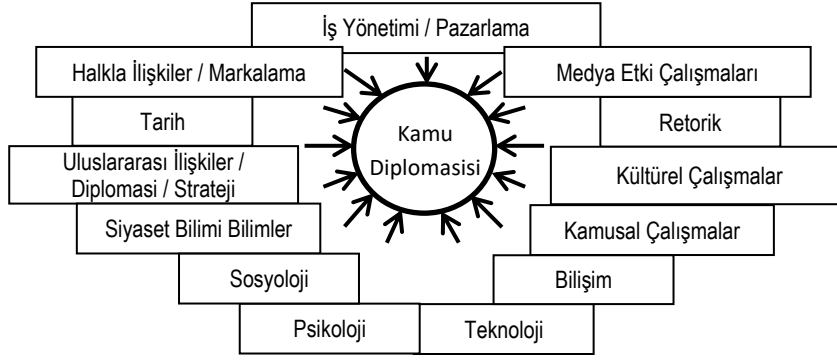
2. Diplomasi

Farklı devletler arasındaki ilişkilerin, görevlendirilen daimi elçiler vasıtasıyla yürütülmesi şeklindeki modern diplomasi anlayışı 15'inci yüzyıl içerisinde İtalyan şehir devletlerinde ortaya çıkmıştır. "Diplomasi" terimi 18'inci yüzyıla kadar "uluslararası resmî belgeleri araştırma bilimi" anlamında kullanılmıştır. Başka bir ifadeyle, "diplomasi", 18'inci yüzyıl öncesinde, arşivlerin korunması, devletler arasındaki antlaşma ve sözleşmelerin irdelenmesi ve tarihlerinin incelenmesi bilimi anlamında kullanılmıştır. "Diplomasi" kavramının bugünkü anlamı ile kullanılmaya başlanması 18'inci yüzyılın sonlarında ortaya çıkmıştır (Tuncer, 2009, s. 19). Daha önce de devletlerin birbirlerine geçici elçiler (ad hoc) gönderdikleri bilinmektedir. 1815 Viyana Kongresi, Avrupa'da geçerli durumdaki kamu hukukunun uluslararası hukuka dönüşmesinde ve diplomasi kurallarının yerleşmesinde önemli bir konuma sahiptir. Genellikle "kapalı kapılar ardında yapılan pazarlıklar" biçiminde kabul edilen diplomasi, 20'inci yüzyılın başlarında kapsam ve teknik olarak dönüşmeye başlamıştır. Diplomasi bir uluslararası ilişki kurma yöntemidir; sıcak savaş dışı bir araçtır. Oxford sözlüğünde ise diplomasi; devletler arasındaki ilişkilerin her ülkenin yurtdışında bulunan özel bir temsilcisi vasıtasıyla devam ettirilmesidir (Crowther, 1995, s. 147). "Diplomasi" terimine ilişkin birçok tanımlama yer almakla birlikte, Türk Dil Kurumu sözlüğünde "uluslararası ilişkileri düzenleyen antlaşmalar bütünü" şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2016). Tuncer'in (1991, s. 1) vurguladığı gibi, diplomasi; "devletler arasındaki ilişkilerin görüşmeler yolu ile işlerlik kazanmasıdır." Bu amaçla görüşmelerin devam edebilmesi için resmî iletişim kanallarının daima açık tutulması önem taşımaktadır. Çünkü diplomasi, devletler sisteminin üyelerinin kullandığı resmî iletişim kanallarına (Berridge, Keens-Soper, & Otte, 2001, s. 1) atıfta bulunan bir pratiktir. İletişim kavramı da diplomasi bağlamında çok önemli bir yere sahiptir. Diplomasi bir iletişim türüdür. Diplomasi, uluslararası ilişkiler ekseninde ilişkilerin müzakereler vasıtasıyla yönetilmesidir. Daha kapsayıcı bir ifadeyle, ilişkilerin barışçıl boyutta sürdürülmesidir (Murty, 1989, s. 1).

3. Kamu Diplomasisi

Uluslararası sistem, 20. yüzyılın son çeyreğinde daha da artan uluslararası entegrasyon ihtiyacının önem kazandığı bir niteliğe bürünmüştür (Keohane, 2002, s. 27-29). Kamu diplomasisi de bu gereksinimin karşı konulamaz bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bir terim olarak ilk kez 1965 yılında Edmund Gullion tarafından kullanılmadan önce de "kamu diplomasisi" uluslararası ilişkilerde yer tutan bir ilişki şekli olarak var olmuştur. Örneğin, ABD Başkanı Franklin Pierce 1856 yılında London Times gazetesinde "kamu diplomasisi" kavramını "nezaket" kelimesi ile aynı anlamda kullanmıştır (Cull, 2009, s. 19). Kamu diplomasisi ile ilgili tüm tanımlamalar incelendiğinde, kamu diplomasisinin uluslararası alanda önemli bir zorunluluk olduğu dikkat çekmektedir. Bu kapsamda, kamuoylarıyla ilişkiler dış politika hedeflerine ulaşılmasını belirleyen temel belirleyicilerden biri haline gelmiştir (Sancar, 2012, s. 86). Kamu diplomasisi bir ülkenin, kendi fikirlerinin, düşüncelerinin, iddialarının, ideallerinin, kültürünün, politikalarının ve ulusal hedeflerinin anlaşılmasını ve onaylanmasını sağlayabilmek amacıyla, yabancı kamuoylarıyla iletişim kurma süreci olarak tanımlanabilir (Tuch, 1990, s. 3).

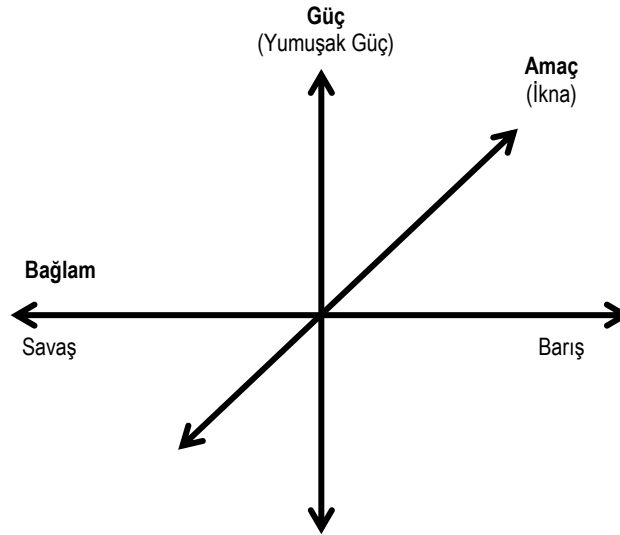
Soğuk savaşın sona ermesinin ardından ise, devletlerin, sahip oldukları imajları ile ilgili eski kaygıları yeniden gün yüzüne çıkmaya başlamıştır. Uluslararası ekseninde iç ve dış politika arasındaki fark zamanla kapanmaktadır ve uluslararası itibar yönetimi elit kesimlerden daha geniş kitleleri içerisine alan bir gelişimin içerisine girmiştir. Kamu diplomasisi de bu şekilde vazgeçilmez bir pratik olarak diplomasi anlayışının temel bir bileşeni haline gelmiştir. Diğer yandan, dünyanın yabancı kamuoyları arasındaki temel iletişim problemlerinin farkına varması da görece geç gerçekleşmiştir. Diplomatik kültür yüzlerce yıllık süreç boyunca, her dönemde çağın gereklerine göre şekillenmiştir ve hem ekonomik hem de askerî güç ekseninde biçimlenen uluslararası ilişkilerin neticesinde ortaya çıkmış olan bir kültürdür. Bu doğrultuda, diplomasi alanındaki çalışmalar irdelendiğinde, kamu diplomasisine çok az özel önem atfedildiğinin görülmesi de şaşırtıcı değildir. Diplomasi ile kamu diplomasisi kavramları arasındaki en temel fark; kamu diplomasisi farklı bir toplumda kamunun tamamını, gayri resmî kesimleri, kuruluşları ve sivil toplum örgütlerine seslenirken, diplomasiğin ülkelerin resmî temsilcileri veya diğer uluslararası aktörler arasında gerçekleşen ilişkileri kapsamasıdır (Melissen, 2005, s. 3-4).



Şekil 1. Kamu Diplomasisine Diğer Alanların Katkısı

Kaynak: (Gilboa, 2008, s. 74)

Şekil 1'de görülen disiplinlerin her birinin kamu diplomasisine belli oranlarda katkısı vardır. Çok uzun bir tarihsel geçmişe sahip olan kamu diplomasisi 21'inci yüzyıla değin "geleneksel kamu diplomasisi", 21'inci yüzyıl ile birlikte ise "yeni kamu diplomasisi" şeklinde tanımlanmıştır (Brown, 2002, s. 102-127). Geçmişte var olan tüm olumsuz örneklere rağmen ve yaşanan savaşların ardından, insanların tekrar barışı hakim hale getirme arayışları, çabaları, girişimleri ve kararlılıkları kamu diplomasisi kavramı altında somut hale gelmiştir (Tayfun, 2015, s. 3). Geleneksel kamu diplomasisi tek yönlü ve asimetric bir niteliğe sahipken, yeni kamu diplomasisi çift yönlüdür ve karşılıklı olarak etkileşime dayalıdır (Çevik, 2014, s. 21). Geniş ölçekli ve çok boyutlu olması bir niteliğe sahip olması nedeniyle kamu diplomasisi; siyasetle, uluslararası ilişkilerle, psikolojiyle, sosyolojiyle ilişkili bir pratiktir. Halkla ilişkiler ve markalama, pazarlama - iş yönetimi, kamuoyu yaklaşımları, medya etki çalışmaları, retorik, kültürel çalışmalar, teknoloji, tarih ve bilişim de kamu diplomasisine katkı sağlayan disiplinlerdir. "Kamu diplomasisi" ile ilgili analizler ulusal ve uluslararası şeklinde iki ayrı boyutta incelenmektedir. Örneğin, ABD Birinci Dünya Savaşı'na katılma kararında hem kendi kamuoyuna hem de diğer devletlere yönelik yoğun bir propagandaya başvurmuştur (Cull, 2009, s. 23-47). Bu örnek, kamu diplomasisinin hem ulusal hem de uluslararası yönü olduğunu ifade etmektedir.



Şekil 2. Kamu Diplomasisi Boyutları

Kaynak: (Szondi, 2008, s. 9)

Szondi kamu diplomasisinin boyutlarını yukarıda görülen şekilde açıklamaya çalışmıştır. Şekile göre, kamu diplomasisi savaş ve barış arasındaki yer alan düzlem üzerinde barışı önceleyen bir anlayışla çalışır; amacı da budur ve her zaman yumuşak güç araçlarına başvurur. Hedef; barışı sürekli hale getirmek ve uluslararası ilişkilerde savaşın bütünüyle devre dışı bırakıldığı bir anlayışı hakim kılmaktır. Karşı aktörün ikna edilmesinde bir zorlamadan bahsedilemez. Kendi tarafına çekme ve gönüllü olma hali vazgeçilmez ilkelerdir. Savaş hiçbir şekilde düşünülmemektedir ve asla bir seçenek olamaz (Szondi, 2008, s. 9).

3.1. Kamu Diplomasisi ve Ulus Markalama

Aslında pazarlama ve reklam disiplinleri ile sınırlı bir terim olarak kabul edilebilen “markalama”, kamu diplomasisi ile birlikte “ulus markalama” biçiminde yeni bir kavrama dönüşmüştür (Ekşi, 2014, s. 96). “Ulus markalama” terimi ilk kez 1996 yılında Simon Anholt tarafından literatüre kazandırılmıştır. Kamu diplomasisi ile ulus markalama arasındaki ilişkiyi irdeleyen çalışmalar, kamu diplomasisinin ulus markalamanın bir aracı olduğu görüşünde birleşmektedir (Szondi, 2008, s. 4, 22). Ulus markalama, özet olarak, kapsamlı stratejiler yardımıyla marka oluşturulması ve pazarlama iletişimi tekniklerinin ülkelerin imajlarına katkıda bulunması amacıyla kullanılmasıdır. Ulus markalama ve ülke markalama kavramları aynı anlamda kullanılabilir. Ulus markalama kimlik, kültür, gelenek, inanç sistemi gibi görece soyut öğelere dayanmaktadır. Ulus markalamanın oluşumunda hükümetin katılımı göz ardı edilemez. Ulus markalama direkt şekilde hükümete atıfta bulunmaz, ancak hükümet ulus markalamaya öncülük ederek koordinatörlük rolünü yerine getirir. Kamu diplomasisi anlayışı içerisinde hükümetler, yerlerini daha inanılır ve güvenilir aktörlere bırakırken (hükümet dışı ve resmî olmayan aktörler), ulus markalama devletin ve/veya hükümetin desteğine gereksinim duymaktadır (Szondi, 2008, s. 4-12). Ulus markalama kamusal alana ait bir kavramdır. Farklı katmanlardan, öğelerden ve yaklaşımlardan meydana gelir. Kendisini oluşturan paydaşlarının ortaklaşa katılımını zorunlu kılar. İlgili devletin toplumsal, tarihsel, ekonomik, çevresel ve kültürel değerleri de içerir şekilde tüm imajı ile ilişkilidir (Fetscherin, 2010, s. 468). Melissen de (2005, s. 20) ulus markalamanın kamu diplomasisinin kullandığı bir teknik olduğunun altını çizmektedir.

3.2. Kamu Diplomasisi ve Algı Yönetimi

Kamu diplomasisi ile algı yönetimi arasında direkt bir ilişki vardır. Kamu diplomasisi algı oluşturmayı amaç edinen bir iletişim pratiğidir. “Algı”, Türk Dil Kurumu sözlüğünde, “Bir şeye dikkati yönelterek o şeyin bilincine varma, idrak” olarak açıklanmıştır. Algı kavramı dış dünyadaki somut/soyut nesnelere ilgili olarak alınan duyumsal bir bilgidir; nesnelere arasında gerçekleşen bilinçli deneyimlerdir (Coren, Ward, & Enns, 1993, s. 747). Bir başka tanıma göre ise algı; beynin çeşitli duylardan gelen bilgi karmaşası içerisinde elde ettiği anlamlı örüntüleri yorumlamasıdır (Morris, 2002, s. 121). Algılamayla bağlantılı olarak bireyi harekete geçiren güdünün uyarılması, tutumların dönüştürülmesi veya pekiştirilmesi hedeflenir (İnceoğlu, 2010, s. 67-68). Bu doğrultuda, kişinin algılaması neticesinde oluşan gerçeğin, gerçeğin kendisinden daha önemli hale geldiği ifade edilebilir (Reid, 2002, s. 2). Algı sürecini etkileyen faktörler üç grupta toplanabilir (Eren, 2010, s. 70): “1- Algılayan bireyin nitelikleri: Bireyin kişiliği, kişisel özellikleri, geçmişte yaşadığı tecrübeleri, 2- Algılananın nitelikleri, 3- Algılamının gerçekleştiği ortam: Algılama sürecinin olduğu sosyal, fiziksel ve örgütsel çevre şartları.” Algı yönetimi ise karşı tarafa soru sormayı ve geri bildirim almayı gerektirir. Örneğin; birçok lider geri bildirim almamaktadır veya nadiren almaktadır. Ancak etkili bir geri bildirim plânların nasıl işlerlik kazanacağı ile ilgili bilgi sağlar. Aynı zamanda, geri bildirim yapılan değişiklikleri teşvik etmesi ve buna devam edilmesi için algı yönetimi kavramına yardımcı olması açısından ayrı bir önem taşımaktadır (Russell, 2001, s. 2). Algı yönetimi bir yöntem olarak ilk kez ABD Savunma Bakanlığı tarafından kullanılmıştır. Algının yönetimi ABD siyasi kararlarının hem ülke içerisinde hem de tüm dünyada kamuoyuna benimsetilmesi için kullanılan bir yöntem olarak ortaya çıkmıştır (Saydam, 2014, s. 78). Algı yönetimi kamu diplomasisine hizmet eden bir araçtır ve bireylerde istenilen davranışın oluşmasına yönelik olarak, onların kaynağın gerçekliğini kabul etmelerini hedeflemektedir (Sancar, 2012, s. 67-68). 19 Şubat 2002 tarihli New York Times gazetesinde “Pentagon yurtdışındaki duyarlılığı yönlendirme konusunda çaba sarf ediyor” başlığı ile bir rapor yayımlanmıştır. Bu raporda ABD Savunma Bakanlığı’nın 11 Eylül sonrasında yurtdışındaki çevrelere yönelik algı yönetiminin basının kullanılarak gerçekleştirilmesi için Stratejik Etki Ofisi’nin oluşturulmasına yer verilmiştir. Raporun yayımlanması bunun ABD’nin yurtdışındaki güvenilirliğine olumsuz etkide bulunabileceğine dair tartışmalara neden olmuştur. Raporun gazetede yayımlanmasının ardından kısa bir süre içerisinde Beyaz Saray’ın böyle bir raporun basına sızmasından dolayı öfkeli olduğu ve bu ofisin dağıtıldığı açıklanmıştır (Brown, 2002, s. 40). ABD’nin küresel ölçekte algı yönetimine atfetmiş olduğu önem bu haberle gün yüzüne çıkmıştır. ABD’nin 11 Eylül’den sonra gerçekleştirmeyi plânladığı “Infinite Justice” (Sonsuz Adalet) adlı operasyonun ismi daha sonra “Enduring Freedom” (Devamlı Özgürlük) olarak değiştirilmiştir. Harekâtın ilk ismindeki “adalet” kelimesinin harekâtın adil olup olmadığına yönelik tartışmalara yol açacağı ve olumsuz bir algıya neden olabileceği saptanmış ve harekâtın isminin algı yönetimi bağlamında değiştirilmesine karar verilmiştir.

4. Yöntem

Bu çalışmada veri toplama tekniği olarak içerik (veri) taraması tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda 1920 – 2010 yılları arasındaki TBMM tutanakları taranarak veriler toplanmıştır. Toplanan veriler kamu diplomasisi ile ilişkili tutanaklardan oluşmaktadır. Kamu diplomasisi ile ilgili TBMM oturumlarında yapılan konuşmalar ve tartışmalar tutanaklardan elde edilerek analize dahil edilmiştir. Çalışmada analiz yöntemi olarak ise tematik (betimsel) analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yönüyle çalışma bir nitel araştırma olmakla birlikte, niceliksel veriler ile de çalışma desteklenmiştir. Bilindiği gibi, nitel araştırmalarda araştırmacı verilere yoğunlaşmasının ardından anlamı yakalamakta ve keşfetmektedir. Veriler belirli

olayların betimlemeleri, belgeler, gözlemler ve yazıya aktarılmış konuşmalardan çıkarılan sözcükler ve imgeler şeklindedir. Çalışmada yer verilen niceliksel veriler ise bazı istatistikî bilgilerden oluşmaktadır.

5. Türk Kamu Diplomasisi Tarihinde BYEGM'nin Konumu ve Önemi

BYEGM'nin Türk kamu diplomasisindeki yeri ve öneminden bahsetmeden önce, BYEGM'nin tarihsel gelişimini genel çerçevesi içerisinde değerlendirmek gerekmektedir. BYEGM, ilk kez "Matbuat Müdürlüğü" adı ile 1862 yılında kurulmuş ve 1913 yılına değin bir müdürlük olarak, 1913 yılından saltanatın kaldırılışına kadar ise (1 Kasım 1922) umum müdürlük (genel müdürlük) şeklinde çalışmalarını yürütmüştür. Matbuat Müdürlüğü; Takvim-i Vekayi'nin ve Devlet yayınlarının basımı, dağıtımı ve tercümeden sorumlu ilk kuruluştur. Matbuat Müdürlüğü'nün kurulması, Takvim-i Vekayi'nin ve gazeteyi basacak olan Tabhane-i Amire'nin (matbaa) daha düzenli ve verimli çalışabilmesi amacıyla 1862 yılında oluşturulan komisyon tarafından hazırlanan raporda önerilmiştir. 1864 yılında yayımlanan Matbuat Nizamnamesi ile Matbuat Müdürlüğü'ne yeni sorumluluklar verilmiştir. Matbuat Nizamnamesi'ne göre, basılan gazetelerin her sayısından birer nüshanın gazetenin basılmasından önce gazete sahibi veya müdürünce imzalanarak Matbuat Müdürlüğü'ne gönderilmesi şarttır. Matbuat Müdürlüğü'nün bir diğer vazifesi ise; hükümete ait, ilan edilmesi gereken konuları gazetelere ulaştırmaktır. Ohannes Paşa ilk Matbuat Müdürü'dür ve bu görevini 1868 yılına kadar devam ettirmiştir (Yazıcı, 1983, s. 115-120).

1870 yılına dek Maarif-i Umumiye Nezareti'ne (bugünkü ismiyle Millî Eğitim Bakanlığı) bağlı olan Müdürlük, 1870'te Hariciye Nezareti'ne (bugünkü adıyla Dışişleri Bakanlığı), 1877 yılında da Dahiliye Nezareti'ne (bugünkü adıyla İçişleri Bakanlığı) bağlanmıştır. Bu müdürlük faaliyetlerini İstanbul'da sürdürmüştür. Bu müdürlükle eş zamanlı olarak 7 Haziran 1920'de de Ankara'da "Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesi" teşkil edilmiştir (İskit, 1943, s. 218). Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi'ni kuran kanunun, Büyük Millet Meclisi'nce kabul edilen ilk kanunlardan biri olması da dikkat çekicidir. Anadolu Ajansı 1924 yılında Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi'nden ayrılarak bir şirkete dönüşmüştür.

Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi'ni kuran 6 Sayılı Kanun tasarısının gerekçesi bizzat Mustafa Kemal Atatürk tarafından hazırlanmıştır. Büyük Millet Meclisi'nin 7 Haziran 1920 tarihinde saat 23.00'teki 25'inci toplantısının 6'ncı oturumunda 6 Sayılı Kanun teklif metninin okunmasının ardından Kanunun görüşülmesine geçilmiştir (TBMM Zabıt Ceridesi, Devre: 1, Cilt: 2, 1920, s. 125-126). Görüşmelerde Saruhan Mebusu Refik Şevket Bey (Refik Şevket İnce), İstanbul'da Dahiliye Nezareti'ne (İçişleri Bakanlığı) bağlı bir Matbuat Müdürlüğü varken Ankara'da da İcra Vekilleri Heyeti³ (Bakanlar Kurulu) Başkanlığı'na bağlı bir Müdürlük kurulmasına karşı çıkmış ve Kanun teklifinin reddedilmesini istemiştir. Refik Şevket Bey'e ilk itirazı İrşad Encümeni Başkanı İzmir Mebusu Yunus Nadi Bey (Yunus Nadi Abaloğlu) yapmıştır. Yunus Nadi Bey'in aşağıda yer alan sözleri kamu diplomasisi açısından da önem taşımaktadır (Er, 2003, s. 43-46):

"Zamanımızda kamuoyunu, iç ve dış propaganda ve fikir kuvvetiyle kazanmak usulü orduların kuvvetine eşit denilecek kadar önem kazanmış bir meseledir. Basına dördüncü kuvvet denilmesi çok zaman önce olmuştur. Böyle bir teşkilata gerek vardır ve bunun tartışılması bile abestir. İstanbul'da bir Matbuat Müdürlüğü ve onun bir kanunu bulunduğu konusuna gelince... Elde bir Matbuat ve Matbaalar Kanunu vardır. Bu kanun 'bir gazete nasıl çıkar, nasıl kapatılır?' gibi hükümleri toplamıştır. Bizim istediğimiz ise bunların çok üstündedir; dışarıya karşı meşru ve haklı davamızı müdafaa ve ispat etmek, içeride de milleti aynı dava ve maksat etrafında toplamaktır."

İrşad Encümeni Üyesi Saruhan Mebusu Mustafa Necati Bey de Refik Şevket Bey'in Kanun teklifine yaptığı eleştiriyi garip bulduğunu ifade ederek şunları söylemiştir (Er, 2003, s. 47):

"Memleketimiz İstanbul'dan ve dışarıdan gelen birtakım cereyanlara sahne olmuştur. Onlara karşı bu tarihî anda biz de savunmaya mecburuz. Bu da ancak propaganda ile temin edilebilir. Yunanlılar savaşa girmeden önce propagandaya başlamışlar ve cephelerde en büyük başarılarını bu propaganda sayesinde temin etmişlerdir. Bizim de başarıda en büyük silahımız propaganda olacaktır. Bunun için on beş bin TL değil, bir milyon TL bile versek yine de propaganda için azdır. Fakat bütçemizin bugünkü durumu nispetinde fedakârlık yapmalıyız. Avrupa'nın fikrini anlamak ve ona göre hareket etmek şarttır. Cephelerdeki kuvvet kadar, propaganda da önemli bir kuvvettir. Biz henüz memleket içinde bile kendi vaziyetimizi, siyasî durumumuzu gerektiği kadar anlatamadık. Köyler, hatta ilçeler ve vilayetler Kuvayı Milliye Teşkilatı'nın esaslarından habersizdirler. Bunları anlatıp bildirmek kuvvetlerimizi çoğaltmak demektir."

Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi; İstanbul, Zonguldak, Antalya ve İzmir'te bulunan istihbarat müdürlüklerinden topladığı haberleri ve Avrupa telsiz istasyonlarından elde edilen dış haberlere ait yayınları ülkenin her bölgesine telgrafla bildirmiştir. Aynı zamanda bu yayınlar Genel Müdürlük tarafından basılarak il ve ilçelere dağıtılmış;

³ TBMM'de 2 Mayıs 1920 tarihli yasayla oluşturulan kabinedir. İcra Vekilleri Heyeti 3 Mayıs 1920 - 24 Ocak 1921 tarihleri arasında görev yapmıştır. Heyetin Başkanı Gazi Mustafa Kemal Atatürk'tür.

bunun yanında günlük gazetelerin dağıtılmasına ve kitap basımı işlerine de yardımcı olunmuştur. Genel Müdürlüğün görevleri arasında propaganda da bulunmaktadır. Londra, Paris, Berlin, Viyana ve Cenevre gibi şehirlerde ve ABD’de temsilcilikler kurularak, basılı yayınlar vb. ile yurtdışına da ulaşılmaya gayret edilmiştir. TBMM’ye ve aynı zamanda İcra Vekilleri Heyeti⁴ Reisi’ne doğrudan bağlı nitelikte kurulan Genel Müdürlük 25 Aralık 1920 tarihinde 79 sayılı Yasa ile Dışişleri Bakanlığı’na (Hariciye Vekâleti) bağlanmış ve kapatıldığı tarih olan 1 Haziran 1931’e kadar Dışişleri Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyetlerini devam ettirmiştir (İskit, 1943, s. 256). Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi, kurulduğu ilk yıl 1.500.000 kuruşluk bütçeye sahip olmuştur (İskit, 1943, s. 218). Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi kurulduğu sırada doğrudan Hükümet’e bağlı iki yayın kuruluşu bulunmaktadır: “Hakimiyet-i Milliye” ve “Anadolu Ajansı”. Ankara Hükümeti, yeni yayın araçlarını bunlara eklemiş ve Anadolu’da, İstanbul’da ve yurt dışında kendi fikirlerini yayabileceği araçlardan istifade etme yollarını bulmuştur. Hakimiyet-i Milliye ve Anadolu Ajansı’nın ardından 7 Ekim 1920 tarihinde “Ceride-i Resmîye” yayımlanmaya başlanmıştır. Bu üç yayın organı ile birlikte, çeşitli bültenler, risaleler ve kitaplar da Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi tarafından bastırılıp dağıtılmıştır. 6 Sayılı ve 7 Haziran 1920 (14 Şubat 1337) tarihli “Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi Hakkında Kanun’un Büyük Millet Meclisi’nde kabul edilen tam metni şu şekildedir (Er, 2003, s. 49):

“Birinci madde: Alelûmum dahilî ve harici neşriyat ve irşadat ve istihbarat işleriyle meşgul olmak ve bilcümle matbuat umuruna merci teşkil eylemek üzere ‘Matbuat ve istihbarat müdüriyeti umumiyesi’ unvanı ile icra riyasetine merbut bir Müdüriyeti umumiye tesis edilmiştir.

İkinci madde: Müdüriyeti umumiye Vekiller Heyetinin bütün vesait ve teşkilâtından istifade eder.

Üçüncü madde: İrşad ve istihbarat masarifi İcra Reisinin tasdikına iktiran etmek şartıyla Müdiri umumî tarafından sarfedilir.

Dördüncü madde: — İşbu kanun tarihi neşrinden mer’idir.”

1 Haziran 1931 tarihinde kapatılan Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi, 22 Mayıs 1933 tarihinde kabul edilen 2205 Sayılı Kanun’la “Matbuat Umum Müdürlüğü” adıyla Dahiliye Vekâleti’ne (İçişleri Bakanlığı) bağlı olarak yeniden kurulmuştur (İskit, 1943, s. 273-275). 7 Haziran 1920 tarihinde kurulan ve 1931 yılında kapatılan “Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti (Müdüriyet-i) Umumiyesi” 1933 yılında Dahiliye Vekâleti’ne bağlı olarak “Matbuat Umum Müdürlüğü” adı ile yeniden kurulmuş ve 31 Mayıs 1940 tarihine kadar çalışmalarına devam etmiştir (Resmî Gazete, 28 Mayıs 1940). Bunun ardından Matbuat Umum Müdürlüğü 22 Mayıs 1940 tarihinde kabul edilen ve 31 Mayıs 1940 tarihinde yürürlüğe giren 3837 Sayılı Başvekâlete Bağlı Matbuat Umum Müdürlüğü Teşkiline ve Vazifelerine Dair Kanun’la 1 Haziran 1940’ta Başvekâlet’e (Başbakanlık) bağlanmıştır. Daha sonra 16 Temmuz 1943 tarihinde kabul edilen ve 31 Temmuz 1943’te yürürlüğe giren 4475 Sayılı Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Teşkilât, Vazife ve Memurları Hakkında Kanun ile Matbuat Umum Müdürlüğü’nün adı “Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü” şeklinde değiştirilmiştir (Bengi, 2012). 1949 yılına dek bu isimle çalışmalarını gerçekleştiren Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü’nün adı 24 Mayıs 1949 tarihinde kabul edilen, 28 Mayıs 1949 tarihli ve 7218 Sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan ve 30 Haziran 1949 tarihinde yürürlüğe giren 5392 Sayılı Kanun’la “Basın – Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü” olarak yeniden değiştirilmiştir. BYEGM’nin bugünkü adını almasına 8 Haziran 1984 tarihinde Bakanlar Kurulu tarafından karar verilmiş ve 18 Haziran 1984 tarihli, 18435 mükerrer sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 231 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile bu isim resmîleşmiştir. 231 Sayılı KHK, Resmî Gazete’de yayımlandığı tarih olan 18 Haziran 1984’te yürürlüğe girmiştir. BYEGM, 9 Temmuz 2018 tarihli ve 30473 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 703 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile kapatılarak görevini İletişim Başkanlığı’na devretmiştir (Resmî Gazete, 9 Temmuz 2018).

5.1. BYEGM’NİN İlk Dönemi [Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi (1920-1940)]

Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi’nin kuruluş tarihinden (1920) kapatılış tarihine (1931) kadar olan 11 yıllık dönemdeki Büyük Millet Meclisi tutanakları incelendiğinde, toplam yirmi dört ayrı Büyük Millet Meclisi birleşiminde Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi ile ilgili veriye rastlanmıştır. Bu yirmi dört birleşimin ilki Büyük Millet Meclisi 1. Dönem 25. Birleşimi’ndeki Müdüriyet-i Umumiye’nin kuruluşuna dair kanunla (6 Sayılı Kanun) ilgilidir. Diğer yirmi üç birleşimin yirmi ikisi yıllık bütçe kanunlarına dair görüşmeleri içermektedir. Bir birleşim ise Bursa Milletvekili Emin Bey’in, Müdüriyet-i Umumiye’nin İçişleri Bakanlığı’na bağlanmasına yönelik teklifinin görüşüldüğü birleşimdir (1. Dönem 75. Birleşim – 29 Eylül 1920).

Analize dahil edilen bu 11 yıllık süreçte, Büyük Millet Meclisi tutanaklarının içeriğinde irdelenen temalar ise genel olarak şöyle özetlenebilir:

⁴ İcra Vekilleri Heyeti, TBMM’nin 3 numaralı kararı ile 2 Mayıs 1920’de kurulmuştur. Heyetin Reisi’liğini (Hükümet Başkanlığı), 3 Mayıs 1920 – 24 Ocak 1921 tarihleri arasında Gazi Mustafa Kemal Atatürk, 24 Ocak 1921 – 9 Temmuz 1922 tarihleri arasında Fevzi Çakmak, 12 Temmuz 1922 – 4 Ağustos 1923 tarihleri arasında Hüseyin Rauf Orbay, 14 Ağustos 1923 – 27 Ekim 1923 tarihleri arasında Ali Fethi Okyar yapmıştır.

1. Tema: “Müdüriyet-i Umumiye’ye ayrılan bütçenin fazla ya da gereksiz oluşuna ilişkin iddialar ve bu iddialara verilen yanıtlar”,
2. Tema: “Bu kuruluşa ihtiyaç olup olmadığı yönündeki tartışmalar”,
3. Tema: “Müdüriyet-i Umumiye’nin çalışmalarının ne kadar etkili olduğu ve sonuçların değerlendirilmesi”,
4. Tema: “Müdüriyet-i Umumiye’nin kime ve/veya hangi bakanlığa bağlı olması gerektiği hakkındaki tartışmalar”,
5. Tema: “Müdüriyet-i Umumiye’de görev yapan personele ödenen maaşlar, personelin özellikleri ve yeterliliklerine dair tartışmalar”.

Bugünkü BYEGM’nin ilk hali olan Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi, TBMM’de 7 Haziran 1920 tarihinde kabul edilen ve 14 Şubat 1337 tarihli Ceridei Resmîye’de yayımlanarak yürürlüğe giren 6 sayılı Kanun’la kurulmuştur. Müdüriyet-i Umumiye’nin hem Başbakan hem TBMM Başkanı olan Mustafa Kemal Atatürk’e bağlı olarak kurulması bir anlamda kuruma ve dolayısıyla kamu diplomasisine verilen önemin işaretidir. Böyle bir kuruluşun teşkil edilmesini başkanlığını Yunus Nadi Bey’in yaptığı İrşad Encümeni önermiştir (TBMM Zabıt Ceridesi, 7. 7. 1920). İrşad Encümeni, Türkiye’de kamu diplomasisini başlatan bir kuruldur. İrşad Encümeni’nin kamu diplomasisini başlatan bir kurul olması, Encümen’in Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi kurulmasını önerdiği Matbuat ve İstihbarat Müdüriyeti Umumiyesi Teşkilî Hakkında İrşad Encümeni Lâihası Esbabı Mucibe Mazbatasında yer alan, aşağıdaki ifadeler ile anlaşılmaktadır:

“Biri harice karşı milletin âmâl ve metalibini tanıtmaya ve davamızın meşruiyetini ispata çalışmak, diğeri de dahilde milletin efkarını aynı noktada tevhid etmek üzere her vasıttan istifade ederek mütemadiyen tenvir ve irşad ile meşgul olmak.”

Mazbatada yer alan bu ifadelerden, amacın kesin olarak kamu diplomasisi faaliyeti olduğu tespit edilmiştir. “Tenvir” ve “irşad”; bilgi verme, doğruyu anlatma, aydınlatma anlamlarını taşımaktadır. “Âmâl” ve “metalib” ise “arzular”, “amaçlar”, “istekler”e atıfta bulunur. Mazbatada ayrıca, Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi’nin hem ülke içine hem de ülke dışına yönelik çalışmalarda bulunması gerektiği ifade edilmiştir. Bugün de dünyada kamu diplomasisinin iki yönü olduğu genel kabul gören bir yaklaşımdır. Kamu diplomasisinde hem iç kamuoyu hem de uluslararası kamuoyuna seslenilmesi amaçlanmaktadır. İrşad Encümeni, Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi kurulmadan önce Anadolu’da halkı Millî Mücadele konusunda bilgilendirmiş, aydınlatmış; bir anlamda kamu diplomasisi çalışması yürütmüştür. Müdüriyet-i Umumiye’nin kurulması ile uluslararası kamuoyuna da gerçeklerin anlatılması, uluslararası kamuoyunun bilgilendirilmesi ve gerçek bilginin ulaştırılması mümkün hale gelecektir.

5.2. İkinci Dünya Savaşı Döneminde BYEGM ve Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

İkinci Dünya Savaşı’nın devam ettiği yıllarda (31 Temmuz 1943 tarihinde) yürürlüğe giren 4475 sayılı Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü kuruluş Kanunu ile yurtdışında basın ataşelikleri açılmasına karar verilmiştir. Bu kanunla hem Matbuat Müdürlüğü’nün ismi Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü olarak değiştirilmiş, hem de daha önce Ticaret Bakanlığı’na bağlı olan Turizm Müdürlüğü; Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü bünyesinde bir daire başkanlığı olarak yeniden organize edilmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrası turizme ayrı bir önem verildiği dikkat çekmektedir. 1945 yılı yedi aylık bütçe görüşmeleri sırasında (28.02.1945) Meclis’e sunulan Bütçe Komisyonu Raporu’nun “turizm” ile ilgili bölümünde şu ifadeler bulunmaktadır:

“Dünyanın bütün diğer şartları içerisinde, harbin hemen sonunda, memlekette bu işin tanzim edilmiş olmasının bize büyük menfaatler sağlıyacağından şüphe edilmemektedir. Vaziyet böyle olmakla beraber, bu dâire bugün lâzım gelen hazırlık ve teşebbüsleri yapabilmek imkânına malik değildir. Turizm işinin memlekette tanziminin, esaslı incelemelere, etraflı etüdlere ihtiyaç gösterdiği şüphesizdir. Bu etüdlere dünyada turizm meselesinin bugünkü ve yarınki vaziyetleriyle turistik hareketlerde güdülen hedefleri ve maksatları ve bu işler için alınan ve alınması gereken tedbirleri belirtmek ve bu etüdü Türkiye için memleket ölçüsünde ve ondan sonra da Türkiye’nin her mıntakasının hususiyetlerine göre ayrı ayrı yapmak gerekir. Gerek bu etüdlerin yapılması ve gerek etüd üzerine alınacak tedbirlerin bir Devlet programına ve plânına bağlanması da zaruridir. Nihayet alınacak tedbirler de Devlet bütçesine yüklenecek işlerle, özel idareler ve belediyeler gibi mahallî idarelere düşecek işleri yapmayı sağlamak ve özel teşebbüslere bırakılacak işler için de gereken teşvikleri yapmak da lâzımdır. Bu tedbirlerle birlikte ‘turizm işletmesi’ diyebileceğimiz otel, ulaştırma, kılavuzluk, eğlence yerleri ve seyahat tertip işleri, propaganda gibi işlerin yapılmasını mümkün kılacak teşebbüslerin nasıl meydana geleceğini de düşünmek gerekir” (TBMM, 1945).

Aynı birleşimde konuşma yapan Urfa Milletvekili Suut Kemal Yetkin ise propaganda yapmanın genel çıkarlar için önemini vurgulamış, dünyada bu alandaki gelişmelerden bahsetmiş ve yapılması gerekenleri şöyle anlatmıştır:

“Propaganda bilhassa son Büyük Harb esnasında ve harbden sonra bazı devletler elinde bir yalan ve tezvir vasıtası oldu. Yıkıcı olarak kullanıldı. Ama propagandanın bir de yapıcı, müspet tarafı vardır. Bu müspet taraflardan birisi memleketimize, milletimize yönetilmiş olan bir takım isnatları kuvvetle ret ve cerhetmek... Bu, aşağı yukarı, iyi kötü yapılmaktadır. Fakat bir de bu müspet tarafın ikinci safhası vardır ki, bence son derece ehemmiyetlidir. O da pek iyi tanınmayan memleketimizi

bazı memleketlere yakından tanıtmak ve bu uğurda gayretler sarfetmektedir. Bu hususta hemen hemen hiçbir şey yapılmamıştır diyebilirim. Bütçenin Basın, Yayına taallük eden 115'nci bölümüne bakıyorum; bu bölümün beşinci maddesinde propaganda gideri olarak 19 bin TL gibi çok küçümsenecek bir rakama tesadüf ediyorum. 118'nci bölüme bakıyorum, bu bölümün dördüncü maddesinde propaganda gideri olarak 90 bin TL görünüyor. ... Binaenaleyh kendi eserlerimiz, eğer edebiyata mütaallik ise, hiçbir masraftan çekinmeden onları ecnebi dillere tercüme ettirip yaymak zorundayız. Ben eminim ki, bizi edebiyatımızla tanıyanlar bizi çok sevecektir. Ne kadar asil bir millet olduğumuzu yakinen tanıyacaklardır" (TBMM, 1947).

5.3. İkinci Dünya Savaşı Sonrası Dönemde BYEGM ve Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Genel Müdürlük, İkinci Dünya Savaşı sonrasında genel olarak ülke tanıtımına, ulus markalama ve itibar yönetimine ve turizme yönelik çalışmalara yoğunlaşmıştır. Ayrıca ülke içerisinde yeni radyo istasyonları kurulmasına da ayrı bir önem verildiği görülmektedir. 1952 yılına ilişkin Bütçe Komisyonu Raporu'nun Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü ile ilgili kısmında "Propaganda ve Tanıtma Mevzuu" başlığı altında, gerçekleştirilen çalışmalar şu şekilde sıralanmıştır:

"Tanıtma Dairesi Neşriyatı: İngilizce 4, Fransızca 3 ve Türkçe 2 eser çıkarılmıştır. Ayrıca Fransızca 4 ve İngilizce 1 eser matbaadadır. Şifahi malûmat arzedeceğim bu kitapların değerli bir çalışma mahsulü olduğu görülecektir. Bunlara "Ayın Tarihi" dergisini ilâve etmek icabeder. Ancak, bilhassa iktisadi tanıtma mevzuunda hâlâ çok geriyiz. Foto Neşriyatı: Mühim kısmı harice gönderilmiş olarak, bir senede memleketimize ait 25.000 foto çekilmiş ve dağıtılmıştır. Film Neşriyatı: 1951'de çıkarılan 28 filmden Türk-Alman Futbol Maçı, Kore Birlikleri, General O. Bradley'in Ziyareti gibi bazıları Amerika ve Avrupa sinemalarında geniş ölçüde gösterilmiştir. New-York Haberler Bürosu Neşriyatı: Türkçe ve İngilizce olarak haftalık birer bültene ilâveten on bir ayda sekiz resimli broşür neşredilmiş, Türkçe hakkında 78 konferans verilmiş, 42 sergi tertip edilmiş, memleketimize ait 1233 resim, gazete ve dergiler de bastırılmış ve 272 basın toplantısı yapılmıştır. New-York Haberler Bürosu Film Neşriyatı: Amerika'nın 86 yerinde filmlerimiz gösterilmiş, Türkiye'ye ait olarak foto-montaj suretiyle hazırladıkları film-strips'ler 1.733 müesseseye dağıtılarak yarım milyon kişiye gösterilmiş, memleketimizle ilgili 35 radyo televizyon programı temin olunmuştur" (TBMM, 1952).

Antalya Milletvekili Burhanettin Onat da TBMM 9. Dönem 45. Birleşim'de (23 Şubat 1952) yaptığı konuşmada turizm açısından ülke tanıtımının önemini şu sözlerle vurgulamıştır:

"Geçende de bilmünasebe arzetmiştim, Balkan Harbinden sonra Piyer Loti, yazdığı La Turquie Agonisante isimli kitabında: Türkiye bizim için küre- i kamer kadar meçhul bir iklimdir, diyor. Hakikaten öyle. Bugün dünya, hâlâ bizi tanımıyor, mecburuz tanıtmaya. Tanıtmak için de propaganda yapmaya mecburuz. Propaganda yapmak için de böyle birkaç yüz bin lirayı, hattâ birkaç milyon lirayı gözden çıkarmamız lâzımdır. Turist, zengin bir adamdır, ama peygamber değildir, gözü kapalı nereden bilsin Türkiye'nin kıymetini? Bunu bildirmek, tanıtmak, göstermek, sevdirmek lâzımdır. Kaldı ki, bu parayı kullanacak, bu işi idare edecek insanların ehil olup olmadıkları keyfiyeti... Arkadaşım bir söz sarfettiler, itiraf edeyim ait olduğu şahıslardan ziyade, yerine hedefine tevcih edilmeyen bu tarz oku, evvelâ beni yaraladı" (TBMM, 1952).

1956 yılı bütçe görüşmeleri sırasında Bütçe Komisyonu'na sunulan 02.01.1956 tarihli raporun "Propaganda Faaliyeti" başlıklı bölümünde, gerçekleştirilen çalışmalar şöyle açıklanmıştır:

"Umum müdürlüğün esas fonksiyonu olan propaganda ve Türkiye'yi hariçte tanıtma mevzuunda teşkilâtın tamamlanması lüzumu komisyonumuzda ve Mecliste öteden beri dikkati çeken hususlardan biridir. Bu vazife hâlen Avrupa'da Londra, Paris ve Bonn Basın Ataşelikleriyle Amerika'da New-York Haberler Bürosu tarafından ifa edilmektedir. Arap alemiyle münasebetlerimizin ehemmiyeti 1956 yılında Bağdat'ta bir Basın Ataşeliği tesisi için bütçeye tahsisat konulmasına saik olmuştur. Buna mukabil Birleşik Devletlerdeki tanıtma teşkilâtımızı bir derece genişletmek için San Francisco'da tesisi düşünülmüş olan Haberler Bürosunun tahsisatı son dakikada bütçeden çıkarılmıştır. Döviz tasarrufunun lüzum ve hattâ zarureti aşikâr olmakla beraber propaganda imkânlarımızın zararına olarak alınan böyle bir tedbirin isabetli addedilip edilemeyeceği hususunu komisyonumuzun yüksek takdirine arz ederim." (TBMM, 1956).

5.4. Yakın Dönemde BYEGM ve Kamu Diplomasisi Faaliyetleri

Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü, 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bağlı bir birim haline dönüştürülmüş; ayrı bir bütçeye de sahip olamamıştır. 1968 yılında ise tekrar Başbakanlığa bağlı bir "genel müdürlük" haline dönüştürülmüştür. Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nün Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bağlı bir birim haline gelmesi, o dönemdeki Senato'da tartışmalara sebebiyet vermiştir. Samsun Milletvekili Cahit Tokgöz'ün Cumhuriyet Senatosu 3. Yasama Yılı 42. Birleşimi'nde (9 Şubat 1964) yaptığı konuşma da buna ilişkindir:

"Hükümetin basın - yayın organları vasıtasıyla halk ile münasebetleri mevzuu ve kamusal mahiyet taşıyan haber ve yayın kurumlarının yönetilmesine ait görevler, yeni kurulacak Başbakanlığa bağlı bir Basın - Yayın Genel Müdürlüğü vasıtasıyla yürütülmeli idi. Bu Genel Müdürlüğü halen Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kuruluşunda mevcut Basın ve Enformasyon Dairesi Başkanlığı ile hemen kurabilmek imkânı da mevcuttur. Böylece bugünkü şekli ile esas olarak eski Basın - Yayın

ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen ve yeni Kuruluş Kanunu ile de Turizm ve Tanıtma Bakanlığı çerçevesinde toplanmak istenen görevleri ilgili teşkilâta devretmek ve Turizm ve Tanıtma Bakanlığını maksada uygun bir teşekkül haline getirmek mümkün olacaktır. Bu mevzu, en kısa zamanda Hükümetçe bir kanun tasarısı ele alınmalıdır” (Tokgöz, 1964).

1960'lı yıllardan itibaren Kıbrıs meselesi de Türkiye'de önemli bir gündem maddesi haline gelmiştir. Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü'nün kapatılmasının ardından propaganda faaliyetlerini Turizm ve Tanıtma Bakanlığı üstlenmiştir. Dönemin Turizm ve Tanıtma Bakanı Ali İhsan Göğüş de aynı birleşimde yaptığı konuşmada Kıbrıs meselesi ile ilgili olarak Bakanlığın gerçekleştirdiği faaliyetleri şöyle anlatmıştır:

“1963 yılı içinde beş yıllık plân ve 1963 uygulama programına dayanılarak üç yabancı tanınmış reklâm firması ile anlaşmaya varılmış ve Amerika'daki propaganda bir Amerikan firmasına, İngiltere'deki propaganda bir İngiliz firmasına, Kara Avrupası propagandası da bir Alman firmasına ihale edilmiştir. Propaganda devresi olarak 1 Ocak - 29 Şubat 1964 tarihleri tesbit edilmiş ve bu devrede Amerika, İngiltere, Almanya, Avusturya, İtalya, Fransa, İsviçre, Belçika, Hollanda ve İsveç'de kararlaştırılan program dâhilinde yapacakları çalışma için bu firmalar hazırlıklarını tamamlamış, mühim gazete ve dergilerdeki çeşitli yayınlarla propaganda kampanyasına başlamışlardır. Kıbrıs'a, olayları yerinde izlemek ve tesbit etmek için bir muhabir, bir film operatörü ve bir fotoğrafçının gönderilmesine hemen teşebbüs edilmiş, fakat Kıbrıs Hükümetinden müsaade ancak 6.1.1964 tarihinde verildiğinden, ekip bu tarihte gönderilmiştir. Kıbrıs Bürosu temin ettiği dokümanları, haberleri günü gününe dış teşkilâtımıza göndermiş ve dış teşkilâtımızın çıkarttığı bültenleri de materyal olarak kullanmıştır. Kıbrıs hâdiseleri başladığı zaman yanımızda Dünya kamuoyundan yalnız Pakistan vardı. Ama bugün bütün dünya basınında Kıbrıs katliamının faileri tesbit edilmiş ve telin edilmektedir. Kıbrıs hâdiselerinin başladığı anda yanımızda bir tek memleket bulunduğunu düşünürsek bugün alınan mesafenin ehemmiyeti meydana çıkar” (Göğüş, 1964).

Genel Müdürlük, 27 Şubat 1968 tarih ve 4/139 sayılı Cumhurbaşkanlığı tezkeresi ile Başbakanlığa bağlı olarak, “Basın-Yayın Genel Müdürlüğü” adı ile tekrar teşkilatlandırılmıştır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın haber ve yayın hizmetleriyle basın temsilciliklerinin açılması, yurt dışı basın müşavirlikleri ve ataşeliklerinin kurulması ve turizm faaliyetleri dışında kalan diğer çalışmalarının Basın-Yayın Genel Müdürlüğü tarafından yerine getirilmesi uygun bulunmuştur. Ancak, Genel Müdürlük ile ilgili bir kuruluş kanunu çıkarılmamış; Genel Müdürlük bu nedenle bağımsız bir bütçeye sahip olamamış; Turizm ve Tanıtma Bakanlığı Kanunu hükümlerine göre yönetilmeye devam etmiştir. Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü 1964 - 2006 yılları arasında kendine ait, ayrı bir bütçeye sahip olmamıştır. 1963'ten sonra ise ilk kez 2006 yılında Genel Müdürlüğe bütçe tahsis edilmiştir. 1984 - 2010 yılları arasındaki TBMM tutanakları analiz edildiğinde, Genel Müdürlüğün toplam 26 ayrı yıllık bütçe görüşmesinde gündeme geldiği tespit edilmiştir. Analiz edilen bu dönemdeki TBMM tutanaklarının içeriğinde irdelenen temalar ise genel hatlarıyla şu şekilde özetlenebilir:

1. Tema: “Genel Müdürlüğe tahsis edilen bütçe”,
2. Tema: “Genel Müdürlüğe personel alım yöntemleri”,
3. Tema: “Genel Müdürlüğün rutin faaliyetleri”,
4. Tema: “Sivil toplum kuruluşlarının kamu diplomasisinde daha etkili bir şekilde yer alması”,
5. Tema: “Bağımsızlıklarını kazanan Türk devletleri ile ilişkiler”.

TBMM 17. Dönem 3. Yasama Yılı 41. Birleşim'de (11 Aralık 1985) bir konuşma yapan İstanbul Milletvekili Doğan Kasaroğlu, kamu diplomasisi alanında sivil toplum kuruluşlarının daha etkin kullanılması gerektiğini ifade etmiştir. Kasaroğlu'nun bu yöndeki ifadeleri şu şekildedir:

“Değerli milletvekilleri, dış tanıtımda, doğrudan ilişki yerine, olaylı ilişki yolunun seçilmiş olmasını elbette yerinde karşılıyoruz. Ancak, bunun süratle geliştirilmesi ve uygulamaların güçlendirilmesi lazım geldiğine inanıyoruz. Türkiye'de devletin yaptığı propagandaların bugüne kadar nasıl sonuç verdiğini, dünyada devletlerin yaptığı propagandaların hemen hemen hiçbir şeye yaramadığını bugüne kadar gördük. Onun içindir ki, son yıllarda seçilen dolaylı propaganda yolunun, diğer ülkelerin uyguladığı başarılı yollardan biri olduğuna inanıyoruz. Bu bakımdandır ki, Türkiye'de bu hizmetlerle ilgili olarak kurulan özel kuruluşların artırılmasından yanayız. Devlet olarak bu kabil kuruluşların oluşabilmesi için gerekli resmi, gayri resmi teşviklerin yapılmasından yanayız. Özellikle, Siyasi ve Sosyal Araştırmalar Vakfı (SISAV) gibi, özel kuruluşların, hiçbir kişisel menfaate dayanmayan, vakıf vesair kuruluşların artırılması faydalı olacak ve devletimizin, bunlarla meselelerini daha sıcak ilişki içinde götürmesi yararlı olacaktır kanaatindeyiz” (Kasaroğlu, 1985).

Tokat Milletvekili Şahin Ulusoy, 1992 yılı bütçe görüşmeleri sırasında, TBMM 19. Dönem 1. Yasama Yılı 57. Birleşim'de (21.03.1992) yaptığı konuşmada, bağımsızlıklarını kazanan Türk devletleri ile ilişkilerin geliştirilmesi gerektiğini, bir anlamda bu devletlere yönelik kamu diplomasisi çalışmalarının da daha etkili bir şekilde yapılması gerektiğini ifade etmiştir. Ulusoy'un buna ilişkin ifadeleri şu şekildedir:

“Kültürel dokular açısından bakıldığında, belli ayrıcalıklarımızın da olduğu bu yeni devletlerle, kuşkusuz, bir ‘Turan Devleti’ kurulmayacaktır; fakat, bir Türk devletleri topluluğu oluşmak üzeredir. Bu toplulukta, kültürel yaklaşma, etkileşim ve işbirliği

projesi, en önemli proje olmalıdır ve dil birliği sağlanmalıdır. Alfabe basım ve dağıtımıyla çözülemeyecek bu tür sorunların aşılması ve Türkiye'nin doğal önderliğinin pekiştirilmesi için, Başbakanlıkta, Millî Eğitim Bakanı, Kültür Bakanı ve basın yayını ilgili Devlet Bakanı tarafından oluşturulacak bir ortak komisyon çalışması başlatılırken, bir yandan da, Dışişleri Bakanlığım, yurt dışı teşkilatlanmasındaki gelişmelere paralel olarak, Kültür Bakanlığının da bu cumhuriyetlerde kültür ataşeliği açması hızla geliştirilmelidir. Bunun yanı sıra, kültürel iletişim, yayılma, tanıtma ve eşgüdüm sağlanması için de, bu ülkelerde kültür merkezleri ve kültür evleri zinciri oluşturulmalıdır" (Ulusoy, 1992).

Samsun Milletvekili Fatih Öztürk 2008 yılı bütçe görüşmeleri sırasında, TBMM 23. Dönem 2. Yasama Yılı 32. Birleşimi'nde (07.12.2007) Genel Müdürlüğün çalışmaları ve karşılaşılan problemlere dair şu konuşmayı yapmıştır:

"Kurtuluş Savaşı'nda Anadolu basınıyla birlikte önemli fonksiyonlar icra etmiş, sonraki yıllarda yurt içinde ve dışında enformasyon alanında ülkemizin en köklü kurumlarından biri hâline gelmiştir. Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü özellikle yabancı basında ülkemizle ve dünyadaki güncel gelişmelerle ilgili yayınlanan haberleri değişik kaynaklardan titizlikle izlemekte, derleyip işlemekte ve devletin üst makamlarına aktarmaktadır. Bu amaçla günde yaklaşık 4 bin haber değerlendirilmekte ve 2003'ten itibaren de kurumun bilgisayar ve teknik donanımında yapılan geliştirme ve yenilemeyle birlikte de haber kaynaklarında ve sayısında önemli ölçüde artışlar sağlanmıştır. Değerli arkadaşlar, ülkemiz tanıtımı için de önemli çalışmalar yapılmaktadır. Bir tanıtım yayını olan ve ülkemizle ilgili ayrıntılı bilgiler içeren ve her yıl sekiz dilde, Türkçe, İngilizce, Fransızca, Almanca, Arapça, Rusça, Japonca ve İspanyolca olmak üzere toplam 35 bin adet kitap olarak basılan 'Türkiye 2007 Yılı' ve 4.500 adet basılan CD'leri dünyanın en ücra köşelerine kadar dağıtılmaktadır. "Aydın Tarihi" adlı kitap da bin adet basılarak tüm Anadolu'ya dağıtılmaktadır. Değerli arkadaşlar, Genel Müdürlüğün yurt içindeki bu çalışmalarının yanı sıra, yurt dışında da önemli çalışmaları vardır. Yurt dışında da, 22 merkezde basın müşavirlikleri kanalıyla, ülkemizin ve büyükelçiliklerimizin yabancı basınla ilişkilerini düzenlemekte ve çeşitli konularda yurt dışı ve yurt içine yönelik yayınlar üreterek ülkemizin tanıtımına önemli katkı sağlamaktadır. Bu katkı da, takdir edersiniz ki çok önemli bir katkıdır. Ülkemizle ilgili ulusal meselelerin uluslararası arenada savunulmasına yönelik birçok yayınlar yapılmaktadır" (Öztürk, 2007).

2006 - 2010 yılları arasındaki bütçe rakamları analiz edildiğinde, Genel Müdürlük bütçesinin bu yıllar arasında istikrarlı bir seyir izlediği dikkat çekmektedir. 2006 yılında BYEGM'ye bütçeden ayrılan pay yüzde 0,02 (43.272.000 TL), 2007 yılında yüzde 0,03 (52.814.000 TL), 2008 yılında yüzde 0,03 (58.991.000 TL), 2009 yılında yüzde 0,02 (61.393.000 TL), 2010 yılında ise yüzde 0,02'dir (67.175.000 TL).

Sonuç ve Değerlendirme

Gerçekleştirilen analiz sonucunda, Türkiye'nin kamu diplomasisi alanındaki ilk çalışmalarının Millî Mücadele döneminde oluşturulan İrşad Encümeni ve İrşad Encümeni'nin teşkil edilmesinden kısa bir süre sonra, Encümen'in önerisi ile kurulan Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi ile başladığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda, Türkiye'nin kamu diplomasisi tarihi İrşad Encümeni ve bugünkü Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü'nün o tarihteki karşılığı olan Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi ile başladığı görülmektedir. Dolayısıyla, Genel Müdürlüğün tarihine ilişkin bu analiz, sadece Genel Müdürlük tarihini irdelemekle kalmayıp; Türkiye'nin kamu diplomasisi geçmişini, kültürünü ve geleneğini de açıklamaktadır.

1920'de kurulan Matbuat ve İstihbarat Müdüriyet-i Umumiyesi daha sonraki dönemde farklı adlarla kimi zaman Başbakanlığa, kimi zaman ise farklı bakanlıklara bağlı olarak faaliyetlerini yürütmüştür. Bu tarihsel süreç içerisinde belli dönemlerde kendisine ait ayrı bir bütçeye sahip olur iken, bazı dönemlerde ise ayrı bir bütçeye sahip olmaksızın çalışmalarını sürdürmüştür. Genel Müdürlük yine bazı dönemlerde farklı bakanlıkların çatısı altında küçük bir birim halini alarak fiilen kapatılmıştır. Bunun yanında, Genel Müdürlüğe bazı yıllarda genel bütçeden (merkezî yönetim bütçesinden) ayrılan payın görece fazla, bazı yıllarda ise görece az oluşu dikkat çekicidir.

Aşağıdaki tabloda da görüldüğü üzere, Genel Müdürlüğe genel bütçeden ayrılan paylar yıl bazında benzerlik gösterse de, en yüksek payın 1960 yılında gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Genel Müdürlüğün, kurulduğu yıl olan 1920'de genel bütçeden aldığı pay yüzde 0,2; bunun karşılığı ise 109.543 TL'dir. Genel Müdürlük, kurulduğu yıldan 1930 yılına dek kendine ait, ayrı bir bütçeye sahip olmuştur. 1920 yılının haziran ayında kurulan ve 25 Aralık 1920'de Dışişleri Bakanlığı'na bağlanan Genel Müdürlük 1930 yılında ise Dışişleri Bakanlığı'nda bir şubeye dönüştürülmüş ve Genel Müdürlüğe bütçe ayrılmamıştır. Genel Müdürlük 1933 yılında İçişleri Bakanlığı'na bağlı olarak tekrar teşkil edilmesinin ardından, 1934 yılında yeniden kendine ait bir bütçeye sahip olmuştur. Genel Müdürlüğün 1934 yılında sahip olduğu bütçenin genel bütçeye oranı ise yaklaşık yüzde 0,04'tür. Genel Müdürlüğe genel bütçeden ayrılan pay 1934'ten 1939 yılına değin aşamalı olarak yükseltilmiştir. Genel Müdürlük 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'na bağlanmasının ardından, 2006 yılına kadar yine ayrı bir bütçeye sahip olmamıştır. 1982 yılında tekrar Başbakanlığa bağlanan ve 1984 yılından itibaren ise Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü adı ile çalışmalarına devam eden Genel Müdürlüğe 2006 yılında merkezî yönetim

bütçesinden 43 milyon 272 bin TL (yüzde 0,02); 2007 yılında 52 milyon 814 bin TL (yüzde 0,03); 2008 yılında 58 milyon 991 bin TL (yüzde 0,03); 2009 yılında 61 milyon 393 bin TL (yüzde 0,02); 2010 yılında ise 67 milyon 175 bin TL (yüzde 0,02) pay ayrılmıştır.

Tablo 2. Genel Müdürlüğe (BYEGM) Genel Bütçeden Ayrılan Pay

| Yıl | Genel Bütçeye Oran (%) | Yıl | Genel Bütçeye Oran (%) | Yıl | Genel Bütçeye Oran (%) |
|------|------------------------|------|------------------------|------|------------------------|
| 1920 | 0,2 | 1939 | 0,07 | 1954 | 0,63 |
| 1921 | 0,1 | 1940 | 0,36 | 1955 | 0,56 |
| 1922 | 0,1 | 1941 | 0,36 | 1956 | 0,42 |
| 1923 | 0,1 | 1942 | 0,39 | 1957 | 0,5 |
| 1924 | 0,09 | 1943 | 0,35 | 1958 | 0,42 |
| 1925 | 0,3 | 1944 | 0,23 | 1959 | 0,58 |
| 1926 | 0,27 | 1945 | 0,53 | 1960 | 0,67 |
| 1927 | 0,25 | 1946 | 0,52 | 1961 | 0,60 |
| 1928 | 0,2 | 1947 | 0,39 | 1962 | 0,51 |
| 1929 | 0,2 | 1948 | 0,46 | 1963 | 0,53 |
| 1934 | 0,04 | 1949 | 0,37 | 2006 | 0,02 |
| 1935 | 0,05 | 1950 | 0,24 | 2007 | 0,03 |
| 1936 | 0,06 | 1951 | 0,25 | 2008 | 0,03 |
| 1937 | 0,08 | 1952 | 0,25 | 2009 | 0,02 |
| 1938 | 0,07 | 1953 | 0,37 | 2010 | 0,02 |

Genel olarak değerlendirildiğinde, Genel Müdürlük tarafından Millî Mücadele ve sonrasında hem iç kamuoyuna hem de dış kamuoyuna yönelik bilgilendirici ve açıklayıcı çalışmaların yoğun şekilde yerine getirildiği dikkat çekmektedir. Cumhuriyetin ilk yıllarında diğer devletlerle ilişkilerin geliştirilmesine ayrı bir değer verilmiş; Genel Müdürlük de bu konuda her zaman stratejik bir konuma sahip olmuştur. İkinci Dünya Savaşı'na dek diğer devletlerle ilişkilerin geliştirilmesinde de Genel Müdürlük kritik bir görev üstlenmiştir. İkinci Dünya Savaşı sırasında Genel Müdürlüğün önemli ve stratejik bir role sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu dönemde diğer devletlerle iletişimin koordine edilmesi, basın ataşelikleri kurulması, radyo yayınlarının düzenlenmesi, ulus markalama, itibar ve algı yönetimi yöntemleri ile kamu diplomasisi çalışmalarının yerine getirildiği tespit edilmiştir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ise diğer ülkelerdeki tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmeye başlanmış, turizm önemli bir konu haline gelmeye başlamıştır. Kıbrıs Barış Harekâtı öncesinde ve sonrasında da Kıbrıs'ta yaşayan Türk halkının uğradığı haksızlıklar, karşı karşıya kaldığı tehditler, uğradığı baskı ve zulümlerin dış dünyaya duyurulmasında ve aktarılmasında Genel Müdürlük önemli bir görev üstlenmiştir. Ayrıca, Kıbrıs Barış Harekâtı'nın gerekliliği, bu harekâtle barışın nasıl sağlandığı ve bölgede huzurun nasıl garanti altına alındığı tüm dünyaya ayrıntılı olarak açıklanmış ve duyurulmuştur. Genel Müdürlük daha sonraki dönemlerde de kamu diplomasisi faaliyetlerini yerine getirmiş ve koordine etmiştir. 21'inci yüzyılda kamu diplomasisi alanında dünyanın diğer gelişmiş ülkeleri ile rekabet edilebilmesi açısından yumuşak güç araçlarının koordinasyon içerisinde kullanılması önem taşımaktadır. Turizm, kültür, medya araçları, sinema, TV dizileri, tarihsel ilişkiler, eğitim, teknoloji, sağlık alanındaki var olan önemli ve büyük potansiyel kamu diplomasisine kanalize edilerek Türkiye'nin hareket alanı genişleyebilecektir.

Kaynakça

- Arı, T. (2013). *Uluslararası ilişkiler teorileri - çatışma, hegemonya, işbirliği*. Bursa: MKM Yayıncılık.
- Bengi, H. (2012). *Tarihsel süreç içinde Anadolu Ajansı'nın özgün kurumsal yapısı (1920-2011)*. Ankara: Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi.
- Berridge, G. R., Keens-Soper, M., & Otte, T. G. (2001). Introduction. G. R. Berridge (Dü.) içinde, *Studies in diplomacy - diplomatic theory from Machiavelli to Kissinger*. New York: Palgrave.
- Brown, R. (2002). Information operations, public diplomacy & spin: The United States & the politics of perception management. *Journal of Information Warfare*, 1(3), 40-50.
- Coren, S., Ward, L. M., & Enns, J. T. (1993). *Sensation and perception*. Harcourt Brace College Publishers.
- Crowther, J. (1995). *Oxford advanced learner's dictionary*. Oxford: Oxford University Press.

- Cull, N. J. (2009). Public diplomacy before Gullion. N. Snow, & P. M. Taylor (Dü) içinde, *Routledge Handbook of Public Diplomacy* (s. 19-23). New York: Routledge.
- Çevik, B. S. (2014). *Uluslararası halkla ilişkilerde insanî yardımlar: kamu diplomasisi boyutu*. Ankara: Stratejik Düşünce Enstitüsü.
- Efegil, E. (2012). Public diplomacy: Turkish foreign policy and non-governmental organizations. M. H. Özev (Dü.) içinde, *Public Diplomacy in the OIC Countries*. İstanbul: Tasam Publication.
- Ekşi, M. (2014). *Kamu diplomasisi ve AK Parti dönemi Türk dış politikası*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Er, T. (2003). *Türkiye'de basın yayın ve tanıtma*. Ankara: Ümit Yayıncılık ve Matbaacılık Ltd.
- Eren, E. (2010). *Örgütsel davranış ve yönetim psikolojisi*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Fetscherin, M. (2010). The Determinants and Measurement of a Country Brand: The. *International marketing review*, 27(4), 466-479.
- Gallarotti, G. (2011). Soft power: what it is, why it's important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*, 4(1), 25-47.
- Gilboa, E. (2008). Searching for a theory of public diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 55-77.
- Gullion, E. (1965). *Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy*. 2016 tarihinde <http://fletcher.tufts.edu/Murrow/Diplomacy> adresinden alındı
- İnceoğlu, M. (2010). *Tutum algı iletişim*. İstanbul: Beykent Üniversitesi Yayınları.
- İskit, S. (1943). *Türkiye'de matbuat idareleri ve politikaları*. Ankara: Başvekâlet Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü.
- Kalın, İ. (2011). Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi. Ocak 17, 2017 tarihinde <https://www.kamudiplomasisi.org/makaleler/makaleler/100-tuerk-d-politikas-ve-kamu-diplomasisi> adresinden alındı
- Keohane, R. O. (2002). *Power and governance in a partially globalized world*. New York: Routledge.
- Lee, G. (2009). A Theory of Soft Power and Korea's Soft Power Strategy. *Korean journal of defense analysis*, 21(2), 205-218.
- Melissen, J. (2005). *The new public diplomacy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Morris, C. G. (2002). *Psikolojiyi anlamak*. (B. Ayvaşık, & M. Sayıl, Çev.) Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- Murty, B. S. (1989). *The international law of diplomacy - the diplomatic instrument and world public order*. New Haven: New Haven Press.
- Nye, J. (1990). *Bound to lead: the changing nature of American power*. New York: Basic Books.
- Nye, J. (2005). *Dünya siyasetinde başarının yolu - yumuşak güç*. Ankara: Elips Yayınları.
- Nye, J. (2008). Public diplomacy and soft power, public diplomacy in a changing world. G. Cowan, & N. J. Cull (Dü) içinde, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* (s. 94-109). Philadelphia: Sage Publications.
- Nye, J. S. (1990). The Changing Nature of World Power. *Political science quarterly*, 105(2).
- Reid, R. P. (2002). Waging Public Relations: A Cornerstone of Fourth-Generation Warfare. *Journal of information warfare*, 1(2), 51-65.
- Resmî Gazete. (28 Mayıs 1940).
- Resmî Gazete. (9 Temmuz 2018).
- Russell, J. S. (2001, Nisan). Are You Managing Perception? *Leadership and management in engineering*.
- Sancar, G. A. (2012). *Kamu diplomasisi ve uluslararası halkla ilişkiler*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Saydam, A. (2014). *İletişimin akıl ve gönül penceresi - algılama yönetimi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Snow, N. (2009). Rethinking Public Diplomacy. N. Snow, & P. M. Taylor (Dü) içinde, *Routledge handbook of public diplomacy* (s. 3-11). New York: Taylor and Francis.

- Szondi, G. (2008). *Discussion papers in diplomacy - public diplomacy and nation branding: conceptual similarities and differences*. Clingendael: Netherlands Institute of International Relations.
- Tayfun, R. (2015). Küresel barışa bir çağrı: kamu diplomasisi bağlamında Anzak Günü etkinlikleri. *100. Yılında Çanakkale Savaşları Uluslararası Kongresi*.
- TBMM. (1952). 2016 tarihinde TBMM Web Sitesi: <http://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d09/c013/tbmm09013042.pdf> adresinden alındı
- TBMM. (1952). 2016 tarihinde TBMM Web Sitesi: <http://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d09/c013/tbmm09013045.pdf> adresinden alındı
- TBMM. (1956). 2016 tarihinde TBMM Web Sitesi: <http://www.tbmm.gov.tr/tutanaklar/TUTANAK/TBMM/d10/c010/tbmm10010039.pdf> adresinden alındı
- TBMM Zabıt Ceridesi. (1920). *Devre: 1, Cilt: 2*.
- TDK. (2016). 2016 tarihinde Türk Dil Kurumu Web Sitesi: <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Tuch, H. N. (1990). *Communicating with the world: U.S. public diplomacy overseas*. St. Martin's Press.
- Tuncer, H. (1991). *Eski ve yeni diplomasi*. Ankara: Dış Politika Enstitüsü.
- Tuncer, H. (2009). *Diplomasinin evrimi - Gizli diplomasiden küresel diplomasiye*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Ünal Erzen, M. (2012). *Kamu diplomasisi*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Yasushi, W., & McConnell, D. L. (2008). *Soft power super powers - cultural and national assets of Japan and the United States*. New York: Routledge.
- Yazıcı, N. (1983). Matbuat Müdürlüğü'nün kuruluşu. *Gazi Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Dergisi*, 111-134.

Extended Abstract

Aim and Scope

Public diplomacy is an approach that uses soft power tools. Based on the ability to shape preferences, the concept of "soft power" was first used in 1990 by Joseph Nye. According to Nye, soft power is trying to achieve the desired results by using attraction instead of forcing. Soft power is a product of everyday democratic politics. The soft power of a country is based on the country's culture, values and policies. Before the definition of "public diplomacy", it is necessary to mention the concept of "diplomacy". Although there are many definitions regarding the concept of "diplomacy", the dictionary of the Turkish Language Association defines it as "the body of treaties regulating international relations". Diplomacy is a tool of international relations, it is a method other than hot war. According to the Oxford dictionary, diplomacy is the conduct of relations between countries through the representative of each country abroad. Public diplomacy also has a long history as an approach that encourages soft power. public diplomacy; It is an attempt to govern the international arena by establishing a link with another public. Historically, the practices of public diplomacy, the administration of a country, against the people of its own country or another country come to mind. Besides, public diplomacy may not always appeal to the masses. It may also have been addressed to a certain segment in a wider society. Also, public diplomacy does not always aim to influence the public of another country. Listening to the relevant public and creating the said policies in this direction can also be considered a part of public diplomacy. Public diplomacy can also be carried out through an idea, without the need for an international actor. The common thing in this direction is that; The goal of public diplomacy is to govern the international arena.

When all the definitions related to public diplomacy are examined, it is seen that public diplomacy is a necessity brought by our age. Relations with the public have become one of the main factors determining the achievement of foreign policy goals. After the Cold War, the old concerns of the countries about their image came to light again. In the international arena, the gap between domestic and foreign policy is gradually closing, and international reputation management has entered a transformation that includes a wider audience than the elite. Public diplomacy has thus inevitably become an essential element of diplomacy practice. It has also been relatively late for the world to realize the basic communication problems among foreign public opinion. Diplomatic culture has been shaped according to the requirements of the age in every age for hundreds of years and is a culture that has been produced as a result of international relations shaped by both economic and military power. Accordingly, looking at the work in the field of diplomacy, it is not surprising that little special attention is paid to public diplomacy. Public diplomacy also has relationships with other fields. "Nation branding" is one of them. The concept of "nation branding" was first used by Simon Anholt in 1996. Studies that examine the relationship

between nation branding and public diplomacy indicate that public diplomacy is a tool for nation branding. In fact, "branding", which can be accepted as a concept belonging to marketing and advertising disciplines, has turned into a new concept as "nation branding" thanks to public diplomacy. Government participation is involved in the formation of nation branding. Nation branding does not directly refer to government, but government leads nation branding and plays a role as coordinator. Interestingly, in public diplomacy, governments give way to more credible and credible actors (non-governmental and unofficial actors), while nation-branding requires the support of the government and / or the state. Another area in which public diplomacy is related is "perception management". There is a direct relationship between public diplomacy and perception management. Public diplomacy is a communication practice that aims to create perception. Perception is defined as "Being conscious of something by directing attention to it, comprehending it". The concept of perception is the sensory information received in relation to the abstract / concrete objects in the external world. Depending on the perception, it is aimed to stimulate the motive that activates the individual, to change or reinforce the attitudes.

Methods

This study also examines the position of the General Directorate of Press and Information (BYEGM) in Turkish public diplomacy. In this context, the history of BYEGM has been analyzed to cover the years 1920-2010. In the study, content / data scanning technique was used as data collection technique and qualitative analysis method was adopted as analysis method. In this context, a descriptive title was created and analyzes and evaluations were included under these titles. The aim of this study is; To explain the place and importance of BYEGM in the history of Turkish public diplomacy. In this direction, the years between 1920-2018 were divided into certain periods and examined and evaluated separately. BYEGM has an important position in terms of Turkish public diplomacy.

Findings and Conclusion

The Irshad Council, which was established during the National Struggle period, carried out the first public diplomacy studies of Turkey. The Enlightenment Committee explained the necessity of the National Struggle to both the domestic public and the foreign public opinion. Later, with the recommendation of the Irşad Council, BYEGM was established with the name of that period. BYEGM has had different names from 1920 to 2018. BYEGM has played an important role in developing relations with other countries in the post-National Struggle period. BYEGM had important duties in areas such as establishing communication with other countries and maintaining relations during the Second World War. In the period after the Second World War, importance was given to the promotion of the country, reputation management and nation branding. In this context, various studies were carried out, press attaché offices were established, offices were opened, and attention was paid to the development of relations with other countries with the publications produced. During the Cyprus Peace Operation, BYEGM took part in explaining the necessity and importance of this operation to the whole world in detail and with its justifications. The injustices, pressures and atrocities suffered by the Turkish people living in Cyprus were shown to the outside world, and it was emphasized that permanent peace was achieved thanks to the Cyprus Peace Operation. BYEGM continued its studies in the field of public diplomacy in the following periods.

Mağduriyet, Sosyal Uyum ve Eğitim Hakkı Ekseninde Türkiye’de Yaşayan Suriyeli Çocuklar: Ulusal Haberler Üzerinden Çözümleme¹

Syrian Children Living in Turkey at The Intersection of Victimization, Social Cohesion and The Right to Education: Analysis of National News

Hülya Yüksel², Zeynep Hiçdurmaz³

Öz

Suriye’de 2011 yılında başlayan iç savaşın ardından Türkiye’ye kitleler halinde gelen Suriyeliler, toplumsal ve siyasi arenada tartışmaların ve kutuplaşmaların kaynağı olmuştur. Toplumsal sorunların inşasında kitle iletişim araçlarının gücü düşünüldüğünde Suriyeli çocukların medyada nasıl çerçevelendiğini ortaya koymak, halkın algı ve yorumlama eğilimlerini anlamak bakımından son derece önemlidir. Bu çalışmanın amacı, birbirine karşı görüşlü iki gazete olan Sabah ve Sözcü Gazetesi’nde Suriyeli çocukların nasıl çerçevelendiğini ortaya koymaktır. Bu amaçla, 1 Ağustos 2018-1 Ağustos 2019 tarihleri arasında her iki gazetede Suriyeli çocuklara dair yer alan haberler taranarak içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Haber çerçeveleri metin içinde ilk bakışta görünür olmadıkları için, bu çerçeveleri belirleyebilmek amacıyla niteliksel ve niceliksel içerik analizi tekniğinden yararlanılmıştır. Gazete haberlerinin ve ilgili literatürün incelenmesi sonucunda beş tema belirlenmiştir: Uyum ve toplumsal kabul, Destek ve koruma, Trajedi, Güvenlik sorunları ve Göçmen politikaları. Tema ve kategorilerin belirlenmesinden sonra literatürden de yararlanarak bu tema ve kategorilerin içinde yer aldığı dört haber çerçevesi belirlenmiştir: (1) Çözüm çerçevesi, (2) Yardım ve güçlendirme çerçevesi, (3) Mağduriyet çerçevesi ve (4) Politika çerçevesi. İncelenen haberlerde çocuklar sıklıkla eğitime dair konularda haberlerde yer almışlardır. Temel bir hak olarak çocukların eğitimi; hem topluma uyumları ve bu konuda yapılan destek çalışmaları açısından hem de yaşadıkları sorunların çözümü bağlamında, en temel yorumlama çerçevesini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Suriyeli Çocuklar, Medya Temsili, İçerik Analizi, Çerçeveleme.

Abstract

After the civil war that started in 2011 in Syria, Syrians who came to Turkey in masses have been the source of debates and polarizations in the social and political arena. Considering the power of the mass media in the construction of social problems, revealing how Syrian children are framed in the media is extremely important in terms of understanding the perception and interpretation of the people. The aim of this study is to reveal how Syrian children are framed in the news in two opposing newspapers, Sabah and Sözcü. For this purpose, the news about Syrian children in both newspapers between 1 August 2018 and 1 August 2019 were analyzed. Since the news frames are not visible at first glance in the text, qualitative and quantitative content analysis techniques were used to determine these frames. As a result of the examination of newspaper news and related literature, five themes were identified: Integration and social acceptance, Support and protection, Tragedy, Security issues, and Immigration policies. After determining the themes and categories, four news frameworks including these themes and categories were determined by making use of the literature: (1) Solution framework, (2) Aid and empowerment framework, (3) Victimization framework, and (4) Policy framework. In the analyzed news, children were frequently featured in the news on education-related issues. Education of children as a fundamental right; It constitutes the most basic interpretation framework, both in terms of their adaptation to society and the support activities carried out in this regard, and in the context of solving the problems they experience.

Keywords: Migration, Syrian Children, Media Representation, Content Analysis, Framing.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 14 / 02 / 2022

Accepted: 27 / 09 / 2022

¹ Bu çalışma, İzmir Demokrasi Üniversitesi tarafından desteklenen, “FEF-2019-H-01” numaralı bilimsel araştırma projesinden üretilmiştir.

² Prof. Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, İzmir, Türkiye, hulya.yuksel@du.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1975-2248>.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, Kütahya, Türkiye, zeynep.demirci@dpu.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8695-8484>.

Giriş

Dünyada, 2021 yılı sonu itibarıyla 27,1 milyon mülteci, 4,6 milyon sığınmacı bulunmaktadır (UNHCR, 2021). Çocuk mültecilerin sayısı ise 11 milyondur (UNICEF, 2020). Bu sayı, dünyadaki toplam uluslararası göçmen çocukların %31'ini oluşturmaktadır. Türkiye, zorunlu nedenlerle ülkesini terkedenlere ev sahipliği yapan ülkelerin başında gelmektedir. Türkiye'ye zorunlu göçle gelenlerin büyük çoğunluğu Suriyelilerden oluşmaktadır. Suriyeliler, hukuki olarak geçici koruma statüsüne sahiptirler. İçişleri Bakanlığı'nın verilerine göre, Türkiye'de geçici koruma kapsamında bulunan Suriyelilerin sayısı 3.733.982'dir (Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Başkanlığı, 20.01.2022). Bunun 1.765.172'si 0-18 yaş aralığındadır. Diğer bir ifadeyle, geçici koruma kapsamındaki Suriyelilerin yaklaşık yarısı çocuklardan oluşmaktadır.

Göç olgusu, göç alan ülkelerin gündeminde ekonomi, politika, kültür, eğitim, demografik yapı gibi birçok açıdan önemli bir tartışma konusudur. Nedenleri itibarıyla farklı göç türlerinden bahsetmek mümkün olsa da son yıllarda özellikle Avrupa ülkelerinin gündeminde zorunlu göç hareketiyle kitlesel olarak yer değiştiren nüfus yer almıştır. Zorunlu göç, küresel siyasette de önemli bir faktör haline gelerek mültecileri korumak amacıyla insan hakları hukukuna dayalı düzenin tesisinde etkin olan Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği (UNHCR), Birleşmiş Milletler Çocuk Fonu (UNICEF) gibi devletlerarası kuruluşların rollerini pekiştirmiştir (Castles ve Miller, 2008:147). Ulusal ve uluslararası gündemi yoğun bir şekilde meşgul eden göç olgusu, medyanın gündem belirleme gücü düşünüldüğünde gerek kamuoyu gerekse göçmenler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Göçmenlik ve mülteçiliğin sosyal inşasında medyanın gerçekliğin hangi yönlerini görünür kıldığı, bunu nasıl yansıttığı ve hangi yönlerini gizlediği aynı zamanda kamuoyu algısı ve tepkisini ne yönde biçimlendirdiği hakkında da ipuçları vermektedir.

Göçmen çocuklar, ailenin göç deneyiminin, ekonomik, sosyal, kültürel sermayenin aktarıldığı ve bir anlamda ailelerin dezavantajlı konumunun toplumsal yeniden üretiminin etkilediği bir grubu oluştursa da ailelerinden farklı sosyokültürel dinamiklere ve sorunlara sahiptir. Bununla birlikte çocukların yetişkin göçmenlerden farklı olarak kendi deneyimlerini ve statülerini gösteren medya temsillerine gereken önem verilmemiştir (Rosen ve Crafter, 2018:67). Medya temsillerinde çocuklara özgü sorunların yer alması bu sorunlara yönelik üretilen çözümlerde politik sorumluluğun ve kamuoyu desteğinin oluşmasında önemli bir etkiye sahiptir. Zorunlu göçle dünyanın farklı ülkelerine gelen çocukların yaşadıkları sorunların başında eğitim gelmektedir. Bu çocukların eğitim sistemine dâhil edilmesi ve fırsat eşitliğini yakalayabilecekleri kapsayıcı bir eğitimle desteklenmesi konuya bütüncül yaklaşımı gerekli kılmaktadır. Bu dezavantajlı çocukların eğitim ihtiyaçlarını gözeten bir sistemin oluşturulması düşüncesi her şeyden önce sosyal adaletle ilişkilidir (Taylor ve Sidhu, 2012:47). Bununla birlikte göçmen çocukların temel bir hak olarak eğitim hakkından yararlanmasında devlet politikaları ve sivil toplum girişimleri önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, Birleşik Krallık'ta hükümet mülteci çocukların eğitimini destekleyen kapsamlı bir uygulama kılavuzu yayınlarken, Avustralya'da sivil toplum kuruluşları bu konuda önemli girişimlerde bulunmuşlardır (Taylor ve Sidhu, 2012:45). Her ne kadar aileler kurumsal olarak belirlenmiş statünün üstesinden gelmek ve sosyoekonomik statü kaybını telafi etmek için eğitime önem verme yönünde ortak bir eğilime sahip olsalar da (Soremski, 2011:88) Almanya'da ikinci kuşak göçmenlerden temel eğitimden sonra akademik öğrenim yolunu seçenlerin sayısının çok az olduğu görülmektedir (Schittenhelm, 2011:53). Göçmen çocukların eğitim başarısını açıklamada kültürel sermaye araçsal bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bourdieu ve Passeron'un (1990:54) ifadesiyle, kurumsallaşmış her eğitim sistemi kendi yapısına ve işleyişine özgü nitelikleri devam ettirirken sınıflar arası ilişkilerin yeniden üretilmesine de katkıda bulunur, bu aynı zamanda kültürel sermayenin belirleyici olduğu bir eğitim sisteminde eşitsizliklerin de yeniden üretilmesine karşılık gelir. Ailelerden aktarılan kültürel sermaye okuldaki davranışlardan başarıya kadar birçok alana etki eder ve eğitim böylece ailelerin konumunun yeniden üretildiği bir sisteme dönüşür. Bu noktada, kültürel sermayeye bağlı dezavantajların ortadan kalkabileceği ve toplumdaki tüm bireylere toplumsal statü kazanımında eşit fırsat sağlayan bir eğitim sisteminin gerekliliği sosyal adaletin tesisinde önemli hale gelmektedir. Zaten dezavantajlı konumda bulunan mülteci çocuklar için sorunun çok daha karmaşık olduğunu söylemek mümkündür.

Çok sayıda Suriyeli'nin Türkiye'ye gelmesiyle birlikte, geçici süre kalacakları düşünülerek ilk planda çocuklar eğitim sisteminin içine dâhil edilmemişlerdir. Ancak yıllar geçtikçe bu yönde bir ihtiyaç doğunca çocukların eğitim sisteminin içine dâhil edilmesi ve uyumu önemli bir gündem maddesi haline gelmiştir. Türkiye'de çocukların eğitim hakkı, Çocuk Haklarına Dair Sözleşme kapsamında kabul edilmektedir. Uluslararası koruma ve geçici koruma kapsamındaki çocukların bu hakları güvence altına alınmıştır. Türkiye'de 2019-2020 yılında 5-17 yaş arası eğitim çağındaki Suriyelilerin sayısı 1.082.172'dir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2020). Okullaşma oranı ise %63,29'dur. Eğitim kademelerine göre okullaşma oranlarına bakıldığında; okul öncesi eğitimde bu oran %30,77, ilköğretimde %88,80, ortaokul eğitiminde %70,13, lise eğitiminde %32,55'tir. Zorunlu göçle gelen çocuklar üzerine yapılan çalışmalar, sorunun kendi dinamikleriyle incelenmesine olanak tanımaktadır. Bu öğrencilerin eğitiminde karşılaşılan sorunlara ilişkin yapılan meta sentez çalışmasında dilsel, duyuşsal, bilişsel, ailesel, sosyokültürel ve yapısal sorunlardan bahsedilmiştir (Sarier, 2020:88). Öğrenciler dili öğrenmekte, iletişim kurmakta, dersi anlamakta güçlük çekmekte, travmatik, psikolojik sorunlar, ailesel sorunlar, ekonomik sıkıntılar, sınıf içinde dışlanma, gruplaşma, öğretmenlerin yaklaşımı gibi sorunlar yaşamaktadırlar. Ayrıca, ayrımcı uygulamalar, tutumlar, akran zorbalığı, çocuk işçiliği de çocukların yaşadıkları sorunlar olarak ifade edilmiştir (Tüzün, 2017:12). Suriyeli çocukların

eğitimle ilgili yaşadıkları en önemli sorunlardan biri olan dil yetersizliği, sadece öğrencilerin akademik başarısı açısından değil aynı zamanda sınıftaki diğer öğrenciler ve öğretmenlerle ilişkisi açısından da önemli bir sorundur (Özer Yürür vd, 2016:98). Eğitimde kapsayıcılığı sağlamada en önemli aktörlerden biri olan öğretmenlerin, öğrencilerle çalışma motivasyonlarının başında vicdan gelmekteyse de bu konuda kendilerini çoğunlukla çaresiz, yorgun ve değersiz hissetmektedirler (Demir Başaran, 2021:344-345). Ayrıca öğretmenlerin, Suriyeli velilerle iletişim kurmakta yaşadıkları zorluklar ve Türk velilerin sığınmacılara karşı takındıkları olumsuz tutumlar da bir sorun oluşturmaktadır. Yaşadıkları tüm bu sorunlarla çocuklar, üretilen çözümler bağlamında da kamuoyunda sıklıkla tartışılmaktadır. Bu çözümlerde genellikle, eğitimin hak ve işlevsellik bağlamında ele alındığı görülmektedir. Eğitim, temel bir hak olmasının yanında çocukların topluma uyum sağlamasında ve toplumsal statü elde etmesinde önemli bir işleve sahiptir. Eğitimin işlevsellik kazanabilmesi ise, çocukların okul eğitimine dâhil olabilmesiyle mümkündür. Eğitim hakkı bağlamında, tüm çocukların eğitim gereksiniminin karşılanması için kapsayıcı eğitimi güçlendirmek, eğitim sistemi, öğretmen ve velileri de içeren çok yönlü bir çabayı gerektirmektedir.

Kırılgan bir grup olan mülteci çocukların, başta eğitim olmak üzere yaşadıkları bu sorunların kamuoyu algısında temel bir hak olarak eğitim hakkı etrafında biçimlenmesi, medyanın gerçekliği yansıtmama şeklinden bağımsız değildir. Bu bakımdan mülteci çocukların, eğitim yoluyla sosyal ve kültürel uyumlarının güçlendirilmesine ilişkin insani yaklaşım ve müdahalelerin geniş bir toplumsal tabanda karşılık bulması, büyük ölçüde haber metinlerinin doğrudan ya da dolaylı aktarım şekliyle ilintilidir. Ancak göçün, travmatik boyutu vurgulanırken, çocuklar, ailelerinin bir üyesi olarak bağımlı karakterde ele alınmış, çocuklara özgü sorunlar ve politik nedenleri göz ardı edilmiştir. (Rosen ve Crafter, 2018:68). Nitekim sadece mülteci çocuklara odaklanan medya temsillerine yönelik yeterli sayıda çalışma olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte medyanın siyasal ve toplumsal alanla ilişkisi düşünüldüğünde, çocukların medyadaki temsili, gerek halkın mülteci çocuk algısını gerekse politikaların konumlandırılışını anlamak bakımından önem taşımaktadır.

1. Medyada Suriyelilerin ve Suriyeli Çocukların Çerçevesi

Medya analizlerinde sıklıkla kullanılan çerçeveleme yaklaşımının sosyolojik kökeni Erving Goffman'a dayanmaktadır. "Çerçeveleme Analizi" (1986) adlı eserinde sosyolojik çerçeveleme yaklaşımı geliştiren Goffman, bireylerin günlük hayatında verileri yorumlamasına yardımcı olan birincil çerçevelerden bahsetmektedir. Goffman'a (1986:21) göre; "organizasyon derecesi ne olursa olsun, her birincil çerçeve, kullanıcıya kendi terimlerinde tanımlanmış sonsuz sayıda görünen somut olayları bulmasına, algılamasına, tanımlamasına ve etiketlemesine izin verir." Goffman, çerçeveleri doğal ve sosyal çerçeveler olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Doğal çerçeveler, olayların sadece doğal belirleyicilerle açıklandığı, yönlendirilmemiş, tamamen fiziksel olarak tanımlanan, fizik ve biyoloji bilimlerinde görülebilecek oluşumları vurgularken (bir raporda verilen hava durumu gibi), sosyal çerçeveler, verilerin yorumlanmasına ve iletilmesine etki eden ve sosyal olarak yönlendirilen bir karakter taşımaktadır (Goffman, 1974:22). Goffman'a göre bu çerçeveler, bireylerin olayları algılamasına yardımcı olan yorumlama şemaları sunmaktadır. Örtülü kültürel köklere sahip olan bu çerçeveler, bireylerin yeni bilgilere ilişkin algısını ve tepkisini belirleyerek gerçeklik inşasında önemli bir rol oynamaktadır.

Goffman'ın yaklaşımı, medya çalışmalarında kullanılan çerçeveleme yaklaşımının temelini oluşturmaktadır. Çerçeveleme kavramını medya bağlamında değerlendirdiğimizde, üretilen haberlerin de bir bağlam oluşturarak birer alıcı olan bireyin algısında, sınırlı bir çerçeveden gerçeklik inşasının bir aracı olarak işlev gördüğünü söylemek mümkündür. Haber metinlerinde yer alan çerçeveler, bireyin var olan bilgiyi nasıl anlamlandıracağını belirlemektedir. Bu anlamda çerçeveler, sınırlı bir gerçekliğe sahiptir ve birey bu sınırlı gerçeklik etrafında olayları anlamlandırmaktadır. Entman'a (2007:164) göre çerçeveleme, algılanan gerçekliğin belli öğelerini ayırarak ve böylece gerçekliğin sadece belirli bir yorumunu öne çıkararak bir anlatı oluşturma sürecidir. Çerçeveler, sorunu tanımlayarak bunun nedensel analizini sunar ve aynı zamanda ahlaki yargıları da üretir. Çerçeveleme, izleyicilerin yorumlarını ve tercihlerini şekillendirmek ve değiştirmek amacıyla taşır. Haber metinlerinde yer alan çerçeveler, bireylerin diğer dünyayı ve etrafında olup biteni algılamasında ve yorumlamasında önemli bir rol oynamaktadır. Böylece haberler, olayların sunumunda belli çerçevelerden hareket ederek toplumsal gerçekliği inşa ederek bireylerin tutumlarına önemli ölçüde etki etmektedir. Bireyler, haber metinlerinde çerçeveler olarak sunulmuş bilgileri yorumlayarak toplumsal alanda yeniden üretmektedir. Dolayısıyla çerçeveler, gerçekliğin toplumsal inşasında önemli bir rol oynamaktadır.

Mülteci ve göçmenlerin 2015 yılında Avrupa sınırlarına gelmesiyle birlikte Avrupa medyasında "kriz" üzerinden bir çerçeveleme hâkim olmuştur (Georgiou ve Zaborowski, 2017). Bu çerçeveler kısa bir zaman dilimi içerisinde değişime uğramıştır. Öncelikle temkinli bir tolerans gösterme söylemi hâkimken, 3 yaşındaki Aylan Kurdi'nin cansız bedeninin fotoğraflarının medyada yansımalarının ardından kısa süreli de olsa, meselenin insani boyutu ağır basmış ve dayanışmacı bir söylem egemen olmuştur. Ancak, Paris'te yaşanan terör saldırılarının ardından korku ve güvenleştirme söylemi gündemde yer tutmuştur (Georgiou ve Zaborowski, 2017:8). Suriyelilerin medyadaki yansımalarının incelenmesi, medyanın birey ve toplum üzerindeki etkisi dikkate alındığında toplumsal olguların yorumlanmasında bir analiz çerçevesi

sunmaktadır. Medya, sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda etkin bir toplumsallaştırma ajanı olarak önemli bir eğitim aracıdır (Arslan, 2011:6). Kitle iletişim araçları, kültürel üretimin aktarılmasının en önemli araçlardan biridir. Böylece, toplumsallaşma sürecinde önemli bir işleve sahip olan kitle iletişim araçları, tutumları ve düşünceleri biçimlendirici gücüyle eğitimin bir bileşeni haline gelmektedir. Bu araçlar, bilhassa dezavantajlı gruplar söz konusu olduğunda, egemen söylemlerle anlamlı bir ilişkisellik içindedir (Göker ve Keskin, 2015:234). Bu bağlamda ana akım medya, toplumsal olguların birey ve toplum bilincine yansıtılmasında bir anlamda gerçekliği inşa eder. Erdoğan (2014:37), Toplumsal Kabul ve Uyum araştırmasında Suriyelilerin ulusal medyada yer alma biçimlerinin hükümete yakın-karşı olmakla bağlantılı olduğunu ifade etmektedir. İktidara yakın medyada, “fedakârlık, dayanışma, cömertlik ve iyilik”, muhalif medyada ise “öngörüsüzlük” vurgusu bulunmaktadır (Erdoğan vd, 2017:16). Başka bir çalışmada ise, ana akım medyada göç süreci ve yoksulluk-mağduriyet temaları üzerinden mültecilerin edilgen konumunun pekiştirildiği, alternatif medyada ise insan haklarının vurgulandığı ifade edilmektedir (Şen, 2017:35). Suriyelilerin medyadaki temsiline odaklanan çalışmalarda; Suriyelilerin bir “sorun” etrafında ötekileştirici ve ayrıştırıcı söylemler üzerinden temsil edildikleri (Gölcü ve Dağlı, 2017), haberlerde mağdur, misafir, yük ve tehdit olarak ifade edildikleri (Göktuna Yaylacı ve Karakuş, 2015:247), genellikle mağduriyetin ön plana çıkarıldığı, göçmenlerin savaş ve yoksulluk teması ile yansıtıldığı (Göker ve Keskin, 2015:242) ortaya konmaktadır. Başka bir çalışmada da Suriyeliler ile ilgili haber metinlerinde en sık insani yardım ve sığınmacı sorunları temalarının, görsellerde ise yoksulluk/mahrumiyet, yardım ve tehdit temalarının görüldüğü vurgulanmıştır (Pandir vd, 2015:17,19). Suriyeliler, farklı bölgelerdeki yerel medyada da suçla ilişkilendirilerek haberlerde tehdit unsuru olarak gösterilmektedir (Alp, 2018:34). Böylece yerel medya, ötekileştirici ve damgalayıcı söylemlerle belli stereotipler üreterek toplumdaki Suriyeli algısını yönlendirmektedir.

Yetişkin göçmenlerin medyadaki temsilinde, ortak olarak “insani desteği hak eden ve hak etmeyen” arasındaki ayrıma vurgu yapılmaktadır (Rosen ve Crafter, 2018:68). Çocuk temsillerinde ise yetişkinlerden daha farklı yansımalar söz konusudur. Göçmenler içerisinde en dezavantajlı gruplardan biri olan çocukların, medyadaki temsiline odaklanan çalışmalarda, çocuk hakları tartışması önemli bir yer tutmaktadır. Çocuk hakları bağlamında Türkiye’deki Suriyeli çocukların medyada nasıl temsil edildiğini ele alan bir çalışmada, en çok mağdur çocuklar ve ardından eğitim temasının yer aldığı görülmektedir (Çobaner, 2015:44). Çocukların yaşadıkları sorunların trajedi olarak ifade edilmesi, sorunu bireyselleştirerek devletin yükümlülüğünü göz ardı etmektedir. Bu haberlerde eğitim hakkı, devletin yükümlülüğü olmaktan çok, “iyilik” ve “yardım” olarak nitelenmektedir (Çobaner, 2015:45). Buna karşın, çocukların eğitim, sağlık, sosyal hizmetlere erişimindeki sorunlara yeterince yer verilmediği ve hak temelli bir gazetecilik anlayışının yetersiz olduğu görülmektedir. Sadece Suriyeli çocukların değil, genel olarak çocukların gazetelerde en çok ihmal ve istismar mağduru, ardından da kaza mağduru olarak sunuldukları görülmektedir (Yıldız, 2018:287). Bununla birlikte söz konusu haberlerin sunumunda, yaşanan mağduriyetlerin nedenlerine gereken önem verilmemektedir. Bu durum, çocuk hakları bilincinin medyada yeteri kadar dikkate alınmadığını ve aynı zamanda çocuk hakları kavramının toplumda da tam anlamıyla yerleşmediğini göstermektedir. Suriyeli çocuklarla ilgili haber içerikleri gazetelere göre farklı temalarda yoğunlaşsa da en çok sosyal içerikli ardında da eğitim içerikli haberlerin yer aldığı görülmektedir (Akgül Gök ve Gökçearsan Çifci, 2017:236). Çocukların yaşadığı sorunları konu alan haberlerde ise eğitime erişimde önemli bir engel olan çocuk işçiliği ve eğitim sorunları öne çıkmaktadır. Bununla birlikte, haberlerde çocukların eğitim sistemine dâhil edilmesine yönelik çalışmalar görünürlüğünü artırmaktadır (Akgül Gök ve Gökçearsan Çifci, 2017:245). Bu bağlamda, bir yandan çocukların eğitim sürecine dâhil olmalarındaki engeller ve eğitim sürecinde yaşadıkları sorunlar haberlerde yer almaktayken diğer yandan sorunlara üretilen çözümler de medyanın ilgisini çekmiştir.

Haberler, kültürel yapıdan etkilenebileceği gibi iktidar ve güç ile ilişkili olarak gerçekliği de yeniden inşa edebilmekte ve toplumsal bir olguya ilişkin dışlayıcı, ötekileştirici ya da kapsayıcı bir söylemin toplumsal aktarım mekanizması olabilmektedir (Carragee ve Roefs, 2004). Haber çerçeveleri ise söz konusu söyleme ilişkin araçsal bir işlev kazanmaktadır. Suriyeli çocuklara yönelik üretilen haber çerçeveleri, gerçekliğin bir yönünü ele alarak belli politik kalıplara girebilmekte ve politik bir mesaj ileticisi işlevi görebilmektedir. Politik mesajların içerikleri de okuyucunun dikkatini, sorunun farklı boyutlarına çekerek kamuoyunu yönlendirmektedir.

2. Yöntem

Türkiye’de Suriyeliler ile ilgili yapılan haberler, medyanın konumlandığı ideolojik kampa göre farklılık göstermektedir. Göçün gerek nedenleri gerekse sonuçları bakımından medyada yer alma biçimi olumlu ya da olumsuz öğeler etrafında çerçevelenmektedir. Medyanın, kitlesele bir iletişim aracı olarak, halkı etkileme ve manipüle etme gücü vardır. Bu nedenle, medyanın olayları şekilsel ve içerik olarak sunuş biçimi ve sıklığı halkın ilgisini belli bir yöne çekmekte ve olayları yorumlama biçimini derinden etkilemektedir. Dolayısıyla haber çerçeveleri, olayları toplumsal olarak inşa ederek bireysel çerçeveleri etkilemektedir. Çerçeveleme yaklaşımı, medyanın potansiyel olarak güçlü ve tutumlarla ilgili etkilere sahip olduğu düşüncesine dayanmaktadır (Erdoğan, 2011:3). Suriyeli çocukların gazete haberlerinde hangi çerçevelerde temsil

edildikleri sorusunu cevaplamak için amaçlı örneklem yöntemi (Yıldırım ve Şimşek, 2011) ile birbirine zıt görüşlü gazeteler içerisinde en yüksek tiraja sahip Sabah ve Sözcü Gazetesi seçilmiştir.

Araştırma verilerinin toplanmasının birinci aşamasında, bu gazetelerin haber sitelerinde, 1 Ağustos 2018-1 Ağustos 2019 tarihleri arasındaki bir yıllık dönemde yer alan haberler içinde ilk olarak, “Suriyeli çocuk” kelimesi taranmış ancak çok az sayıda habere ulaşılmıştır. Bu nedenle haberler ay bazında taranarak, ilk aşamada içinde “Suriyeli” kelimesi geçen haberler tespit edilmiştir. İkinci aşamada ise, bu haberlerin içinde “çocuk” ve “öğrenci” anahtar kelimeleri kullanılarak tarama yapılmıştır. Gazete haberlerinde Suriyeli çocuk kelimesinin az geçme nedeninin çocukların haberlerde görünmez kılınmasıyla ilgili olduğu ve bunun da araştırmamız açısından bir veri niteliğinde olduğu düşünülebilir. Sabah Gazetesi haber sitesinde (www.sabah.com.tr) 2019 Temmuz ayında, içinde Suriyeli geçen 108 haber ve bunların içinde çocuklara dair 21 haber tespit edilmiştir. Her iki gazete için geride kalan aylar da tek tek bu şekilde taranmıştır. Sabah Gazetesi’nde toplamda, içinde “Suriyeli” ifadesi geçen 1196 haber bulunmuştur. Bu haberlerin 294’ünde “Suriyeli çocuk” haberi tespit edilmiştir. Sözcü Gazetesi’nde ise, içinde “Suriyeli” ifadesi geçen 519 haber bulunmuştur. Bu haberlerin her birinin içinde “çocuk” kelimesinin yanında, eğitime dönük haberlerin yoğunluğu fark edilerek “öğrenci” kelimesinin de taranmasının ardından Suriyeli çocuklara dair 94 habere ulaşılmıştır (Tablo 1). Suriyelilerin, geçici koruma kapsamında Türkiye’de bulunmakla birlikte, haber metinlerinde mülteci kavramıyla ifade edildiği görülmüştür. Bu durum, kavramın, hukuki bir statüye gönderme yapmadan, zorunlu koşulların etkisi altında ülkesini terk edenleri ifade etmek için kullanıldığı şeklinde yorumlanabilir. Bu çalışmada, mülteci kavramı, haber metinlerinin ve ilgili yazının yorumlanmasında genel bir olguyu ifade etmek üzere kullanılmıştır.

Tablo 1. Suriyeli ve Suriyeli Çocuk Haberlerinin Aylara Göre Gazetelerde Dağılımı

| Tarihler | Sabah Gazetesi | | Sözcü Gazetesi | |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Suriyeli | Suriyeli Çocuk | Suriyeli | Suriyeli Çocuk |
| Ağustos 2018 | 100 | 22 | 31 | 10 |
| Eylül 2018 | 132 | 37 | 39 | 9 |
| Ekim 2018 | 104 | 21 | 28 | 10 |
| Kasım 2018 | 110 | 22 | 31 | 9 |
| Aralık 2018 | 110 | 37 | 29 | 6 |
| Ocak 2019 | 153 | 35 | 40 | 7 |
| Şubat 2019 | 84 | 16 | 23 | 2 |
| Mart 2019 | 55 | 9 | 34 | 6 |
| Nisan 2019 | 69 | 16 | 27 | 5 |
| Mayıs 2019 | 85 | 30 | 35 | 5 |
| Haziran 2019 | 82 | 28 | 38 | 10 |
| Temmuz 2019 | 106 | 21 | 159 | 15 |
| 1 Ağustos 2019 | 6 | - | 5 | - |
| Toplam | 1196 | 294 | 519 | 94 |

Haber çerçeveleri metin içinde ilk bakışta görünür olmadıkları için bu çerçeveleri belirleyebilmek amacıyla niteliksel ve niceliksel içerik analizi tekniğinden yararlanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011; Crabtree ve Miller, 1992; Erdoğan, 2014:9). Araştırmada elde edilen verilerin analizi sürecinde ilk olarak, Sabah ve Sözcü Gazetesi’nde 1 Ağustos 2018-1 Ağustos 2019 tarihlerini kapsayan 12 aylık dönemde, Suriyeli çocuklara dair tespit edilen haberler tekrar tekrar okunarak ve ilgili literatürden de yararlanılarak genel tema başlıkları oluşturulmuştur. Bu sayede, Suriyeli çocukların hangi temel çerçeveler, kavramlar ve sorunlar bağlamında ele alındığı tespit edilmiştir. Aynı zamanda, resmî kurumlar ve sivil toplum kuruluşları tarafından bu sorunlar için üretilen çözümlerin, medyada nasıl çerçevelendiği incelenmiştir. Araştırmacılar, Suriyeli çocuklara dair haberleri ilk önce birbirlerinden bağımsız olarak kodlamışlardır. Daha sonra, bir araya gelerek çerçeveleme analizinin yapılması için içerik analizinden yararlanarak haber metinlerinin içindeki tema ve kategorilere dair görüş alışverişinde bulunmuşlardır. Ayrıca, araştırmacının güvenilirliğini artırabilmek için alanda çalışan uzmanların görüşlerinden yararlanılmıştır. Kodlamalarda iki araştırmacı arasında yüksek oranda bir benzerlik tespit edilmiştir. Farklı olan noktalarda iki araştırmacı konuşarak uzlaşmaya varmıştır (Mills ve Huberman, 1994). Örnek verilecek olursa, öncelikle “uyum” kategori başlığı olarak kodlanmış, daha sonra genel bir olguyu ifade ettiği için tema başlığı olmasına karar verilmiştir. Toplumsal kabul ilk başta ayrı bir tema olarak kodlanmış, daha sonra ise uyum teması ile birleştirilmesine karar verilmiştir.

Suriyeliler ve çocuklara dair, daha önce yapılmış çalışmaların incelenmesi sonucunda tema ve kategoriler tekrar gözden geçirilerek son hali verilmiştir. Daha sonra, iki araştırmacı tarafından üzerinde anlaşılan temalar ve kategoriler çerçevesinde haberler kodlanmıştır. Ayrıca, gazetelerde aylara göre Suriyeli çocuklara dair yer alan haberlerin sıklığı, konu başlıkları ve kullandıkları haber çerçeveleri belirlenmiştir.

Araştırma verilerinin analizi sonucunda, beş tema ve oluşturulan bu genel temalara ait kategoriler belirlenmiştir. Tema ve kategorilerin belirlenmesinden sonra literatürden de yararlanılarak (Erken ve Atabek, 2016:85-86; Şen, 2017:35; Çobaner, 2015; Sarıkaya, 2020; Yaylacı, 2017) bu tema ve kategorilerin hangi çerçevelerle sunulduğuna ilişkin haber çerçeveleri belirlenmiştir (Tablo 2). Veri analizinin son aşamasında, bu kodlamalar ışığında, SPSS programı kullanılarak elde edilen verilerin frekans dağılımı ve yüzdeleri değerlendirilmiş, yapılan sıklık analizi ile haberlerde yer alan temaların ve kategorilerin tekrarlanma sıklıklarını gösteren tablolar düzenlenmiştir. Dolayısıyla tablolarda belirtilen sayılar toplam haber sayısını değil belirtilen temaların ve kategorilerin tekrarlanma sıklıklarını ifade etmektedir. Bazı haberlerin içinde birden fazla tema ve kategori bulunmaktadır. Bu nedenle, bu gibi durumlarda bir haber birden fazla temayla ve kategoriyle kodlanmıştır. Her bir temanın içinde tanımlanan kategorilerin görülme sıklığı değişkenlik göstermektedir. Bazı haberlerde aynı temaya ait birden fazla kategori bulunmaktadır. Özellikle uyum ve toplumsal kabul temasında sosyokültürel uyum (Kategori 1) ve eğitim uyumunun (Kategori 2) bir arada bulunduğu haberlere sıklıkla rastlanmıştır. Bu tür haberler için, farklı kategoriler ayrı olarak kodlanmış ancak bu kategoriler aynı temaya ait olduğu için ilgili tema tek sefer kodlanmıştır. Bazı haberlerde ise birden fazla tema bulunmaktadır. Bu tür durumlarda, haber, ilgili her bir tema için ayrı ayrı kodlanmıştır. Suriyeli çocuklara dair haberlerin kodlanmasında kullanılan temalar ve bu temalara ait kategoriler Tablo 2'de görülmektedir. Araştırma kapsamında incelenen haberlerin, oluşturulan temalar ve kategoriler bağlamında kodlanmasının ardından her bir tema ve kategoriye ait haber çerçeveleri, haber örnekleri de kullanılarak yorumlanmıştır. Ayrıca, oluşturulan temaların ve kategorilerin görülme sıklıkları belirtilmiş ve veriler, gazeteler bağlamında haberlerin nasıl çerçevellendiği üzerinden yorumlanmıştır. Buna ek olarak tema ve kategoriler aracılığıyla ulaşılan yorumları desteklemek ve araştırmanın iç güvenilirliğini artırmak amacıyla haberlerden doğrudan alıntılara bulgular kısmında yer verilmiştir.

Tablo 2. Haberlerde Yer Alan Tema ve Kategoriler

| Çerçeveler | Temalar | Kategori 1 | Kategori 2 | Kategori 3 | Kategori 4 |
|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---------------------------|--|---------------------------------|
| Çözüm Çerçevesi | Tema 1: Uyum ve toplumsal kabul | Sosyokültürel uyum | Eğitim uyumu | Yardımsızlık/Misafir perverlik/ İlgisizlik | |
| Yardım ve Güçlendirme Çerçevesi | Tema 2: Destek ve koruma | Sağlık yardımları | Çocuk hakları | Ekonomik yardım | Sosyal yardım |
| Mağduriyet Çerçevesi | Tema 3: Trajedi | Trajik olaylar | Savaş mağduriyeti | Göç hikâyeleri | Önyargı/ Damgalanma/Dışlanma |
| | Tema 4: Güvenlik sorunları | Rejim şiddeti | Terör şiddeti | Çocuk istismarı | Düzensiz göç |
| Politika Çerçevesi | Tema 5: Göçmen politikaları | Türkiye politikasına eleştirisi | Türkiye politikasına övgü | Batı politikasına eleştirisi | Geri dönüş |

3. Bulgular

Araştırma kapsamında, 1 Ağustos 2018 - 1 Ağustos 2019 tarihleri arasındaki bir yıllık dönemde, içinde Suriyeli ifadesi geçen toplamda 1715 haber bulunmuştur. Bu haberlerin içinde, 388 haberin Suriyeli çocuklarla ilgili olduğu saptanmıştır. Haberlerin %75,8'i (294 haber) Sabah Gazetesi'nde, %24,2'si (94 haber) ise Sözcü gazetesinde yer almaktadır. Suriyeli çocuk haberlerine Sabah Gazetesi'nde daha çok yer verildiği görülmüştür (Tablo 1). Araştırma kapsamında yapılan değerlendirmeye, sadece muhabirlerin oluşturduğu haberler değil aynı zamanda köşe yazıları da alınmıştır. Her iki gazetede de Suriyeli çocukların köşe yazılarında oldukça az ele alındığı görülmektedir. Sabah Gazetesi'nde çıkan sonuçların 277'si haber, 17'si köşe yazısıyken, Sözcü Gazetesi'nde çıkan sonuçların 80'i haber, 14'ü köşe yazısıdır. Toplamda 31 köşe yazısında Suriyeli çocuklardan söz edilmektedir. Her iki gazetede de Ağustos 2018'den Ocak 2019'a kadar olan dönemde, Suriyeli çocuklarla ilgili çıkan haber sayısının Şubat - Nisan 2019'da azaldığı, Haziran-Temmuz 2019'da ise yeniden arttığı görülmektedir. Suriyeli çocuklarla ilgili haberlerin en çok görüldüğü aylar, Sabah Gazetesi için 2018 yılının eylül ve aralık aylarıyla 2019 yılının ocak ayıyken, Sözcü Gazetesi için 2018 yılının ağustos ve ekim aylarıyla 2019 yılının haziran ve temmuz aylarıdır.

Araştırma kapsamında incelenen 388 haberde temaların görülme sıklığı 466'dır (Tablo 3). Temaların dağılımına bakıldığında, en sık karşılaşılan temanın, Suriyeli çocukların ve ailelerinin yaşadıkları olumsuz deneyimleri içeren trajedi teması olduğu görülmüştür (%36). İkinci sırada, uyum ve toplumsal kabul temasına dair haberlerin olduğu belirlenmiştir (%20). Bu haberlerde sosyokültürel uyum, eğitim uyumu, yardımseverlik, misafirperverlik ve uyumda karşılaştıkları sorunları ifade eden dışlanma gibi kategoriler görülmektedir. Destek ve koruma teması altında kodlanan haberler ise üçüncü sırada yer almaktadır (%17). Bu tema altında, Suriyeli çocuklara yardım ve koruma bağlamında verilen desteklerden söz edilmektedir. Suriyeli göçmenlere dair yürütülen göçmen politikaları (%14) ve çocukların yaşadıkları güvenlik sorunları (%13) haberlerde en az sıklıkla karşılaşılan diğeri iki temadır.

Tablo 3. Haberlerde Bulunan Temaların Sıklık Dağılımı

| Temalar | Görülme sıklığı (n) | % |
|-------------------------|---------------------|-----|
| Trajedi | 170 | 36 |
| Uyum ve toplumsal kabul | 94 | 20 |
| Destek ve koruma | 80 | 17 |
| Göçmen politikaları | 63 | 14 |
| Güvenlik sorunları | 59 | 13 |
| Toplam | 466 | 100 |

Her bir temanın gazetelere göre görülme sıklıklarına bakıldığında; uyum ve toplumsal kabul temasının (Tema 1), Sabah Gazetesi'nde (n=78), Sözcü Gazetesi'nde (n=16), destek ve koruma temasının (Tema 2), Sabah Gazetesi'nde (n=65), Sözcü Gazetesi'nde (n=15), trajedi temasının (Tema 3), Sabah Gazetesi'nde (n=133), Sözcü Gazetesi'nde (n=37), güvenlik sorunları temasının (Tema 4), Sabah Gazetesi'nde (n=38), Sözcü Gazetesi'nde (n=21) ve göçmen politikaları temasının (Tema 5), Sabah Gazetesi'nde (n=36), Sözcü Gazetesi'nde (n=27) yer aldığı görülmektedir.

Tablo 4. Gazetelere Göre Temaların Dağılımı

| Temalar | Gazete | Görülme sıklığı (n) | % |
|-------------------------|--------|---------------------|-----|
| Uyum ve toplumsal kabul | Sabah | 78 | 22 |
| | Sözcü | 16 | 14 |
| Destek ve koruma | Sabah | 65 | 19 |
| | Sözcü | 15 | 13 |
| Trajedi | Sabah | 133 | 38 |
| | Sözcü | 37 | 32 |
| Güvenlik sorunları | Sabah | 38 | 11 |
| | Sözcü | 21 | 18 |
| Göçmen politikaları | Sabah | 36 | 10 |
| | Sözcü | 27 | 23 |
| Toplam | Sabah | 350 | 100 |
| | Sözcü | 116 | 100 |

Gazetelerde yer alan her bir temanın diğer temalara göre dağılımına bakıldığında, trajedi teması her iki gazetede de en sık görülen tema olmuştur. Trajedi temasından sonra Sabah Gazetesi'nde en çok görülen tema, uyum ve toplumsal kabul, Sözcü Gazetesi'nde ise, göçmen politikalarıdır. Temaların gazeteler içindeki dağılımına bakıldığında, uyum ve toplumsal kabul, destek ve koruma temalarının görülme sıklığı Sabah Gazetesi'nde Sözcü Gazetesi'ne göre daha fazlayken, güvenlik sorunları ve göçmen politikaları temalarının görülme sıklığı ise, Sözcü Gazetesi'nde Sabah Gazetesi'ne göre daha fazladır. Temaların gazeteler içindeki dağılımında en büyük farklılık, uyum ve toplumsal kabul ve göçmen politikaları temalarıdır.

Suriyeli çocuklarla ilgili haber çerçevelerinde, gazetenin politik konumlanışından bağımsız bir şekilde mağduriyetin ortak bir çerçeve olduğu görülmektedir. Çocukların mağdur olarak yer aldığı bu haberlerde her iki gazetede de vicdani boyut öne çıkmaktadır. Bununla birlikte bazı haber çerçevelerinin gazetelere göre önemli ölçüde farklılaştığı da görülmektedir. Suriyeli çocuklar, Sabah Gazetesi'nde yüksek oranda uyum ve toplumsal kabul bağlamında temsil edilmekteyken, Sözcü

Gazetesinde ise göçmen politikaları etrafında ele alınmakta ve böylece politik duruş bakımından anlamlı bir yorumlama çerçevesi sunmaktadır.

3.1. Tema 1- Uyum ve Toplumsal Kabul

Uyum ve toplumsal kabul teması, sosyokültürel uyum, eğitim uyumu ve yardımseverlik/misafirperverlik/ilgi kategorilerinden oluşmaktadır. Bu kategorilerden ilk ikisi, Suriyeli çocukların topluma uyumuna yönelik faaliyetleri içermektedir (kültürel kaynaşma, okulda yapılan kaynaştırıcı etkinlikler, kardeşlik, dostluk, dayanışma, tanıma/tanısmaya dönük etkinlikler, eğitim sistemine dâhil etme, başarı odaklı aktiviteler, kaynaştırmaya yönelik okul ve sınıf aktiviteleri vb.), diğer kategori, toplumun çocuklara yönelik algı ve davranışını gösteren haberleri (yardımseverlik, misafirperverlik, vb.) içermektedir. Gazetelerdeki uyum ve toplumsal kabul temasının kategorilere göre dağılımına bakıldığında, çocukların her iki gazetede de en çok eğitim uyumu (n=51) ve sosyokültürel uyum (n=42) ile ilgili olarak haberlerde yer aldığı görülmüştür. Ardından yardımseverlik/misafirperverlik/insani ilgi (n=16) gelmektedir.

Uyum ve toplumsal kabul teması başlığı altında en sık görülen kategoriler olan eğitim uyumu ve sosyokültürel uyumun birbiriyle ilişkili olduğu görülmektedir. Özellikle, çocukların aynı anda hem sosyokültürel hem de eğitim uyumlarını içeren faaliyetleri konu alan haberlerle sıklıkla karşılaşmıştır. Bunun nedeni, sosyokültürel uyumunun eğitim uyumuyla ilişkili olmasıdır. Eğitim uyumu kategorisindeki haberler, Suriyeli çocukların eğitimine dair resmi ve özel kurumların yürüttüğü faaliyetlerden ve Suriyeli çocukların eğitim alanındaki başarılarından söz etmektedir. Çocukların sosyal ve kültürel edinimlerinin başlıca aracı okul olduğundan, eğitim faaliyetlerinin artması sonuç olarak çocukların kültürel ve sosyal uyumuna da olumlu etki etmektedir. Bu nedenle, Suriyeli çocukların, toplumun sosyokültürel yapısına uyum sağlaması ancak eğitim hayatına katılımıyla mümkün olabilmektedir. Çocuk söz konusu olduğunda her iki gazetede de benzer bir dil kullanılarak eğitimin ve sosyokültürel uyumun gerekliliğinin ve olumlu sonuçlarının vurgulandığı görülmektedir. Her iki gazetede yüksek oranda çocukların eğitimine ilişkin faaliyetlere vurgu yapılması, topluma uyumun başlıca aracının eğitim olduğu algısının varlığına işaret etmektedir. Okul yaşamına dâhil olma, çocukların bulunduğu toplumun dilini öğrenmesi, yaşadığı kente uyum sağlaması, arkadaş çevresi edinmesi gibi birçok konuda temel hareket noktasını oluşturmaktadır (Atasü Topcuoğlu, 2019:423).

Çocuklarla ilgili haberlerin üretilmesinde, eğitimin uyum sağlama işlevi dışında, hak kavramı üzerinden konumlanışın da etkili olduğunu söylemek mümkündür. Çocuk açısından en temel haklardan biri olan eğitim hakkı, gazetelerin göçmen politikalarına ilişkin olumsuz tutumunun önüne geçmektedir. Bu bağlamda, çocukların, eğitim faaliyetlerine dâhil edildiğini aktaran haberlerin olumlu bir anlatıma sahip olduğu ve eğitimin temel bir hak olarak görüldüğü anlaşılmaktadır. Aynı zamanda haberler, çocuk işçiliği ve eğitim hakkından yararlanamama sorununu gündeme getirerek mağdur çocuk inşasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu bağlamda, haberler aracılığıyla, savaş mağduru algısının oluşması toplumsal kabulü güçlendiren bir işlev görebilmektedir. Bu algı, çocuklar için daha da kuvvetli hale gelmektedir. “*Sonuçta ülkelerinde savaş var ve yaşadıkları kolay değil.*” (Sabah, 26.01.2019) türü ifadelerde, ülkelerinde yaşanan savaşın mağdurları olan çocuklara, ev sahibi ülkede uyumlarını güçlendirerek, en iyi şekilde ev sahipliği yapmak, aynı zamanda vicdani bir yükümlülük haline dönüşmektedir. Çocukların okullulaştırılması, bu anlamda çocuk işçiliği, çocuk yaşta evlilik gibi durumların da önüne geçilmesi bakımından olumlu bir durumdur. “*Sokaktan okula geçen çocuklar*” içerikli haberlerde, resmi düzeydeki girişimlerle birçok çocuğun çocuk istismarının kurbanı olan bir durumdan kurtarılarak, geleceğe umutla baktıkları, eğitim sisteminin içinde yer alan birer aktör haline geldikleri görülmektedir. Suriyeli çocukların yaşadıkları topluma uyum sağlamalarında okul (eğitim) en önemli araç olarak haberlere yansımıştır. Bu bağlamda, eğitim yoluyla çocukların topluma uyumunun güçlendirilmesine yönelik faaliyetlerin ve bu alanda desteklenen çok sayıda projenin haberlerde yer aldığı görülmektedir.

Uyum ve toplumsal kabul, göçmenler ve yerel halk arasındaki karşılıklı etkileşimi ifade etmektedir. Göçmenlerin yerleştikleri toplumlara uyum sağlamaları, toplumsal kabulü, toplumsal kabul ise göçmenlerin uyum sürecini karşılıklı olarak etkileyebilmektedir. İncelenen haberlerde, uyum ve toplumsal kabulün birbirlerini tamamlayan bir çerçeveye sunulduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Türk ve Suriyeli öğrenciler arasında kurulan sosyal ilişkiler ve kültürel kaynaşma olumlu bir dille aktarılmaktadır. Suriyeli öğrencinin en yakın arkadaşının Türk öğrenci olduğu (Sabah, 16.06.2019), Türk çocukların Suriyeli çocukları en yakın arkadaş olarak seçtikleri (Sabah, 30.07.2019) türündeki haberler çocukların okul ortamında birbirlerini kabul ettiklerini okuyucuya yansıtmaktadır.

Gazeteler arasındaki, haberlerin çerçevesine ilişkin farklılıklardan biri, kültürel benzerlik ve kültürler arası etkileşimin ele alınma şeklidir. Sabah Gazetesinde, kültürlerarası etkileşimi olumlayan dilde haberler yer aldığı görülmektedir. Bu etkileşim aynı zamanda her iki kültürün birbirini daha yakından tanımasına imkân veren; iftar yemekleri, okullarda bir arada oynanan oyunlar, karma futbol takımı, koro vb. faaliyetlerle güçlendirilmektedir. Yer yer, Suriyeli çocukların söylemlerini de ele alan haberlerde, çocukların Türk kültürüne uyum konusunda önemli çabaları ve faaliyetleri olduğu vurgulanmaktadır. Bu haberlerle hem Suriyeli hem Türk çocukların hem de toplumun farklı kesimlerinin toplumsal kabulüne vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu tür haberlerde, Suriyeli öğrenci tarafından içselleştirilen kültürel bir ediniminden bahsedilmesi, Türk

toplumunda var olan Suriyelilerin farklı olduğu ve Türk kültürüne uyum sağlayamayacakları düşüncesini değiştirmeye dönük bir yaklaşıma işaret etmektedir. Sabah Gazetesi'nde, "Türk çocuklarla Suriyeli çocuklar..." ifadesinin yer aldığı haberlere sıklıkla rastlanması, kültürlerarası etkileşim ve beraberlik vurgusunu gösterir niteliktedir. Aynı şekilde, Suriyeli çocukların Türk çocuklarıyla ortak yanlarına vurgu yapan haberlerde, ortak hassasiyetler ortaya konmaktadır:

İç savaş nedeniyle ülkesinden ayrılmak zorunda kalan Suriye uyruklu Amir Raejocha, Türk din ve sanat musikisine ait eserleri büyük tutkuyla icra ediyor (Sabah, 17.05.2019)

Öğrencilerle tek tek ilgilenen Sayan (Ağrı Belediye Başkanı), arkadaşları tarafından koltuğa Suriyeli kardeşlerinin uygun görülmesinin kendisini mutlu ettiğini ifade etti. Çocukların bayramını kutlayan Sayan, "Belediye Başkanlığımı Suriyeli kardeşime devretmek istiyorum. Berivan bu ülkede Suriyeli bir çocuk olarak eğitim görüyor. Türkiye'deki bütün kardeşleri onu kucaklıyor [...]" dedi. (Sabah, 24.04.2019).

Hatay'ın Hassa ilçesinde Türk ve Suriyeli öğrenciler, okul harçlıklarını Yemen'e bağışladı. (Sabah, 23.12.2018)

Sabah Gazetesi'nde Türk ve Suriyeli çocukların kültürel benzerliği ve Suriyeli öğrencilerin eğitim sistemine uyum sağladığı algısını destekleyen başarı hikâyeleri içerikli haberler yer almakla birlikte, Sözcü Gazetesi'nde çocukların okula uyum sorunlarının da yer aldığı görülmektedir. Bu sorunun nedeni olarak kültürel uyumsuzluk vurgulanmaktadır.

Vali Bey (Rahmi Doğan) dedi ki: -Rahatsız edici bir durum yok... Türk ve Suriyeli çocuk aynı okula gidiyor... Hataylı ile Suriyeli'nin dokusu uyuyor. (Sabah, 16.01.2019, Köşe yazısı)

Muhammed Halil'in başlangıç noktası, 8 yaşındayken tek kelime Türkçe bilmeden ailesiyle savaştan kaçtığı Azez... Muhammed Halil, ulaştığı yer, sınavda yüz binlerce yaşıtını geride bırakarak kazandığı Türkiye birinciliği... Muhammed Halil'in hedefi ise fizik mühendisi olup ileride uçaklarla ilgili çalışmak. (Sabah, 30.06.2019)

Mahalleli çocuklarını okuldan aldı. Yaşanan sorunlardan ötürü Ziya Gökalp İlkokulu'nun boşaldığını belirten Muhtar Dipçin, "Ziya Gökalp İlkokulu'nda mahalle halkımız çocuklarını oradan aldı. Artık okuldan kaçmaya başladılar. Neden dersiniz Suriyeli ve Iraklılarla uyum sağlayamadılar [...]" ifadelerini kullandı. (Sözcü, 12.09.2018)

Uyum ve toplumsal kabul teması, aynı zamanda Suriyeli çocukların karşılaştığı sorunlara yönelik üretilen çözümleri de içeren, bu bağlamda, resmi makamların, kurum ve kuruluşların bu konudaki olumlu çabalarının yer aldığı haber içeriklerine sahiptir. Özellikle Sabah Gazetesi'nde, çocukların topluma kazandırılması yönünde önemli adımlar atıldığına ilişkin bir haber tarzı göze çarpmaktadır. Çocukların eğitim ve sosyal uyumlarını geliştirmek amacıyla uygulanan ulusal ve uluslararası projeler, haberlerde olumlu sonuçları olan girişimler olarak yer almaktadır. Çocuklar, iletişimi güçlendirici faaliyetlerle uyum konusunda istenilen sonuçların alındığı bir grup olarak haberlerde yer almaktadır. Mülteci çocuklarla yerli çocukları birbirleriyle kaynaştırmayı hedefleyen ve sivil toplum kuruluşları, resmî kurumlar ve uluslararası kuruluşlar (Avrupa Birliği [AB], Birleşmiş Milletler [BM]) tarafından desteklenen projeler ve faaliyetler (Suriyeli öğretmen atanması, Türkçe kursları verilmesi, resim ve sanat kursları, spor eğitimleri, resmi yetkililer tarafından gerçekleştirilen ziyaretler, vb.) bu anlamda her iki gazetede de oldukça önem kazanmaktadır: " 'Birbirimizi Anlıyoruz' projesi meyvelerini verdi." (Sabah, 30.07.2019), "YanYana-Suriyeli Çocuklar İçin Psikososyal Destek isimli proje tamamlandı." (Sözcü, 14.10.2018) türü haberlerde çocukların destek faaliyetleri yoluyla güçlendirilmesi ve ayrımcılığı azaltarak toplumsal uyumlarının sağlanmasına yönelik çözümlerin, olumlu bir dilde yer aldığı görülmektedir. Suriyeli çocukların eğitimini desteklemek ve onların topluma uyumunu güçlendirmek için yapılan faaliyetlerin aktörlerine bakıldığında hem kolektif hem de bireysel girişimlerin yer aldığı görülmektedir. Devlet kurumları, yerel aktörler ve sivil toplum kuruluşlarının yanı sıra gönüllü öğretmenlerin yardımseverlik ve ilgiyle gerçekleştirdiği, uyumu destekleyici faaliyetlerin de var olduğu haberlere yansımaktadır. Sabah Gazetesi'nde, resmî kurumlarca eğitim uyumunu güçlendirmek için yürütülen uygulamalar olumlu bir şekilde değerlendirilirken, Sözcü Gazetesi'nde ise, eleştirel bir yaklaşımın da sergilendiği görülmektedir.

Suriyeli öğretmenlerin Türk öğrencilere de ders verdiğini söyleyen Ümit Özdağ'ın paylaşımı şöyle: Ekim ayının son haftasında Millî Eğitim Bakanlığı 900 Suriyeli öğretmen ataması yapmış. Bunlardan 6'sı Şanlıurfa'nın Akçakale ilçesi Süleymanşah İlkokulu'na yapılmış. Bu okulda sınıflarda 20 Öğrenciden 10'u Suriyeli, 10'u Türk. Türk öğrencilere de Suriyeli öğretmenler ders veriyor! (Sözcü, 06.11.2018).

Her iki gazetede uyum ve toplumsal kabul temasındaki Suriyeli çocuklarla ilgili haberlerin sunulmasına bakıldığında, çocukların topluma eğitim yoluyla uyum sağlanmasına yönelik yürütülen faaliyetler, eğitim hakkı temelinde olumlu bir dilin hâkimiyetinde ele alınmıştır. Suriyeli çocukların sorunları için öngörülen çözüm çerçevesi eğitim olmuştur. Bununla birlikte kültürel benzerlik ve kültürel kaynaşma konusunda iki gazetenin yaklaşım biçimi birbirinden farklıdır. Sabah Gazetesi'nde Türk ve Suriyeli çocukların kültürel etkileşimleri ve her iki kültür arasındaki benzerlik açısından olumlu bir dilde ifade

edilirken, Sözcü Gazetesi'nde kültürel açıdan bir olumlama olmaksızın, insani kriterler ve eğitim hakkı bağlamında çerçevelenmektedir.

3.2. Tema 2- Destek ve Koruma

Destek ve koruma teması, sağlık yardımları, çocuk hakları için mücadele, ekonomik yardım ve sosyal yardım kategorilerinden oluşmaktadır. Bu kategoriler, Suriyeli çocukların yaşadıkları sorunlar karşısında devlet kurumlarının ve sivil toplum örgütlerinin iyileştirici faaliyetlerini içeren haberleri (hasta çocukların ameliyatı, aşılama faaliyetleri, sağlık kontrolleri, çocuk işçiliği ile mücadele, çocuklara eğitim desteği, çocuk destek merkezleri, gıda yardımı, maddi yardım vb.) ifade etmektedir. Ailelerin ekonomik olarak gücünün yetmediği, çocuğun fiziksel ve sosyal ihtiyaçlarını ve gereksinimlerini karşılayamadığı durumlarda, ilgili devlet kurumlarının başta ameliyat gibi sağlık yardımları ve eğitim gibi ihtiyaçları giderme yönünde sosyal destek sağladığını ifade eden haberlerin olumlu bir şekilde haberlerde yer aldığı görülmektedir.

Bu temada yer alan haberlerde, çocuklara sağlanan destek ve koruma faaliyetleri arasında en sık karşılaşılan kategori sağlık yardımlarıdır (n=36). Göçmen sağlık merkezleri gibi genel olarak göçmen sağlığını koruma ve iyileştirmeye dönük faaliyetler haberlerde yer almakla birlikte, ayrıca birey ölçekli sağlık yardımlarına da rastlanmaktadır. Bu anlamda en sık karşılaşılan yardım, sağlığını kaybetmiş çocuklara yapılan ameliyatlardır. Bunun dışında aşılama faaliyetleri, ücretsiz tedaviler, gönüllü dernekler tarafından gerçekleştirilen sağlık faaliyetleri, yaralı çocuklara yönelik fizik tedavi destekleri de haberlerde yer almaktadır. Çocukların yaşadığı sağlık sorunları, toplumun önemli bir kesiminin vicdanını rahatsız edici niteliktedir ve bu sorunların çözümüne dönük yapılan faaliyetler "mazluma elini uzatan" bir medeniyet algısını güçlendirmektedir. Sabah Gazetesi'nde, sağlık yardımları kategorisine ait haberlerin diğer kategorilere kıyasla yüksek oranda temsil edildiği görülmektedir. Bu kategorideki haberlerin büyük bir çoğunluğu devletin yetkili kurumlarının, Suriyeli çocukların sorunlarına karşı sunduğu desteği gösterir niteliktedir. Bu şekilde, çocukların sorunlarının çözümünde, Türkiye'nin önemli bir rol üstlendiği vurgusunun Sabah Gazetesi'nde ön plana çıktığı söylenebilir.

Sosyal destek bu temada karşılaşılan ikinci sıklıktaki kategoridir. Başta eğitim konusunda olmak üzere sosyal yardım ve destekler (n=26), bu tema altında karşılaşılan ikinci en sık görülen kategoridir. Çocuklara sağlanan sosyal destekler aynı zamanda çocuk istismarıyla mücadele faaliyetlerini de vurgular niteliktedir. Sokaklarda çalışan çocukların, mobil ekipler tarafından tespit edilmesi, bu çocukların aileleriyle buluşturulması, uygun olması halinde koruyucu aileye verilmesi şeklindeki haberler buna örnek gösterilebilir. Göçmenler gibi dezavantajlı gruplarda, çocukların eğitime erişiminin önündeki en büyük engellerden biri çocuk işçiliğidir. Bu, aynı zamanda çocuk haklarını gündeme getiren bir konu olarak gazetelere yansımaktadır. Bu noktada, temel bir hak olarak eğitim, aynı zamanda çocuk işçiliği ile mücadelede de etkili bir yol olmaktadır. Mülteci çocukların okullaşma oranları birçok ülkede istenilen seviyede değildir. Okul çağındaki mülteci çocukların %48'i okula gitmemektedir (UNHCR, 2020:9). Gazetelerde yer alan haberlerde, çocuk işçiliğiyle mücadeleye dönük faaliyetler, çocukların eğitimini destekleyen sosyal faaliyetler ve projeler, çocukların topluma kazandırılması açısından üretilen çözümler olarak olumlu bir yaklaşımla çerçevelenmiştir. Sosyal destek kapsamında çocukların eğitimine yönelik gerçekleştirilen resim, sanat kursları, danışmanlık hizmetleri, ders başarılarını yükseltmeye yönelik etütler gibi faaliyetler gazetelerde yer almaktadır. Suriyeli çocuklara yönelik sağlanan eğitim desteğine ilişkin haberlerde, faaliyetlerdeki hedef kitle olarak sadece Suriyeli çocuklar değil aynı zamanda Suriyeli öğretmenler de yer almaktadır. "Eğitim savaşı yendi" başlıklı haberde (Sabah, 19.09.2018) çocuklara eğitim alanında destek sağlamak üzere Suriyeli öğretmenlerin Türk eğitim sistemine uyum sağlamalarını teşvik eden "Eğiticinin Eğitimi" projesinden bahsedilmektedir. Çocuklara güvenli bir gelecek sağlamada eğitimin önemini vurgulandığı haber, aynı zamanda Türkiye'nin bu konudaki faaliyetlerinin de olumlandığı bir çerçevede sunulmuştur:

UNICEF tarafından ödenekleri sağlanan Suriyeli öğretmenler, 9 gün boyunca 'Eğiticinin Eğitimi' kursuna katıldı. Türk eğitim sistemine entegrasyon sağlayan öğretmenler okulda görev yapmaya hazır hale geldi. (Sabah, 19.09.2018)

AB, Millî Eğitim Bakanlığı ve UNICEF iş birliği ile Türkiye'deki Suriyeli ve diğer mülteci çocuklar için Mamak Halk Eğitim Merkezi'nde hızlandırılmış eğitim programı düzenlendi. [...] Stylianides, "Türkiye'de 4 milyon sığınmacı var, bunların 1,7 milyonu çocuk. Bugün burada gördüm ki sizlerin onlar için yaptığı bu projeyi çocuklar da fark etmiş. Bir kez daha sundukları bu eğitim için Türk yetkililere, insani yardım örgütleri ve AB iş birliğinde sahada çalışan herkese teşekkür ederim" dedi. AB Komiseri Stylianides, hiçbir çocuğun eğitim dışında kalmaması gerektiğini vurgulayarak, "AB bu program ile 33 binden fazla öğrenci destekledi. Bu bir yükümlülük değil, bu bizim ahlaki sorumluluğumuzdur. AB, Türkiye'deki bu çalışmayı şartlı eğitim kapsamında gerçekleştiriyor, bundan gurur duyuyoruz, bu çok önemli bir model" diye konuştu. (Sabah, 07.01.2019)

Suriyeli çocuklara yapılan ekonomik yardımların (n=18) haberlerde tekrar edilme sıklığı üçüncü sırada yer almıştır. Ardından, çocuk haklarının korunmasını ve desteklenmesini konu alan haberlere (n=10) rastlanmıştır. Ekonomik yardımlar kapsamında ele alınan haberlerde devlet kurumları, sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği faaliyetler ve hayırseverlerin

yaptıkları yardımlar haberlerde yer almaktadır. Ramazan etkinlikleri, "iç savaş mağduru" olarak söz edilen göçmenlere düzenli verilen yemek, eşya, mama, gıda yardımları bu tür yardımlara örnek verilebilir. Aynı zamanda Türkiye'nin Suriye'de yaptığı yardımlar da haberlerde yer almaktadır. Bu tür haberler, Türkiye'nin yardım faaliyetlerindeki etkisini gösterir niteliktedir:

Sadece Suriye'nin kuzeyindeki 12 yetimhanede 9 binden fazla yetime bakan Türkiye, ülke içindeki 26 kamp ve yetimhanelerde ise, 10 bine yakın çocuğa bakıyor. (Sabah, 05.10.2018)

Çocuklara yönelik gerçekleştirilen diğer önemli destek, çocuk haklarını koruma ve geliştirmeye yönelik faaliyetleri kapsamaktadır. Her iki gazetede de çocuk haklarından söz ederken, çocukların kadınlarla birlikte ele alındığı haberler görülmektedir. Bu durum, savaş mağduru denilince akla ilk gelen grupların çocuklar ve kadınlar olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda hak ihlallerinin de en çok yaşandığı gruplardır. Çocukların, mülteci olarak değil, her şeyden önce bir çocuk olarak görülmesi gerektiği algısı burada ağır basmaktadır. Bu bağlamda, çocuk haklarının korunması ve geliştirilmesi sivil toplum kuruluşları ve uluslararası kuruluşların öncelikli hedeflerinden biri haline gelmektedir.

Türk ve mülteci çocukların dayanışmasını sağlamak için bir platform oluşturduklarını belirten Kavlak (Sığınmacılar ve Göçmenlerle Dayanışma Derneği (SGDD) Genel Koordinatörü), "Bir sivil toplum kuruluşu olarak mülteci çocuklarını kendi çocuklarımız gibi unutmadığımızı gösterdik. Çocuğun mültecisi olmadığını göstermek amacıyla 'çocuk çocuktur' diyerek bu etkinliğimizi organize ettik. Çocukları savunamıyorsa, savunulacak çok da bir şey yoktur, demek istiyoruz" ifadelerini kullandı. (Sabah, 28.04.2019).

Çocuk hakları için uluslararası kuruluşlar tarafından gerçekleştirilen faaliyetler de haberlerde yer almaktadır. Çocukların temel ihtiyaçlarının giderilmesinde, çözüm üreten mekanizmalar sadece uluslararası kuruluşlar değildir. Aynı zamanda, istihdam sağlanan kadınların da çocuklarının sorumluluğunu üstlenen aktörler olarak yer aldığı görülmektedir. Çocuk haklarının korunması ve desteklenmesinde en önemli faaliyet alanlarından biri eğitimidir. UNICEF gibi uluslararası kuruluşlarca ya da devlet ve sivil toplum girişimleriyle ortaya konan çözümlerin yanında bireysel girişimler de çocukların eğitim hakkının savunulmasında önemli bir yer tutmaktadır. Sabah Gazetesi'nde yer alan "Yükselmek için hepimiz bir tuğla koyalım" başlıklı haberde (26.12.2018), bir öğretmenin girişimiyle 42 çocuğun sokaktan alınıp okula başladığı yönündeki içerik, çocukların topluma kazandırılmasında sadece kurumsal değil bireysel girişimlerin de önemli bir dönüştürücü güç olduğunu göstermektedir.

Çocuklara sağlanan destek ve koruma ile ilgili haberlerde, her iki gazetede de olumsuz bir söylem yer almamaktadır. Özellikle çocukların eğitimi için yapılan faaliyetler ve ihtiyaç sahibi çocuklara sağlanan sağlık yardımları söz konusu olduğunda her iki gazetede olumlu bir tutum sergilediği görülmektedir. Sadece Suriyeli değil bütün mülteci çocukların temel ihtiyaçlarının giderilmesi, çocuk haklarının tesisi açısından önem taşımaktadır. Çocuklara Türkçe eğitim verilmesi, okullaşma oranlarının artırılması gibi çocukların topluma uyumunu güçlendirecek faaliyetler, iki gazetede de olumlu bir dil kullanılarak ele alınmıştır. Suriyelilerin önemli bir kısmının geri dönemeyeceğine olan inanç, onların topluma en iyi şekilde uyum sağlayan aktörler haline dönüşmesi gerektiği düşüncesini beslemektedir. Bunun yolu da eğitimden geçmektedir. Sözcü Gazetesi'nde yer alan destek ve koruma temasındaki haberlerin önemli bir çoğunluğu, çocukların eğitim uyumlarını güçlendirici sosyal destek faaliyetlerinden oluşmaktadır. Haberlerde böyle bir çerçevelenmenin yer alması, Suriyeli çocukların Türkçeyi öğrenerek ve Türk eğitim sistemine dâhil olarak eğitim uyumlarının güçlendirilmesinin, gelecek zamanlarda topluma uyum sorunlarının önüne geçilmesinde önemli bir adım olarak görüldüğü şeklinde yorumlanabilir.

3.3. Tema 3-Trajedi

Analizi yapılan haberlerde, Sabah Gazetesi'nde (n=133) ve Sözcü Gazetesi'nde (n=37) en sık karşılaşılan temanın, trajedi olduğu görülmüştür. Trajedi teması başlığı altında dört kategori yer almaktadır: Trajik olaylar, savaş mağduriyeti, önyargı/damgalanma/dışlanma ve göç hikâyeleri. Bu kategoriler; ölüm, kaçırılma, yaralanma, kaza, kavga, hastalık, kayıp, cinayet, yangın, kurtarma, ihmal, mülteci kamplarındaki yaşanan dramlar, yerel halk tarafından üretilen önyargılar, göç sırasında yaşananlar, yol hikâyeleri gibi haberleri içermektedir. Her iki gazetede de trajedi teması başlığı altında en sık karşılaşılan kategori, ölüm, kaçırılma, yaralanma, kaza gibi trajik olaylara dair haber içeriklerini (n=87) kapsamaktadır. Trajedi teması altında en sık karşılaşılan ikinci kategori ise, savaş mağduriyeti kategorisidir (n=50). Ardından önyargı/damgalanma/dışlanma kategorisi (n=29) gelmektedir. En az karşılaşılan kategori ise, botla Avrupa'ya yolculuk deneyimlerinin de yer aldığı göç hikâyeleridir (n=12).

Suriyeliler, zorunlu ve kitlesel göç sürecinde yer alan göçmenlerdir. Zorunlu göç, ülkede var olan zorlayıcı koşulların etkisi altında istek dışı gerçekleşen göçtür. Kendi topraklarını bir zorunluluk karşısında hazırlıksız bir şekilde terk eden ve büyük çoğunluğu da yeterli sosyal, kültürel ve ekonomik sermayeye sahip olmayan bireyler, göç ettikleri ülkelerde sayısız sorunla karşılaşmaktadırlar. Özellikle, ekonomik olarak en dezavantajlı gruplardan biri olan sığınmacılar/mülteciler genellikle güvencesiz bir şekilde hayatlarını sürdürmektedirler. Bu konumlarıyla bağlantılı olarak da birçok trajik olayın öznesi/mağduru haline gelmektedirler. Zorunlu göç, çoğu birey için başlı başına trajik bir olay olmakla birlikte, bu durum

çocuklar açısından daha da trajik sonuçlar doğurmaktadır. Mültecilerin yaşadığı dramların haberleştirilmesinde, bu dramın mağdurları olarak çocuklar da bu tür haberlere konu olmaktadır. Mültecilerin yaşadıkları dram ve trajedilere dair haberler, kamuoyunda mültecilerin mağduriyetine dönük bir algı oluşturabilmektedir. Trajedi haberlerinin, okuyucuda yardım ve merhamet duygularını harekete geçirerek okuyucu ve mülteci arasında empati kurulmasını hedeflediğini söylemek mümkündür. Bununla birlikte bu tür haberler, yaşadıkları koşulların olumsuzluğundan dolayı göçmenlerin daha iyi şartlarda yaşayabilecekleri başka bir yere gitmeleri gerektiğine dönük bir bakış açısını da ortaya çıkarabilir.

Ölüm, kaza ve yaralanma gibi haberlerin, haber değeri amacıyla da gazetelerde yer aldığı düşünülebilir. Gazetelerde yer alan trajik olaylara dair haberlerde, çocuklar genelde bir "kurban" olarak temsil edilmişlerdir. Çocuklar, kaza ve ölüme dair haberlerin büyük çoğunluğunda, haberin öznesi olmaktan çok, ailelerin yanında göç yolunda ya da olumsuz yaşam koşulları ve ölümleri üzerinden nesneleştirilerek haber olmuşlardır. Aşağıda bu haberlere dair bazı örnekler bulunmaktadır:

Mamak'ta semt pazarında kapağı açık bırakılan kanalizasyon kuyusuna düşen Suriyeli çocuk hayatını kaybetti. 6 yaşındaki Suriyeli Salih Alişeyyhüseyin'in Mamak'taki semt pazarında ailesiyle atık meyve ve sebzeleri toplarken kapağı açık bırakılan rögara düşerek ölmesi ile ilgili soruşturma başlattı. (Sabah, 10.07.2019)

İzmir'de Suriyeli ailenin kaldığı evde devrilen kömür sobası nedeniyle yangın çıktı. Bu sırada evde bulunan 2,5 yaşındaki Ahmet ve 9 yaşındaki Fadi isimli çocuklar, komşuları tarafından kurtarıldı. (Sabah, 1.02.2019)

Esenler'de cinnet geçiren Suriyeli bir baba, eşi ve iki çocuğuna tabancayla ateş ederek ağır yaraladı. Baba daha sonra 5.kattan atlayarak intihar etti. (Sözcü, 9.06.2019)

Sözcü ve Sabah Gazetesi'nde trajedi teması altında yer alan haberlerde ikinci en sık (n=50) görülen kategori ise, Suriyelilerin ve çocukların savaş sonucunda yaşadıkları mağduriyetlere dair haberlerdir. Çok küçük yaşta sayısız acıyla yüzleşmiş çocukların sorunlarını ortaya koyan bu haberler, gazetelerde en sık karşılaşılan haberler olmuştur. Bu haberlerde çocukların temsil biçiminin, Türk kamuoyunun sempatisini kazanmaya dönük olduğu düşünülebilir. Aşağıda bu haberlerden örnek doğrudan alıntılar görülmektedir:

Suriyeli Muhammed'in babası, savaşta bombalanan evlerinde hayatını kaybetmiş. Muhammed'in küçücük bedeni yanıklar içinde kalırken, bir gözünü kaybetmiş. Sağ kolu da ağır şekilde yaralanmış. Akrabaları tanınmaz hale gelen Muhammed'i de alıp, Türkiye'ye kaçmışlar. Şimdi Mersin'de yaşıyorlar. Ama ona yaşamak denilirse... AHBAP (İyilik hareketi) yetkililerinin iddiasına göre; akrabaları, savaş kurbanı miniğin yanarak ürkütücü bir görünüm alan yüzünü, geçim kaynağı olarak kullanıyor! Yüz nakli gereken Muhammed, Mersin sokaklarında dilendiriliyor! (Sözcü, 26.10.2018)

Kanayan Yaramız Suriyeli Çocuklar: Peki ya savaş mağduru sığınmacı çocuklar! Onların geleceği tümüyle belirsiz. Tek hedefleri, günü kurtarmak. Herkes onları Suriyeli diye tanıyor. Ama aslında onlar ne yazık ki Suriyesiz. (Sabah, 21.11.2018)

Trajedi teması altında üçüncü en sık karşılaşılan kategori ise, önyargı/damgalanma/dışlanma (n=29) kategorisidir. Bu kategorideki haberlerin önemli bir kısmı, Batı ülkelerinde göçmenlerin karşılaştıkları önyargı ve dışlanmalar sonucunda yaşadıkları mağduriyetleri konu almaktadır:

Avrupa'nın tarihsel hastalığının toplumsal alanda hızla yayılmaya başlaması. Bu dünya barışı açısından iyi değil. Yabancı düşmanlığı ve ırkçılığın tezahürlerini görüyoruz. Geçtiğimiz günlerde bir okulda Suriyeli öğrenci çocuğa ve kız kardeşine yönelik ırkçı bir saldırıyı gördük. Bizim görmediğimiz gazetelere ve sosyal medyaya yansımayan o kadar çok örneği var ki. İrkçiliğin merkezi burasıdır. Buradan bütün dünyaya yayıldı. Bunu da unutmamak gerekir. (Sabah, 3.12.2018)

Ayrıca toplumda damgalanan çocukların sorunlarının aktarıldığı ve dışlayıcı tutumların eleştirildiği haber içeriklerine rastlanmaktadır. Yine bir vatandaşın "Çok üzüldüm ve çok ağladım. Parayı bulan Bilal beni telkin ve teselli etti, 'bu helal para' diye. Giderken de kendimi şöyle bir suçlu hissettim. Çünkü Suriyelilere karşı bir ön yargımız vardı. Onu Bilal yıktı ve herkesin bir olmadığını gösterdi" (Sabah, 1.06.2019) ifadeleri, Suriyeliler ile ilgili bazı önyargıların haksız ve yanlış olduğunu öne çıkaran bir dilde sunulmuştur. Sabah Gazetesi'nde önyargı, damgalanma, dışlanma kategorisinde yer alan "Hepimiz 'misafir' değil miyiz?" başlıklı köşe yazısında (12.09.2018) yazar, toplum tarafından dışlanan Suriyelilere ilişkin bilhassa kadınlar ve çocukların mağduriyetini vurgulayarak toplumsal kabulün vicdani boyutunu ortaya koymaktadır. Bu, aynı zamanda önyargı ve dışlanmanın eleştirisine dönüşmektedir:

"Yapmayın, etmeyin" dedim, "Suriyelileri hakir görmeyin. Allah kimseyi başkasının vicdanına muhtaç etmesin, kimseyi yerinden, yurdundan etmesin" diye inledim, Başkaları "Ne işleri var burada, gidip kendi

ülkelerinde savaşsalar ya" derken, ben 'vicdan' dedim, 'insaf' dedim. Dermanı olan savaşacak tabii. Ya olmayan onca kadın, çocuk ne yapacak? (Sabah, 12.09.2018)

Trajedî temasındaki en az sıklıkla (n=12) rastlanan kategori olan "göç hikâyeleri" üzerine yapılan haberlerde ise, Suriyeli ailelerin ve çocuklarının göç yolunda yaşadıkları olumsuzluklar gazete haberlerinin konusu olmuştur. Bu haberlere ait bazı örnekler aşağıda yer almaktadır:

Bodrum'da yine bir göçmen faciası yaşandı! Bodrum'un Gümbet sahili açıklarında 2 kişinin can verdiği tekne faciasında, karaya çıkarıldığında nefes alamadığı gözlenen 7 yaşlarındaki kız çocuğunu kucaklayıp var gücüyle koşarak 100 metre ilerideki ambulansa yetiştiren trafik polisi, sağlık ekiplerinin kalp masajını gözyaşlarıyla izledi. Çocuk, yoğun çabaya rağmen kurtarılamadı. (Sabah, 22.10.2018)

Trajedî teması altında yer alan haberler genel olarak, ölüm, kaza vb. olayların aktarımı, olayın çocuklar açısından olumsuz sonuçları, az sayıda bağlam bilgisinden oluşmakta ve nedensellik bağı kurulmamaktadır. Bu tema altında yer alan az sayıda haberde, çocukların dil bilmemeleri yüzünden zaman zaman karşılaştıkları akran zorbalığından bahsedilmiştir. Ancak genel olarak dışlanmaya dönük haberler, Suriyeli çocukların Batı ülkelerinde karşılaştıkları ayrımcılığa dairdir. Genel olarak trajedî temasıyla ilintili haberlerde, olayın aktarımı dışında, olayın taraflarının yorumlarına ve ardaan bilgisine pek yer verilmediği görülmüştür. Bu haberlerde, çocukların başına gelen "felaketler" çok fazla yoruma yer vermeden dramatik bir kurgu etrafında çerçeveselenmiştir. "Yardıma muhtaç Suriyeliler" imajını destekleyen trajedî, savaş, dışlanma ve göçün yarattığı sorunlara dair haberler, göçmen sorunlarının mağduriyet çerçevesine yerleştirilmesine örnektir. Ancak çocukların bu haberlerin merkezinde olmaktan ziyade, adeta dramatik bir kurgu içinde özne olmaktan çıkartılıp nesneleştirildikleri söylenebilir. Diğer bir deyişle, bu trajedîlerin önlenmesine dair yapılacaklardan uzak, yüzeysel bir yaklaşım söz konusudur.

3.4. Tema 4- Güvenlik Sorunları

Savaş ve militarist şiddetten kaçan Suriyeli göçmenlerin maruz kaldıkları sorunlara değinen haberler, bu tema altında değerlendirilmiştir. Bu haberlerde, çocukların göç sürecinde ve sonucunda yaşadıkları mağduriyetler yine haberin merkezine çocuklar konulmadan, masum çocukların yaşadıkları mağduriyetler olarak ifade edilmiştir. Güvenlik sorunları teması başlığı altında dört kategori bulunmaktadır: Rejim şiddeti, terör şiddeti, çocuk istismarı ve düzensiz göç. Her iki gazete için güvenlik sorunları teması altında en sık görülen kategori çocuk istismarıdır (n=31). Ardından düzensiz göç (n=14), terör şiddeti (n=9) ve rejim şiddeti (n=7) gelmektedir. Suriyeli göçmenlerin ülkelerindeki iç savaştan dolayı maruz kaldıkları rejim şiddeti, bunun yanında Suriye içinde konuşlanmış olan terör örgütlerinin (PKK/YPG gibi) sivil halka dönük şiddet eylemleri gazete haberlerinde yer alan önemli başlıklardan biri olarak tespit edilmiştir. Ayrıca, göçmenlerin ülkelerindeki terör ve şiddetten kaçmak için göze aldıkları risklerin anlatıldığı haberler de düzensiz göç başlığı altında kodlanmıştır.

Çocuk istismarına ilişkin haberler, Suriyeli çocukların göç ettikten sonra karşılaştıkları zorluklara odaklanmaktadır. Bu anlamda, çocuk istismarı haberleri genelde çocuklara dilencilik yaptırılması, çocuk sömürüsü ve taciz olaylarını kapsamaktadır. Suriyeli çocukların cinsel istismar ve tacizinin, Sözcü Gazetesi'nde bir güvenlik sorunu ve denetimsizliğe yönelik bir eleştiri olarak çerçeveslendiği görülmektedir.

15-18 yaş arasındaki her 100 Suriyeli kadından 15'i evlidir. 13-14 yaşında gebelik ve çok eşlilik yaygındır. Kadınlar mağdur olmasının gerekçesi ile Türkiye'ye çok eşli halde gelenlerin evlilikleri, geçerli sayılmıştır. 13 yaşındaki bir çocukla imam nikâhıyla evlenerek cinsel istismar suçu işleyen bir Suriyeli de yasalari bilmediği gerekçesi ile beraat etmiştir. (Sözcü, 16.03.2019)

İstanbul Küçükçekmece'deki Kanuni Sultan Süleyman Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde görevli Sosyal Hizmetler Uzmanı İclal Nergiz'in ihbarı ile ortaya çıkan skandalda, 18 yaşın altındaki 39'u Suriyeli 115 çocuğun hamile olduğu ve emniyetin ya da savcılığın bilgilendirilmediği ortaya çıkmıştı. (Sözcü, 21.11.2018)

Güvenlik sorunları teması altında ikinci en sık görülen kategori düzensiz göçtür. Düzensiz göçe dair haberlere Sabah Gazetesi'nde daha fazla oranda rastlanmıştır. Bu haberlerde genelde yasal olmayan yollarla Türkiye'ye girmeye ya da Avrupa'ya gitmeye çalışan Suriyeli göçmenler haberleştirilmiştir. Yine Suriyeli göçmenlerin yaşadıkları mağduriyetler haberlerde yer alırken, Türk güvenlik güçleri, düzensiz göçmenleri kurtarıcı olarak çerçeveselenmiştir.

Denizköy önlerinde tespit edilen lastik botta da 38 göçmen yakalandı. Adana'da ise polis ekipleri, bir depoda zorla tutulduğu ileri sürülen aralarında kadın ve çocukların da olduğu 60 kişilik Suriyeli düzensiz göçmen grubunu kurtardı. (Sabah, 2.10.2018)

Hatay'da, Suriye sınırından Türkiye'ye kaçak yollarla girdikten sonra ortada kalan 15 yaşındaki Suriyeli çocuk Mustafa Huma'ya Türk Silahlı Kuvvetleri sahip çıktı. (Sabah, 20.09.2018)

Türkiye'nin terörle mücadelesinde Suriye'deki terör örgütleriyle mücadele de önemli bir yer tutmaktadır. Bu terör örgütlerinin neden olduğu çocuk ölümlerinin Sabah Gazetesi'ne yansımalarının bu terör örgütlerine karşı yürütülen mücadeleyi yansıttığı söylenebilir. Aynı şekilde Suriye halkına dönük rejim şiddetinin de Sabah Gazetesi'nde olumsuz bir dilde aktarıldığı görülmektedir.

Terör örgütü YPG/PKK üyelerince Reyhanlı ilçesi, Gültepe Mahallesi'ne gerçekleştirilen roket saldırısına uykuda yakalanan 17 yaşındaki lise öğrencisi Fatma Avlar hayatını kaybetti. Ağabeyi Bilgey Avlar yaralandı. (Sabah, 15.12.2018)

Suriye İnsan Hakları Ağı (SNHR), yayımladığı raporda Beşar Esad rejiminin ülkenin farklı bölgelerindeki sivil yerleşimlere geçen ay düzenlediği saldırılarda 528 defa varil bombası kullandığını açıkladı. Rejimin, muhaliflerin kontrolündeki sivil yerleşimlere temmuzda düzenlediği varil bombası saldırılarına ilişkin yayımlanan raporda saldırılarda 5'i çocuk, 2'si kadın toplam 9 sivilin hayatını kaybettiği kaydedildi. (Sabah, 8.8.2018)

Güvenlik teması altında kodlanan haberlerde, Suriye rejimi ve terör örgütleri (PKK/YPG gibi), sorunun kaynağı olarak çerçevelenmiştir. Şiddetin kurbanı olarak da Suriyeli çocuklardan bahsedilerek sorunlar, mağduriyet çerçevesine yerleştirilmiştir. Bu haberlerde, göçmenlerin yaşadıkları sorunların arka planına dair kısmen bilgi sunulmuş, çocuklar yine mağduriyet çerçevesinde yardıma muhtaç bir grup olarak temsil edilmişlerdir. Düzensiz göç de bu terör şiddetinin bir sonucu olarak tartışılmıştır. Çocuk istismarı olarak değerlendirilebilecek çocuk işçiliği, erken evlilikler gibi uluslararası çocuk hakları perspektifinden de çocukların güvenliklerine ve iyilik hallerine her açıdan tehdit oluşturduğu kabul edilen sorunlar da gazetelerde haberleştirilmiştir. Bu haberlerin, Türkiye kamuoyundaki tartışmaları, göçmenlerin mağduriyetleri üzerinden yönlendirmeye çalıştığını söylemek mümkündür. Güvenlik sorunları teması, trajedi teması ile birlikte gazete haberlerindeki mağduriyet çerçevesini temsil etmektedirler.

3.5. Tema 5- Göçmen Politikaları

Temalar içinde her iki gazetenin konumlanışı arasındaki farklılığın en açık gözlemlendiği tema göçmen politikalarıdır. Göçmen politikaları teması; Türkiye politikasına eleştiri, Türkiye politikasına övgü, Batı politikasına eleştiri ve geri dönüş kategorilerinden oluşmaktadır. Bu kapsamda, vatandaşlık tartışmaları, Türkiye'nin insani temelli politikasına övgüler, Batı ülkelerindeki ayrımcılık, ırkçılık, Suriyelilerin kalıcılığına/geçiciliğine ilişkin haberler yer almaktadır. Bu temada, Türkiye politikasına eleştiri (n=21) ve Batı politikasına eleştiri (n=23) en çok yer alan kategorilerdir. Söz konusu kategorilerde gazetelerin politik çerçeveleme farklılığı dikkat çekmektedir. Türkiye politikasına eleştiri içerikli haberlerin tamamı Sözcü Gazetesi'nde (n=21) yer alırken, Batı politikasına eleştiri ise, Sabah Gazetesi'nde (n=20) yoğunlaşmıştır. Ardından, Türkiye politikasına övgü (n=12) ve geri dönüş (n=7) kategorileri yer almaktadır. Türkiye politikasına övgü kategorisinde de gazeteler bakımından anlamlı bir farklılık bulunmakta ve bu kategorideki haberlerin tamamına yakını Sabah Gazetesi'nde (n=11) yer almaktadır.

Türkiye'deki Suriyelilere bakış açısında var olan kamplaşmanın gazetelere de yansıdığı görülmektedir. Bu kamplaşmanın bir tarafında, Suriyelilerin uyum meseleleri bağlamında bir sorun olarak inşa edildiği bir yaklaşım söz konusudur. Erdoğan'ın (2020:55) Suriyeliler Barometresi 2019 araştırmasına göre Türklerin, Suriyelileri, "Bize ileride çok sorun açacak tehlikeli insanlar" olarak tanımladıkları görülmüştür. Suriyeliler, kültürel açıdan farklı ve ekonomik olarak da yük olarak görülmektedirler. Türklerin Suriyelilere yaklaşımında bir "sosyal mesafe" bulunmaktadır (Erdoğan, 2020:57). Suriyeliler, medyada yer alan tartışmalarda topluma uyum sağlayamamalarının yanında aynı zamanda bir güvenlik sorunu ve demografik yapıyı bozucu bir tehdit olarak görülmektedirler. Kamplaşmanın diğer tarafında ise, sorun temelli bir yaklaşımdan ziyade, Suriyelilerin ekonomik katkılarına ilişkin tartışmalar vardır (Koyuncu, 2016; ORSAM ve TESEV, 2015; İçduygu, 2016). Aynı zamanda, bu bakış açısında Suriyeliler, güvenlik sorunundan ziyade, temelde insani kriterler etrafında ele alınması gereken bir topluluktur. Çünkü bu insanlar zorunlu bir göç sonucu Türkiye'ye gelmişlerdir. Bu durum da savaş mağduru olmaları algısını güçlendirmektedir.

Türkiye'nin göçmen politikasına eleştiride, çocukları doğrudan hedef alan haberlerden ziyade çoğunlukla göçmen politikalarının sonucu ortaya çıkan sorunlar bağlamında çocukların haber yapıldığı görülmektedir. Bunlar arasında; "Türkiye'de her gün 300 Suriyeli çocuk dünyaya geliyor" (Sözcü, 29.07.2019), "Türkiye'deki Suriyeli gerçeği" (Sözcü, 24.07.2019) gibi demografik tartışmalar, "3 buçuk milyon Suriyeli'den şimdiye kadar 79 bin 820'si Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlığına kabul edildi. Bu rakama çocuklar da dâhil" (Sözcü, 26.01.2019) şeklindeki vatandaşlık tartışmaları ve "1 milyon 696 bin Suriyeli'ye her ay 225 milyon lira harçlık veriyoruz." (Sözcü, 28.06.2019) şeklindeki ekonomik yardımlara yönelik eleştiriler, çocuk işçiliği, çocuk evlilikleri gibi sorunlar, uygulanan göçmen politikalarının bir sonucu olarak haberlere yansımaktadır. Aşağıdaki gazete haberlerinden doğrudan alıntılar, politikalara dönük eleştirileri yansıtmaktadır:

Türkiye'nin göçmenler için 40 milyar dolara yakın bir para harcadığı söyleniyor bu para ile yeniden bir Halep yaratılabirdi ve Türkiye'deki gariban duruma düşmüş eğitimden uzak kalmış, sağlık hizmetlerinden

yararlanamayan, insanların terk ettiği gecekondu ve kalorifer dairelerinde yaşayan, çocuk yaşta evlendirilen, ikinci eş olmaya ikna edilen, sokaklarda dilendirilen bir Suriyeli göçmen dramı ile karşılaşmazdık. (Sözcü, 1.05.2019)

İstanbul Büyükçekmece’de bir hastanede Suriyeli 14-15 yaşında 150 Çocuğun doğum yaptığını hatırlatan Açıkel (CHP Genel Başkan Yardımcısı), “Bu konuda istatistikler bile yurttaşlardan gizleniyor. Biz Türkiye’de çocuk evliliklerini bitirmeye çalışıyorduk AKP’nin yanlış Suriye ve göçmen politikası yüzünden çocuk evlilikleri çoğaldı. Kayıt dışı istihdamı, çocuk istihdamını azaltmaya, sifıra çekmeye çalışıyorduk, OECD standartlarına ulaşmaya çalışıyorduk bunu hortlattı [...]” diye konuştu. (Sözcü, 1.05.2019)

Gazete haberlerinde, çocukların göreceli olarak olumlu bir çerçevede ele alındığı diğer temalarla karşılaştırıldığında, sonuçları itibarıyla çocukları da ilgilendiren göçmen politikalarının daha eleştirel bir dilde haberlerde yer aldığı tespit edilmiştir. Çocuklar toplumsal vicdanın duyarlı olduğu bir göçmen kesimidir. Açıkça çocuklara yöneltilmeyen eleştiriler göçmen politikalarını hedef alarak toplum nezdinde de meşruluk kazanabilmektedir.

Haberlerde yer alan Batı politikasına eleştiri, Batı ülkelerinin uyguladığı politikaların insani olmayan yönlerine vurgu yapmaktadır. Çoğunluğu Sabah Gazetesi’nde yer alan Batı politikasına eleştiri içerikli haberlerde, Batı’nın yaşanan dram karşısındaki sessizliğinden, toplumda gittikçe artan ırkçılığın çocuklara yansımından söz edilmekte ve medya da bu politik söylemin tamamlayıcısı olarak yer almaktadır. “Batı, annelerin feryadını duymadı” (Sabah, 28.06.2019), “Çekya vicdansız olduğunu gösterdi” (Sabah, 17.09.2018), “Meksika ABD sınırındaki dram Aylan bebeği hatırlattı” (Sabah, 26.06.2019), “İngiltere’de mülteci Cemal’e ırkçı saldırıda takipsizlik kararı” (Sabah, 31.03.2019), “Annesi de ırkçı çıktı” (Sabah, 3.12.2018), “İngiltere’de mülteci çocuğun kız kardeşi de saldırıya uğramış” (Sabah, 29.11.2018), “İngiliz medyası ırkçıların ekmeğine yağ sürüyor”(Sabah, 29.11.2018) türü haberlerde bir yandan politika düzeyinde Batı eleştirisi söz konusuken, diğer yandan halkın ve medyanın bu politikaları destekleyen nitelikteki tutum ve davranışları da eleştirilmektedir. Sözcü Gazetesi’nde yer alan Batı politikasına eleştiri içerikli haberde ise, Türkiye’nin uyguladığı politikaya dolaylı bir gönderme bulunmaktadır. Buna göre Türkiye’nin politikası, Batı ülkelerini yaşanan insani dramı ortadan kaldırmak için sorumluluk alma zorunluluğundan kurtarmaktadır:

Bakalım, Halime’nin çöpteki sessiz feryadı, göç sorununu görmezden gelen, bizim gibi ülkelere havale eden dünyanın dikkatini çekip, gelişmiş, zengin ülkelere hamle yaptırmaya yetecek mi? (Sözcü, 26.09.2018)

Sabah Gazetesi’nde yer alan Türkiye’nin göçmen politikasına övgü niteliğindeki haberlerde Türkiye’nin, “masum sivillerin hayatını kurtaran”, Suriyeli çocukların kendi ülkelerinde yaşamlarını sürdürebilecekleri bir ortamın tesisinde önemli bir rol oynayan ve aynı zamanda çocukların eğitimine yönelik olumlu adımlar atan bir ülke olarak yer aldığı görülmektedir.

Köşe yazılarında gazetelerin sahip olduğu ideolojik farklılıklar göçmen politikalarına yönelik yaklaşımlarda oldukça belirgindir. Farklı kampta yer alan her iki gazetede köşe yazılarına bakıldığında, Sabah Gazetesi’nde Batı medyası eleştirisi ve Türkiye politikasına övgü öne çıkarken, Sözcü Gazetesi’nde Türkiye politikasına eleştiri öne çıkmaktadır. Sözcü Gazetesi’nde yer alan köşe yazılarının yarısından fazlası göçmen politikalarına ilişkin yazılardır. Bu yazıların ise neredeyse tamamı Türkiye’nin politikasını eleştiren niteliktedir. Köşe yazılarında, gazetenin politik tutumunun haberlere kıyasla daha açık gözlenebilir olduğunu söylemek mümkündür. Sözcü Gazetesi’ndeki köşe yazıları, Türkiye politikasını, vatandaşlığa geçme, beka sorunu, eğitimde pozitif ayrımcılık tanınması gibi konularda eleştirmektedir. Köşe yazısında Suriyeli çocuklar Türkiye’nin geleceği için bir tehdit olarak çerçevelenmektedir:

Halen Türkiye’de yaşayan bu Suriyelilerin yüzde 60’ı 18 yaşından küçük. Bu demektir ki başımıza açtığımız bela önümüzdeki yıllarda, çocuklar büyüyünce daha da yoğunlaşacak. (Sözcü, 27.01.2019)

Asker çocuklarına tanınmayan, sadece şehit çocuklarına tanınan eğitim ayrıcalığı, Suriyelilere verildi. (Sözcü, 19.12.2018)

Göçmen politikalarıyla ilgili haberlerde, Suriyeli çocukların sıklıkla haberin öznesi değil nesnesi olarak ele alındığı görülmektedir. Sözcü Gazetesi’nde dış politikanın, Sabah Gazetesi’nde ise Batı ülkelerinin göç politikalarının çocuklar üzerinden tartışıldığı görülmektedir. Gerek Türkiye’nin gerekse Batı ülkelerinin politikalarının eleştirildiği bir araca dönüşen çocuklar, haberlerde vatandaşlık, kültür, eğitim, demografik yapı gibi sorunlar bağlamında çerçevelenmektedir. Böylece çocukların, haberlerde ülke politikalarını eleştiri unsuru olarak yer aldığı görülmektedir.

Belli gruplar tarafından paylaşılan, toplumsal belleğin temeli olan ideolojiler, inançların temel sistemleridir (Van Dijk, 2003:24). Diğer bir ifadeyle ideolojiler, aynı grubun üyelerinin belli bir durum ve olay karşısında, ortak ve tutarlı inançlar ve değerler üretmesinde temel bir işlev görür. Göç olgusu da bunlardan biridir. Göçmenlere ilişkin üretilen önyargı ve ırkçı tutumlar, “Ötekilerin olumsuz özellikleri hakkındaki bazı temel inançlar tarafından yapılandırılabilir” (Van Dijk, 2003:24). İdeolojiler, aynı zamanda ortak değerleri paylaşan grup üyelerinin, yeni olaylar karşısında yeni toplumsal düşüncelerin

edinilmesine ve yayılmasına da olanak sağlar (Van Dijk, 2003:25). Söylem ve güç arasında bir ilişki bulunmaktadır. Medyanın kendisi de bir güç kaynağıdır ve söylemi kontrol eden güç sahibi grupların, başkalarının zihin ve eylemlerini de etkileme gücü vardır (Van Dijk, 2001:355). Dolayısıyla söylemi kontrol etmek ve zihinleri yönlendirmek, hegemonyanın yeniden üretildiği bir güce karşılık gelir (Van Dijk, 2001:357). İdeolojik olarak anlamlandırabileceğimiz haberler, içinde üretildiği toplumsal yapıda, aynı zamanda toplumsal söylemi de barındırır. Söylemsel olarak Öteki'nin inşası, göçmenleri "Onlar" olarak dış grup üyesi şeklinde tanımlayarak, bireysel bir vurgulama yapmaksızın, genellenmiş ifadeler kullanılması yoluyla gerçekleşir (Van Dijk, 2003:65). Göçmen politikalarına yönelik haberlerde de Suriyelilerin, homojenleştirilerek "Biz" ve "Onlar" arasındaki farklılık temelinde ele alındığı görülmektedir. "Biz"den olmayana ilişkin temsiller, tutumlar aracılığıyla söylemlere aktarılır. Genellikle ideolojik söylemler, göç karşıtı olsun ya da olmasın, göçün, ülke için bir yük, kültür için bir tehdit olduğunu vurgulayan ya da eşitlik, hoşgörü, kardeşlik gibi genel insani değerlere dayalı, savunulmaya gerek duyulmayan geleneksel temaları barındırırlar (Van Dijk, 2003:67). Her iki gazetede de bu yaklaşımı görmek mümkündür. Göç karşıtı bir ideolojik konumlanışta, en temel söylemler; "ekonomik yük", "kültürel tehdit" iken, diğer kampta, temel söylemler; "kardeşlik", "mazlum ve mağdura el uzatma" olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Medyada yer alan haberlerin ele aldıkları sosyal sorunları çerçeveleme şekilleri, soruna bakış açısını önemli ölçüde etkilemektedir. Bunun en anlamlı örneklerinden birisi, Suriye'de yaşanan iç savaş sonucu ülkeyi terk etmek zorunda kalan Suriyelilerin yaşadıkları insani dramın, kıyıya vurmuş cansız bir çocuk bedeninin medyada yer almasıyla birlikte Türkiye ve dünya medyasının gündemine oturmasıdır. 2015 yılında, üç yaşındaki Suriyeli Aylan Kurdi'nin ailesiyle Türkiye'den Avrupa'ya kaçmak isterken teknelerinin batması sonucunda, kıyıya vuran cansız bedeninin medyaya yansımalarının ardından Suriyeli mülteci sorununa uluslararası bağlamda farklı bir açıdan bakılmaya başlanmıştır. Diğer bir ifadeyle, mültecilerin yaşadıkları dram daha görünür hale gelerek, mülteci akımı ile karşılaşan ülkeler açısından bir güvenlik meselesi olarak ele alınmasının ötesinde, sorunun insani boyutu ön plana çıkmıştır. Suriyelilere dair medyada yer alan haberler, halkın algılarının ve düşüncelerinin şekillenmesine etki etmektedir. Suriyeli çocukların medyadaki temsilinin anlaşılması, Türk toplumunun Suriyelilere ilişkin yaklaşımına etkisi bakımından önemlidir.

Bu araştırma kapsamında, Türkiye'de Suriyeli çocuklara dair yapılan haberler, birbirine zıt görüşlü iki gazetenin haberleri analiz edilerek incelenmiştir. Ele alınan iki gazeteyi Suriyeli çocuklara dair haber sayıları açısından karşılaştırdığımızda, Sabah Gazetesi'nde 294 ve Sözcü Gazetesi'nde ise 94 habere ulaşılmıştır. Sabah Gazetesi'nde Suriyeli çocuklara dair daha fazla haberin yer alması, bu sorunlara kamuoyunun dikkatini çekme ve mevcut yönetimin uyguladığı politikaları destekleme yönünde bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Sözcü Gazetesi'nde yer alan haberlerde ise, yürütülen politikalara eleştiri söz konusudur. Gazete haberlerinin beş tema etrafında kodlanması sonucunda, temaların haberlerde görülme sıklığı toplamda 466'dır. Haberlerin içerisinde en sık karşılaşılan ilk üç tema sırasıyla; trajedi (n=170, %36), uyum ve toplumsal kabul (n=94, %20) ve destek ve koruma (n=80, %17) olmuştur. Sabah Gazetesi'nde sıklıkla yer alan ilk üç tema ise sırasıyla şunlardır: Trajedi (n=133, %38), uyum ve toplumsal kabul (n=78, %22) ve destek ve koruma (n=65, %19). Sözcü Gazetesi'nde ise en sık karşılaşılan ilk üç tema sırasıyla; trajedi (n=37, %32), göçmen politikaları (n=27, %23) ve güvenlik sorunları (n=21, %18) olmuştur. Trajedi ve destek ve korumaya dair haberlerin yüzdelik oranı Sabah ve Sözcü Gazetesi'nde birbirine yakın olmakla birlikte uyum ve toplumsal kabul temasında Sabah Gazetesi'nde daha fazla sayıda haberin (Sabah n=78, Sözcü n=16) yer alması dikkat çekicidir. Bunun da yine Sabah Gazetesi'nin Suriyelilerin toplumsal uyum ve kabulünün gerçekleşmesi yönünde yürütülen politikaları destekleyici tutumuyla bağlantılı olduğu düşünülebilir. Her iki gazetede de incelenen haberlerde eğitim sorunları, buna yönelik üretilen çözümler, eğitim hakkı ve trajedi haberleri en sık rastlanan haber içerikleri olmuştur.

Suriyeli çocuklara dair haberler, beş tema ve on dokuz kategori etrafında kodlandıktan sonra, bu haber içeriklerine hâkim dört temel çerçeve tespit edilmiştir: Çözüm çerçevesi, yardım ve güçlendirme çerçevesi, mağduriyet çerçevesi ve politika çerçevesi. Gazetelerin haberleri aktarmada ağırlıklı olarak hangi çerçeveleri kullandıkları, Suriyeli çocuklara ilişkin hangi noktaları vurguladıklarını ortaya çıkarmıştır. Çerçeveleri haberlerde yer alma sıklığına göre değil ancak bir sorunu ele almada kullanılabilecek mantıksal bir dizgede sıralarsak ilk olarak, Suriye iç savaşı sonrası Türkiye'ye yönelik yoğun göçmen akımı ile birlikte uygulanan politikalara ilişkin tartışmaları kapsayan politika çerçevesinden söz edebiliriz. İkinci sırada, bu göçmenlerin savaş sonucu, göç yolunda ve sonrasında karşılaştıkları trajik olayları ortaya koyan mağduriyet çerçevesi gelmektedir. Üçüncü sırada ise, Suriyelilere yapılan sağlık, sosyal ve ekonomik yardım ve destekleri kapsayan yardım ve güçlendirme çerçevesi yer almaktadır. Dördüncü olarak ise, Suriyeli çocukların sosyokültürel uyumunu eğitim aracılığıyla sağlamaya odaklanan çözüm çerçevesinden söz edilebilir. Gazetelerdeki çerçevelemeyi, temel farklılıkları açısından ifade etmek gerekirse, politika çerçevesinde Sabah Gazetesi'nde Batı politikalarının ırkçı, ayrımcı ve dışlayıcı karakteri sunulurken, Sözcü Gazetesi'nde Türkiye'nin politikaları, ekonomik ve toplumsal sonuçları bakımından eleştirilmiştir. Mağduriyet çerçevesinde, her iki gazetede de çocukların masumiyeti ve ahlaki, toplumsal değer yargıları temelinde mazlumun yanında olma, olumlu biçimde yansıtılırken, Sabah Gazetesi'nde ayrıca Batı ülkelerinde Suriyeli

çocuklara yönelik damgalayıcı, dışlayıcı tutumlar eleştirilmiştir. Yardım ve güçlendirme çerçevesinde, bilhassa eğitim alanında yapılan yardım ve destekler her iki gazetede de olumlanırken, Sabah Gazetesi'nde ayrıca devlet kurumları tarafından sağlanan desteklere de yer verilmiştir. Çözüm çerçevesinde ise, her iki gazetede de eğitim, temel bir hak olarak, çocukların okul ortamında ve toplumsal hayatta dışlanmasıyla mücadelede en etkili işlevsel araç olarak sunulmuş ve çocukların sosyokültürel uyumunun anahtarı olarak yansıtılmıştır. Ancak Sözcü Gazetesi'nde aynı zamanda kültürel temelli uyum sorunlarının varlığı da vurgulanmıştır.

Medyada Suriyeliler'den, sıklıkla "sorun" olarak bahsedilmesine rağmen Suriyeli çocuklar söz konusu olduğunda, göçmenlerin yaşadıkları mağduriyetlerin gerçekliğine dair kamuoyunu ikna etmeye dönük bir çerçeveden söz etmek mümkündür. Suriyeliler denildiğinde akla ilk olarak gelen dezavantajlı gruplardan biri savaş mağduru çocuklardır. Çocuklar, Suriyeli sorununun medyada çocuk hakları ve insan hakları temelinde tartışılmasına yol açan farklı konular etrafında gündeme gelmektedir. Bu konular, yetişkin Suriyelileri ilgilendiren sorunlardan farklı bir niteliktedir. Bu farklı temalar, eğitim hakkı, çocuk işçiliği, dilencilik, istismar ve insan ticareti gibi başlıkları içermektedir. Suriyeli çocuklara dair haberlerde çocuklar, genel olarak göç sürecinin masum kurbanları olarak temsil edilmektedirler. Dolayısıyla Suriyeli çocukların yaşadıkları sorunların insani bir düzlemde ele alınarak mağduriyet çerçevesine yerleştirildiğini söylemek mümkündür.

Gazetelerde çocukların, "mağdur" ve "kurban" olarak yer aldıkları haberlerin teması çoğunlukla trajedidir. Çocuklar özellikle kaza, suç, şiddet mağduru olarak temsil edilmiştir. Bu bulgu daha önce yapılmış araştırmalarla da benzerlik göstermektedir (Gencel Bek, 2011; Kuş vd., 2016; Yıldız, 2018). Haberlerde çocuklar, ülkelerinde yaşanan iç savaşın mağdurları olarak aynı zamanda yardım edilmesi gereken bir kesimi oluşturmaktadır. Haber çerçevelerinin üretimi kültürden bağımsız değildir. Bu bağlamda, Türk toplumu da çocuklara yardım elini uzatan, vicdanlı olma özellikleriyle vurgulanmıştır. Çocuklara yardım ve destek verilmesi gereken en önemli alan olarak eğitim haberlere yansımıştır. Nitekim Suriyeli çocukların en önemli sorunlarından biri eğitimidir. Her iki gazetenin haberlerinde benzer şekilde, mağdur çocukların eğitimi çözüm çerçevesinde ele alınmıştır. Bu anlamda, her iki gazetede de çocukların topluma uyumu için çözüm önerisi olarak eğitimin sunulduğunu ifade etmek mümkündür. Yaşanan insani krizin görünürlüğünün artmasıyla birlikte, Suriyeli çocukların mağduriyetinin giderilmesine yönelik çözümler, özellikle de eğitim alanında atılan adımlar önem kazanmıştır. Bunun paralelinde gazetelerde yer alan haberlerde, çocukların eğitim yoluyla topluma uyumlarının sağlanması konusuna odaklanılmıştır. Bu bağlamda, çocukların temel bir insan hakkı olan eğitim sürecine dâhil olabilmeleri, bu sayede sosyal uyum konusunda da başarılı olabilmeleri için yapılan etkinliklerin, projelerin, atılan adımların haberlerde sıklıkla yer aldığı görülmektedir. Ancak bu haberlerde Suriyeli çocukların eğitime erişimindeki engeller ve nedenlerine ilişkin yorumların eksikliği dikkat çekmektedir.

Suriyeli çocuklara dair haberlerde, genel olarak mültecilerle ilgili olan haberlerden farklı olarak yerleşik toplum tarafından üretilen önyargıların önemli ölçüde azaldığı gözlenmiştir. Çocukların uyum sürecinin en etkili aktörleri olduğu, haberlerin alt metninde yer almaktadır. Bilhassa Sabah Gazetesi'nde eğitimin, çocukların topluma sosyokültürel açıdan uyum sağlamasında temel bir çerçeve olarak yer aldığı görülmüştür. Haberlerde yer alan Suriyeli çocuk temsillerinde, çocuklara dönük ayrımcılığın ve önyargının azaltılmasında eğitim şemsiyesi altında yürütülen faaliyetlerle, farklı kültürden gelen çocukların birbirlerini çok daha kolay kabul etme ve birbirlerinin kültürlerinden etkilenmelerine vurgu yapılmaktadır. Burada eğitimin birleştirici işlevi görünür olmaktadır. Haberlerde sıklıkla, okul ortamında düzenlenen sosyal ve kültürel faaliyetlerin etkileşimsel yönü ve iletişime katkısı vurgulanmaktadır. Bu anlamda çocuklar, eğitim sistemi aracılığıyla birbirleriyle etkileşim halinde olduklarında, toplumda yabancılara yönelik ayrıştırıcı tutumun değiştirilmesinde belki de en etkili aktörlerinden biri haline gelmektedir.

Ulusal medyada farklı konumlanmaları temsil eden Sabah ve Sözcü Gazetesi'nde göçmenlere dair haberlerde, Suriyeli çocukların daha çok haberin öznesi olmaktan ziyade aileleriyle birlikte haberlerde konumlandırıldığı görülmüştür. Diğer bir ifadeyle, çocuklar, birey/aktör olarak haberlerde yeterince görünür değildir. Genel olarak Suriyeli çocuklar gazete haberlerinde, özellikle trajedi ve dram haberleri bağlamında yardım edilmesi gereken masum mağdurlar olarak temsil edilmişlerdir. Gazete haberlerinin söylemlerini ele aldığımızda, her iki gazetede de Suriyeli çocuklar uyum ve çatışma gibi siyah-beyaz gibi bir karşıtlıktan ziyade, karşıt duyguların birlikte yer aldığı bir şekilde temsil edilmiştir. Bu ikiliğin temelinde, Türk kültüründe düşküne yardım etmenin temel ahlaki bir değer yargısı olarak kabul edilmesinin yanında; Suriyeli çocuklara ve genel olarak Suriyeli göçmenlere dair yaklaşımda göçmenlerin ülke ekonomisine, sosyal ve idari yapıya getirdiği yükler açısından bir sorun olarak görülmesi bulunmaktadır. Bu ekonomik yük, ihtiyaç durumunda olana yardım etme yönündeki ahlaki değer yargıları ile bunun ekonomik olarak maliyeti arasında yaşanan çelişkili duyguları gündeme getirmektedir. Ayrıca çocuklar söz konusu olduğunda eğitim gibi temel bir haktan yararlanmaları ve eğitim uyumlarının güçlendirilmesi farklı kampta yer alan her iki gazetede de olumlu olarak değerlendirilmiştir. Bu nedenle, Türkiye'de geçici koruma kapsamında yaşayan Suriyeli çocukların eğitimine dair bütünlüklü bir eğitim politikasına duyulan ihtiyaç, bu araştırmanın düşündükleri bağlamında vurgulanabilir. Haberlerde Batı ülkelerinin Suriyeli çocukların gelecek inşasında yeterli sorumluluğu üstlenmediği bir politika eleştirisi olarak yer almaktaysa da, asıl vurgulanması gereken eğitim sorunlarının çözülmesinde uluslararası desteğin gerekliliğidir. Eğitim, çocukların sadece yaşadıkları topluma uyum

sağlaması açısından değil, aynı zamanda evrensel düzeyde çağın gereklerine uygun yeterlilikleri edinmesi bakımından da önemlidir.

Çalışma, sınırlı sayıda gazete ve zaman periyodu ile kısıtlandığından, sadece ulusal medyada yer alan iki gazetenin haberlerinin analizinden yola çıkılarak Türkiye’de yaşayan Suriyeli çocuklara dair bütüncül bir resim elde etmenin mümkün olmayacağı ortadadır. Ancak dikkat çeken bir nokta olarak, her iki gazetede haberlerde çocukların bağımsız bireyler ve özne olarak ele alınmadıkları ve gazete başlıklarında da doğrudan haber yapılmadıkları görülmüştür. Bu durumun, Suriyeli çocukları görünmez kıldığını söylemek mümkündür. Suriyeli çocukların sorunlarının önümüzdeki yıllarda daha da artacağı düşünülürse, medyanın ve halkın gündeminde bu sorunların tartışılmaya başlanması bir gerekliliktir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler, Suriyeli çocukların özne olarak tanınması, başta eğitim olmak üzere toplumdaki sorunlarının gündeme getirilmesi ve geleceğe dönük politikaların oluşturulmasına dikkat çekme açısından önem taşımaktadır. Gelecekte yapılacak çalışmalarla dezavantajlı gruplar olarak göçmen çocukların farklı araştırmalarla ele alınması gereklidir. Ayrıca, haberlerde genel bir kategori olarak çocukların haberleştirilmesinin ötesinde, özellikle kız çocuklarının sorunları ve bu sorunların çözümüne dönük politikaların vurgulanması da büyük önem arz etmektedir.

Göçmenlerin medyada temsili ulusal ve uluslararası politik alanda ortaya çıkan gelişmelerden bağımsız değildir. Medyanın politik işlevi düşünüldüğünde, Türkiye ve Batı ülkelerinin yaşanan insani kriz karşısında konumlanışının haberlerde yansıtılma biçimlerinde önemli bir farklılık gözükmesi anlamlıdır. Göçmen çocuklar, buldukları ülkelerde kalıcı olmaları durumunda çift kimlikli olarak nitelendirilebilecek bir gruba oluşturduğundan düzenli aralıklarla medyada temsil edilme biçimlerinin anlaşılması ulusal göçmen politikalarının ve bu politikalara yönelik eleştirilerin yorumlanmasında önemli bir veri sağlayacaktır. Göçmenlerin bölgesel yoğunluğunun homojen olmadığı düşünüldüğünde, yerel ve bölgesel gazetelerin de araştırma alanına dâhil edilerek ulusal çerçeveye ek bir okuma sağlanması yerel dinamiklerin anlaşılması bakımından değerli bir katkı sağlama potansiyeli taşımaktadır. Haberlerdeki çerçevelerin, sorunun belli yönlerini ortaya çıkarma özelliğiyle gerçekliğin toplumsal inşasında önemli bir güce sahip olduğu düşünüldüğünde, Suriyeli çocukları araçsallaştırmak ve nesneleştirmek yerine eğitim hakkının temel bir çözüm çerçevesi olarak sunulması konunun evrensel boyutunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Toplumsal sorunların anlaşılmasında ve çözümünde makro düzeyde sosyal politikalara, mikro düzeyde bireylerin ihtiyaçlarına ve bu iki düzeyin ilişkisine odaklanmak bütüncül bir yaklaşım geliştirmek açısından önemlidir. Bu anlamda gazetelerin, Suriyeli çocukları ele alış tarzının, sorunların toplumsal, ekonomik ve politik boyutlarını göz ardı etmeden bütüncül bir çerçeveye oturması, kamuoyunun konuyu geniş bir perspektifte değerlendirmesi açısından önem arz etmektedir. Toplum algısının biçimlenmesinde, medya en güçlü araçlardan biridir. Suriyeli çocukları konu alan haberlerin, gerçekliğin hangi yönünü, nasıl yansıttığı konunun toplumsal inşasını derinden etkilemektedir. Suriyeli çocukların damgalanmadan ve dışlayıcı tutumlara maruz kalmadan başta okul olmak üzere sosyalleşme alanlarına dâhil olabilmesi toplumsal kabulün güçlenmesine bağlıdır. Politik olarak araçsallaştırılmış ve nesneleştirilmiş bir temsilden ziyade bir insan hakkı olarak eğitim hakkı ve çocuk hakları etrafında konunun ele alınması ve topluma sosyal uyum için çocukların eğitim sürecine dâhil edilmeleri gerekliliğinin yansıtılması, toplum algısını da bu yönde etkilemesi bakımından Suriyeli çocukların eğitim sürecine önemli bir katkı sunacaktır.

Kaynakça

- Akgül Gök, F. A., & Gökçearsan Çıfci, E. G. (2017). Position of the Syrian refugee children in printed media. *Border Crossing*, 7(2), 231-248. DOI: <https://doi.org/10.33182/bc.v7i2.463>
- Alp, H. (2018). Suriyeli Sığınmacılara Yönelik Ayrımcı ve Ötekileştirici Söylemin Yerel Medyada Yeniden Üretilmesi. *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(15), 22-37.
- Ardıç Çobaner, A. (2015). Çocuk Hakları Bağlamında Suriyeli Mülteci Çocukların Haberlerde Temsili. *Marmara İletişim Dergisi*, 24, 27-54. DOI: 10.17829/midr.20152419996
- Arslan, A. (2011). Medyanın birey, toplum ve kültür üzerine etkileri. *Journal of Human Sciences*, 8(1), 1-12.
- Atasü Topcuoğlu, R. (2019). Türkiye’de Göçmen Çocukların Katılım Hakkı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 408-430.
- Bourdieu, P., & Passeron, J. C. (1990). *Reproduction in education, society and culture*. London: Sage Publications.
- Carragee, K. M., & Roefs, W. (2004). The neglect of power in recent framing research. *Journal of communication*, 54(2), 214-233. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2004.tb02625.x>
- Castles, S., & Miller, M. J. (2008). *Göçler çağı: Modern dünyada uluslararası göç hareketleri* (B. U. Bal ve İ. Akbulut, Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

- Crabtree, B. F., & Miller, W. L. (1992). *Doing Qualitative Research (Research Methods for Primary Care Volume 3)*. California: Sage Publications.
- Demir Başaran, S. (2021). Suriyeli Mülteci Öğrencilerin Öğretmeni Olmak: Öğretmenlerin Okul Deneyimleri. *Eğitim ve Bilim*, 46 (206), 331-354. DOI: <http://dx.doi.org/10.15390/EB.2020.9182>
- Entman, R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of communication*, 57(1), 163-173. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2006.00336.x>
- Erdoğan, İ. (2011). Gündem Koyma ve Saptama Yaklaşımında Bir Araştırma Geleneği ve Tasarımı Olarak Çerçeveleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(1), 48-62.
- Erdoğan, İ. (2014). Siyasal Liderlerin Haber Fotoğraflarında Görsel Çerçeveleme Yanlılığı: 2014 Türkiye Yerel Seçim Kampanyası Örneğinde Gazete Haberciliğinin Karşılaştırmalı Çözümlemesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 39, 1-25.
- Erdoğan, M. (2014). *Türkiye'deki Suriyeliler: Toplumsal kabul ve uyum araştırması*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Göç ve Siyaset Araştırmaları Merkezi.
- Erdoğan, M. (2020). *Suriyeliler Barometresi 2019, Suriyelilerle Uyum İçinde Yaşamın Çerçevesi*. Ankara: Orion Kitabevi.
- Erdoğan, M., Kavukçuer, Y., & Çetinkaya, T. (2017). Türkiye'de yaşayan Suriyeli mültecilere yönelik medya algısı. *Özgürlük Araştırmaları Derneği*, 5, 1-25.
- Erken, F., & Atabek, N. (2016). Suriye Haberlerinin Türkiye Basınında Çerçevesi. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 42, 77-94.
- Georgiou, M. ve Zaborowski, R. (2017). Council of Europe report. Media coverage of the "refugee crisis": a cross-European perspective. Council of Europe. <https://edoc.coe.int/en/refugees/7367-media-coverage-of-the-refugee-crisis-a-cross-european-perspective.html> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 12.06.2021.
- Goffman, E. (1986). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Göker, G., & Keskin, S. (2015). Haber medyası ve mülteciler: Suriyeli mültecilerin Türk yazılı basınındaki temsili. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 41, 229-256.
- Göktuna Yaylacı, F., & Karakuş, M. (2015). Perceptions and newspaper coverage of Syrian refugees in Turkey. *Migration Letters*, 12(3), 238 – 250. DOI: <https://doi.org/10.33182/ml.v12i3.277>
- Gölcü, A., & Dağlı, A. (2017). Haber Söyleminde 'Öteki'yi Aramak: Suriyeli Mülteciler Örneği. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 28, 11-38. DOI: <https://doi.org/10.31123/akil.437410>
- İçguygu, A. (2016). Turkey: Labour Market Integration and Social Inclusion of Refugees. European Parliament, Economic and Scientific Policy, Brussels. <http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 17.04.2021.
- Koyuncu, A. (2016). Nimet mi? Külfet mi? Türkiye'nin Suriyeli Sığınmacıları ve Göç Ekonomisi Üzerine Bir Derkenar. A. Esen ve M. Duman (Ed.), *Türkiye'de Geçici Koruma Altındaki Suriyeliler: Tespitler ve Öneriler içinde* (s.189-213). İstanbul: Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi Vakfı (WALD) yayınları.
- Kuş, Z., Karatekin, K., Öztürk, D., & Elvan, Ö. (2016). When the child gets in the news? A case study on the national written media in Turkey. *Educational Media International*, 53(2), 118-138. DOI: <https://doi.org/10.1080/09523987.2016.1211337>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis*. (2. bs.). California: Sage Publications.
- ORSAM ve TESEV (2015). *Suriyeli Sığınmacıların Türkiye'ye Etkileri 2015*, ORSAM Rapor No: 195, Ocak 2015. <https://orsam.org.tr/tr/suriyeli-siginmacilarin-turkiye-ye-etkileri/> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 07.04.2021.
- Özer Yürür, Y., Komsuoğlu, A., & Ateşok, Z. (2016). Türkiye'deki Suriyeli Çocukların Eğitimi: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Asos Journal*, 37, 76-110. DOI: 10.16992/ASOS.11696
- Pandır, M., Efe, İ., & Paksoy, A.F. (2015). Türk Basınında Suriyeli Sığınmacı Temsili Üzerine Bir İçerik Analizi. *Marmara İletişim Dergisi*, 24, 1-26. DOI: : 10.17829/midr.20152419995
- Rosen, R., & Crafter, S. (2018). Media representations of separated child migrants: From Dubs to doubt. *Migration and Society*, 1(1), 66-81. DOI: <https://doi.org/10.3167/arms.2018.010107>

- Sarier, Y. S. (2020). Türkiye'de mülteci öğrencilerin eğitimi üzerine bir meta-sentez çalışması: Sorunlar ve çözüm önerileri. *Eğitimde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 3(1), 80-111.
- Sarıkaya, T. (2020). Çerçeveleme Kuramı Bağlamında Türkiye'nin Suriyeli Göçmenlere Avrupa Sınırlarını Açmasının Gazetelere Yansıması: Sabah ve Cumhuriyet Gazetesi Örnekleri. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 12(4), 402-414.
- Schittenhelm, K. (2011). İkinci Kuşağın Akademik Kariyerinde Statü Geçişleri. A.M. Nohl, K. Schittenhelm, O. Schmidtke ve A. Weiß (Ed.), *Göç ve Kültürel Sermaye, Türkiye, Almanya, Kanada ve Büyük Britanya'da Yüksek Vasıflı Göçmenler* (T. Noyan, Çev.) içinde (s.53-72). İstanbul: Kitap yayınevi.
- Soremski, R. (2011). Göçmen Ailesinin Kültürel Sermayesi: Akademik Vasıflı Göçmenlerin İkinci Kuşağının Eğitim Yönelimleri. A.M. Nohl, K. Schittenhelm, O. Schmidtke ve A. Weiß (Ed.), *Göç ve Kültürel Sermaye, Türkiye, Almanya, Kanada ve Büyük Britanya'da Yüksek Vasıflı Göçmenler* (T. Noyan, Çev.) içinde (s.73-92). İstanbul: Kitap yayınevi.
- Şen, F. (2017). Bir 'Öteki' Olarak Mülteciler: Suriyeli Mültecilerin Anaakım ve Alternatif Medyada Temsili. *Atatürk İletişim Dergisi*, 12, 27-42.
- Taylor, S., & Sidhu, R. K. (2012). Supporting refugee students in schools: What constitutes inclusive education? *International Journal of Inclusive Education*, 16(1), 39-56. DOI: <https://doi.org/10.1080/13603110903560085>
- Türkiye Cumhuriyeti İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Başkanlığı (20.01.2022). Geçici Koruma Kapsamındaki Suriyeliler. <https://www.goc.gov.tr/gecici-koruma5638> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 22.01.2022.
- Türkiye Cumhuriyeti Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü Göç ve Acil Durum Eğitim Daire Başkanlığı (2020). Türkiye'de Yıllara Göre Geçici Koruma Altındaki Eğitim Çağındaki Suriyelilerin Dağılımı. https://hbogm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2020_01/27110237_OCAK_2020internet_BulteniSunu.pdf adresinden erişildi. Erişim tarihi: 26.05.2021.
- Tüzün, I. (2017). Türkiye'de Mülteci Çocukların Eğitim Hakkını ve Karşılıklı Uyumu Destekleyen Yaklaşımlar, Politikalar ve Uygulamalar. *European Liberal Forum*. http://liberalforum.eu/wp-content/uploads/2018/09/publication_final.pdf adresinden erişildi. Erişim tarihi: 12.05.2021.
- UNHCR. (2021). Refugee Population Statistics Database. <https://www.unhcr.org/refugee-statistics/> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 08.07.2022.
- UNHCR. (2020). Refugee Education Report 2020. <https://www.unhcr.org/5f4f9a2b4> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 17.03.2021.
- UNICEF. (2020). Child displacement. <https://data.unicef.org/topic/child-migration-and-displacement/displacement/> adresinden erişildi. Erişim tarihi: 08.07.2022.
- Van Dijk, T. (2001) *Critical Discourse Analysis*. D. Schiffrin, D. Tannen, and H. Hamilton (Eds) in *The Handbook of Discourse Analysis* (pp.352-371). Oxford: Blackwell Publishers.
- Van Dijk, T. (2003). Söylem ve ideoloji: Çok alanlı bir yaklaşım (N. Ateş, Çev.). B.Çoban ve Z. Özarslan (Haz.) *Söylem ve ideoloji: Mitoloji, din, ideoloji içinde* (s. 13-112). İstanbul: Su Yayınevi.
- Yaylacı, F. G. (2017). Eskişehir Yerel Basınında "Mülteciler" ve "Suriyeliler". *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 20(1), 1-40.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (20. bs.). Ankara: Seçkin Yayınevi.

Extended Abstract

Aim and Scope

The phenomenon of migration is an important topic of discussion in many aspects such as economy, politics, culture, education and demographic structure in the agenda of the countries receiving immigration. Forced migration has also become an important factor in global politics and reinforced the roles of interstate organizations such as the United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR), United Nations Children's Fund (UNICEF), which are active in the establishment of a human rights law-based order to protect refugees (Castles and Miller, 2008: 147). The phenomenon of migration, which heavily occupies the national and international agenda, has a significant impact on both the public and immigrants, considering the agenda-setting power of the media. In the social construction of immigration and refugee, it

gives clues about which aspects of reality the media makes visible, how it reflects it and which aspects it hides, as well as how it shapes public perception and reaction.

Although migrant children constitute a group to which economic, social and cultural capital is transferred and in a sense affected by the social reproduction of the disadvantaged position of families, they have different socio-cultural dynamics and problems from their families. However, media representations of children showing their own experiences and status, unlike adult immigrants, were not given due importance (Rosen and Crafter, 2018: 67). The inclusion of children-specific problems in media representations has an important effect on the formation of political responsibility and public support in the solutions produced for these problems.

The sociological origin of the framing approach, which is frequently used in media analysis, is based on Erving Goffman. Goffman, who developed a sociological framing approach in his work "Framing Analysis" (1986), talks about frames that help individuals interpret data in their daily lives. According to Goffman, these frameworks provide interpretation schemes that help individuals perceive events. These frameworks, which have implicit cultural roots, play an important role in reality construction by determining individuals' perception and reaction to new information.

The public perception of the problems of refugee children is shaped around the right to education as a fundamental right. This situation is not independent of the way the media represents the problems. In this respect, the humanitarian approach and interventions to strengthen the social and cultural adaptation of refugee children through education are largely related to the direct or indirect transmission of news texts. However, based on the assumption that migration is traumatic because they are children on their own, children are treated as dependents as members of their families, and the political causes of children's problems are ignored (Rosen and Crafter, 2018: 68). As a matter of fact, it is seen that there are not enough studies on media representations that focus only on refugee children. However, considering the relationship of the media with the political and social sphere, the representation of children in the media is important in terms of understanding both the public's perception of refugee children and the positioning of policies. News can be influenced by the cultural structure, as well as reconstruct reality in relation to power and can be a social transmission mechanism of an exclusionary, marginalizing or inclusive discourse about a social phenomenon (Carragee and Roefs, 2004). News frames, on the other hand, gain an instrumental function regarding the discourse in question. The news frames produced for Syrian children can enter certain political patterns by addressing one aspect of reality and can function as a political message transmitter. The contents of political messages also direct the public by drawing the attention of the reader to different dimensions of the problem.

Methods

The news about Syrians in Turkey differs according to the ideological camp in which the media is located. The media coverage of migration is framed around positive or negative elements in terms of both its causes and consequences. In order to answer the question in which frameworks Syrian children are represented in newspaper news, newspapers that support and oppose government policies in Turkey were grouped with purposive sampling method (Yıldırım and Şimşek, 2011) and Sabah and Sözcü newspapers were selected as the newspapers with the highest circulation in each camp. In the first stage of collecting the research data, the news about Syrian children in the news sites of these newspapers in the one-year period between 1 August 2018 and 1 August 2019 were examined. 294 news were reached in Sabah newspaper and 94 news in Sözcü newspaper. Since the news frames are not visible at first glance in the text, qualitative and quantitative content analysis techniques were used to determine these frames (Yıldırım and Şimşek, 2011; Crabtree and Miller, 1992; Erdoğan, 2014:9). General theme titles were created by re-reading the news about Syrian children and making use of the relevant literature. As a result of the analysis of the research data, five themes and categories belonging to these general themes were determined. After the themes and categories were determined, the news frames were determined by using the literature (Erken and Atabek, 2016:85-86; Şen, 2017:35; Çobaner, 2015; Sarıkaya, 2020; Yaylacı, 2017) on which frameworks these themes and categories were presented. In the last stage of the data analysis, in the light of these codings, the frequency distribution and percentages of the data obtained using the SPSS program were evaluated, and tables showing the frequency of the repetitions of the themes and categories in the news were prepared with the frequency analysis. After the news analyzed within the scope of the research were coded in the context of the themes and categories, the news frames of each theme and category were interpreted using news samples. In addition, the frequency of occurrence of the themes and categories created was specified, and the data were interpreted on how the news was framed in the context of newspapers.

Findings

Within the scope of the research, a total of 1715 news items containing the term "Syrian" were found in the one-year period between August 1, 2018 and August 1, 2019. It has been determined that 388 news among these news are about Syrian children. 75.8% (294 news) of the news are in Sabah and 24.2% (94 news) are in Sözcü. It has been observed that the

news of Syrian children is given more space in Sabah newspaper. The frequency of the themes in the 388 news analyzed within the scope of the research is 466.

As a result of the examination of newspaper news and related literature, five themes were identified: Integration and social acceptance, Support and protection, Tragedy, Security issues, and Immigration policies. After determining the themes and categories, four news frameworks including these themes and categories were determined by making use of the literature: (1) Solution framework, (2) Aid and empowerment framework, (3) Victimization framework, and (4) Policy framework. Considering the frequency of each theme according to the newspapers; harmony and social acceptance theme (Theme 1) in Sabah (n=78), Sözcü (n=16), support and protection theme (Theme 2) in Sabah (n=65), Sözcü (n=15), tragedy theme (Theme 3) in Sabah (n=133), Sözcü (n=37), security issues theme (Theme 4) in Sabah (n=38), Sözcü (n=21), and immigration policies theme (Theme 5) appears in Sabah (n=36) and Sözcü (n=27).

The theme of cohesion and social acceptance consists of sociocultural cohesion, educational cohesion and benevolence/hospitality/interest categories. In this theme, activities for the integration of Syrian children into society (cultural cohesion, inclusive activities at school, fraternity, friendship, solidarity, activities for recognition, inclusion in the education system, success-oriented activities, school and classroom activities for inclusion, etc.) There are news showing the perception and behavior of children (helpfulness, hospitality, etc.). Adaptation of Syrian children to the social and cultural structure of the society is only possible with their participation in education life. When it comes to children, it is seen that the necessity and positive results of education and socio-cultural harmony are emphasized by using a similar positive language in both newspapers. It is possible to say that positioning over the concept of rights is also effective in the production of news about children, apart from the adaptation function of education. The right to education, which is one of the most fundamental rights for children, prevents the negative attitude of newspapers towards immigration policies.

The theme of support and protection consists of health benefits, struggle for children's rights, economic aid and social aid. These categories include news about the remedial activities of state institutions and non-governmental organizations in the face of the problems experienced by Syrian children (surgery of sick children, vaccination activities, health checks, fight against child labor, educational support for children, child support centers, food aid, financial aid, etc.). It is seen that there is a positive attitude in both newspapers, especially when it comes to the activities carried out for the education of children and the health aids provided to children in need.

There are four categories under the theme of tragedy: tragic events, war victimization, prejudice/stigma/exclusion and migration stories. These categories include news such as death, abduction, injury, accident, fight, illness, loss, murder, fire, rescue, neglect, dramas experienced in refugee camps, prejudices produced by local people, experiences during migration, road stories. The news about the drama and tragedies experienced by immigrants can create a perception in the public about the victimization of immigrants. However, it can be said that rather than being at the center of these news, children are almost removed from being subjects and objectified for a dramatic fiction.

There are four categories under the theme of security problems: Regime violence, terrorist violence, child abuse and irregular migration. The news dealing with the problems faced by Syrian refugees fleeing war and militarist violence were evaluated under this theme. In these news, partial information was provided about the background of the problems experienced by immigrants, and children were represented as a group in need of help within the framework of victimization. Issues that can be considered as child abuse, such as child labor and early marriages, which are considered to pose a threat to the safety and well-being of children from an international perspective of children's rights, were also reported in the newspapers.

The theme of immigration policies consists of categories such as criticism of Turkish policy, praise of Turkish policy, criticism of Western policy, and feedback. In this context, there are discussions on citizenship, praise of Turkey's humanitarian-based policy, news about discrimination in Western countries, racism, and the permanence/temporaryness of Syrians. Among the themes, the most obvious difference between the positioning of the two newspapers is immigration policies. It is seen that the existing polarization in the perspective of Syrians in Turkey is also reflected in the newspapers. Compared to other themes in which children are dealt with in a relatively positive frame in newspaper news, it has been determined that immigration policies, which also concern children, are included in the news in a more critical language. Children, who have turned into a instrument where the policies of both Turkey and Western countries are criticized, are included in the news in the context of problems such as citizenship, culture, education and demographic structure.

Conclusion

The way the news in the media frame social problems significantly affects the perspective of the problems. Within the scope of this research, the news about Syrian children in Turkey were analyzed by analyzing the news of two newspapers that are ideologically different in the media. Four basic frameworks have been identified that dominate the news content about Syrian children: resolution framework, aid and empowerment framework, victimization framework and policy

framework. Which frames the newspapers mainly used to convey the news revealed which points they emphasized about Syrian children. If we rank the frames not according to the frequency of their appearance in the news, but in a logical sequence that can be used to address a problem, we can first talk about the policy framework that covers the discussions of the policies implemented with the intense immigrant influx towards Turkey after the Syrian civil war. In the second place comes the framework of victimization, which reveals the tragic events that these immigrants faced as a result of the war, on the way to migration and after. In the third place is the aid and empowerment framework, which covers health, social and economic aid and support to Syrians. Fourthly, it can be mentioned about the solution framework that focuses on ensuring the socio-cultural adaptation of Syrian children through education. To express the framing in newspapers in terms of their main differences; While the racist, discriminatory and exclusionary character of Western policies was presented in Sabah, Turkey's policies were criticized in terms of their economic and social consequences in Sözcü. Within the framework of victimization, both newspapers reflected positively on the innocence of children and on the basis of moral and social value judgments, while stigmatizing and exclusionary attitudes towards Syrian children in Western countries were also criticized in Sabah. Within the framework of aid and empowerment, aid and support, especially in the field of education, were affirmed in both newspapers, while the support provided by state institutions was also praised in the Sabah. Within the framework of the solution, education was presented as a fundamental right, as the most effective functional tool in combating the exclusion of children in the school environment and in social life, and presented as the key to the socio-cultural integration of children. However, the existence of adaptation problems was also emphasized in Sözcü. The theme of the news in the newspapers in which children appear as "victims" and "victims" is mostly tragedy. Children were especially represented as victims of accidents, crime and violence. This finding is similar to previous studies (Gencel Bek, 2011; Kuş and al., 2016; Yıldız, 2018). In the news about Syrian children, unlike the news about Syrians in general, it has been observed that the prejudices produced by the settled society have decreased significantly. It is even stated in the sub-text of the news that children are the most effective actors in the adaptation process. In the news about immigrants in Sözcü and Sabah, which represent different positions in the national media, it has been seen that Syrian children are mostly positioned in the news with their families rather than being the subject of the news. In a sense, children are not sufficiently visible in the news as individuals/actors. In general, Syrian children are represented in newspaper reports as innocent victims who need help, especially in the context of tragedy and drama. Since the study is limited to a limited newspaper and time period, it is obvious that it will not be possible to obtain a holistic view of Syrian children living in Turkey based on the analysis of the news of only two newspapers in the national media. However, as a striking point, it was seen that children were not considered as independent individuals and subjects in the news in both newspapers, and they were not directly covered in the newspaper headlines. It can be argued that this situation renders Syrian children invisible.

It is important to develop a holistic approach in understanding and solving social problems, focusing on social policies at the macro level, the needs of individuals at the micro level, and the relationship between these two levels. In this sense, it is important for the public to evaluate the issue from a broad perspective that the way the newspapers deal with Syrian children is based on a holistic framework without ignoring the social, economic and political dimensions of the problems. Media is one of the most powerful tools in shaping the perception of society. The news about Syrian children reflects which aspect of reality and how it deeply affects the social construction of the subject. The inclusion of Syrian children in socialization areas, especially in school, without being stigmatized and exposed to exclusionary attitudes, depends on the strengthening of social acceptance. Addressing the issue around the right to education and children's rights as a human right, rather than a politically instrumentalized and objectified representation, and reflecting the necessity of including children in the education process for social cohesion will make an important contribution to the education process of Syrian children in terms of affecting the perception of society in this direction.

İnternet Sitesi Kalite Unsurlarının Elektronik Güven, Memnuniyet ve Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisi

The Effect of Website Quality Elements on Electronic Trust, Satisfaction and Repurchase Intention

Mehmet Ozan Karahan¹

Öz

Çalışmanın ana amacı, eTailQ ölçeği kullanılarak ele alınan internet sitesi kalitesi unsurlarının (tasarım, yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetleri) elektronik güven, memnuniyet ve yeniden satın alma niyetine etkisini belirlemektir. Çalışmanın diğer amaçları ise, elektronik memnuniyetin pozitif elektronik ağızdan ağıza pazarlama (eWOM) ve yeniden satın alma niyetine; elektronik güvenin pozitif eWOM ile yeniden satın alma niyeti; pozitif eWOM'un da yeniden satın alma niyetine etkisini tespit etmektir. Araştırma evreni, çevrim içi alışveriş tecrübesine sahip, 18 yaşından büyük tüketicilerden oluşmaktadır. Çevrim içi ortamda kullanılabilir 384 adet anket elde edilmiştir. Bu verilerin SPSS ile AMOS istatistik programları ile analiz edilmesi sonucunda; internet sitesi kalitesi (eTailQ) unsurlarından yerine getirme hariç; tasarım, gizlilik ve müşteri hizmetleri unsurlarının elektronik güven (e-güven) üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca, tüm unsurların elektronik memnuniyet (e-memnuniyet) üzerinde de anlamlı etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. İnternet sitesi kalitesi unsurlarının tüketicilerin yeniden satın alma niyetleri üzerindeki etkilerine bakıldığında sadece gizlilik ve müşteri hizmetleri unsurlarının anlamlı etkisinin olduğu görülmüştür. Son olarak, e-güvenin e-memnuniyet ve yeniden satın alma; e-memnuniyetin pozitif eWOM ve pozitif eWOM'un da yeniden satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnternet Sitesi Kalitesi, Elektronik Güven, Pozitif Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama, Yeniden Satın Alma Niyeti

Abstract

The main purpose of the study is to determine the effect of website quality elements (design, fulfillment/reliability, security/privacy and customer service) on electronic trust, satisfaction and repurchase intention using the eTailQ scale. The other aims of the study are to determine the effect of electronic satisfaction on both positive electronic word of mouth marketing (eWOM) and repurchase intention; the effect of electronic trust on both positive eWOM and repurchase intention and last the effect of positive eWOM on repurchase intention. The research population consists of consumers over the age of 18 who have online shopping experience. 384 valid and usable questionnaires were obtained on online platform. As a result of analyzing these data with SPSS and AMOS statistical programs, it's seen that design, privacy and customer service elements have significant effects on electronic trust (e-trust) excluding fulfillment/reliability from web quality (eTailQ) elements. It is also understood that all eTailQ elements have significant effects on electronic satisfaction (e-satisfaction). Considering the effects of web quality factors on consumers' repurchase intentions, it can be stated that only privacy and customer service factors have significant effects. Finally, it's determined that e-trust has positive and significant effect on both e-satisfaction and repurchase intention while e-satisfaction has positive and significant effect on eWOM and positive eWOM has positive and significant effect on repurchase intention as well.

Keywords: Web Site Quality, Electronic trust, Positive electronic Word Of Mouth Marketing, Online Repurchase Intention.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M30, M31, M39

Submitted: 14 / 02 / 2022

Accepted: 20 / 09 / 2022

¹ Öğr. Gör., Uşak Üniversitesi, Eşme Meslek Yüksekokulu, Uşak, Türkiye, mozan.karahan@usak.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-7287-5904>

Giriş

İnternet teknolojilerinin gelişmesi, akıllı telefonlarla birlikte mobil uygulamaların zenginleşmesi ve yaygınlaşması, geleneksel mağazacılık hizmeti veren perakende işletmelerin artan maliyetleri nedeniyle zor durumda kalmasına neden olmuştur. Müşterilerin zamandan ve mekândan bağımsız olarak sınırsız alternatiflere sahip olma isteği sebebiyle, elektronik işletmeler (e-işletmeler) çevrim içi ortamda önemli bir perakende mecrası haline gelmiştir. Elektronik pazarlama araştırma şirketi olan E-marketer, 2022 yılı haziran raporunda Amerika Birleşik Devletleri'nde elektronik ticaret (e-ticaret) işlemleri hacminin ilk defa 1 trilyon doları aştığını ifade ederken; 2025 yılında ise bu rakamın yaklaşık olarak 2.4 trilyon dolara ulaşabileceğini ifade etmiştir (Phaneuf, 2022). Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği (TUSİAD) e-ticaret raporuna göre, 2021 yılının ilk yarısında ülkemizde e-ticaret hacmi 161 milyar TL olarak gerçekleşmiş olup geçen yılın aynı dönemine göre %49 oranında artış yaşanmıştır. Elektronik ticaretin bu kadar popüler olması ve hız kazanması, kaçınılmaz olarak yoğun bir rekabeti de gündeme getirmektedir. Alışveriş sıklığının fazla olduğu, müşterilerin satılan mal ve hizmetlerden algıladıkları değere bağlı olarak memnuniyet duygularını göstererek yeniden satın alma davranışında buldukları süreç, işletmeler için ideal bir durumu temsil etmektedir. Müşterilerin yeniden satın alma niyeti göstermesi, mevcut müşterilerin satın alma sürecinden memnun olduğunu ve işletmelerin güvenebilecekleri sadık müşteri kitlesinin var olduğunu göstermesi açısından önemlidir. Yeni müşterileri kazanmanın maliyeti mevcut müşterileri koruyabilmenin maliyetinden fazla olduğu için çevrim içi ortamda hizmet veren işletmelerin en büyük hedefleri de sadık müşteri kitlesi ile kurdukları uzun dönemli bağın devam etmesidir (Yıldız ve Tehci, 2014: 448; Triverdi ve Yadav, 2020: 401).

Çevrim içi yeniden satın alma niyetinin öncüllerinin başında internet sitesi kalitesi gelmektedir. Müşterilerin kendilerini rahat hissettikleri, kolay ve hızlı bir şekilde satın alma sürecini yönetebildikleri bir ortam ve bu ortamın sonucunda kendilerine taahhüt edilen hizmetlerin arzu edilen şekilde ulaştırılması karşılıklı güven ve memnuniyet duygusuna bağlıdır. Özellikle hizmet sektöründe kalite alt unsurlarının birbirinden farklı şekillerde araştırmalara konu oldukları görülürken, çevrim içi alışverişte de durum aynıdır. SiteQual, WebQual ve eTailQ ortak kalite unsurlarına sahip olmalarına rağmen birbirlerinden farklıdırlar. SiteQual kullanım kolaylığı, estetik, tasarım, işlem hızı ve güvenlik boyutlarına sahiptir (Yoo ve Donthu, 2001: 42). Yoo ve Donthu (2001) tarafından geliştirilen bu ölçek satın alma süreci ile ilgili ölçümde başarısız olmuş ve bu nedenle hizmet kalitesini ölçmede yetersiz kalmıştır (Rao ve Rao, 2013: 53). Ayrıca, SiteQual ölçeği yalnızca internet tabanlı alışveriş sitelerinin hizmet kalitesinin tespitine yöneliktir ve bu özelliklerine sahip olmayan farklı yapıdaki internet siteleri için ayrı bir kalite yaklaşımının gerektiği araştırmacılar (Vilaysuk vd., 2018; Ziemba vd., 2017) tarafından ifade edilmiştir (Koç, 2020: 36). WebQual ise, göreve uygun bilgi, etkileşim, güven, tepki süresi, anlama kolaylığı, sezgisel işlemler, görsel çekicilik, yenilikçilik, akış/duygusal çekicilik, tutarlı görüntü, çevrimiçi eksiksizlik ve alternatif kanallardan daha iyi olmak gibi daha karmaşık ve farklı boyutlara sahiptir (Loiaco vd., 2002 : 434). Ölçek, satın alma sürecine girilmeden herkesin yanıt verebileceği şekilde tasarlandığı ve aslında satın alma sürecini barındırmadığı için hizmet kalitesi ifadelerini tam olarak yansıtmadığı yönünde Sriyono vd., 2021: 604; Buia ve Nguyenb, 2017: 3) gibi araştırmacılar tarafından eleştirilmektedir. Araştırmada kullanılan eTailQ internet sitesi kalitesi ölçeği ise; web tasarımı, müşteri hizmetleri, yerine getirme ve gizlilik unsurlarına sahiptir. ETailQ, tüketicileri yüksek düzeyde memnuniyet sağlayacak ve kaliteli bir çevrimiçi alışveriş tecrübesi için katkıda bulunabilecek bir takım hizmet özellikleri içermektedir (Koç, 2020: 37). Diğer geliştirilen ölçeklerden farklı olarak da, hem internet perakendeciliğinde hem de çevrim içi hizmet kalitesi unsurlarını belirlemeye yöneliktir (Li vd., 205: 595).

Literatüre bakıldığında bazı araştırmacıların (Giao vd., 2020; Li vd., 2015; Nguyen vd., 2020 ve Alan, 2020) internet sitesi kalitesi unsurlarının, tüketicilerin e-güven duygusunu doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyerek yeniden satın alma niyetine yönlendirdiği görülmektedir. Elektronik güven, çevrim içi ortamda bir tarafın diğerlerinin eylemlerine karşı, vaat edilen belirli bir eylemi gerçekleştireceğine dair savunmasız olma istekliliğidir. Hissedilen güven duygusu, izleme veya kontrol etme yeteneğinden bağımsız olarak güvenilen için hareket etme alanı yarattığı için son derece önemlidir (Trivedi ve Yadav, 2020: 405). Belirli bir elektronik perakendeciye (e-perakendeci) güvenen bir tüketici, o e-perakendeciye diğer tüketicilere eWOM ile önermek, dolayısıyla da satın alma sürecinden kaynaklı güvenle birlikte duyduğu memnuniyete karşılık olarak satıcısını ödüllendirmek istemektedir (Anderson ve Srinivasan, 2003: 127; Kim vd., 2009: 241; Giao vd., 2020: 356).

Elektronik memnuniyet, müşterilerin çevrim içi ortamda gerçekleştirdikleri her bir mal veya hizmet satın alımından edindikleri tüketim deneyimi ve tatmin birikimi olarak tanımlanmaktadır (Kim vd., 2009: 241). Kavramı oluşturan unsurlara bakıldığında, müşterilerin elde ettiği fayda ve katlanılan fedakârlığın uygunluğu, beklentilere uygun hizmet yeteneği, hizmetlerin kullanımında memnuniyet verici deneyim, doğru seçimler ve genel olarak tatmin edici hizmet öğeleri karşımıza çıkmaktadır (Zainul, 2019: 29). Elektronik memnuniyet, işletmelerin müşteri odaklı pazarlama yaklaşımlarının olumlu ve arzu edilen bir çıktısı olarak değerlendirilirken; müşterilerin memnuniyet düzeylerine göre satın aldıkları mal ve hizmetleri yeniden satın alma eğiliminde oldukları şeklinde de değerlendirilmektedir (Fanani vd., 2020: 3). Tüketiciler, doğaları gereği yaşanan olumlu ve olumsuz deneyimleri paylaşma eğiliminde olduklarından, hissettikleri memnuniyet duygusu ile birlikte çevrim içi ortamda pozitif WOM ile kendileri ile benzer durumdaki tüketicileri de bilgilendirmektedirler (Duarte vd. 2018: 164; Andrian ve Trinanda, 2019: 72).

Elektronik ağızdan ağıza pazarlama, sadece elektronik ticaretin gelişmesi ile değil; özellikle çevrim içi sosyal medya gelişmelerinin de hızla yaygınlaşması ile birlikte işletmeler için son derece önemli hale gelmiştir. Elektronik ağızdan ağıza pazarlama, işletmelerin pazarlama iletişim faaliyetlerine destek olması yanında, tüketiciler açısından da internet siteleri, tartışma forumları, kişisel bloglar, vb. ortamlarda birincil bilgi kaynağı olarak öne çıkmaktadır (Yang, 2017: 94). Tüketiciler, herhangi bir mal ya da hizmeti satın almadan önce, olumlu yöndeki eWOM ifadelerine bakarak satın alma niyetlerini gerçekleştirebilmektedirler (Tandon vd., 2020: 2; Mansourimoayyed vd., 2021: 1128; Murdifi vd., 2021: 198).

Çalışmanın literatür kısmı, çevrim içi satın alma niyeti üzerinde olası etkileri olduğu düşünülen eTailQ internet sitesi kalite boyutları, e-memnuniyet, e-güven ve pozitif elektronik ağızdan ağıza pazarlamadan (eWOM) oluşmaktadır. Araştırma modelini oluşturan tüm unsurların kavramsal çerçevesi ve aralarındaki ilişki ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın amacı, eTailQ ölçeği kullanılarak ele alınan internet sitesi kalitesi unsurlarının (tasarım, yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetleri) elektronik güven, memnuniyet ve yeniden satın alma niyetine etkisini belirlemektir. Çalışmada, eTailQ internet sitesi kalite unsurlarının her birinin, çevrim içi satın almada önemli olan güven, memnuniyet ve yeniden satın alma niyeti gibi değişkenler üzerindeki muhtemel etkisinin değerlendirilmesi önemlidir. Bu çalışmanın sonuçları aracılığıyla hem uygulayıcıların hem de araştırmacıların eTailQ ölçeği internet sitesi kalite boyutları konusunda daha ayrıntılı ve bütüncül bir anlayış kazanmalarını sağlamak umut edilirken; işletmelerin çevrim içi ortamda müşterilere güven ve tatmin duygusunu hissettirecek yeniden satın alma niyeti gösterebilmeleri için yoğunlaşmaları gereken kalite unsurları da yorumlanmaya çalışılmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. İnternet Sitesi Kalite Unsurları

Elektronik ticaretin büyümesiyle birlikte elektronik hizmet (e-hizmet) kalitesinin ölçülmesi ve kontrol edilmesinin önemi çok daha fazla ortaya çıkmıştır. E-hizmet kalitesi, çevrim içi ortamda sunulan mal ve hizmetlerin tüketiciler tarafından satın alınmasından teslimine kadar olan süreci kapsadığı için son derece hassas bir konudur (Kaya vd., 2019: 371). Kalite kavramı, pazarlama alanında özellikle tüketicilerin satın alma karar süreçlerinin araştırılmasında sıklıkla kullanılmaktadır. Günümüzde, tüketicilerin çevrim içi ortamda gerçekleştirdikleri satın alma işlemleri esnasında ya da sonrasında tüketiciler tarafından sergilenen tutum, niyet ve davranışların nedenleri araştırılırken de internet sitesi kalitesi ölçeğinin ve seçilen ölçeğe göre çeşitli kalite alt boyutları çeşitli araştırmacılar (Andrian ve Trinanda, 2019, Fatmedya ve Hadi, 2020, Fanani, 2021) tarafından kullanılmaktadır. Küreselleşmenin hayatın her alanında kendisini hissettirdiği ortamda, rekabet halindeki çevrim içi hizmet sağlayan işletmeler, mevcut müşterilerini elde tutmak, potansiyel müşterileri mevcut müşteri haline getirmek, sadık müşteri kitlesi oluşturarak uzun dönemli ve yüksek kar payı sağlayacak şekilde hizmet sunabilmek için internet sitesi kalitesine ve unsurlarına önem vermek zorundadırlar.

Kalite kavramının yapısının karmaşıklığı (mal ve hizmet türlerine göre değişmesi) nedeniyle kavram çok boyutlu olarak tanımlanırken; buna bağlı olarak da farklı ölçek türleri geliştirmişlerdir. Dolayısıyla, literatürde çeşitli perspektiflere sahip, kapsamlarına göre değişiklik gösteren birbirinden farklı kalite boyutlarına rastlanmaktadır (Wen, 2012: 17). 2001 yılında geliştirilen SiteQual kalite ölçeği kullanım kolaylığı, estetik, tasarım (multimedya ve renkli grafiklerle site yaratıcılığı), işlem hızı (çevrim içi işlemlerin müşteri isteklerine yanıt verebilme hızı) ve güvenlik (kişisel veriler ve kredi kartı bilgileri) olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır (Yoo ve Donthu, 2001: 42). SiteQual kalite ölçeğinin geliştirilmiş versiyonu olan WebQual ölçeği ise; göreve uygun bilgi, etkileşim, güven, tepki süresi, anlama kolaylığı, sezgisel işlemler, görsel çekicilik, yenilikçilik, akış/duygusal çekicilik, tutarlı görüntü, çevrim içi eksiksizlik ve alternatif kanallardan daha iyi olmak üzere toplam on iki alt boyuta sahiptir (Loiacono vd., 2002 : 434).

Wolfenbarger ve Gilly'nin (2003) çalışmasında çevrim içi ortamda alışveriş yapanların bakış açısına dayalı olarak ortaya çıkan dört boyutlu (internet sitesi tasarımı, müşteri hizmetleri, yerine getirme ve gizlilik) eTailQ ölçeğini kullanmıştır. Tüketicilerin fiziksel mağazalarda alışveriş yaparken, alışveriş yapılan mekânı iç ve dış atmosferini çekici bulması için gerekli unsurlar, sanal mağazalarda grafikler, yazı karakterleri, mizah öğeleri ve göz alıcı ara yüz gibi unsurlarla sağlanmaktadır. İnternet sitesine çekicilik katan bu unsurlar internet sitesi tasarımı olarak adlandırılmaktadır (Hsin ve Su, 2008: 821). Müşteri hizmetleri, müşteri odaklı pazarlama anlayışını yansıtacak şekilde müşterileri merkeze koyan ve her türlü sorularına zamanında cevap veren, yardımsever ve istekli hizmet tavrının gösterilmesi anlamına gelmektedir (Giao vd., 2020: 354). Yerine getirme, tüketicilere önceden taahhüt edildiği şekilde doğru ürün bilgisi sağlamak ve belirtilen zaman çerçevesinde de teslim etmek anlamına gelmektedir. İşletmelerin sorumluluklarını yerine getirmesi tüketiciler üzerinde olumlu etki yaratacağı için çevrim içi algılanan hizmet kalitesine karşı memnuniyet hissetme eğilimi de artacaktır (Alam, 2020: 362). Elektronik ticarete, müşterilerin kişisel bilgilerinin ve gerçekleştirdikleri ödeme işlemlerinin kaynağının mahremiyeti çok önemlidir. Dolayısıyla, çevrim içi hizmet veren işletmeler tarafından bu bilgilerin korunması ve müşterilerin alışveriş yaparken kendilerini gerçekten güvende hissetmeleri de internet sitesi kalite son boyutlarından gizliliği ifade eder (Opanayake ve Sirisena, 2020: 331).

Tüketiciler, çevrim içi ortamda alternatifleri arasından belirledikleri markalardan/işletmelerden alışveriş yaparken; satın alma karar süreçlerinin her bir adımında kendilerini rahat ve güvende hissetmek istemektedirler. Kullanımı kolay, yalın ve anlaşılır tasarımıyla internet siteleri farklı demografik özelliklere sahip tüketicilerin erişimini kolaylaştırırken; ödeme esnasında herhangi bir hile ile karşılaşmayacağından emin olmaları da markalara/işletmelere karşı güven duygularını da artırmaktadır. (Giao vd., 2020: 352). Li ve diğerleri (2015), Nguyen ve diğerleri (2020), Alam (2020) gerçekleştirdikleri çalışmalarda, internet sitesi kalitesi unsurlarının, bireylerin kendilerine çevrim içi ortamda hizmet sunan işletmelere karşı hissettikleri güveni anlamlı şekilde etkilediğini belirtmişlerdir. İnternet sitesi kalitesi, tüketicilerin gerçekleştirdikleri satın alma sürecini ve buna bağlı olarak hissettikleri memnuniyet duygusunu da etkilemektedir (Yıldız, 2018: 172). Giao vd. (2020) müşterilerin belirli bir sitenin genel kalitesi hakkındaki yargılarının, sitede alışveriş yapan internet sitesi ziyaretçilerinin yüzdesi olarak ortaya çıktığını ve bu göstergenin de memnuniyet duygusunun bir işareti olduğunu ifade etmiştir. Aynı şekilde, Sanjaya (2012) ve Fatmedya ve Hadi (2020) de internet site kalitesinin tüketicilerin alışveriş yaptıkları işletmeye karşı hissettikleri memnuniyet duygusunu etkileyeceğini belirtmişlerdir. Tandon ve diğerleri (2020) kullanım kolaylığının, güvenlik ve gizliliğin, internet sitesi tasarımının ve bilgi kullanılabilirliğinin birçok tüketicinin çevrim içi alışverişten faydalanmasının nedenlerinden olduğunu ve bu unsurlardan memnun olan tüketicilerin de yeniden satın alma niyeti gösterebileceklerini ifade etmişlerdir. Andrian vd. (2019), Alam (2020), Opanayake ve Sirisena, (2020), Fanani (2020) gibi birçok araştırmacı internet sitesi kalitesi unsurlarının çevrim içi yeniden satın alma niyetini anlamlı şekilde etkilediğini ifade etmişlerdir. İlgili literatüre bağlı kalınarak internet sitesi kalitesi unsurlarının her birisi için aşağıdaki araştırma hipotezleri oluşturulmuştur.

H₁: İnternet sitesi kalite unsurları (internet sitesi tasarımı, yerine getirme, gizlilik, müşteri hizmetleri), tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1a}:İnternet sitesi tasarımı, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1b}:Yerine getirme, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1c}:Gizlilik, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir.

H_{1d}:Müşteri hizmetleri, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-memnuniyeti pozitif yönde etkilemektedir.

H₂: İnternet sitesi kalite unsurları (internet sitesi tasarımı, yerine getirme, gizlilik, müşteri hizmetleri), tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-güveni pozitif yönde etkilemektedir.

H_{2a}:İnternet sitesi tasarımı, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-güveni pozitif yönde etkilemektedir.

H_{2b}:Yerine getirme, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-güveni pozitif yönde etkilemektedir.

H_{2c}:Gizlilik, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-güveni pozitif yönde etkilemektedir.

H_{2d}:Müşteri hizmetleri, tüketicilerin alışveriş yaptıkları siteye karşı hissettikleri e-güveni pozitif yönde etkilemektedir.

H₃: İnternet sitesi kalite unsurları (internet sitesi tasarımı, yerine getirme, gizlilik, müşteri hizmetleri), tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{3a}:İnternet sitesi tasarımı, tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{3b}:Yerine getirme, tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{3c}:Gizlilik, tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H_{3d}:Müşteri hizmetleri, tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

1.2. Elektronik Memnuniyet

Memnuniyet, modern pazarlama anlayışının en temel fonksiyonlarından biri olup, hedef kitleye sahip olma arzusu dışında, uzun dönemde belirli sıklıkta alışveriş yapma eğiliminde olan, markaya ve işletmeye bağlı tüketiciler, işletmelerin sadık birer temsilcileri olmalarına yol açmaktadır (Shin vd., 2018: 17; Vijay vd., 2018: 37).

Elektronik memnuniyet, dar anlamda çevrim içi ortamda müşterilerin gerçekleştirdikleri alışveriş sürecinde elde ettikleri tatmin miktarı olarak tanımlanırken, kendilerine sunulan hizmete dayalı olarak rasyonel ve duygusal algılarının yansımaları olarak da ifade edilmektedir (Liao, 2012: 632). Tüketiciler, çevrim içi ortamda gerçekleştirdikleri her bir satın almada, kullandıkları her bir mal ve hizmette elde ettikleri deneyimleri, satın alma işleminden önceki beklentileri doğrultusunda değerlendirerek memnuniyet ya da memnuniyetsizlik duygularını biriktirmektedirler (Kim vd., 2009: 241). Satın alma karar sürecinden sonra yaptığı alışverişten memnun olan müşteri, satın aldığı mal ve hizmetleri referans grup olarak adlandırılan

çevresiyle sıklıkla paylaşırken; onların da aynı olumlu deneyime sahip olmaları için teşvik edici rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, daha önceden gerçekleştirilen alışveriş sonrası hissedilen memnuniyet duygusunun tekrar etmesi ve pekiştirilmesi amacıyla da tüketiciler yeniden satın alma davranışı gösterme eğilimindedirler (Fanani vd., 2020: 3). Memnuniyetsizlik durumunda ise, tüketiciler zaman kaybetmeden alternatif markalara ve/veya mallara yönelme eğiliminde olurlarken, kendilerine hizmet sunan işletmelerle uzun dönemli ilişki kurmaktan kaçınarak bilgi paylaşımında da bulunmamayı tercih etmektedirler. Bu da memnun olmayan tüketicilerin diğer markalara yönelmelerine sebep olabilmektedir (Sanchez-Garcia vd., 2012: 17).

İşletmeler çevrim içi ortamda gerçekleştirilen alışverişlerde, tüketicilerinin ihtiyaçların karşılamak için kaliteli ürünler ve tatmin edici hizmet sunmaya çalışmaktadırlar. Ancak çevrim içi ortam, fiziksel ortamda sağlanan hizmetten daha zor ve karmaşıktır. Fiziksel ortamda güler yüzlü satış görevlisinin etkisi, mağaza ortamının ışıklandırma sistemi, belki de ortamda çalan müzik etkili olabilmektedir. Çevrim içi ortamda ise; tüketicilerin algıladıkları e-memnuniyet, eğlenceli ve kolay anlaşılır internet sitesi tasarımı, anlık etkileşimli teknik destek, alternatif ürün ve markaların durumu gibi daha fazla rasyonel ve bilişsel faktörlerden kaynaklanabilmektedir (Kamal vd., 2018: 165). Satın alma karar sürecinde fiziksel satın alma davranışına göre bütün riskleri göz önünde bulundurarak çevrim içi satın alma işlemi gerçekleştiren ve süreç sonunda memnun olmayan tüketici, alternatif ürünler hakkında daha fazla bilgi arayışına girebilir ve rakip tekliflere yönelme eğilimi gösterebilir. Aksi durumda tüketicinin satın aldığı üründen duyduğu memnuniyete bağlı olarak sadakat eğiliminin olması da daha yüksek ihtimaldir (Anderson ve Srinivasan, 2003: 125). Kotler ve Keller (2009: 244) satın aldıkları ürünlerden memnun olan müşterilerin, bu ürünleri tekrar satın almak için çaba ve niyet içerisine gireceklerini, rakip markaları ve kampanyaları daha az takip etme eğilimi göstereceklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, bu tarz tüketicilerin, satın aldıkları ürünleri başkalarının da satın alması için diğerlerini de teşvik edeceklerini ifade etmişlerdir. Elektronik memnuniyet, genellikle tüketicilerin tutumu, ruh hali, çevrim içi ortamdaki internet sitesinin kalitesine ilişkin beklentileri, satın aldıkları ürünlerin fiyat-performans değerlemeleri gibi çok farklı etkenlere bağlıdır. Bununla birlikte, kullanılan internet sitesinin tekrar ziyaret edilmesi ve ürünlerin yeniden satın alınma niyeti gösterilmesi gibi genel sonuçları da beraberinde getirmektedir (Vijay vd., 2017: 38). E-memnuniyet ve yeniden satın alma niyeti ile ilgili yapılan çalışmalarda, Vijay ve diğerleri (2017), Trivedi ve Yadav (2020), Prahiawan ve diğerleri (2021) çalışmaları e-memnuniyet ve yeniden satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından bahsetmişlerdir.

De Matos ve Rossi (2008: 578) pozitif ağızdan ağıza pazarlama kavramının öncüllerini tüketicinin tutumu, markaya bağlılığı ve hizmet kalitesi olarak nitelendirmiş ve en önemli öncülün memnuniyet olduğunu belirtmişlerdir. Yu ve diğerleri (2017: 76) çevrim içi ortamın ilgilenimleri ve demografik özellikleri yakın olan tüketicilerin memnuniyet duygusu ile birlikte daha güçlü şekilde pozitif ağızdan ağıza pazarlamaya yöneldiklerini bulmuşlardır. Duarte ve diğerleri (2018), Zainul (2019) ve Andrian ve Trinanda (2019) gibi araştırmacılar, çalışmalarında e-memnuniyetin e-WOM üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Dolayısıyla, e-memnuniyetin yeniden satın alma niyeti üzerindeki ve e-memnuniyetin pozitif eWOM üzerindeki etkisinin ölçülmesine yönelik olarak aşağıda yer alan araştırma hipotezleri oluşturulmuştur.

H₄: Elektronik memnuniyet, tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

H₅: Elektronik memnuniyet, tüketicilerin pozitif e-WOM'unu pozitif yönde etkilemektedir.

1.3. Elektronik Güven

Tüketicilerin alışveriş yaptıkları çevrim içi ortamda gerçekleştirdikleri işlemler, fiziksel ortama göre ödeme süreci, kişisel bilgilerin depolanması, ürünlerin iadesi ve belirsizlik ortamı (deneme imkânının olmaması, görüntülere bağlı kalma vb.) açısından çok daha risklidir. Bu yüzden, güven kavramı işletmeler açısından çok daha önemli hale gelmektedir (Lukito ve Ikhshan, 2020: 3089). Güvenin olmaması durumunda, tüketicilerin çevrim içi satın alma işlemlerini ertelemelerine ya da tümüyle iptal etmelerine neden olabilmektedir (Awad ve Ragowsky, 2008: 102). Elektronik güven bu belirsizlik ortamı içerisinde, tüketicilerin çevrim içi ortamda internet sitelerinden beklentilerinin olumlu şekilde karşılık bulacağına dair inançlarını temsil etmektedir. Aynı zamanda bu inanç, müşteriler ve işletmeler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi yürütmelerini sağlayacak olan mihenk taşıdır (Khan ve Rahman, 2016: 591).

Tutundurma faaliyetlerinde güvene büyük önem verilerek çok sayıda tüketiciye ulaşması ve potansiyel çevrim içi tüketicilerin yeniden satın alma niyetinin önündeki en büyük engellerden biri olan algılanan risk azaltılmaktadır. İşletmelerin çevrim içi ortamda sundukları ürünlerin değeri ve hizmet kalitesi, tüketicilerin çevrim içi ortama daha fazla aşına olmalarını sağlar. Tüketicilerin çevrim içi işlemlerle ilişkili akıllarındaki belirsizliği ve riski azaltarak e-güvenlerinin tazelenmesine neden olmaktadır (Kim ve Gupta, 2009: 479). Çevrim içi alışverişin özelliklerini daha iyi anlayan ve beklentileri ile elde ettikleri örtüşen tüketiciler, gerçekleştirdikleri alışveriş sıklığını ve miktarını da artırabilmektedirler. Tüketicilerin çevrim içi satın alma tutum, niyet ve davranışlarını açıklamaya çalışan geçmiş araştırmalara (Awad ve Ragowsky, 2008; Sánchez-Garcia vd., 2012 ; Alam, 2020) bakıldığında, internet sitesi özellikleriyle ve teknoloji adaptasyonu ile ilişkili faktörler dışında e-güven kavramının tüketicilerin satın alma niyetlerine ve davranışlarına etki ettiğine çalışmalar (Kim vd., 2009; Trivedi ve

Yadav, 2020; Prahiawan vd., 2021) mevcuttur. Aynı zamanda, çevrim içi ortamda e-güven duygusunu hissedilen tüketicilerin yeniden satın alma davranışını sergileyebileceğine dair araştırmalar (Lukito ve Ikhsan, 2020; Alam, 2020; Murdifin vd., 2020) da ilgili literatürde yer almaktadır.

E-güven, e-ticaret alanında müşteri memnuniyeti sağlamaya etki ettiği için önemli bir kavram olmakla birlikte, aynı zamanda da müşterilerin çevrim içi hizmet sunan işletmelere olan bağlılıklarını göstermede ve e-ticaret işlemlerini gerçekleştirme niyetinde de öncülleden birisidir. Tüketiciler bir ürüne veya hizmete güveniyorsa, bahse konu olan ürün veya hizmetlerin beklentilerini aştıklarını da teyit etmiş olmaktadır. Sonuç olarak e-güven e- memnuniyetini olumlu yönde artırabilmektedir (Giao vd., 2020: 356). Giao ve diğerleri, 2020 ve Mansourimoayyed ve diğerleri, 2021 gibi araştırmacılar, çalışmalarında e-güvenin e-memnuniyet üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir.

Gerçekleştirilen literatür incelemesi ile birlikte aşağıda yer alan hipotezler oluşturulmuştur. H₆:Elektronik güven, tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir. H₇:Elektronik güven, tüketicilerin çevrim içi ortamdaki e-memnuniyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

1.4. Pozitif Elektronik Ağızdan Ağıza Pazarlama

Günümüzde internet teknolojilerinin gelişmesi, tüketicilerin rahatlığa daha fazla önem vermesi ve daha fazla alternatif arayışı gibi nedenlerle müşteriler tarafından elektronik ortamda işletmeden tüketiciye (B2C) gerçekleştirilen alışverişler giderek artmaktadır. Ancak, satın alma karar sürecinde satın alınmak istenen malların ve hizmetlerin alternatifleri arasından seçilmeleri de daha karmaşık hale gelmektedir. Tüketiciler, satın alma işlemi esnasında algılanan riske bağlı olarak (mal fiyatı, kalite boyutları, kişisel bilgilerin korunması vb.) müşterilerin, işletmelerin pazarlama iletişimlerinde verilen mesajlara ya da gerçekleştirdikleri kampanyalara olan yaklaşımları da daha şüpheli ve mesafeli olmaktadır. Bu durumda, tüketiciler kendileri ile aynı mal ve hizmeti satın alan ve deneyim kazanan ya da satın alacak olan bireylerin öngörülerine, yorumlarına ve değerlendirmelerine bağlı kalarak davranış sergileyebilmektedirler (Şahin ve Karahan, 2021: 1319).

Elektronik ağızdan ağıza pazarlama (eWOM), tüketiciler tarafından herhangi bir marka veya işletme hakkında çevrim içi ortamda yapılan açıklamalar, yorumlar veya değerlendirmeler olarak tanımlanmaktadır (Mansourimoayyed vd., 2021: 1128). Bir başka ifadeyle, eWOM belirli konularda uzman olan/uzmanlaşan ya da deneyim sahibi topluluklar arasında spesifik mal ve hizmet grupları ile ilgili gerçekleştirilen sözlü, yazılı ve elektronik iletişimdir (Murdifin vd., 2020: 199). Tüketiciler, diğer tüketicilerden gelen olumlu veya olumsuz yönde olan öneriler doğrultusunda kendilerine sunulan promosyon faaliyetlerini göz önünde bulundurmaktadırlar. Özellikle de memnuniyet duydukları işlemler, mal ya da hizmet hakkında olumlu yönde gerçekleştirdikleri iletişim faaliyetleri ile başkalarının da avantajlardan yararlanmalarını sağlamaktadırlar. Böylelikle Ewom'un işletmelere talep toplama, satış, bağlılık anlamında birçok faydası bulunmaktadır (Tandon vd., 2020: 351).

Pozitif elektronik ağızdan ağıza pazarlamada, tüketiciler alışveriş yaptıkları elektronik ortamı güvenilir buldukları için alışveriş sıklıklarını artırabilirler. İşletmeler de pazarlama iletişim faaliyetleri için ayırdıkları bütçeyi azaltma olanağına sahiptir ve rakiplerine göre önemli bir rekabet gücü kazanmış olmaktadır (Giao vd., 2020: 357). Yang (2017: 97), tüketicilerin çıkar gözetmedikleri için pozitif eWOM kavramının tüketiciler açısından daha inandırıcı, cezbedici ve paylaşılmaya değer bulunduğunu belirtirken geleneksel reklamlara karşı da maliyet dışında üstün olduğunu ifade etmiştir.

Gauri ve diğerleri (2008) çevrim içi mağazalardaki sadakat öncüllerini ortaya koymaya çalıştığı çalışmasında, ilk defa pozitif eWOM ve yeniden satın alma niyeti arasında son derece güçlü ve anlamlı bir ilişkinin varlığından söz etmiştir. Çevrim içi mağazalarda mal gruplarının ve/veya işletme hizmetlerinin yorum yapılmadan pozitif olarak oylanmasının bile aynı mal gruplarıyla ilgilenen tüketicilerin çevrim içi satın alma niyetlerini ve/veya çevrim içi yeniden satın alma niyetlerini etkileyebilmektedir. Daha sonra yapılan farklı çalışmalarda (Tandon vd., 2020; Mansourimoayyed vd., 2021; Murdifin vd., 2021) eWOM ve yeniden satın alma niyeti arasında son derece güçlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Dolayısıyla, bu alanda gerçekleştirilen araştırmalar çerçevesinde aşağıdaki araştırma hipotezi oluşturulmuştur;

H₈:Pozitif eWOM, tüketicilerin yeniden satın alma niyetlerini pozitif yönde etkilemektedir.

2. Metodoloji

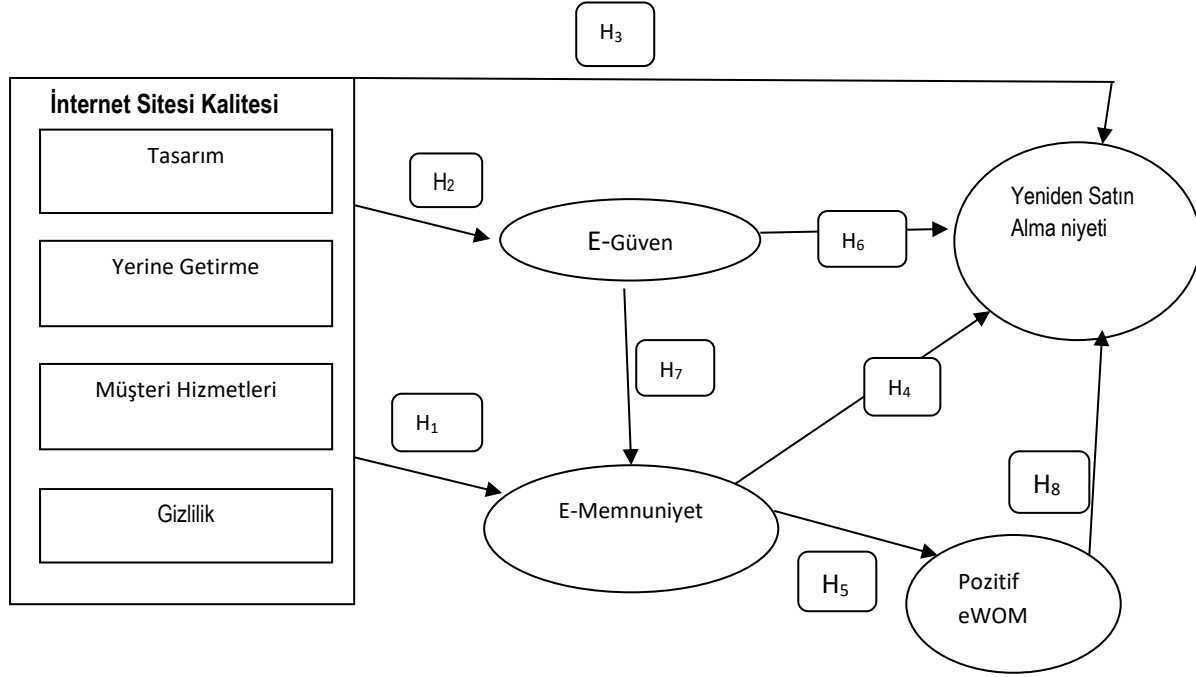
Bu bölümde araştırmanın amacı ve kuramsal modeli, ana kütlesi, örneklem ve verilerin toplanma süreci sunulmuştur.

2.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın ana amacı, eTailQ ölçeği kullanılarak ele alınan internet sitesi kalitesi unsurlarının (tasarım, yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetleri) elektronik güven, memnuniyet ve yeniden satın alma niyetine etkisini belirlemektir. Diğer amaçları ise, elektronik memnuniyetin pozitif eWOM ve yeniden satın alma niyetine; elektronik güvenin pozitif eWOM ile yeniden satın alma niyeti; pozitif eWOM'un da yeniden satın alma niyetine etkisini tespit etmektir.

2.2. Araştırmanın Modeli

Çalışmada yer alan değişkenler ve amaca uygun olarak olası değişkenler arası ilişkilerin gösterildiği araştırma modelinde internet sitesi kalitesi unsurları (tasarım, yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetleri), e-güven, e-memnuniyet, pozitif eWOM ve çevrim içi yeniden satın alma niyeti değişkenleri yer almaktadır. Araştırma modelinde yer alan değişkenler ve aralarındaki ilişki ilgili kavramsal çerçeve (Liv vd., 2015; Andrian ve Trinanda, 2019; Giao vd., 2020; Tandon vd., 2020) incelenerek oluşturulmuştur. Araştırma modeli Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

2.2. Araştırmanın Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evrenini, 18 yaşından büyük çevrim içi alışveriş deneyimine sahip Türkiye'de yaşayan tüketiciler oluşturmaktadır. Evrenin 100.000'den büyük olduğu durumlarda 0,05 anlamlılık düzeyinde 384 olan örneklem büyüklüğü yeterli olarak kabul edilmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50; Altunışık vd., 2005: 128). Araştırmada, geçerli ve kullanılabilir 384 adet anket formu çevrim içi ortamda elde edilmiştir. Ana kütle sayısının kesin olarak bilinemediği, belirlenmesinin tam olarak mümkün olmadığı durumlarda tesadüfi olmayan örnekleme yöntemleri kullanılabilir (Gegez, 2010: 211). Tesadüfi olmayan kolayda örnekleme yönteminde veriler, ana kütlede en kolay, hızlı ve ekonomik şekilde toplanabildiği için araştırmada örnek kütle yöntemi olarak kolayda örnekleme belirlenmiştir. Araştırma modelinde yer alan değişkenlerden internet sitesi kalitesi unsurlarından tasarıma ait beş ifade, yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetlerine ait üçer ifade olmak üzere toplam on dört ifade Wolfinbarger ve Gilly (2003), e-güven ve e-memnuniyet değişkenine yönelik dörder ifade Li ve diğerleri (2015), pozitif eWOM değişkenine ait beş ifade ve son olarak yeniden satın alma niyetine ait dört ifade Wen ve diğerleri (2012) çalışmalarından uyarlanmıştır. Uyarlanan ifadeler, İngilizce'den Türkçe'ye çevrilirken ilgili alanda uzman kişi tarafından okunabilirliğinin artırılması, dil bilgisi hatalarının ve olgusal hataların giderilmesi amacıyla redaksiyon işlemi gerçekleştirilmiştir. Araştırma modelini oluşturan ifadelerin, anket katılımcıları için uygunluğunu ve anlaşılabilirliğini değerlendirebilmek için çevrim içi ortamda e-posta aracılığıyla 50 kişiye anket formu gönderilmiştir. Madde analizi ve güvenilirlik için 50 kişinin cevapladığı anket formu üzerinden bir ön test gerçekleştirilmiştir. Ön testte maddelerin düzeltilmiş toplam madde korelasyonları (r1) ve maddelerin silinmesi halinde alacakları Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Ön test sonucunda düşük madde korelasyonu ve α değerlerine sahip, aynı zamanda da cümle düşüklüğü saptanan maddeler düzeltilmiştir. Araştırma modelinde son şekliyle düzenlenen değişkenlerin ölçümünde beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizleri SPSS 23 ve AMOS 25 istatistik programları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

3. Bulgular

Bu bölümde, araştırmanın örneklemini oluşturan tüketicilerin demografik özellikleri, araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ve yapısal eşitlik modeli analizi sonuçları yer almaktadır.

3.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Tüketicilerin %46,8'ini kadınlar ve %53,2'sini ise erkekler oluşturmaktadır. Aynı zamanda tüketicilerin %57,8'i 18-30 yaş aralığında bulunmaktadır. Eğitim durumları dikkate alındığında, katılımcılar arasında lisans mezunu oranı % 53,9 kişi iken, ilköğretim mezunu oranı ise yalnızca 0,046'dır. Tüketicilerin gelir durumları incelendiğinde ise, % 59,4'ünün 3000 TL ve altında, %20,1'inin ise 6001 TL ve üzerinde gelire sahip olduğu görülmektedir.

3.2. Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Araştırmada yer alan faktörlerin yapısal geçerliliklerini sınamak için açılımlı faktör analizi (AFA) ve içsel tutarlılıklarını değerlendirebilmek için de Cronbach Alfa katsayısına bakılmıştır. Açılımlı faktör analizi, araştırmada yer alan çok sayıdaki madde sayısını ilişki düzeyine göre daha az sayıdaki alt boyutlara indirgemeye yarayan bir analiz yöntemidir. Dolayısıyla, araştırma modelini oluşturan internet sitesi kalitesi unsurları, e-güven ve e-memnuniyet, pozitif eWOM ve yeniden satın alma niyetine ait toplam 30 ifadeyi kapsayan faktör analizi gerçekleştirilmiş olup AFA sonuçları Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Açılımlı Faktör Analizi Sonuçları

| Tasarım | Faktör Y. | S. Sapma | Ortalama | Özdeğer | α | Açıklanan Varyans |
|----------------------------------|-----------|----------|----------|---------|----------|-------------------|
| T1 | 0,778 | 0,63 | 3,83 | | | |
| T2 | 0,796 | 0,68 | 3,76 | | | |
| T3 | 0,768 | 0,69 | 4,00 | 11,609 | 0,838 | 50,653 |
| T4 | 0,702 | 0,66 | 3,86 | | | |
| T5 | 0,659 | 0,68 | 3,83 | | | |
| Yerine Getirme | | | | | | |
| Y1 | 0,811 | 0,72 | 4,00 | | | |
| Y2 | 0,843 | 0,69 | 3,92 | 4,246 | 0,852 | 7,096 |
| Y3 | 0,736 | 0,68 | 3,90 | | | |
| Gizlilik | | | | | | |
| G1 | 0,728 | 0,79 | 3,69 | | | |
| G2 | 0,780 | 0,75 | 3,72 | 3,928 | 0,893 | 5,573 |
| G3 | 0,838 | 0,79 | 3,74 | | | |
| Müşteri Hiz. | | | | | | |
| MH1 | 0,785 | 0,79 | 3,75 | | | |
| MH2 | 0,796 | 0,84 | 3,78 | 2,328 | 0,927 | 4,762 |
| MH3 | 0,744 | 0,80 | 3,79 | | | |
| E-Güven | | | | | | |
| GV1 | 0,658 | 0,68 | 3,89 | | | |
| GV2 | 0,693 | 0,73 | 3,86 | 1,839 | 0,908 | 3,799 |
| GV3 | 0,715 | 0,78 | 3,80 | | | |
| GV4 | 0,707 | 0,76 | 3,69 | | | |
| E-Memnuniyet | | | | | | |
| ME1 | 0,725 | 0,63 | 4,02 | | | |
| ME2 | 0,728 | 0,69 | 3,98 | | | |
| ME3 | 0,762 | 0,67 | 3,95 | 1,643 | 0,930 | 3,586 |
| ME4 | 0,701 | 0,74 | 4,03 | | | |
| Pozitif eWOM | | | | | | |
| PW1 | 0,647 | 0,79 | 3,96 | | | |
| PW2 | 0,764 | 0,79 | 3,99 | | | |
| PW3 | 0,849 | 0,78 | 3,97 | 1,446 | 0,914 | 2,676 |
| PW4 | 0,745 | 0,73 | 4,01 | | | |
| Yeniden Satın Alma Niyeti | | | | | | |
| TS1 | 0,734 | 0,66 | 4,10 | | | |
| TS2 | 0,781 | 0,63 | 4,11 | | | |
| TS3 | 0,779 | 0,64 | 4,02 | 1,201 | 0,933 | 2,420 |
| TS4 | 0,736 | 0,72 | 4,01 | | | |

Kaiser Mayer Olkin (KMO Testi): 0,851 Barlett Sphericity Testi: 3854,863 df:406 Sig: 0,000

Tablo 1 incelendiğinde; tasarımın 0,659-0,796 arasında, yerine getirmenin 0,736-0,811 arasında, gizliliğin 0,728-0,838 arasında, müşteri hizmetlerinin 0,744-0,796 arasında, e-güvenin 0,658-0,715 arasında, e-memnuniyetin 0,701-0,762 arasında, pozitif eWOM'un 0,647-0,849 arasında ve son olarak da yeniden satın alma niyetinin de 0,734-0,781 arasında faktör yüklerine sahip oldukları görülmektedir. Dolayısıyla tüm değişken yüklerinin 0,60 üzerinde değere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, 0,50'nin altında değere sahip ifade olmadığından açımlayıcı faktör analizinde yer alan faktörlerin tamamı doğrulayıcı faktör analizi içinde yer alacaktır. Bununla birlikte, örneklemin büyüklüğünün uygunluğunu sınavan KMO katsayı değeri 0,851 ve Barlett's Sphericity küresellik testi değeri 3854,863 ($p < 0,001$)'tür. Öz değer (Eigen Value), her bir faktörün faktör yüklerinin kareleri toplamı olup, her bir faktör tarafından açıklanan varyansın oranının hesaplanmasında ve önemli faktör sayısına karar vermede kullanılan bir katsayıdır. Öz değer yükseldikçe, faktörün açıkladığı varyans da yükselir. Değişken varyansları bire eşit olduğundan, varyansı birden düşük olan faktörler göz önüne alınmaz. Kısaca modele alınacak faktör sayısı, öz değerleri (eigen) birden büyük olan faktörlerin sayısı kadardır. (Tatlıdil, 1992: 141). Tablo 1'de gösterilen değişkenlerden tasarım 11,609, yerine getirme 4,246, gizlilik 3,928, müşteri hizmetleri 2,328, e-güven 1,839, pozitif eWOM 1,446 ve son olarak yeniden satın alma niyeti 1,201 öz değere sahiptir. İyi bir faktöryel çözümlemede toplam varyansın %50-75'ini açıklayan bir analiz geçerli bir analiz olarak kabul edilir (Yaşlıoğlu, 2017: 77). Veri seti için toplam açıklanan varyans % 80,565 olduğundan geçerli bir analiz gerçekleştirildiği söylenebilir. Dolayısıyla, araştırmanın verisinin uygulanacak faktör analizi için istenilen değerde olduğu görülmektedir.

Açımlayıcı faktör analizi sonrası, değişkenlerin geçerliliğini sınamak için Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) uygulanmış olup, ölçek uyarlama araştırmalarında gözlenen ve örtük değişkenler arasında olası ilişkileri belirlemede çok önemli rol oynamaktadır (Koçak vd., 2016: 334).

Tablo 2. Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Sonuçlar

| Tasarım | t Değeri | SYEK | CR | AVE | MSV |
|----------------|----------|-------|-------|-------|-------|
| T1 | 9,689 | 0,761 | | | |
| T2 | 7,739 | 0,631 | | | |
| T3 | | 0,811 | 0,785 | 0,509 | 0,478 |
| T4 | 9,101 | 0,723 | | | |
| T5 | 7,956 | | | | |
| Yerine Getirme | | | | | |
| Y1 | 11,907 | 0,865 | | | |
| Y2 | 9,847 | 0,746 | | | |
| Y3 | | 0,829 | 0,856 | 0,664 | 0,612 |
| Gizlilik | | | | | |
| G1 | 12,395 | 0,818 | | | |
| G2 | 13,972 | 0,872 | 0,896 | 0,743 | 0,560 |
| G3 | | 0,884 | | | |
| Müşteri Hiz. | | | | | |
| MH1 | 18,110 | 0,910 | | | |
| MH2 | 15,626 | 0,935 | 0,928 | 0,812 | 0,526 |
| MH3 | | 0,856 | | | |
| E-Güven | | | | | |
| GV1 | 11,722 | 0,814 | | | |
| GV2 | | 0,836 | | | |
| GV3 | 13,733 | 0,900 | 0,909 | 0,715 | 0,594 |
| GV4 | 12,044 | 0,829 | | | |
| P.eWOM | | | | | |
| PW1 | 12,822 | 0,874 | | | |
| PW2 | 14,094 | 0,900 | | | |
| PW3 | | 0,827 | 0,904 | 0,778 | 0,598 |
| PW4 | 12,826 | 0,884 | | | |
| E-Memnuniyet | | | | | |
| ME1 | 17,162 | 0,879 | | | |
| ME2 | 14,988 | 0,884 | | | |
| ME3 | | 0,871 | 0,933 | 0,758 | 0,669 |
| ME4 | 13,251 | 0,830 | | | |

| Yeniden Satın Al. | | | | | |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|
| TS1 | 11,439 | 0,819 | | | |
| TS2 | 12,464 | 0,868 | | | |
| TS3 | | 0,844 | 0,854 | 0,754 | 0,321 |
| TS4 | 11,951 | 0,821 | | | |
| * $p < 0,01$ CMIN: 849,540 DF:375 CMIN/DF: 2,265 RMSEA: 0,007 CFI:0,93 SRMR:0,05 PClose:0,72 | | | | | |

Yukarıda yer alan Tablo 2'de DFA sonuçları sunulmaktadır. Modelin geçerliliğini gösteren ilgili kriterler dikkate alındığında faktörlerin SEYK (standardize edilmiş yük kat sayıları) ve CR (Composite Reliability) değerinin 0,70'den büyük olması gerekmektedir. Tablo 2'de gösterildiği şekilde tasarımın 0,631-0,811 arasında, yerine getirmenin 0,746-0,865 arasında, gizliliğin 0,818-0,884 arasında, müşteri hizmetlerinin 0,856-0,910 arasında, e-güvenin 0,814-0,900 arasında, e-memnuniyetin 0,830-0,884 arasında, pozitif eWOM'un 0,827-0,900 arasında ve son olarak da yeniden satın alma niyetinin de 0,819-0,868 arasında standardize edilmiş yük kat sayılarına sahip oldukları görülmektedir Aynı şekilde yakınsak geçerlilik için de uyum geçerliği bağlamında aynı faktör altında toplanan maddelerin uyumu hakkında bilgi veren AVE ve CR değerleri dikkate alınmaktadır. Faktörlerin AVE (Average Variance Extracted) değerlerine baktığımızda; tasarımın 0,509, yerine getirmenin 0,664, gizliliğin 0,743, müşteri hizmetlerinin 0,812, e-güvenin 0,715, e-memnuniyetin 0,758, pozitif eWOM'un 0,778 ve son olarak da yeniden satın alma niyetinin de 0,754'tür. Tüm AVE değerlerinin 0,50'den büyük olduğu görülmektedir. Aynı zamanda MSV (Maximum Squared Variance) değerinin AVE'den küçük ve son olarak da AVE değerinin karekökünün de faktörler arası korelasyondan büyük olması gerekmektedir. (Yaşlıoğlu, 2017: 82). Ayrıca, t değerlerinin 0,01 düzeyinde anlamlı olduğu söylenebilir. Çünkü tablo 2'de belirtilen değişenlere ait tüm t değerleri 2,56 değerinden büyüktür. DFA'ya ait ölçme modelinin uyum iyiliği değerleri de incelenmiştir. Kline, (2015: 71) uyum iyiliği değerleri için temel olarak ki-kare serbestlik derecesi ve p değeri, yaklaşık hataların ortalama karekökü (RMSEA), karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) ve standartlaştırılmış ortalama hataların karekökü (SRMR) kullanılması gerektiğini belirtmiştir. DFA uyum iyiliği değerlerine bakıldığında CMIN/DF: 2, 265, RMSEA: 0,007, CFI: 0,93, SRMR: 0,05 ve PClose: 0,72 olduğundan istenilen değer aralığındadır. Ayırt edici geçerliliğin sınanabilmesi için AVE değerlerinin karekökleri hesaplanmış olup, Tablo 3'te yapı geçerliliği ve ölçme modeline ilişkin korelasyon matrisi verilmiştir.

Tablo 3. Yapı Geçerliliği ve Ölçme Modeline İlişkin Korelasyon Matrisi

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|-----------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PW | 0,87 | | | | | | | |
| TA | 0,58 | 0,71 | | | | | | |
| YG | 0,63 | 0,38 | 0,81 | | | | | |
| GZ | 0,48 | 0,55 | 0,55 | 0,86 | | | | |
| MH | 0,57 | 0,54 | 0,64 | 0,52 | 0,73 | | | |
| GV | 0,62 | 0,67 | 0,60 | 0,78 | 0,43 | 0,85 | | |
| ME | 0,77 | 0,70 | 0,73 | 0,51 | 0,19 | 0,36 | 0,78 | |
| YS | 0,76 | 0,65 | 0,69 | 0,59 | 0,62 | 0,59 | 0,29 | 0,84 |

PW: Pozitif eWOM TA: Tasarım YG: Yerine Getirme GZ: Gizlilik MH: Müşteri Hizmetleri GV: E-Güven ME: E-Memnuniyet YS: Yeniden Satın Alma

Ayrıca ayırt edici geçerliliğin sınanabilmesi için AVE değerlerinin karekökleri hesaplanmıştır ve Tablo 3'te sunulan faktörler arasındaki ilişki düzeylerini gösteren korelasyon matrisinde AVE karekök değerlerinin (koyu olarak verilen değerler), olması gerektiği gibi yapılar arası en büyük korelasyon değerinden büyük olduğu görülmektedir. Bu da her bir gizil yapıda bulunan değişkenin doğru gizil değişkene atandığını ve modelin ayırtıcı geçerliliğinin sağlandığını göstermektedir (Firuzan, 2017: 470). Tüm bahsedilen kriterler göz önünde tutulduğunda, hipotez modelinin teorik olarak doğrulandığı ve Yapısal Eşitlik Modeli uygulaması aşamasına geçilebileceği sonucuna varılabilir.

3.3. Yapısal Eşitlik Model Analizi

Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesini sağlamak için yapısal eşitlik model (YEM) analizi uygulanmıştır. Yapısal modele ilişkin değerlere göre modelin kabul edilebilir iyilik değerlerine sahip olduğu görülmektedir ($\chi^2/df:2,37$; RMSEA:0,07; CFI :0,92; SRMR:0,05; PClose (0,72)).

Tablo 4. Yapısal Eşitlik Modeli Analizi Sonuçları

| Hipotez | Yapısal Yol | β | t değeri | R ² | P | Sonuç |
|-----------------|--|---------|----------|----------------|------|-------|
| H _{1a} | Tasarım-E-Memnuniyet. | 0,26 | 2,66 | | ,007 | Kabul |
| H _{1b} | Yerine Getirme –E-Memnuniyet | 0,36 | 3,37** | | *** | Kabul |
| H _{1c} | Gizlilik – E-Memnuniyet | 0,21 | 2,88 | 0,811 | ,005 | Kabul |
| H _{1d} | Müşteri Hizmetleri - E-Memnuniyet | 0,15 | 2,64 | | ,008 | Kabul |
| H ₇ | E-Güven-E-Memnuniyet | 0,51 | 4,31 | | *** | Kabul |
| H _{2a} | Tasarım -E-Güven. | 0,35 | 1,77 | | ,268 | Red |
| H _{2b} | Yerine Getirme –E-Güven. | 0,19 | 2,68** | | ,006 | Kabul |
| H _{2c} | Gizlilik - E-Güven | 0,38 | 5,40 | 0,713 | *** | Kabul |
| H _{2d} | Müşteri Hizmetleri-E-Güven | 0,23 | 3,93 | | *** | Kabul |
| H _{3a} | Tasarım –Yeniden Satın Alma Niyeti | 0,06 | 0,48 | | ,632 | Red |
| H _{3b} | Yerine Getirme – Yeniden Satın Alma Niyeti | 0,03 | 3,24 | | *** | Kabul |
| H _{3c} | Gizlilik - Yeniden Satın Alma Niyeti | 0,28 | 2,59 | | ,006 | Kabul |
| H _{3c} | Müşteri Hizmetleri - Yeniden Satın Alma Niyeti | 0,23 | 2,77 | 0,761 | ,005 | Kabul |
| H ₄ | E-Memnuniyet-Yeniden Satın Alma Niyeti | 0,60 | 3,61 | | *** | Kabul |
| H ₆ | E-Güven.-Yeniden Satın Alma Niyeti | 0,58 | 4,06 | | *** | Kabul |
| H ₈ | Pozitif eWOM-Yeniden Satın Alma Niyeti | 0,21 | 2,79 | | ,005 | Kabul |
| H ₅ | E-Memnuniyet- Pozitif eWOM | 0,86 | 10,21 | 0,682 | *** | Kabul |

*p<.001

Tablo 4’de yer alan bulgulara göre; H_{2a} ve H_{3a} hipotezleri hariç tüm hipotezler kabul edilmiştir. Araştırmanın sonuçlara göre, internet sitesi kalitesi unsurlarının tümünün yani tasarım, yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetlerinin E-memnuniyet üzerinde olumlu ve anlamlı düzeyde etkisinin olduğu görülmektedir. İnternet sitesi kalitesi unsurlarının E-güven ve yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkilerine bakıldığında ise, tasarım dışındaki tüm kalite unsurlarının (yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetleri) her ikisi üzerinde anlamlı ve olumlu etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, E-memnuniyet faktörünün yeniden satın alma niyeti ve pozitif eWOM üzerinde; E-güven faktörünün yeniden satın alma ve E-memnuniyet üzerinde ve son olarak da pozitif eWOM faktörünün de yeniden satın alma üzerinde olumlu ve anlamlı düzeyde etkiye sahip olduğu görülmektedir. R² değerlerine bakıldığında, internet sitesi kalite unsurlarının E-memnuniyetin % 81,1’ini, E-güvenin % 71,3’ünü açıkladığı görülmektedir. Aynı şekilde internet sitesi kalite boyutları, e-memnuniyet, e-güven ve pozitif e-WOM’un yeniden satın alma niyetinin % 76,1 ve E-memnuniyetin de pozitif e-WOM’un % 68,2’sini açıkladığını ifade edebiliriz.

Sonuç ve Değerlendirme

Dünya çapında çevrim içi alışverişin hızlı bir şekilde büyümesi ve internet üzerinden satış yapan perakendeciler arasındaki rekabette öne çıkma çabası, bu işletmelerin tüketicilerine elektronik ortamda sağladıkları hizmet kalitesine daha fazla yoğunlaşmalarına neden olmaktadır. Dolayısıyla, satın alma riskinin fiziksel ortama göre daha yüksek olduğu ve tüketicinin belirsizliklerle karşılaşabileceği çevrim içi ortamda internet sitesi kalite unsurlarının her birinin e-memnuniyet ve e-güven faktörlerine etkisini incelemek son derece önemlidir. Satın alma karar sürecinde kendileri ile aynı sorunlarla yüzleşen tüketicilerin muhtemel eWOM etkisi ile yeniden satın alma niyetine sahip olması da pazarlama uzmanlarının bütünlük pazarlama iletişim stratejileri geliştirmelerinde ve tüketicilerin analiz edilmelerinde rol oynayabilecektir.

Araştırmanın eTailQ internet sitesi kalitesi unsurları ile e-güven arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan ilk hipotezine bakıldığında, tasarım haricindeki tüm unsurların e-güven üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu görülmektedir. Tüketicilerin internet tasarımından ilk etapta olumlu ya da olumsuz şekilde etkilenmeleri mümkünken, e-güven kavramı için tehdit oluşturan ve alışveriş riski olarak kabul edilen vaatlerin yerine getirilmemesi, kişisel bilgilerin paylaşılması endişesi ve satın alınan ürünün iade/değişim gibi müşteri hizmetleri ile ilgili eylemlerinin sektöre uğrama ihtimali internet tasarımından daha önemli olarak değerlendirilmektedir. İlgili literatür incelendiğinde, Kim ve diğerleri (2009), Li ve diğerleri (2015) ve Alam (2020) yerine getirme ve gizliliğin çevrim içi alışverişlerde müşterilerin e-güvenini olumlu ve anlamlı yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Müşteri hizmetleri unsurunun, araştırmada daha önceki yapılan çalışmaların aksine e-güven üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olması, Türkiye’deki tüketicilerin şikâyetlerinin değerlendirilmesine ve kendilerine önem verildiğinin göstergesi olarak hızlı bir şekilde cevaplanmasına verdikleri değeri yansıtıyor olabilmektedir. Çevrim içi alışverişlerde, e-satıcıların vaat ettiklerini yerine getirmeleri (teslimat süresi ve şekli, kampanya şartlarına uygunluk vb.) bazı tüketicilerin güvensizlik nedeniyle çevrim içi ortamdan uzaklaşarak fiziksel mağazalardan ısrarla gerçekleştirdikleri alışverişlerin seyrini de değiştirebilecektir. Aynı şekilde, müşteri hizmetlerinin e-satıcılar tarafından kolay ve işler kılınması

ve gizlilik çerçevesinde kişisel bilgilere sahip çıkılarak sadece izinli pazarlama çerçevesinde analiz amacıyla bazı kısımların kullanılması ve elbette ki şeffaflık tüketicilerin e-güven düzeyini de olumlu şekilde pekiştirecektir. İnternet sitesi kalitesi unsurlarının e-memnuniyet üzerindeki etkisini ölçmeye çalışan hipotezlere bakıldığında, tüm kalite unsurlarının e-memnuniyet üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu görülmektedir. Sanjaya (2012) WebQual ölçeğini kullandığı çalışmada bilgi sağlama haricindeki tüm unsurların e-memnuniyet üzerinde etkili olduğunu ifade ederken, Fatmedya ve Hadi (2020) araştırmaya paralel şekilde tüm kalite unsurlarının e-memnuniyet üzerinde pozitif ve anlamlı etkisini tespit etmiştir. E-memnuniyet kavramını, müşterilerin beklentilerinin karşılanma derecesi olarak ifade ettiğimizde tüm kalite unsurlarının e-memnuniyeti etkilemesi e-satıcılar açısından son derece önemlidir. Tasarımın e-güven faktöründeki etkisinden farklı olarak e-memnuniyeti etkilemesi; sitenin işlem hızı, yazı karakterlerinin kolay okunması, satın alma ile ilgili yönlendirmelerin olması, daha önce siteden alışveriş tecrübesine sahip olmayan birisinin bile kolaylıkla işlem gerçekleştirebilmesi gibi faktörlerin tüketicilerin e-memnuniyetlerini hissedebilmeleri açısından önemli olduğunu göstermektedir.

İnternet sitesi kalitesi unsurlarının yeniden satın alma niyeti üzerindeki etkisine bakıldığında, tasarım hariç diğer kalite unsurlarının yeniden satın alma niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi saptanmıştır. Opanayake ve Sirisena (2020) araştırmalarında internet sitesi tasarım çekiciliğinin ve yerine getirmenin çevrim içi yeniden satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkisinden bulurlarken, Tandon ve diğerleri (2020) ile Fanani (2020) web kalitesinin çevrim içi yeniden satın alma niyeti üzerinde anlamlı etkisini tespit etmişlerdir. İnternet sitesi kalitesi unsurları ile ilgili değerlendirme yaptığımızda tasarım kalite unsurunun yeniden satın alma niyeti ve güven üzerinde etkisi olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla, ülkemizdeki müşterilerin alışveriş yapılan sitelerin yazı karakterleri, grafikler, arayüz gibi tasarım unsurlarına çok fazla önem göstermedikleri ancak taahhütlerin yerine getirilmesi, şikâyetlerin çözümü ve kişisel bilgilerinin gizliliği noktasında hassas oldukları söylenebilir. Bu nedenle, stratejik pazarlama uzmanlarının pazarlama iletişimlerinde yerine getirme, gizlilik ve müşteri hizmetleri üzerinde durmaları müşterilerin kendilerine güven duymaları, satın alma süreçlerinden memnun olmaları ve nihayetinde de yeniden satın almalarına neden olabilmektedir.

Elektronik güvene bakıldığında, hem e-memnuniyet hem de yeniden satın alma niyeti üzerinde pozitif ve anlamlı düzeyde etkili olduğu görülmektedir. Çalışmamıza benzer şekilde Gao ve diğerleri (2020) ile Mansourimoayyed ve diğerleri (2021) e-güvenin e-memnuniyet ile Lukito ve Ikhsan (2020) ve Murdifi ve diğerleri (2020) e-güvenin yeniden satın alma niyeti üzerinde olumlu ve anlamlı etkilerini olduğunu ifade etmişlerdir. Tüketicilerin alışveriş yaptıkları e-satıcıya güvenmeleri, satın alma süreçlerinden memnuniyet duymalarına ve işletmelerin mevcut müşterilerinin yeniden satın alma niyeti göstermelerine neden olmaktadır. Dolayısıyla, elektronik ortamda hizmet veren işletmelerin müşterilerini rakiplerine kaptırmamaları, uzun dönemli ilişki kurarak kolayca talep toplayabilmeleri için müşterilerle olan güven duygusunu zedelememeleri gerekmektedir.

Elektronik memnuniyet incelendiğinde, e-memnuniyetin yeniden satın alma niyeti ve pozitif eWOM üzerinde etkisinin olduğu bulunmuştur. Duarte ve diğerleri (2018), Zainul (2019) ve Andrian ve Trinanda (2019) çalışmalar e-memnuniyetin pozitif eWO; Vijay ve diğerleri (2017), Trivedi ve Yadav (2020), Prahiawan ve diğerleri (2021) ise, çalışmalarında e-memnuniyetin yeniden satın alma niyeti üzerinde anlamlı ve olumlu etkisinin olduğu saptamışlardır. Beklentileri karşılanan müşterilerin, tecrübelerini sosyal medya hesaplarında, bloglarda ya da alışveriş yaptıkları site içerisinde paylaşmaları işletmelerin pazarlama iletişim maliyetlerini azaltırken, yeniden satın alma ile birlikte uzun dönemli satış ve karlılık anlamlarına gelmektedir. Son olarak pozitif eWOM'un yeniden satın alma niyeti üzerindeki pozitif ve anlamlı etkisinin görülmesi, e-satıcıların internet sitelerinde yorum, değerlendirme, oylama gibi eWOM unsurlarına ne kadar fazla önem vermeleri gerektiğini göstermektedir. Pozitif ifadeler barındıran yorumların çevrim içi ortamda hızlı bir şekilde yayılması ve benzer mal ve hizmet satın almak isteyen bireyleri güvenilir kaynak olarak kabul edilerek yeniden satın almaya sevk etmesi işletmeler açısından değerlidir.

Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılması, verilerin kısıtlı bir bölgeden, kısıtlı sayıdaki örnek küleden elde edilmesi araştırmanın kısıtları olarak düşünülmektedir. Benzer konular üzerinde yapılacak araştırmalarda eTailQ ölçeğinin araştırmamızda olduğu gibi tüm alt unsurları ile araştırma modellerine katılması, SiteQual ve WebQual kalite alt unsurları ile birlikte belirlenen internet sitelerinde, spesifik mal ve hizmetler kullanılarak karşılaştırma yapılması farklı bakış açılarına sahip olmak açısından önemlidir.

Kaynakça

- Alam, S. (2020). Examining the impact of ethical online retailing on consumers' repurchase intention in India. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6), 361-368.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroglu, S., & Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı*, 4. Baskı, Sakarya Kitabevi.

- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & marketing*, 20(2), 123-138.
- Andrian, J., & Trinanda, O. (2019). The influence of e-Service quality, e-Satisfaction, and e-word of mouth toward revisit intention on Tokopedia website in Padang City. *Jurnal Ecogen*, 2(1), 69-77.
- Awad, N. F., & Ragowsky, A. (2008). Establishing trust in electronic commerce through online word of mouth: An examination across genders. *Journal of management information systems*, 24(4), 101-121.
- Buia, N. T. A., & Nguyenb, T. H. (2017). Factors Affecting The Quality Of General Information Websites For Young Generation, Case In Vietnam. *The 8th International Scientific Conference, Czech Republic*, 521-536.
- Koçak, D., Çokluk, Ö., & Kayri, M. (2016). Faktör sayısının belirlenmesinde MAP testi, paralel analiz, K1 ve yamaç birikinti grafiği yöntemlerinin karşılaştırılması. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 330-359.
- De Matos, C. A., & Rossi, C. A. V. (2008). Word-of-mouth communications in marketing: A meta-analytic review of the antecedents and moderators. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(4), 578-596.
- Duarte, P., e Silva, S. C., & Ferreira, M. B. (2018). How convenient is it? Delivering online shopping convenience to enhance customer satisfaction and encourage e-WOM. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 161-169.
- Fanani, R. I. Z. (2020). The Impact of E-Service Quality on E-Satisfaction and Implications on B2C shopee. com the online Repurchase: A case study of Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre)*, 6(7), 1-9.
- Fatmedya, A., & Hadi, C. (2020). Correlation Of Website Quality Towards Repurchase Intention On E-Commerce Consumer. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(3), 1603-1617.
- Firuzan, A. R. (2017). Hastane Hizmet Kalitesinin Hasta Aidiyeti Üzerine Etkileri: Yapısal Eşitlik Modeli Ve Arabuluculuk. *Business & Management Studies: An International Journal*, 5(2), 462-480.
- Gauri, D. K., Bhatnagar, A., & Rao, R. (2008). Role of word of mouth in online store loyalty. *Communications of the ACM*, 51(3), 89-91.
- Gegez, A. E. (2010). Pazarlama Araştırmaları, 3. Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul.
- Giao, H., Vuong, B., & Quan, T. (2020). The influence of website quality on consumer's e-loyalty through the mediating role of e-trust and e-satisfaction: An evidence from online shopping in Vietnam. *Uncertain Supply Chain Management*, 8(2), 351-370.
- Hsin, H. C., & Su, W. C. (2008). The impact of online store environment cues on purchase intention. *Online Information Review*. *Emerald*, 32 (6), 818-841.
- Kamal, S. B. M., Abdullah, D., Nor, N. M., Ngelambong, A., & Bahari, K. A. (2018). Hotel booking websites and their impact on e-satisfaction and e-loyalty: Analysis on utilitarian and hedonic features. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(15), 160-177.
- Kaya, B., Behraves, E., Abubakar, A. M., Kaya, O. S., & Orús, C. (2019). The moderating role of website familiarity in the relationships between e-service quality, e-satisfaction and e-loyalty. *Journal of Internet Commerce*, 18(4), 369-394.
- Khan, Imran & Rahman, Zillur. 2016. E-tail brand experience's influence on e-brand trust and e-brand loyalty: The moderating role of gender. *International Journal of Retail & Distribution Management* 44(6), 588-606.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Kim, J., Jin, B., & Swinney, J.L. (2009). The role of e-tail quality, e-satisfaction, and etrust in online loyalty development process. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 16, 239- 247.
- Kim, H.-W., & Gupta, S. (2009). A comparison of purchase decision calculus between potential and repeat customers of an online store. *Decision Support Systems*, 47(4), 477-487.
- Koç, R. E. (2020). Çevrimiçi hizmet kalitesinin webqual 4.0 ile ölçülmesi ve kullanıcıların web sitesine yönelik tutumları üzerindeki etkisinin incelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kotler, P. & Keller, L. K. (2009). *Marketing Management*. 13th Ed., New Jersey: Pearson Education Ltd.
- Li, H., Aham-Anyanwu, N., Tevriçci, C., et al. (2015). The interplay between value and service quality experience: e-loyalty development process through the eTailQ scale and value perception. *Electronic Commerce Research*, 15(4), 585-615.

- Liao, K. H. (2012). The casual effects of service quality, brand image, customer satisfaction on customer loyalty in the leisure resort enterprise. *China-USA Business Review*, 11(5), 631-642.
- Loiacono, E. T., Watson, R. T., & Goodhue, D. L. (2002). WebQual: A measure of website quality. *Marketing theory and applications*, 13(3), 432-438.
- Lukito, S., & Ikhsan, R. (2020). Repurchase intention in e-commerce merchants: Practical evidence from college students. *Management Science Letters*, 10(13), 3089-3096.
- Mansourimoayyed, F., Colabi, A. M., Hoseini, H. K., & Binesh, H. (2021). Factors Affecting E-Satisfaction And Repurchase Intention: The Role Of eWom And Personality. *Journal of Critical Reviews*, 7(1), 1126-1133.
- Murdifin, I., Ashoer, M., Modding, B., & Basalamah, S. (2020). What drives consumers repurchase intention in mobile apps? An empirical study from Indonesia. *Revista Espacios*, 14(19), 197-211.
- Nguyen, H. T. T., Nguyen, N., & Pervan, S. (2020). Development and validation of a scale measuring hotel website service quality (HWebSQ). *Tourism Management Perspectives*, 35, 100697.
- Opanayake, K. W., & Sirisena, A. B. (2020). Impact of Website Attractiveness and Trustworthiness on Repeat Purchase Intention. 13th International Research Conference, Allied Health Sciences Sessions, 328--338.
- Phaneuf, A. (8 Ocak 2022). E-commerce Statistics: Industry Benchmarks & Growth. EMarketer Report. <https://www.insiderintelligence.com/insights/ecommerce-industry-statistics/> Erişim tarihi: 23.07.2022.
- Prahiawan, W., Fahlevi, M., Juliana, J., Purba, J., & Tarigan, S. (2021). The role of e-satisfaction, e-word of mouth and e-trust on repurchase intention of online shop. *International Journal of Data and Network Science*, 5(4), 593-600.
- Rao, A. S., & Rao, V. G. (2013). Service Quality in e-Commerce and Strategic Advantage: An Empirical Assessment. *IUP Journal of Business Strategy*, 10(2), 51-67.
- Sánchez-García, I., Pieters, R., Zeelenberg, M., & Bigné, E. (2012). When satisfied consumers do not return: variety seeking's effect on short-and long-term intentions. *Psychology & Marketing*, 29(1), 15-24.
- Sanjaya, I. (2012). Pengukuran kualitas layanan website kementerian kominfo dengan menggunakan metode webqual 4.0. *Jurnal penelitian iptek-kom*, 14(1), 1-15.
- Shin, J. K., & Lee, S. Y. (2018). The effects of the delivery service quality of online fresh food shopping malls on e-satisfaction and repurchase intention of online customers. *East Asian Journal of Business Economics (EAJBE)*, 6(2), 14-27.
- Sriyono, S., Simanjuntak, O. S., Agusdin, R. P., & Tahalea, S. P. (2021, November). A Measuring Satisfaction of Member UPN Veteran Yogyakarta Cooperative Whatsapp Group: Webqual 4.0 Model Adoption. In *RSF Conference Series: Engineering and Technology* (Vol. 1, No. 1, 603-609).
- Şahin, F., & Karahan, M. O. (2021). Akış Deneyiminin Mobil Oyun Bağımlılığı ve Keşifsel Davranış Üzerindeki Etkisi: Ağızdan Ağıza Pazarlama Kapsamında Bir İncelenme. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 1314-1331.
- Tandon, A., Aakash, A., & Aggarwal, A. G. (2020). Impact of EWOM, website quality, and product satisfaction on customer satisfaction and repurchase intention: Moderating role of shipping and handling. *International Journal of System Assurance Engineering and Management*, 349-356.
- Tatlıdil, H. (1992) Analiz, Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel. Hacettepe Üniversitesi, İstatistik.
- Trivedi, S. K., & Yadav, M. (2020). Repurchase intentions in Y generation: mediation of trust and e-satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(4), 401-415.
- Vijay, T. S., Prashar, S., & Parsad, C. (2017). Role of shopping values and web atmospherics in e-satisfaction and repurchase intention. *Journal of Internet Commerce*, 16(1), 32-52.
- Vilaysuk, B., Ramingwong, L., Ramingwong, S., Eiamkanitchart, N., & Cosh, K. (2019). Measuring quality of C2C E-commerce websites in Lao PDR. In *Advances in Computer Communication and Computational Sciences* (pp. 505-515). Springer, Singapore.
- Wen, C. (2012). *The impact of quality on customer behavioral intentions based on the consumer decision making process as applied in e-commerce*. PhD Thesis, University of North Texas, USA.
- Wolfenbarger, M., & Gilly, M. C. (2003). eTailQ: Dimensionalizing, measuring and predicting etail quality. *Journal of retailing*, 79(3), 183-198.

- Yang, F. X. (2017). Effects of restaurant satisfaction and knowledge sharing motivation on eWOM intentions: the moderating role of technology acceptance factors. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(1), 93-127.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2004). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. *Detay Yayıncılık, Ankara*.
- Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing a scale to measure the perceived quality of an internet shopping site (SITEQUAL). *Quarterly journal of electronic commerce*, 2(1), 31-45.
- Yıldız, S., & Tehci, A. (2014). Ağızdan ağıza iletişimde müşteri tatmini ve müşteri sadakati ile mağaza imajı boyutları: Ordu ilinde bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 441-460.
- Yıldız, S. (2018). Elektronik hizmet marka değerini etkileyen faktörler: Elektronik hizmet müşterileri üzerine bir uygulama. *Global Journal of Economics and Business Studies*, 7(14), 170-185.
- Yu, X., Roy, S. K., Quazi, A., Nguyen, B., & Han, Y. (2017). Internet entrepreneurship and "the sharing of information" in an Internet-of-Things context: The role of interactivity, stickiness, e-satisfaction and word-of-mouth in online SMEs' websites. *Internet Research*.
- Zainul, A. (2019). The Influence of E-service Quality toward E-satisfaction, E-trust, E-word of Mouth and Online Repurchase Intention: A Study on the Consumers of the Three-star Hotels in Lampung. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 93(9), 27-38.
- Ziembra, P., Wańróbski, J., Karczmarczyk, A., Jankowski, J., & Wolski, W. (2017, September). Integrated approach to e-commerce websites evaluation with the use of surveys and eye tracking based experiments. In *2017 Federated Conference on Computer Science and Information Systems (FedCSIS)* (pp. 1019-1030). IEEE.

Extended Abstract

Aim and Scope

One of the main precursors of online repurchasing is the quality of the website. To be able to evaluate the factors on online repurchasing, each element of the ETailQ quality dimensions needs to be correctly identified by strategic marketing and design experts and examined in order to use it in communicating with customers, organizing campaigns, and smoothing the purchasing processes. It's been understood that the effect of web quality elements on e-trust, e-satisfaction and positive eWOM can help us to understand the intention of consumers to repurchase. The aim of the study is to determine and evaluate the effects of web site quality elements (design, fulfillment/reliability, security/privacy and customer service) by using the eTailQ scale on e-trust, e-satisfaction and repurchase intentions of individuals who purchase online within the scope of positive electronic word of mouth marketing (eWOM).

Methods

The research population consists of consumers over the age of 18 who have online shopping experience. In cases where the population is larger than 100,000, the sample size of 384 at the 0.05 significance level is considered sufficient for structural equation analysis (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50; Altunışık et al., 2005). 384 valid and usable questionnaire forms were obtained in the research. Non-random sampling methods can be used in cases where the number of the population cannot be known precisely and it is not possible to determine it exactly (Gegez, 2010: 211). In the non-random sampling method, convenience sampling was determined as the sample mass method in the research, since the data can be collected from the main mass in the easiest, fastest and most economical way. In the data set using a five-point Likert scale, the analysis was carried out with the help of the structural equation model. Among the variables in the research model, a total of 14 statements (five statements of design, three statements of fulfillment, privacy and customer service) were adapted from Wolfenbarger and Gilly (2003), four statements of e-trust and e-satisfaction variable which are among the elements of website quality were adapted from Li. et al., (2015), 5 expressions belonging to the positive eWOM variable and finally 4 expressions related to online purchase intention were adapted from the studies of Wen et al., (2012). While the adapted expressions were being translated from English to Turkish, editing was carried out by an expert in the relevant field to increase their readability and to eliminate grammatical and factual errors. In order to evaluate the relevance and intelligibility of the expressions that make up the research model, a questionnaire was sent to 50 people online via e-mail. For item analysis and reliability, a pre-test was carried out on a questionnaire answered by these 50 people. In the pre-test, corrected total item correlations (r1) and Cronbach's Alpha values that the items would receive if they were deleted were examined. As a result of the pre-test, items with low item correlation and α values were adjusted. Also, sentences which may cause misunderstanding were removed.

Findings

As a result of analyzing the valid data obtained from 384 participants on online platform, it is seen that design, privacy and customer service elements have significant effects on e-trust excluding fulfillment/reliability from web quality (eTailQ) elements. It is also understood that all eTailQ elements have significant effects on e-satisfaction. Considering the effects of web quality factors on individuals' repurchase intentions, it can be stated that only privacy and customer service factors have significant effects. Finally, it's determined that e-trust has positive and significant effects on both e-satisfaction and repurchase intention while e-satisfaction has positive and significant effect on eWOM and positive eWOM has positive and significant effect on repurchase intention as well. Looking at the R^2 values, it is seen that the website quality elements explain 81.1% of E-satisfaction and 71.3% of E-trust. Likewise, we can state that website quality dimensions, e-satisfaction, e-trust and positive e-WOM explain 76.1% of repurchase intention and e-satisfaction explains 68.2% of positive e-WOM.

Conclusion

The rapid growth of online shopping around the world and the effort to stand out in the competition among online retailers cause the companies to focus more on the quality of service they provide to their consumers in the electronic environment. Therefore, it is extremely important to examine the effects of each of the website quality elements on e-satisfaction and e-trust factors in the online environment where the purchasing risk is higher than the physical environment and the consumer may encounter uncertainties. The fact that consumers who face the same problems in the purchasing decision process may have repurchase intention with the possible effect of eWOM. This may also play a role in the development of integrated marketing communication strategies and analysis of consumers.

The fact that the customer service quality elements have significant effects on e-trust, unlike previous studies, may reflect the perceived value while their complaints have been responded quickly as soon as possible in Turkey. While it is possible for consumers to be affected positively or negatively by the internet design in the first place, the possibility of interruption of customer service-related actions such as failure to fulfill the promises, the concern of shared personal information and the return/exchange of the purchased products' process may be considered more important than internet design by the consumers. In online shopping, the fulfillment of the promises of e-sellers (delivery time and method, compliance with the campaign conditions, etc.) may also change the style of shopping that some consumers persistently make shopping from physical stores by moving away from the online environment due to insecurity. Likewise, making customer services easy and functional by e-sellers, protecting personal information within the framework of confidentiality and using some parts for analysis only within the framework of authorized marketing and of course transparency will positively reinforce the e-trust level of consumers.

When we look at the hypotheses that try to measure the effect of website quality elements on e-satisfaction, it is seen that all quality elements have positive and significant effects on e-satisfaction. While Sanjaya (2012) used the WebQual scale to state that all factors other than providing information were effective on e-satisfaction, Fatmedya and Hadi (2020) mentioned the positive and significant effects of all quality factors on e-satisfaction in parallel with the research. When we express the concept of e-satisfaction as the degree of meeting the expectations of the customers, it is extremely important for e-sellers that all quality elements affect e-satisfaction for the consumers. Unlike the effect of design on e-trust factor, it affects e-satisfaction; It shows that factors such as the speed of the site, easy reading of the fonts, the presence of directions about the purchase and the fact that even someone who has no previous shopping experience can easily perform transactions on the site is important for consumers' e-satisfaction.

Considering the last hypothesis about the quality factors, which evaluates the effect of website quality factors on online repeat purchasing, it can be said that quality factors other than design have positive and significant effects on online purchasing. Therefore, it can be said that consumers in our country do not care with design elements such as fonts, graphics and interface of shopping sites, but they are sensitive in terms of fulfillment of commitments, resolution of complaints and privacy of personal information. Therefore, strategic marketers' emphasis on fulfillment, confidentiality and customer service in their marketing communications can lead to customers' self-confidence, satisfaction with their purchase process and ultimately online repurchases. Considering the hypotheses about the e-trust factor, it is seen that the factor has a positive and significant effect on both e-satisfaction and online repurchasing. Customers' trust in e-seller cause them to be satisfied with the purchasing processes and intent to repurchase. Therefore, e-sellers should establish long term relationships not to lose their customers to their competitors and damage the sense of trust with their customers. When the hypotheses about the e-satisfaction factor are examined, it is seen that the factor has a significant and positive effect on positive eWOM and online repurchase intention. So, it shows how much importance e-sellers should give to eWOM elements such as comments, evaluations and voting on their websites. It is noteworthy for companies that the comments containing positive statements spread rapidly in online environment and individuals who want to buy similar products and services accept them as reliable sources to repurchase.

Bir Kasaba Romanı: Nâbi'nin Park Kahvesi¹

A Town Novel: Nâbi's Park Coffeehouse

Havvaana Karadeniz²

Öz

Samim Kocagöz'ün, Cumhuriyet'in kuruluş yıllarını konu edinen ve küçük bir kasabada geçen Nâbi'nin Park Kahvesi adlı romanı, o süreçte hâkim güç durumunda olan kasaba eşrafı ile yoksul halkı temsil eden vatansever aydın gençlerin çatışmasını ve bürokratik-politik engellere takılan bu gençlerin verdiği mücadelede yenik düşmesini gözler önüne serer. Yazarın toplumcu gerçekçi çizgisini yansıtan ilk romanı olarak değerlendirilen Nâbi'nin Park Kahvesi, ele aldığı tema çeşitliliği ile zengin bir roman olma özelliğini taşır. Romanda, Batı Anadolu'da bir kasabada, Menderes Irmağı'nın taşmasıyla kasaba halkının tabiat ile olan sınava konu edinirken aynı zamanda yoksulluk içinde yaşayan halkın ekonomik durumu üzerinde durulur. Geçimini tarımla sağlayan köy ve kasaba insanının Menderes Irmağı'nın taşması sonucu verdiği zorlu mücadele ile aslında mekân-insan ilişkisi ön plana çıkarılır. Romanda Kurtuluş Savaşı'na katılanlar ile bu savaşa katılmayan ancak kendini savaşa katılmış gibi gösteren ve durumu kendi lehine çeviren baskın güçlerin hâkimiyeti, aralarında yaşanan çatışma, yozlaşma, ahlaki çöküntü, bürokratik çürüme, sağlık, eğitim ve sürgün gibi pek çok bireysel ve toplumsal sorun gözler önüne serilir. Bunun yanında çalışmada, edebî anlatılarda kasabaların, metin içinde yüklendiği değer ve fonksiyonlar ortaya konmuş; mekân olarak kasabanın, bireysel ve toplumsal izlekler bağlamında nasıl ele alındığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Nâbi'nin Park Kahvesi, Kasaba Romanı, Mekân, Samim Kocagöz.

Abstract

Samim Kocagöz's Nâbi's Park Coffeehouse, which is about the foundation years of the Republic and takes place in a small town, reveals the conflict between the town notables who were the dominant power in that process and the patriotic intellectual youth who represented the poor people and in struggle the defeat of these young people who are caught in bureaucratic-political obstacles. Nâbi's Park Coffeehouse, which is considered to be the first novel of the author that reflects his socialist realist style, has the feature of being a rich novel with the diversity of themes it handles. The novel focuses on the economic situation of the people living in poverty in a town in Western Anatolia, while dealing with the test of the townspeople with nature when the Menderes River overflows. In fact in the novel, the place-human relationship is brought to the fore with the difficult struggle of the village and town people who make their living from agriculture as a result of the overflow of the Menderes River. In the novel, many individual and social problems such as the dominance of those who participated in the War of Independence and the dominant powers who did not participate in this war but pretending to have participated in the war and turning the situation in their favor, and the conflict between them, corruption, moral collapse, bureaucratic decay, health, education and exile are presented to the reader. In the study, the values and functions of the towns in the text were revealed; it was determined how the town as a place was handled in the context of individual and social themes.

Keywords: Nâbi's Park Coffeehouse, Town Novel, Place, Samim Kocagöz.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 19 / 02 / 2022

Accepted: 10 / 08 / 2022

¹ Bu makale "Türk Romanında Kasaba" başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

² Öğr. Gör. Dr., Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Kırşehir, Türkiye, havvaanakaradeniz@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-3423-887X>

Giriş

1948 yılında İstanbul'da Remzi Kitabevi tarafından *Bir Şehrin İki Kapısı* adıyla basılan roman, 1985 yılında İstanbul'da İzlem Kitabevi tarafından yapılan ikinci baskısında *Nâbi'nin Park Kahvesi* adıyla yayımlanır. Romanlarının konusunu kendi görüp yaşadığı sosyal çevreden alan Samim Kocagöz, Anadolu insanının belli dönemde geçirdiği sarsıntıları, yaşadığı acı ve ortak sorunları, eserlerinin temelinde oturtur. Samim Kocagöz (1971), romanda temel olan "insanı, toplumu anlatabilmektir" diyerek insana verdiği önemi ortaya koyar ve romanlarında insanı, her yönü ile ele alır.

Romanda, Anadolu'nun kasabalarına hizmet için giden aydın gençlerin, halkın aydınlanması ve bilinçlenmesinden korkan hâkim güçler tarafından birer tehdit unsuru olarak algılandığı gözler önüne serilir. *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı eserde, "... dar çevresine kapanmış bir kasaba içindeki aydın ve devrimci gençlerin, kişisel çıkarları ve kinleri ile gerilik cephesine bağlanmış kimselerle yaptıkları bir mücadelenin tasviri yapılı(r)." (Alangu, 1965: 339). Cumhuriyetin kuruluş yıllarında küçük bir kasabada geçen romanda, hâkim gücü simgeleyen kasaba eşrafı ile yoksul halkı temsil eden vatansever aydın gençlerin çatışması ve karşılaştığı bürokratik engeller nedeniyle bu gençlerin, verdikleri mücadelede yalnız kalıp yenilmeleri eleştirel bir bakış açısıyla ortaya konur. Romanda "ülkenin sorunlarının yansımalarını anlatan yazar, Cumhuriyet'le gelen değişimleri de aktarır. Karı-kocanın kol kola gezmesi, davetlere birlikte gitmesi gibi Cumhuriyet'le gelen ayrıntılara da dikkat çeker." (Taş, 1993: 89). Bu toplumsal meselelerin dışında *Nâbi'nin Park Kahvesi*'nde, Batı Anadolu'da küçük bir kasabadan hareketle aslında Anadolu'nun diğer kasaba ve köylerinin durumuna dikkat çekilir ve böylece pek çok toplumsal sorun işlenir.

Bu çalışmada Samim Kocagöz'ün *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanın, bireysel ve toplumsal izlekler bakımından incelenmesi amaçlanmaktadır. Alanyazın incelendiğinde Samim Kocagöz'ün *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanıyla ilgili doğrudan bir çalışmanın yer almadığı görülmüş, roman bireysel ve toplumsal izlekler bağlamında ele alınmıştır.

1. Mekân

Anlatma esasına bağlı metinlerde mekân, salt bir dekor olmaktan ziyade karakterlerin ruh hâllerinin ve algılarının yansıtılıp çözümlenmesinde ve bir coğrafyanın; tarihî, siyasi, kültürel, ekonomik ve sosyolojik özelliklerinin ortaya konmasında en temel unsurlardan biridir. Bu nedenle "Mekân unsuru, bir tanım veya takdim sorununun ötesinde işlevsel bir özellik taşır." (Tekin, 2009: 129). Bu bakımdan romancı, mekânı, olayların cereyan ettiği çevreyi tanıtmak, roman karakterlerini oluşturmak, toplumu yansıtmak ve bir atmosfer yaratmak için kullanır. "Bakılan, sonra da görülen yerin anlamıdır mekân. Bizi içinde barındıran, ama bir o kadar da biçimleyen, duruşumuza/yaşayış ve hissedişimize gölgesi yansıyan, içselleşme/taşma anlarımızda bellek labirentlerinde gezinmemizi sağlayandır mekân." (Andaç, 2006: 96). Kuşatıcılığı ile ön plana çıkan mekân, tüm anıları ve yaşanmışlıkları, kendi labirentleri içinde muhafaza eder. Böylece hafızaların ve anıların koruyuculuğunu yaparak mekân-insan ilişkisini ortaya koyar.

Mekân aynı zamanda insan yaşamında ontolojik bir anlam içerir. "... bireyin kendilik dünyasını kurmasında ve dünyayı tanımada dönüştürücü ve dönüştürücü bir güce sahip olan mekân, üzerinde yaşanan topografik/fiziksel bir yerin ötesinde anlamlar barındırır." (Kanter, 2013: 7). Fiziksel mekânın ötesinde ortaya konan imgesel çağrışımlar, yaşamın/metnin ontolojik yönden daha sistemli anlamlandırılmasını sağlar. "Bir kültür ve kimlik göstergesi olan mekân, farklılaşan, dönüşen, başkalaşan ve ayrışan dinamik bir yapıdır. Toplumsal süreçlerce yeniden üretildiği için biçim ve içerik bakımından daima değişme hâlinindedir." (Urry, 1999: 42). Bir bakıma canlı bir varlık olarak değerlendirilen ve kendine özgü bir dili olan mekân, çağa ve algılara göre değişim gösteren bir yapıdadır.

Samim Kocagöz'ün *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanında mekân, Aydın'ın Söke kasabasıdır. Söke kasabası ve kasabanın kahvehanesi olan Nâbi'nin Park Kahvesi, olayın geçtiği genel mekânı oluştururken Menderes'in taşıdığı ova ve köyler de diğer mekânları oluşturur. Söke kasabası, Kurtuluş Savaşı'na tanıklık eden bir kasabadır ve kasabadaki Menderes Irmağı da kasaba halkının yaşamını belirleyen önemli bir etken olarak yer alır. Yazar, "... nehir her zamanki gibi, hain hain yerde sürünen bir yılana benziyordu." (NPK, s. 8) diyerek Menderes Irmağı'nı, yoksul halkı ezen kasaba eşrafı ve bürokrasisiyle aynı tarafta değerlendirerek bir yılana benzetir.

Romanda Söke kasabasının tarihî öneminden de ayrıntılı bir şekilde bahsedilir. İyonlardan Selçuklulara kadar pek çok millete ve uygarlığa ev sahipliği yapmış bu kasabanın, aslında medeniyetler beşiği bir yer olduğu ortaya konur. "Küçük yeşil tepelerin eteğindeki kasabanın önünde ova, Beşparmak Dağları'na doğru sisler, düşler içindeymiş gibi gözün alabildiğine uzanıyordu. Kasabamızın kucağında bulunduğu bu yeşil, küçük tepelikler, büyük Samsun Dağları'nın ucuna işlenmiş birer zümrüttür. (...) ova, eski Milet Kenti'nin kalıntılarının bulunduğu yerde denize kavuşur. Antik İyon uygarlığının incisi, en büyük ticaret limanı Milet, bugün denize özlemle uzaktan bakar." (NPK, s. 128). Bu kasabanın, Menderes Irmağı'nın iki bin beş yüz yıl boyunca taşıdığı kum ve mil ile denizi doldurması nedeniyle Antik Çağ'ın en önemli liman kentlerinden biri olan Milet'in bugün denizden altı kilometre içerde kalmasıyla oluştuğu ifade edilir. Kasabanın tarihinin

anlatıldığı bu bilgiler ile aslında Menderes Irmağı'nın gücüne ve kasaba halkıyla yaşadığı çatışmaya vurgu yapılır. Bu sayede doğa/tabiat-insan ilişkisi bir kez daha gün yüzüne çıkarılır.

2. Mekân Olarak Kasaba

Köy ile şehir arasında bir geçiş yeri olan kasabalar; toplum içindeki yeri, köy ve şehir arasında kurduğu ilişki nedeniyle edebî eserlerde ele alınan önemli mekânlardan biri olmuştur. Bu nedenle köy ve şehir arasında bir köprü vazifesi gören kasabalar, bir uyum ve adaptasyon merkezi olarak değerlendirilmesinin yanında şehirden köye açılan bir kapı görevi üstlenir.

Köy ve kasabaların Türk edebiyatında tematik olarak yer edinmesi, gerçek anlamda Millî Edebiyat hareketi ile başlar. *“Millî Edebiyatçılar için Anadolu, ihmal edilmiş ve keşfedilmeyi bekleyen bir özün bulunduğu bir yerdir.”* (Oğuz, 2011: 690). Bu dönem eserlerinde, Anadolu'nun köy ve kasabalarının ve burada yaşayan insanların duygu, düşünce ve yaşam kültürlerinin ortaya konmaya çalışıldığı görülür. Böylece edebiyat, İstanbul dışında, Anadolu'ya ve Anadolu'nun köy ve kasabalarına da genişlemiş olur. Köy, kasaba ve kırsal mekânların romanda daha gerçekçi ve kapsamlı bir şekilde yer alması ise Cumhuriyet dönemi romanlarında görülür. Bu dönem sanatçı ve yazarları büyük bir sorumluluk ve bilinçle kendi hayatlarını Anadolu ile birleştirmeye başlar. Böylece kasaba ve kasabalıya ontolojik bakımdan yaklaşılması, bir milleti oluşturan bütünü iç ve dış dinamiklerinin görünür olmasını mümkün kılar. Asıl millîleşme ve siyasallaşma, Anadolu'nun köy ve kasabalarında yaşayan insanların iradesinin tam anlamıyla devreye girmesi ile sağlanmış olur.

Köy ile kent arasında sıkışık kalmanın sıkıntısını yaşayan kasabalar aslında o bölgedeki insanların kimliğinin oluşmasında son derece belirleyici bir rol oynar. *“Küçük şehir veya kasaba, insanı keşfetmek hatta edebî anlamda icat etmek için ideal bir birim, geometrideki altın ölçüdür âdeti.”* (Karakoç, 1986: 48). Özellikle Millî Mücadele ve daha sonra Cumhuriyet dönemi romanlarında aktif bir şekilde yer alan kasaba mekânı ile Anadolu ve Anadolu'nun sorunları gün yüzüne çıkarılmaya çalışılır. Sezai Karakoç'un ifadesiyle *“küçük şehir”* olarak tanımlanan kasabalar, bir toplumun yalnızca coğrafi bir parçası değil; köklü bir geçmişe sahip olmasıyla pek çok yaşanmışlığın temsil edildiği mekânlardır. Aynı zamanda içinde bulundurduğu pek çok değer, kasabaların birer kültür taşıyıcısı olduğunu ortaya koyar.

Millî Mücadele ve Cumhuriyet yıllarında kasabalar, düşünce bağlamında şehirde yaşanan değişimlerin ve teknolojik alandaki gelişmelerin köylere ulaşmasında birer kapı rolü üstlenmiştir. *“Kasaba, aydınların düşünceleriyle hükümet siyasetini büyük halk çoğunluğuna aktaran bir geçit yeridir. Yukardan gelen herhangi bir düşünceye karşı belirli bir tepki göstermek, direnme duygusu kasabada doğar. Ancak kasaba şu veya bu şekilde bir fikir uğurunda hizaya getirildikten sonradır ki işler kolaylaşır.”* (Karpaz, 1962: 53). Bu nedenle kasabalar, şehir ile köy arasında bulunan bir geçiş yeridir.

Kasaba edebiyatı ise *“... bir ucuyla köye, öbür ucuyla ağır sanayi yaşayışına pencereler açar ... kasaba edebiyatının ölçüleri, gerektiği kadar aşılımadan öteki branşlarda sağlam eserler verilemez.”* (Karakoç, 1986: 47). Kasabalar, köy ile şehir arasında yer alan ve bir bütünü parçası olan coğrafi bir topluluğa soluk aldırın mekânlardır. Kasabayı tam olarak çözümlenmek ve ortaya koymak, köy ve şehirlerin çözümlenmesi ve anlamlandırılmasında gerekli temel unsurdur. Bu bağlamda kasabalar; sosyo-kültürel, ekonomik, iktisadi, coğrafi ve psikolojik açıdan çok yönlü olarak değerlendirilmeli ve kasabaların varoluşsal topografyası çıkarılmalıdır.

3. Yazarın Kasaba Tasavvuru

Söke'nin köklü ailelerinden birinin oğlu olan Samim Kocagöz (1916-1993), Söke'de doğar. Yedi kuşak boyunca Söke'nin Burun köyünde yaşayan Kocagöz ailesi, toprak ağalığı ve çiftçilik yapmasıyla bilinir. Samim Kocagöz, ilk öğrenimini Söke'de, lise öğrenimini İzmir Erkek Lisesinde tamamlar. Lise yıllarında okulun futbol takımında oynayan yazar, daha sonra Sökespor takımında oynamaya başlar. Çocukluk yıllarına denk gelen Kurtuluş Savaşı'nda, Söke kasabasının yangınlara maruz kalmış çehresine tanıklık etmiş ve savaşın acısını derinden hissetmiştir. Yaşadığı çevrenin sorunlarını özümseyen yazar, bu sorunlara duyarsız kalmamış; büyük bir sosyal bilinçle gözlemlerini romanına aktarmıştır. Toplumcu gerçekçi çizgisini yansıtan ilk romanı olarak değerlendirilen *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanında, yakından gözlemlediği Söke kasabasını, tüm sorunları ve kişileriyle canlı bir şekilde ele alır. 1942'de Söke'de yazmaya başladığı bu romanı, 1944'te Lozan'da bitirir.

Samim Kocagöz, romanları ile kendi yaşamı arasında olan benzerliği, *“Elbette bir romancı gözlemlerinden, izlenimlerinden duygularından yararlanırken, kendi yaşantısından yararlanır; deneyleri, bilgisi bu iç dünyasının varlığını destekler.”* (Kocagöz, 1974) ifadesiyle ortaya koyar. Buna göre yazar; yaşadığı çevreyi, gözlemlediği ve tanıklık ettiği kişi, olay ve mekânları romanlarında gerçekçi-gözlemci bir çizgide ele alır. Özellikle Batı Anadolu insanının geçirdiği tarihî süreci ve ortak değerlerini canlı bir şekilde yansıtan Samim Kocagöz'ün, Anadolu insanı ile bütünleştiği görülür.

4. Romanda Öne Çıkan Bireysel ve Toplumsal İzlekler

4.1. Çatışma

Çatışma; insanın, şuurlatında kendi kendine yaptığı mücadele ve hayatı hakkında içinde bulunduğu ruhsal durumlarıdır. Düşünce ve kanıların birbirine zıtlığından kaynaklanan çatışma, bireysel düzeyde gerçekleşebileceği gibi bireyler ve toplumlar arasında da gerçekleşebilir. “Çatışma genel olarak kişilerin veya grupların birbirlerinden beklentilerinin uyumsuzluğu, amaç ve hedeflerindeki farklılıklar, iletişim bozuklukları ve benzeri nedenlerle ortaya çıkar.” (Bilgin, 2007: 72). Karşıtlıklardan doğan çatışma; toplumsal, kültürel, sosyo-ekonomik etkenler ve din olmak üzere pek çok olguyla ilişkilendirilir.

Nâbi'nin Park Kahvesi adlı romanda çatışma, çok boyutlu olarak ele alınmıştır. Bu nedenle *Nâbi'nin Park Kahvesi*, bir çatışma romanı olarak değerlendirilir. Bu bağlamda romanda eski-yeni çatışması, aydın gençler ile kasabanın hâkim güçleri olan eşraf arasındaki çatışma, Kurtuluş Savaşı'na katılanlar ile katılmayanların çatışması, eşrafın eşrafla çatışması, halk-eşraf çatışması, madde-ruh çatışması, insan-tabiat çatışması, mesleki ve bireysel çatışma gibi pek çok çatışma türü görülür:

4.1.1. Mesleki Çatışma

Romanda mesleki çatışma, öğretmenlik ve doktorluk göreviyle kasabada bulunan kişiler aracılığıyla sunulur. Buna göre Sıtkı Öğretmen ile Zafer Öğretmen ve Belediye Doktoru Reşat Bey ile Hükümet Doktoru Sezai Bey arasında meslek ahlakı bakımından yaşanan çatışmalar ele alınmıştır.

Halkevi Edebiyat Kolu Başkanı olan Zafer Öğretmen, Halkevi'nin kitaplığında bulunan Servet-i Fünûn ciltlerini, bütün eski gazete ve koleksiyonları, Halkevi'ne konferansa gelen ziyaretçilere ikram edilen çay ve pastanın parasını karşılamak için “...bu eski gazete, dergiler işe yaramaz; çok eski bunlar, helvacılara okkayla verin gitsin!” (NPK, s. 52) diyerek gizlice sattırır. Zafer Öğretmen'in, bir öğretmen olarak kitapların ve edebî eserlerin önemini anlamaması, Halkevi'ne kitaplardan yararlanmak için gelen gençlerin yolunu kapaması, onun meslek ahlakından yoksunluğunu ve yozlaşmışlığını ortaya koyar. Zafer Öğretmen'in bu kitap ve dergileri satması, kasabada, “Bu namussuzluk, bu devlet, millet malına el uzatma, bu ilim ve de irfan düşmanlığı, elbette Zafer Bey'in yanına kâr kalmayacak...” (NPK, s. 57) şeklinde konuşulmasına ve kasaba halkı tarafından büyük bir tepki çekmesine neden olur.

Kasabada insan tahlil etmedeki başarısıyla bilinen Lutfullah Efendi, bu kasabadan yetişmiş biri olan Zafer Öğretmen'i, “palavracı” (NPK, s. 55) diye tanımlarken kasabanın bir başka öğretmeni olan ve kasabaya tayin ile gelen Sıtkı Öğretmen'i, kasabanın en bilgili kişisi olarak görür; ona her zaman saygı duyar. Sıtkı Öğretmen, Halkevi'ndeki Servet-i Fünûn ciltlerinin kaybolduğunu ilk fark eden kişidir. Konuyu araştırdıktan sonra Zafer Bey'in, bu kitap ve dergileri sattığını öğrenir ve onu dava eder. Sıtkı Öğretmen'in bu durum karşısındaki şaşkınlığı ve üzüntüsü, “Sıtkı, bir öğretmenin bu çeşit bir halt etmesini bir türlü hazmedemiyordu. Bu işi mesleğine hakaret sayıyordu.” (NPK, s. 56) ifadeleriyle dile getirilirken Doktor Reşat'ın, Sıtkı Öğretmen'i “Beş parmak bir olmaz...” (NPK, s. 56) diyerek sakinleştirdiği ve teselli ettiği görülür. Doktor Reşat'ın “Beş parmak bir olmaz...” ifadesiyle aynı mesleği icra eden kişilerin meslek ahlakı bakımından birbirinden farklı olduğuna ve meslektaşlar arasında da yozlaşmış ve kendi değerlerinden kopmuş insanların var olduğuna işaret edilir. Aynı şekilde başkisi Mustafa, Sıtkı Öğretmen'i gözlemleyerek “Sıtkı'nın ağzını bıçak açmıyordu. Çok üzgün görünüyordu. Onun Serveti Fünun ciltlerine mi, yoksa bir öğretmenin böylesine bir tutumuna mı üzüldüğünü iyice kestiremiyordum. Sormaya da cesaret edemiyordum.” (NPK, s. 57) demesi, meslek ahlakı ve sosyal duyarlılık bakımından Sıtkı Öğretmen ile Zafer Öğretmen'in yaşadığı çatışmayı bir kez daha ortaya koyar. Sıtkı Öğretmen'in, Halkevi'ndeki bilgi kaynağı bu kitapların, Zafer Öğretmen tarafından bilinçsizce ve sorumsuzca satılması karşısındaki durumu ve duruşu, Sıtkı Öğretmen'in hem bir vatandaş hem de bir öğretmen olarak görev ve sorumluluklarının bilincinde olduğunu gösterir. Bütün bunlar değerlendirildiğinde Sıtkı Öğretmen ile Zafer Öğretmen'in yaşadığı çatışma gözler önüne serilir.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında görülen başka bir mesleki çatışma ise Hükümet Doktoru Sezai Bey ile Belediye Doktoru Reşat Bey arasında yaşanır. Kasabanın Sıtma Savaş Derneğinde çalışan Sezai Bey, görev saatinde dispanserde bulunmaz ve dispanserin alt katını kömür deposu olarak kullanır. Üst katını ise kümes şeklinde düzenleyerek burada tavuk yetiştirir. Dispanserin kapısı açılınca tavuklar dışarı kaçışmaya başlar. Devletin sağlık kurumunu, bu şekilde sağlıksız ve elverişsiz bir ortam hâline getirerek kendi özel mülkü gibi kullanması ve kendi çıkarı doğrultusunda kazanç sağlayacak bir yer olarak tertip etmesi, Sezai Bey'in hem bir birey hem de bir doktor olarak yozlaşmışlığını ortaya koyar.

Sezai Bey, kasabanın ileri gelenleri ile ilişkilerini iyi tutarak onların desteğini arkasına alır böylece kasabada daha özgür ve güçlü davranma imkânı bulur. Uzun süre kasabada bulunduğu için gayriahlaki yoldan yüklü bir kazanç elde eder. Evlenecek olanlara, kişilerin maddi durumuna göre beş liradan iki yüz liraya kadar muayene etmeden sağlık raporu verir. Vizite parasını peşin almadan hastaları muayeneye gitmez, büyük bir kümesi andıran dispanserin önünde bekleyen hastaları, bedavacı olarak nitelendirir ve onlara hakaretlerde bulunur. Son zamanlarda lüks bir otomobil alarak küçücük kasabada hastaları otomobil ile ziyaret etmeyi âdet edinir. Daha sonra muayene ücretlerine, otomobilinin benzin parasını

da ilave eder. Benzin parasını alamayacağı düşündüğü hastaları muayeneye gitmediği için pek çok kişinin öldüğü bilinir. Hatta Sezai Bey, işi iyice çığırından çıkararak çarşıdaki esnafı haraca bağlar. Bütün bunlar, Sezai Bey'in bireysel olduğu kadar meslek ahlakı bakımından da yozlaşmış, görev ve sorumluluk bilincinden yoksun olduğunu somutlar. Sezai Bey, bu hâliyle icra et(me)tiği doktorluk görevi noktasında, sonraki süreçte kasabaya atanan Belediye Doktoru Reşat Bey ile hem bireysel hem de mesleki bakımdan çatışma yaşar.

Belediye Doktoru Reşat Bey ise kasaba halkı için canını dişine takan ve özveriyle çalışan bir doktordur. Millî bilinci yüksek ve kendi öz değerlerinin farkında aydın bir genç olan Reşat Bey, hela sularının, kuyu sularına sızmasıyla kasabada tifo hastalığının baş gösterdiğini fark eder. Bunu engellemek için Belediye Meclisi'yle hareket ederek kasabanın su kuyularının kapatılması ve tulumbarın sökülmesi için çaba sarf eder, böylece hastalığın önüne geçer. Bunun dışında mahalle aralarında yaşanan gayriahlaki ilişkilerin neden olduğu bulaşıcı hastalıklara yakalanan gençleri kurtarmak için türlü fedakârlıklarda bulunur.

Reşat Bey'in, meslek ahlakı bakımından Sezai Bey'den farklı olduğu Feramuş adlı hastaya yaklaşımıyla da ortaya konur. Kurtuluş Savaşı'na ve Çanakkale Savaşı'na katılmış Feramuş adlı bir kasabalının, başına aldığı şarapnel parçaları nedeniyle başının bir bölümü yamru yumru kalır. Başında kalan şarapnel parçası, bir süre sonra beynine baskı yapmaya başlar. Bu nedenle Feramuş'un baş ağrısı, dayanılamayacak bir hâl alır. Reşat Bey, Feramuş'un bu durumuna duyarsız kalmaz; ona teknolojinin artık ilerlediğinden ve İzmir'de röntgen çekilebildiğinden bahsederek röntgen sonucuna göre bu acının sona erme ihtimali olduğuna dair bilgi verir. Feramuş'un, tedavi masraflarını karşılayabilecek durumunun olmadığını söylemesi üzerine ona, Çanakkale gazisi olduğunu hatırlatır ve Belediye Meclisi'nden tedavi masrafları için bütçe ayarlatır. Sezai Bey, insanları ölüme terk ederken Reşat Bey, insanları tedavi etmek için türlü zorluklara göğüs gerer.

Kasabanın hâkim güçlerinin, Sezai Bey gibi yozlaşmış bir doktorun dispenserdeki yaptıkları ve halka karşı olumsuz tutumları karşısında hiç müdahale etmediği hatta arka planda Sezai Bey'i desteklediği görülür. Bu güçlerin; kasaba halkına hizmet eden, onları salgın hastalıklardan koruyan, muayene ve ilaç parası almayan Reşat Bey'e karşı ise halkı bilinçlendirmesinden endişe duydukları için kasaba halkını türlü hilelerle kışkırttığı görülür. Bu kişiler, kendi çıkarlarına engel teşkil edeceğini düşündüğü Reşat Bey'in, en sonunda kasabadan sürgün edilmesine neden olur. Bütün bunlar, Reşat Bey'in büyük bir görev bilincine sahip ve kendini kasaba insanına adanmış bir genç olduğunu ortaya koyarken aynı zamanda Hükümet Doktoru Sezai Bey ile bireysel ve mesleki bakımdan yaşadığı çatışmayı gözler önüne serer.

4.1.2. Bireysel Çatışma

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında görülen bir başka çatışma ise bireysel düzlemde yaşanır. Bu bireysel çatışma, Kurtuluş Savaşı ve Çanakkale Savaşı gazisi olan Feramuş adlı vatansever bir kasaba sakini ile savaşa katılmadığı hâlde kendini savaşa katılmış gibi gösteren kasaba eşrafından Hulki ve Zati Bey'in yaşam koşulları noktasında kendini gösterir. Romanda bu çatışma, onlar, Feramuş'un "*kesip attığı tırnak bile olamazlar.*" (NPK, s. 16) ifadesiyle de somutlaştırılır. Kasabanın Kurtuluş Savaşı'na katılmış ve sevilen eşrafından Mehmet Bey'in cephe arkadaşı olan Feramuş, katıldığı savaşlarda vatani için sonuna kadar mücadele etmiş ve kafasına gelen şarapnel parçalarıyla yaşamaya mahkûm olmuştur. Daha sonraki süreçte bu parçaların beynine baskı yapmasıyla dayanılamayacak ağrılar çeker. Yoksulluk içinde yaşar, ayakları çıplaktır, üzerinde doğru dürüst giyecek kıyafeti yoktur (NPK, s. 130). Gelişen teknolojiyle İzmir'de röntgen çekilerek bu ağrılarına bir çözüm bulunabileceği söylenmesine karşın o, tedavi masraflarını karşılayamayacağını düşünerek bu teklifi kabul etmez. Bunun üzerine Belediye Meclisi'nden bu tedavi için bir bütçe talep edilir ve Feramuş tedaviye ikna edilir. Öte yandan işgal güçlerini destekleyen ve savaşa hiç katılmadığı hâlde kendini savaşa katılmış gibi gösteren Hulki Bey'in ve kasabada seilmeyen diğer bir eşraf olan Zati Bey'in, politik ve bürokratik yapının desteğini de arkasına alarak maddi ve manevi bakımdan rahatlık içinde yaşadığı görülür.

Savaşa bizzat katılarak ağır yaralanan Feramuş'un yoksulluk içindeki sefil yaşayışı ile savaşa katılmadığı hâlde kendini savaşa katılmış gibi gösteren ve devletin türlü imkânlarından yararlanan Hulki ve Zati Bey'in durumuna dikkat çekilerek o süreçte savaş gazilerine maddi ve manevi bakımdan destek olunmadığının eleştirisi yapılır. Devletin resmî kurumlarının, çıkarıcı ve yozlaşmış kişilerin her zaman yanında olup onların işlerini yürütürken Feramuş gibi fedakâr ve vatansever kişilerin görmezden gelindiği gerçeği vurgulanır.

Romanda bireysel düzeyde görülen bir başka çatışma da kasabanın Belediye Doktoru Reşat Bey ile kasaba eşrafından Zati ve Hulki Bey arasında yaşanır. Meslek ahlakına sahip olan Reşat Bey, kasaba halkının sağlığı için kasabada birtakım girişimlerde bulunur. Evlerin hela çukurlarından sızan pis suyun, kuyulara sızması nedeniyle kasabada tifo hastalığı baş gösterir. Bu hastalığı önlemek için Belediye Meclisi'nin kararı ve Reşat Bey'in yardımıyla kasabadaki su kuyuları kapatılır. Tulumbarar söktürülerek halkın içme suyunun, borularla gelen şebeke suyundan karşılanması sağlanır. Aynı şekilde kasabada gayriahlaki yaşanan ilişkilerin ve buna bağlı oluşan salgın hastalıkların önlenmesi için kasabada bir genelev açılmasına Doktor Reşat Bey tarafından onay verilir. Bunu fırsata çeviren Zati Bey ile Hulki Bey, kasabadaki kahvehaneleri tek tek gezer ve Reşat Bey'in kasabanın ahlakını bozan alçak biri olduğuna dair dedikodular yayar. Kasabada pek çok girişimde bulunan Reşat Bey'in, kasaba halkını bilinçlendirerek aydınlatmasından endişe duyan Zati Bey, çeşitli

dedikodular çıkararak Reşat Bey'e karşı kasaba halkını kışkırtmaya çalışır. Kasabanın berber dükkânında Milletvekili ile bir araya gelen Zati Bey, kasaba ahalisinin Reşat Bey'den rahatsızlık duyduğunu bu nedenle kasabada bir isyan çıkmasından endişelendiğini dile getirerek Reşat Bey'in, kasabadan sürgün edilmesinin iyi olacağına vurgu yapar. Milletvekili, Ankara'ya döndüğünde bu işle ilgileneceğini belirtir. Bireysel düzeyde yaşanan bu çatışmada ezici ve hâkim gücü temsil eden Zati ve Hulki Bey'in galip geldiği görülür. Sonunda Reşat Bey, kasabadan sürgün edilir ve verdiği mücadelede yenik düşerek görevinden istifa eder.

4.1.3. Eşraf-Eşraf Çatışması

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında öne çıkan bir diğer çatışma, kasaba eşrafı arasında yaşanır. Bu çatışma aynı zamanda Kurtuluş Savaşı'na katılanlar ile katılmayanların çatışmasını içerir. Bu bağlamda eşrafın eşrafla olan çatışması, kasabanın sevilen eşrafı Mehmet Bey ile kasabanın hâkim güçleri olarak bilinen Zati ve Hulki Bey arasında yaşanır. Mehmet Bey, katıldığı İstiklal Harbi'nde kulağını kaybeder ve kasabaya gazi olarak döner. Sonraki süreçte İstiklal Harbi'nden sonra kurulan Halk Fırkası'nın kasabada mutemedi olur. Mehmet Bey'in, kasabanın diğer eşraf kesiminden farklı, millî bilinci yüksek ve vatansever biri olduğu ve kasaba halkı tarafından sevildiği, başkişi Mustafa tarafından şöyle aktarılır:

"Bir kere Mehmet Amca'nın kasabamızın eşrafından olmasına karşın, Zati Bey gibi kötü şöhreti yoktu. Para canlısı değildi. Kasabada sivri işler yapmaz, kimsenin de gözüne batmazdı. Ne zaman sırası gelip sözü edilse, 'Allah için namuslu adamdır!' denirdi. Halk onun doğru sözlü, açık kalpli olduğundan ötürü hatırını çok sayardı." (NPK, s. 13).

Mehmet Bey, kasabada sevilen, saygı duyulan ve sözüne itimat edilen biridir. Haksızlığın karşısında durur, diğer eşrafa karşı yoksul halkı savunur. Kasabanın başka bir eşrafı olan Hulki Bey ise İstiklal Savaşı yıllarında Mustafa Kemal Paşa'nın önderliğindeki millî kuvvetlere karşı İngilizleri destekler ve İngiliz Muhipleri Cemiyeti'ne üye olur. Savaşın sonunda Mustafa Kemal Paşa'nın başarısından sonra taraf değiştirir ve etrafta, kendini savaşa katılmış bir vatansever olarak tanıtır. Hulki Bey hakkında verilen şu bilgiler, bir eşraf olarak Hulki Bey'in yozlaşmışlığını ve kasabadaki çıkarıcı gücü temsil ettiğini gözler önüne serer:

"Bu adam, çıkarı için kasabanın her sorununa, kasabasının ensesine yapışan bir atsineğidir. Zati Bey gibilerle işbirliği yaparak kasabalıyı avucunun içine almak, sömürmek sevdasıdadır. (...) Aklınca işlerini, işbirliği yaptığı kişilerin işlerini yürütmek için kasabaya her yeni gelen kaymakamı, memuru avucunun içine almak ister. Yöntemi bilinen bir yöntemdir, kasabaya her yeni gelen memur, kasabamızı şerefliendirmesinin armağanı olarak geldiğinin ikinci, üçüncü günü büyük bir ziyafet masasının başına oturur. Kasabada kaldığı sürece yönetimde söz sahibi memurların sık sık armağanları eksik edilmez. (...) Ben kendimi bildim bileli, bu kasabada hep Zati Beyler, Hulki Beyler olmuştur. Bunlar Osmanlı'dan kalma, yeni Cumhuriyetimizin çıban başlarıdır." (NPK, s. 14-15).

Eskinin temsilcisi olan ve kendi özlerine/kimliklerine yabancılaşmış bu kişiler, kasabanın resmî makamları üzerinde de söz sahibi olur. Yazar, Mehmet Bey ile Hulki ve Zati Bey'in karşılaştırmasını yapıp çatışmasını ortaya koyarak aslında kasabanın olumsuz eşrafını temsil eden Hulki ve Zati Bey'in durumunu gözler önüne serer. Buna göre bu olumsuz eşraf tipinin; kendi çıkarı için halkı ezen, sömüren, onları görmezden gelen, haksızlık yapan, türlü kötü işlere başvurarak resmî birim ve kişiler üzerinde hâkimiyet kuran, adaleti yanılta yozlaşmış ve bencil kişiler olduğunu ortaya koyar.

4.1.4. Madde-Ruh Çatışması

Nâbi'nin Park Kahvesi adlı romanda maneviyata karşı maddiyatın öne çıkarıldığı madde-ruh çatışması, Cemile'nin helvacı çırağı Muhlis'in yerine zenginliğiyle ön plana çıkan kasaba eşrafından Zati Bey'i tercih etmesi ile ortaya konur. Muhlis, Cemile adında bir kızı sever, Cemile de Muhlis'i sever ancak bir süre sonra kasabanın zengin eşrafından Zati Bey'le evlenir. Başlangıçta Zati Bey'in kendisinden çok büyük olduğunu söyleyerek onunla asla evlenmeyeceğini söyleyen Cemile, Zati Bey'in sunduğu maddi imkânlar karşısında Zati Bey'le evlenmeyi kabul eder ve bu evlilikte oldukça mutlu olur. Madde-ruh çatışmasını ortaya koyan bu durumu başkişi Mustafa şöyle izah eder:

"Bu işler hep para yüzünden çıkıyordu. Zati Bey'in de parası olmasaydı, Muhlis'in elinden sevdiğini alabilir miydi? Çocuk, günün birinde belki de bir helvacı dükkânı sahibi olacaktı. Cemile'yle pekâlâ geçinir giderdi. Muhlis'in dediğine bakılırsa, Cemile onu seviyordu. Zati Bey ortalık yerde boyunu göstermemiş olsaydı, bakkal Mahmut'un kızı Cemile, helvacı kalfası Muhlis'e koşa koşa varacaktı." (NPK, s. 181).

On sekiz yaşında bir genç kız olan Cemile'nin, kendisinden oldukça büyük olan Zati Bey'le evlenmeyi kabul etmesi, Muhlis'in aşkına karşılık Zati Bey'in maddi zenginliğini tercih ettiğini gösterir. Bu nedenle Muhlis'in kendini içkiye vermesi ve batıl inançlardan yardım umması, onun madde-ruh çatışmasının kurbanı olduğunu ortaya koyar.

4.2. Yozlaşma

Yozlaşma, “özündeki iyi nitelikleri birtakım dış etkenlerle zamanla yitirmek, soysuzlaşmak, özünden uzaklaşmak, bozulmak, dejenere olmak” (www.sozluk.gov.tr., Erişim tarihi: 09.05.2020) anlamlarına gelmektedir. Bu bağlamda yozlaşma, bireyin kişisel çıkarlarını ön plana çıkararak kendi değerlerinden uzaklaşması ya da bir yapının, bir durumun veya bir işin bozuma uğramasıdır. “Yozlaşma, insanın mesleki ve ahlaki bakımdan kendisine, değerlerine ve bütün insanlığa yabancılaşmasından kaynaklanan bir problemdir.” (Korkmaz, 2016: 133). Genellikle siyasi, mesleki ve ahlaki boyutta gerçekleşen bireysel ve toplumsal yozlaşma, yabancılaşmayı ve özünden uzaklaşmayı içerir. Bu bağlamda *Nâbi'nin Park Kahvesi* romanında hem bireysel hem de toplumsal düzeyde gerçekleşen yozlaşmayı görmek mümkündür:

4.2.1. Bireysel Yozlaşma

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında bireysel yozlaşma; kasaba eşrafından Hulki ve Zati Bey, kasabanın Su İşleri Müdürü, Halkevi Edebiyat Kolu Başkanı Zafer Öğretmen ve kasabanın Hükümet Doktoru Sezai Bey'in kişiliğiyle ortaya konur. Kasabanın sevilen eşrafından Mehmet Bey, kasaba eşrafından Hulki Bey'in, İstiklal (Kurtuluş) Savaşı sırasında İngiliz Muhipleri Cemiyeti'ne üye olduğu, Mustafa Kemal Paşa ve Cumhuriyet'e karşı olduğu bilgisini kasabanın vatansever aydın gençleri ile paylaşır. Buna göre Kurtuluş Savaşı yıllarında hâkim güçlerin yanında olan Hulki Bey, Mustafa Kemal Paşa ve silah arkadaşlarının başarısı neticesinde durumu kendi lehine çevirir ve hemen taraf değiştirerek kendini Kurtuluş Savaşı'na bizzat katılmış gibi gösterir. Hulki Bey'in, kendi milletine karşı güçlü taraf olarak gördüğü işgal kuvvetlerini desteklemesi, bireysel yozlaşmayı ortaya koyar. Kasabanın doktoru Reşat Bey, Hulki Bey hakkında öğrendiklerinin şaşkınlığını şöyle dile getirir:

“Aklım almıyor, bir kişi çıkarı için nasıl bu denli hırslı, kötü yürekli olabilir? Bu adamın kasabada yapmadığı rezalet yok... Üstelik kahvelerde, meyhanelerde, 'Ben İstiklal Harbi'nde şöyle hizmet ettim, ben milletin kölesiyim!' diye atıp tutuyor. Demek halk ne şirret bir adam olduğunu biliyor da sesini çıkarmıyor...” (NPK, s. 16)

Her zaman kendi kişisel çıkarlarını ön planda tutan bu insanlar, kasabanın türlü sıkıntılarını kendi lehine çevirmeyi bilen, öz değerlerini ve millî kimlik bilincini yitirmiş kişilerdir. Hulki Bey de kendi değerlerinin yitimiyle başta kendisi olmak üzere yaşadığı çevreye ve kültürüne yabancılaşır. “Yabancılaşma en yaygın anlamı ile kişinin kendilik değerlerinden kopması ve öteki olma yolunda ilerlemesidir.” (Kanter, 2009: 1608). Kendi kültüründen kopan birey, kendi değerlerini kaybederek yabancılaşma sürecine girer.

Romanda hem bireysel hem de toplumsal olarak değerlendirilebilecek bir başka yozlaşma ise kasabanın Su İşleri Müdürü ile kasaba eşrafından Zati Bey arasında yaşananlar aracılığıyla sunulur. Zati Bey, Menderes Irmağı'nın taşmasıyla ovanın sular altında kalmasını ve bu sayede bataklıklarda yetişecek olan sazlardan yüksek miktarda para kazanmayı amaçlar. Bunun için kasabanın Su İşleri Müdürü'ne rüşvet vererek düzmece bir gerekçeyle onun resmî bir yazı yazmasını sağlar. Su İşleri Müdürü, Zati Bey'den aldığı rüşvet karşılığında resmî bir yazı yazar. Yazdığı yazıyla iş makinelerinin yanlış yerde durduğunu ve bu makinelere artık yakıt tahsisatı da yapılamayacağını gerekçe göstererek Menderes'in denize rahat dökülebilmesi ve bu sayede kasabanın ovalarına taşmasını engellemesi için çalışan iş makinelerinin durdurulması hususunda karar verir. Böylece Menderes'in taşarak tüm ovayı sular altında bırakması için gerekli ortamın oluşmasına zemin hazırlar.

Su İşleri Müdürü, Menderes'in taşmasını engellemesi için çalışan iş makinelerinin durdurulması hususunda verdiği karar ile büyük bir yozlaşma örneği sergiler. Mühendis Bekir, “*Su İşleri Müdürü'nü ne yapacağız? Adam, Menderes'ten güçlü...*” (NPK, s. 39) diyerek yozlaşmanın boyutunu somutlar. İş makinelerinin tekrar çalışması için kasaba halkının yaptığı bütün girişimler, yozlaşmış bürokrasi karşısında sonuçsuz kalır.

Kendilik değerlerini yitirerek bozuma uğramış olan Zati Bey, Menderes Irmağı'nın taşmasıyla bataklıkların kurummasını engelleyerek bu bataklıklarda yetişen sazlardan kazanacağı binlerce liranın hesabını yapar. Üstelik bir yolunu bulup bu bataklığın tapu senedini de üzerine alır. Kendi çıkarını düşünürken ovanın sular altında kalmasını, kasaba halkının emek verdiği mahsulünü kaldıramamasını ve oluşan bataklığın neden olduğu sıtma hastalığını görmezden gelir. Tüm kasabanın emeğine karşılık Zati Bey'in bu bencilce isteği, onun yozlaşmışlığını gözler önüne serer ve bu durum, başkışı Mustafa tarafından şöyle aktarılır:

“Eğer bu yıl Menderes taşmasaydı, Zati Bey avucunu yalardı. Şu ırmak iki yıl taşmasın, o balkan kurur, Zati Bey de on para kazanamaz. Onun için her yıl Menderes'in taşması için elinden geleni ardına koymuyor. Bu yıl olanları, Bekir'in başına gelenleri biliyorsunuz... (...) Zati Bey'in nasıl Su İşleri Müdürü'ne rüşvet verdiğini; Bekir'in başına gelenleri, sonunda neden öldüğünü saydım döktüm. (...) Bizim gibi bir karış üç beş karış toprağı olan enayilerin, ireşberin karnında kırk yıl vardır diyerekten imanımız gevresin, Zati Bey gibi imansızlar Menderes'i taşıyıp para kazansın... Kasaba, kasabanın köyleri, bütün halkın ekmeğiyle oynuyor bu adam! Ayağımızda çarık, pabuç kalmadı. Ne zaman Devlet,

Menderes'in çaresine bakmaya kalkışsa, hani hiç olmazsa yarınıtları tamire kalkışsa, bu herif Devlet'in ayağını çelmeliyor be yahu! Ankara'dakiler işi anlayıp rüşvet alanı kimi zaman yakalıyor ama, bade harab-ül Basra! Zati Beyefendi yılda kazandığı otuz binin üçünü, beşini birilerine veriyor, sen sağ, ben selamet! Bizim öte yandan güneşin altında canımız çıkmış, yağmurun altında anamızdan emdiğimiz burnumuzdan gelmiş, ovayı su götürmüş, bunca çiftçinin ektiği tohum çürümüş, su altında, Zati Bey'in umurunda mı? Beyefendi yaşına başına bakmadan Helvacı Muhlis'in sevdiği on sekizindeki bir kızı çekip koynuna almış, buzlu rakısına, balık yumurtasını meze edip içer... Biz taş yiyelim! İyi mi!" (NPK, s. 158)

Zati Bey'in ve Su İşleri Müdürü'nün iş makinelerinin çalışmasını el birliğiyle engellemesi üzerine beklenildiği gibi Menderes taşar ve tüm ova sular altında kalır. Verdikleri bin bir emeğe rağmen hâlâ yoksulluk içinde yaşayan halk, tarım ürünlerinin sular altında kalışını çaresizce izlerken Zati Bey, Menderes'in taşmasıyla bataklıklarda kendiliğinden yetişen kamışlar sayesinde hiç emek vermeden otuz bin lira kazanacağı günün rahatlığını yaşar. Burada bir eşrafın çıkarı için pek çok insanın mağdur edildiği görülür. Bu süreçte resmî kurumlardaki yozlaşma gözler önüne serilerek bürokrasinin, mağdur olan yoksul halkın yanında değil; Zati Bey gibi kasaba zenginlerinin yanında olduğu, onlara kirli işlerinde imkân tanıdığı ve âdeta onların oyuncağı hâline geldiği ortaya konur. Böylece sistemin, zengini desteklerken yoksulu ise iyiden iyiye ezdiğine işaret edilir. Ayrıca hiç emek vermeyen Zati Bey'in sazlığının taşkınla beraber gelişip büyümesine karşın toprağa bin bir emek veren kasaba halkının, mahsullerini kaybetmesi aslında halk-eşraf arasındaki çatışmayı da somutlar.

Bütün bunların dışında Zati Bey, kasabaya yeni atanan yüksek mevkideki her memuru, kendi safına çekmek ve kişisel çıkarı için hâkimiyeti altına almak amacıyla kendi evinde bu kişilerin onuruna şatafatlı ziyafetler düzenler. Hulki Bey de kişisel işlerini yürütmek için kasabaya yeni atanmış kaymakam ve memurlara hediyeler vererek onları âdeta avucunun içine alır. Böylece eskinin temsilcisi olan ve kendi özlerine/kimliklerine yabancılaşmış bu kişiler, kasabanın resmî makamları üzerinde de söz sahibi olur. Bunun dışında Zati ve Hulki Bey bir olup kasabada kendi çıkarlarına ters düşen insanlara karşı kasaba halkını kıskırtmak amacıyla kasaba kahvehanelerini dolaşır. Bu durum romanda "*Meğer sonradan öğrendim ki, milleti kıskırtmak için Zati Bey'le kasabadaki kahveleri gezerlermiş...*" (NPK, s. 141) şeklinde ifade edilir. Bütün bunlar, Zati Bey ile Hulki Bey'in yozlaşmış bireyler olduğunu bir kez daha gözler önüne serer.

Bir başka yozlaşma da kasabanın olumsuz öğretmen tipini temsil eden Zafer Bey ile ortaya konur. Halkevi Edebiyat Kolu Başkanı olan Zafer Öğretmen'in, Halkevi'nin kitaplığında bulunan Servet-i Fünûn ciltlerini ve bütün eski gazete koleksiyonlarını, Halkevi'ne konferansa gelenlerin pasta ve çay paralarını karşılamak için gizlice sattığı ortaya çıkar. Bir öğretmen olarak Zafer Bey'in yaptığı bu eylem, devletin ve milletin malına el uzatma, zarar verme hatta ilim düşmanlığı olarak nitelendirilir. Bu bakımdan bu davranış şekli, Zafer Bey'in hem bireysel hem de mesleki bakımdan yozlaşma içinde olduğunu gösterir.

Kasabada görülen bir başka yozlaşma ise Hükûmet Doktoru Sezai Bey'in hem meslek ahlakından hem de bir birey olarak değerlerinden uzaklaşmasıyla ortaya konur. Sezai Bey, Sıtma Savaş Derneğinde görev yapar. Ancak çalışma saati içinde görevinin başında olmadığı gibi dispenserin alt katını kömür deposu olarak kullanır, üst katını ise kümes olarak düzenleyerek burada tavuk yetiştirir. Devletin sağlık kurumunu, bu şekilde sağlıksız ve elverişsiz bir ortam hâline getirerek kendi özel mülkü gibi kullanması ve çıkarı doğrultusunda kazanç sağlayacak bir yer olarak tertip etmesi, Sezai Bey'in bir birey ve bir doktor olarak yozlaşmışlığını gözler önüne serer. Yıllardan beri kasabada bulunan Sezai Bey, burada kendine bir çevre edinmiş maddi bakımdan da iyi bir birikim elde etmiştir. Beş liradan iki yüz liraya kadar muayene etmeden rüşvetle evlenme raporu verir. Kasabanın ileri gelenleriyle arasını iyi tutar. Devletin dispensesine muayene olmak için gelen yoksul kasaba halkını bedavacı olarak niteler ve onlara hakaret eder. Küçük kasabada yakındaki hastaları bile muayene etmek için arabayla gider, daha sonra muayene ücretlerine arabasının benzin parasını da ekler. Benzin parasını alamayacağını düşündüğü hastaları muayene etmeye gitmediği için pek çok hastanın öldüğü bilinir. Belediye Doktoru Reşat Bey kasabaya gelene kadar kasabanın belediye doktorluğunu da Sezai Bey yapar ve bu süreçte çarşı esnafını haraca bağlar. Sezai Bey, görev ve sorumluluklarını yerine getirmeyerek devletin imkânlarını kötüye kullanır. Tüm faaliyetlerini çıkar ilişkisine dayandıran Sezai Bey'in, meslek ahlakından yoksun olduğu gibi insani değerlerini de kaybettiği görülür. Bütün bunlar, Sezai Bey'in yozlaşmışlığını ortaya koyar.

Bunların dışında *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanda yozlaşma ve ahlaki çöküntü, mahalle aralarında yaşanan gayriahlaki ilişkiler ve bu ilişkilerin neden olduğu bulaşıcı hastalıklara dikkat çekilmesiyle de ortaya konur. Ayrıca belediye başkanlığı seçimlerinde adaylığını koyan kasaba eşrafından Hulki Bey'in, etrafındaki kadınlarla olan gayriahlaki ilişkisine de vurgu yapılır.

4.2.2. Toplumsal Yozlaşma

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında toplumsal düzeyde görülen yozlaşma, devlet dairelerinin işle(me)yişi ve resmî dairelerdeki tikanıklık nedeniyle halkın karşılaştığı sorunlar ve bürokratik engeller aracılığıyla ortaya konur. Bir kır kahvehanesi işletmecisi olan İnce Kadri ile kasaba sakinlerinden Hurşit arasında geçen konuşma, devlet dairelerindeki yozlaşma ve hantallığı somutlaştırır. İnce Kadri'nin kahvehanesi, Kır Kahvehanesi kanununa uygun bulunmadığı

gereğesiyle kapatılır. Bunun üzerine İnce Kadri, bu sıkıntısını Kaymakam Bey'e anlatmak için bir dilekçe yazdırır. Dilekçesini Kaymakam Bey'e verdiğinde Kaymakam, dilekçeyi hemen havale edeceğini söyleyerek imzalar. İnce Kadri, tüm bu süreci ve başından geçenleri Hurşit'e anlatır. Bunu dinleyen Hurşit, yılların tecrübesine dayanarak Kadri'ye acıyarak bakar ve "Daha çok beklersin ... Kırk yıldır kaymakam beylerin çetelesini tutarım, hani Allah da şahidimdir ya! Bir tek havaleci olmayanına rastlamadım. Tevekkeli bütün köylü, kasabalı, kaymakamların bir adına da 'havaleci' der. Millet yerden göğe haklı." (NPK, s. 9) diyerek resmî dairelerin işi yavaşlattığına ve işleyemez durumda olan bürokrasinin, halkın problemlerini çözmekten uzak oluşuna vurgu yapar. Halk, Kaymakam'ın, kendisine gelen her yazıyı başka bir birime havale etmesinin, sunulan dilekçeyi işleme koymayacağı ve kasaba halkının sıkıntılarını gidermek için vazifesini yapmayacağı anlamına geldiğinin bilincine varmıştır. Burada devlet dairelerinin işle(me)yişine işaret edilerek resmî dairelerdeki tikanıklığın, halkın karşılaştığı sıkıntı ve bürokratik engellerin eleştirisi yapılır.

4.3. Kendini Gerçekleştir(eme)me

İnsanlar, hayallerini ve ideallerini gerçekleştirebildikleri doğrultuda varlıklarının özüne ve gayesine ulaşırlar. Bunu başarabilen insan, hayattan beklentisini alan ve dünyaya güzel bir gözle bakan insandır. Mekân ise "varlık kazanmak ve var olmak için ihtiyaç duyduğumuz iki öz nitelikten biri(dir)." (Barbarosoğlu, 2006: 116). Bu noktada varlığın özüne ve gayesine ulaşarak bireyin kendini gerçekleştirmesi mekân ile ilişkilendirilir.

Nâbi'nin *Park Kahvesi* adlı romanda kendini gerçekleştir(eme)me; aydın gençlerin, kasabanın hâkim güçleri karşısındaki yenilişleri ve tükenişe sürüklenişleriyle ortaya konur. Belediye Meclisi'nde üye olan başkışı Mustafa, kasabanın yozlaşmış hâkim güçleri ile yoksul halkı temsil eden vatansever aydın gençlerin çatışmasını gözler önüne sererek bu gençlerin, bürokratik ve politik engeller karşısında verdiği mücadelede yenilişlerini ve ideallerini gerçekleştiremeden sindirilişlerini şöyle ifade eder:

"...Mehmet Amca'mla kahvede oturduk. Ona geçen yıldan beri, Belediye Meclisi'ne üye seçtiğimden beri, doğru dürüst bir iş yapamadığımızı itiraf etmek zorunda kaldım. İş yapalım derken, durmadan iş yapacak arkadaşları yitiriyorduk. Üstüne üstlük, Belediye Başkanı'na sövüp sayanlar, biz meclis üyelerini de işe karıştırıyor, benim de yedi ceddime, sülaleme okuyorlardı. İçime bir umutsuzluktu çöktü. Kendi kendime, kasabanın da kasabalının işlerinin de şeytan görsün yüzünü diyordum." (NPK, s. 183)

Romanda topluma faydalı kişiler tek tek yontulur ya da çeşitli yıldırma politikalarıyla etkisiz hâle getirilir. Haksızlığa karşı duran, zayıfın ve yoksulun hakkını savunan kişiler, haksızlığı temsil eden yozlaşmış kişilerce sindirilir. Yeni temsil eden aydın kesimin yalnızca belediye başkanlığı seçimini kazandığı ancak bunun dışında hiçbir hedefine ulaşamadığı görülür. Menderes Irmağı'nın taşmasını engellemek için çalışan Mühendis Bekir ise iş makinelerinin sudan bahanelerle elinden alınması nedeniyle taşkın karşısında çaresiz kalır ve bunun sonucunda kahrından ölür.

Aynı şekilde Zati Bey'le evleneceğine kendini öldüreceğini söyleyen Cemile'nin, Zati Bey'in zenginliği ve kendisine sunduğu maddî imkânlar karşısında Zati Bey'le evlenmeyi kabul etmesi, yine kasabanın hâkim gücünün galibiyetini ortaya koyar. Cemile'yi seven Muhlis'in ise Cemile'nin Zati Bey'i kabul edip onunla evlenmesinden sonra kendini içkiye vermesi ve büyü yaptırarak çareyi, Zati Bey'in evinin yanındaki köprünün altına koyduğu sabunda araması ve bu yolla Zati Bey'in öleceğini düşünmesi yine halkı ezen kasaba eşrafının/hâkim kesimin gücünü gösterir. Muhlis'in bu çaresizliğini gören başkışı Mustafa, ümitsizlik ve mağlubiyet duygusu içinde kasaba halkını ezen eşrafın gücünü kabul eder. Muhlis'in, Zati Bey karşısındaki bu yenilgisi aslında yoksul halkın, hâkim güçler karşısındaki yenilgisini ortaya koyar.

Kasaba insanların sağlığını düşünen Doktor Reşat Bey ise kasaba eşrafı tarafından kendisine yöneltilen ağır ve çirkin suçlamalara maruz kalır ve hâkim güçlerin kışkırtmasına gelen kasaba halkının tepkisini alır. Sonunda kasabadan sürgün ettirilir. Bu kararın üstüne Reşat Bey istifa eder. Böylece hâkim güçlerin, kendi çıkarları doğrultusunda kasabayı istedikleri şekle soktuğu ve hâkim güçler karşısında aydın gençlerin, kendini gerçekleştiremeden kaybolduğu görülür. Ancak Sıtkı Öğretmen, her şeye rağmen güçlü olmaları ve geleceğe umutla bakmaları gerektiğini başkışı Mustafa'ya, "...düşün Mustafa, şehrin iki kapısı var. Birinden girenler var, birinden çıkanlar. Üstelik zorla çıkarılanlar var. Yine düşün kardeş, yarın öbür gün kasabamıza yeni bir doktor, yeni bir mühendis gelecek. Ne arkadaşlar kazanacağız." (NPK, s. 176) diyerek ifade eder. Bu nedenle asıl amaçlarına ulaşmak için Zati Bey gibilerinin kasabayı satın almaya kalkan para hırsına, maruz kaldıkları hakarete, yapılan dedikodu ve haksızlıklara sabırla dayanmaları gerektiğini belirtir. Böylece tüm olumsuzluklara rağmen kasaba adına, yarına ve geleceğe umutla baktığını dile getirir.

4.4. Dedikodu ve İftira

Toplumsal hayatın önemli sıkıntılarında biri olarak görülen dedikodu, "başkalarını çekiştirmek ve kınamak üzere yapılan konuşma" (www.sozluk.gov.tr., Erişim tarihi: 02.02.2020) anlamına gelir. Dedikodu, aynı zamanda toplumsal bir problem olarak tanımlanır. Bir haberleşme ve iletişim ihtiyacıyla oluşan dedikodu, söz konusu konuşmanın içine kasıtlı veya kasıtsız olarak yanlış bilgi dahil edilmesiyle gerçekleşir. İnsanlar, sosyal yaşam içerisinde gerek gerçek dünyada ve gerekse

kurmaca dünyada herhangi bir konuyla ilgili olarak başka insanlar hakkında konuşur. Bu nedenle toplumsal bir sorun olarak gün yüzüne çıkan dedikodu, yazarlar tarafından da romanlarında önemli bir unsur/izlek olarak kullanılır.

Nâbi'nin Park Kahvesi adlı romanda dedikodu izleği, anlatı boyunca sıkça yer bulan izleklerden biridir. Romanda yapılan dedikodular, Nâbi'nin Park Kahvesi ile Yusuf'un Berber Dükkânından kasabaya yayılmaya başlar. Buna göre kasabada yapılan dedikodulardan biri, aldığı rüşvet ile Menderes'in taşmasını önleyecek çalışmalara engel olan Su İşleri Müdürü ile kasaba eşrafından Zati Bey hakkında yapılan konuşmalardır. Menderes'in taşmasıyla tüm ova sular altında kalır, dolan su ile uzun süre kurumadan durabilen bataklıklarda bolca saz yetişir. Bu sazlardan yılda binlerce lira kazanç elde eden Zati Bey, Su İşleri Müdürüne rüşvet vererek Menderes Irmağı'nın taşmasını sağlaması için ondan, resmî bir yazı yazmasını ister. Bu istek doğrultusunda hareket eden Su İşleri Müdürü, Mühendis Bekir'in Menderes Irmağı'nın taşmasını engellemek için iş makineleriyle çalışmasını önler. Asılsız gerekçelerle resmî bir yazı yazarak iş makinelerinin çalışması için gerekli olan yakıt tahsisatının bittiğini ve iş makinelerinin zaten yanlış yerde konumlandığını ileri sürer. Bu gerekçeyle Menderes Irmağı'nın taşmasını engelleme çalışması durdurulur. Böylece Zati Bey, amacına ulaşmış olur. Durumun yalnızca bir yakıt tahsisatı olmadığını anlayan kasaba halkı, işin iç yüzünü anlar. Zati Bey'in, köy ve kasaba halkının tarım alanlarının sular altında kalmasını ve o yıl çiftçilerin tarladan mahsul kaldıramamalarını hiç önemsemeden kendi çıkar hesabını yaptığının farkına varır. Bu durum, tüm kasabada konuşulmaya başlanır.

Bir süre sonra tam da beklenildiği gibi Menderes taşar ve tüm ova sular altında kalır. Buna engel olamadığı için üzülen ve aynı zamanda sıtmanın ve Menderes'in soğuk sularında verdiği mücadelenin etkisiyle zaten bedenen zayıf düşen Mühendis Bekir, kahrından ölür. Özverili çalışmasıyla kasabada sevilen Mühendis Bekir'in ölümü, yoksul halkı derinden üzer ve tüm kasabada çıkar güçlerinin, Mühendis Bekir'in sonunu nasıl getirdiği konuşulmaya başlanır: "...son iki ayın kasabamızdaki en önemli olayı, Mühendis Bekir'in ölümüydü. Dedikodu, Bekir'in başına gelenler kasabamızda ayyuka çıkmıştı. Olay, olayın nedenleri, (...) kasabalıya bir güzel, bütün ayrıntıları anlatılmıştı. (...) Şimdi Mühendis Bekir halkın gözünde, kendini kasabalının yararına feda eden bir kahramandı!" (NPK, s. 116). Kasaba halkı, Mühendis Bekir'i, kendi haklarının savunucusu ve temsilcisi olarak görür, bu nedenle ona karşı büyük bir sevgiyle bağlanır.

Kasabada öne çıkan bir başka dedikodu ise Hükümet Doktoru Sezai Bey'in görevden alınmasıyla ilgili söylenenlerden oluşur. Meslek ahlakından yoksun olan Sezai Bey, kasaba dispanserini kömür deposu ve tavuk kümesi olarak kullanır ve bu sayede ciddi gelir elde eder. Görevi başında bulunmaz, kasaba halkını aşağılayarak onlara hakaretlerde bulunur. Söke kasabasını ziyarete gelen Sağlık Bakanı, dispanserin bu hâlini görünce Sezai Bey'i, Bakanlık emrine alır. Bu noktada kasaba halkı günlerce Sezai Bey'in akıbetini ve ne gibi bir ceza alacağını konuşmaya başlar. Kimileri Sezai Bey'in Ankara'da Divan-ı Harp'e çekileceğinden kimileri ise Ankara Kalesi'nin altında bulunan ve bütün vatan hainlerinin bulunduğu bir zindana atılacağından bahseder.

Kasabada önemli yer edinen konulardan biri de Halkevi'nin Edebiyat Kolu Başkanlığını yürüten kasaba öğretmenlerinden Zafer Bey'in, Halkevi'ne ait Servet-i Fünûn ciltlerini, eski gazete ve dergi koleksiyonlarını, Halkevi'ne konferansa gelen ziyaretçilerin çay ve pasta masrafını karşılamak gerekçesiyle gizlice satmasıdır. Kasaba halkı bu durumu; devlet ve millet malına el uzatma, ilim ve irfan düşmanlığı ve namussuzluk olarak nitelendirir ve bu olay kasabada dilden dile yayılmaya başlar.

Bunun dışında Belediye Doktoru Reşat Bey hakkında da kasabada pek çok dedikodu dolaşır. Bu dedikodu aynı zamanda Reşat Bey ile Zati ve Hulki Bey arasındaki çatışmayı ortaya koyar. Yaşanan çatışmada ezici ve hâkim gücü temsil eden Zati ve Hulki Bey'in galip geldiği görülür. Sonunda Reşat Bey, kasabadan sürgün edilir ve verdiği mücadelede yenik düşerek görevinden istifa eder. Bu bağlamda Reşat Bey hakkında çıkan dedikodular, daha çok kasaba eşrafından Zati ve Hulki Bey'in, Reşat Bey'e karşı kasaba halkını kışkırtması şeklinde gelişir. Yusuf'un Berber Dükkânında bir araya gelen Zati Bey ve kasabanın Milletvekili, Reşat Bey hakkında konuşmaya başlar. Buna göre Reşat Bey'in halkı bilinçlendirip aydınlatmasından korkan Zati Bey, Doktor Reşat Bey'in sağlık sebebiyle kasabadaki su kuyularını kapattırması, tulumaları söktürmesi ve sinemayı geçici olarak kapattırmasının, kasaba halkının kalbini kırdığını ve bütün bu yaptıklarıyla Reşat Bey'in, kasabanın başına bela kesildiğini ifade eder. Kasaba halkının da Reşat Bey'den rahatsızlık duyduğunu bu nedenle kasabada bir isyan çıkmasından endişelendiğini dile getirerek Reşat Bey'in, kasabadan sürgün edilmesinin iyi olacağına vurgu yapar. Milletvekili de Ankara'ya döndüğünde bu işi hemen halledebileceğini söyler.

Kasabada Doktor Reşat Bey aleyhine yapılan bir başka dedikodu ise kasabada bir genelev açılması hususunda Reşat Bey'in verdiği kararın konuşulması şeklinde görülür. Reşat Bey, kasabada gayriahlaki ilişki yaşayan Deli Saadet adında bir kadın hakkında bilgi verir. Buna göre Deli Saadet, yirmi beş otuz yıldır Uzun Çarşı'daki esnaflarla gayriahlaki hayat yaşamış bir kadındır. Bu kadın iyice yaşlandıktan sonra delirir ve çayın üzerindeki köprünün başına giderek tam yirmi dört saat boyunca kimse yanına yaklaşmadığı hâlde "*Bana dokunmayın! Beni ellemeyin!*" (NPK, s. 139) diye sesi çıkmayınca kadar bağırrır. Sonunda belediye çavuşları, Deli Saadet'i güçbela bir çöp arabasına koyarak götürür ve dispanserin bodrumuna kilitletler. Ertesi gün aynı çöp arabası, Deli Saadet'i mezarlığa götürüp bırakır. Deli Saadet'in ölümünün ardından aslında Deli Saadet gibi pek çok kadının var olduğu görülür. Reşat Bey, bu kadınlar yüzünden hastalanan erkeklerin

çoğunu kasabada iyileştiremeyerek şehirdeki hastanelere gönderdiğini belirtir. Mahalle aralarında zaten yaşanan bu gayriahlaki ilişkilerin, genelev aracılığı ile denetlenebileceğini söyler. Bu sayede kasabada açılması düşünülen genelev ile kadınların sağlık kontrollerinin yapılacağına ve bulaşıcı hastalıkların önleneceğine vurgu yapar. Bu nedenle kendisine, genelevin açılıp açılmaması konusunda ne düşündüğünü soran Belediye Başkanı'na, "Hiç olmazsa bulaşıcı hastalıklara engel oluruz. Gizli kadınları da karakol iyice izler..." (NPK, s. 140) diyerek düşüncesini belirttiğini dile getirir.

Reşat Bey'in, bu düşüncesini belirtmesinin ardından genelevin açılması için rüşvet aldığına ve kasabanın ahlakını bozan alçak biri olduğuna dair dedikodular kasabada yayılır. Bu dedikoduların kaynağının yine ahlaki değerleri bahane ederek Reşat Bey'e karşı kasaba halkını kışkırtan Zati Bey ile Hulki Bey olduğu anlaşılır. Kasabada dedikoduların yayıldığı en önemli yer olan Nâbi'nin Park Kahvesinde yaşanan olaylar şöyle anlatılır:

"Bu konuda Doktor'un söylediği, söyleyeceği çok şey vardı ama dedikodularla başa çıkmasının olanağı yoktu. Daha dün, Nâbi'nin Park Kahvesi'nde Reşat'ın üstüne yürümek için Zati Bey'le Hulki Bey, çok güzel bir fırsat buldular. (...) Zati Bey kahvenin ortasında dikilip, şimdikiye değin hiçbir zaman kendisinde görmediğim bir cesaretle, herkese sesini duyurmak için bağırdı:

'Doğrusu Doktor Reşat Bey'i sadece rahmetli arkadaşı Mühendis Bekir Bey gibi isyankâr ruhlu sanırdım. Hiçbir zaman kasabamızın namusuna el atacağı, dil uzatacağı aklıma gelmezdi. Kerhaneciden rüşvet aldığı söyleniyorlar; buna inanmam ama, kasabamızda genelev açmak istediği de ortada. Ne diyelim, Allah bizi bu çeşit ahlaksızlıklardan korusun! Değil Doktor Bey, dünya bir araya gelse, bunca yıldır namusuyla yaşayan bizlerin memleketinde genelev açamaz! Zaten kendisinin kasabamızdan kalkıp gitmesi yaklaştı..." (NPK, s. 140)

Zati Bey'in kahvehanede yaptığı bu konuşmaya, başkışı Mustafa karşı çıkar. Kahvehanede bulunan kasaba halkı da Zati Bey'i destekleyenler ve desteklemeyenler olarak ikiye ayrılır ve Reşat Bey hakkında çıkan tartışma uzar gider. Bu sırada Mustafa, Hulki Bey'in de kahvehanede olmasına şaşırıldığını belirterek "Meğer sonradan öğrendim ki, milleti kışkırtmak için Zati Bey'le kasabadaki kahveleri gezerlermiş..." (NPK, s. 141) der. Bütün bunlar, Doktor Reşat Bey'in ayağını kaydırmak ve onu sürgün etmek için Zati ve Hulki Bey gibi kasabanın yozlaşmış hâkim güçleri tarafından bilinçli ve planlı bir çalışma yapıldığını ortaya koyar.

4.5. Bürokratik Çürüme

Bürokratik çürüme, bürokrasinin ağır ve işleyemez yapısı altında insanların ihmal edilmesi ve ötelenmesidir. Bürokratik çürümede yönetim kadrosundaki üst düzey kişiler, genel olarak halka hizmet eden veya kanunların gereklerini uygulayan değil; kasaba eşrafına hizmet eden kişiler olarak yer alır. Bu nedenle bürokrasi olarak adlandırılan yapının, kasaba halkının yanında olup onlara yardım etmek ve işlerini kolaylaştırmak yerine halkın karşısında aşılması gereken bir engel olarak durduğu görülür. Bunun da en büyük nedenlerinden biri üst düzey yöneticilerin, Anadolu'nun kasaba ve köylerinden uzak olması, oraları araçlar vesilesiyle tanımaları ve kendi insanına yabancılaşmalarıdır. Bunun yanında bireysel ve mesleki bakımdan yozlaşmış ve görev bilinci olmayan yöneticilerin varlığının da bürokrasiyi ağır ve işleyemez duruma getirdiği görülür.

Nâbi'nin Park Kahvesi adlı romanda bürokratik çürüme, kasaba eşrafından Zati Bey ile iş birliği yapan kasabanın Su İşleri Müdürü aracılığıyla ortaya konur. Mühendis Bekir'in Menderes Irmağı'nın taşmasını engellemek için iş makineleriyle çalışması, Zati Bey'i rahatsız eder. Zati Bey, Menderes'in taşmasıyla ovanın sular altında kalmasını böylece ovada bulunan bataklıkta kurumamasını ister. Bu bataklıkta yetişen sazlardan hiç emek vermeden her yıl binlerce lira para kazanan Zati Bey, Menderes Irmağı'nın taşmasını sağlaması için kasabanın Su İşleri Müdürü'ne rüşvet verir. Rüşvet alan Su İşleri Müdürü, yazdığı resmî yazıyla iş makinelerinin yanlış yerde durduğunu ve bu makinelere artık yakıt tahsisatı da yapılamayacağını gerekçe göstererek Menderes'in denize rahat dökülebilmesi ve bu sayede taşmasını engellemesi için çalışan iş makinelerinin durdurulması hususunda karar verir. Su İşleri Müdürü'nün verdiği bu karar, Menderes'in taşarak tüm ovayı sular altında bırakmasına imkân tanır. Kasaba halkının iş makinelerinin tekrar çalışması için yaptığı bütün girişimler, yozlaşmış bürokrasi karşısında sonuçsuz kalır. Böylece Menderes'in taşmasıyla bin bir emek veren yoksul halk, tarım ürünlerinin sular altında kalışını çaresizce izler. Burada bir eşrafın ve Su İşleri Müdürü'nün kişisel çıkarı için pek çok insanın mağdur edildiği gözler önüne serilir. Bu süreçte resmî kurumlardaki yozlaşmış bürokrasinin, mağdur olan yoksul halkın yanında değil; aldığı rüşvetle Zati Bey gibi kasaba zenginlerinin yanında olduğu ve onların güdümüne girdiği ortaya konur. Böylece sistemin, zengini desteklerken yoksulu ise iyiden iyiye ezdiğine vurgu yapılır.

Aynı zamanda Zati ve Hulki Bey'in isteği üzerine kasaba Milletvekili'nin, Doktor Reşat Bey'i sürgün ettirmesi yine bir bürokratik çürümeyi ortaya koyar. Kasabada mesleğinin gereğini özveriyle yerine getiren Reşat Bey'in, tüm çaba ve çalışmalarının görmezlikten gelinerek sadece kasaba eşrafının çıkarına ters düşmesi gerekçesiyle türlü hile ve oyunlarla hiç sorgulanmadan sürgün edilmesi, bürokratik işle(me)yişteki çarpıklığı gözler önüne serer. Halkın oyuyla seçilen ve halkı temsil eden kasaba Milletvekili'nin bu insanlara sırt çevirip sadece kasaba eşrafına hizmet eden bir hâle gelmesi,

bürokrasinin, kendi halkını ötelediğinin, köy ve kasabalara yabancılaştığının göstergesidir. Burada yazar, somutladığı bürokratik çürümeyle bürokrasinin ıslah edilmesi ve devlet dairelerindeki sürecin yönetilebilir ve işlerlik kazanılabilir bir duruma getirilmesi yönünde çözüm önerilerine dikkat çekmiş olur.

4.6. Toplumsal Eleştiri

Memleket, sınırları içindeki tüm mekânlarıyla bir bütündür. Bu nedenle bir ülkenin kalkınması, köy ve kasabalarının kalkındırılmasını da gerektirir. Bu bağlamda bir ülkenin geleceğini belirleyen etkenlerden biri olan bürokrasinin, masa başında birtakım yasalar düzenleyerek Anadolu'nun köy ve kasabalarını düzeltmeyi ve geliştirmeyi amaçlanması düşünülemez. Önemli olan düzenlenen bu yasaların uygulamaya konması ve halk nezdinde bir karşılık bulmasıdır. Bu nedenle bürokrasinin, İstanbul'dan Anadolu'nun kasabalarına gelmesi ve masa başından halkın arasına karışması gerekir. Bu durum devleti temsil eden kişilerin, kendi insanını iyi tanınmasına ve onların sorunlarına sosyo-ekonomik ve kültürel yapısı doğrultusunda çözüm üretmesine olanak sağlar.

Önertoy, Osmanlı Devleti'nin, Anadolu'yu ihmal edişine vurgu yaparak bütün ilginin İstanbul'a gösterildiğini ve Anadolu'nun küçük şehir ve kasabalarının görmezden geldiğini belirtir. Aynı zamanda devlet adamlarının Anadolu'yu yalnızca asker ve zahire deposu olarak gördüğüne işaret eder. "... Anadolu ile bilinçli olarak ilgilenmek gerektiği, sadece İstanbul'la devletin kurtulamayacağı düşüncesi Balkan Savaşı yenilgisiyle uyanmaya başlamıştır." (Önertoy, 1974: 82). Bu nedenle sosyal duyarlılığı yüksek bir yazar olan Samim Kocagöz, söz konusu romanı aracılığıyla hem kasaba yaşayışını hem de Anadolu'nun kasabalarındaki sorunları ortaya koymayı amaçlamıştır. Yazar, bu sorunlara sadece dikkat çekmekle kalmamış aynı zamanda roman boyunca pek çok noktada yaptığı olumlu ve olumsuz karşılaştırmalarıyla çözüm önerileri sunmuştur.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında Cumhuriyet'in oluşumuna karşı çıkar güçlerinin hâlâ eskinin süregelen devranını döndürdüklerine işaret edilir. Yeniliği getiren Cumhuriyet temsilcilerinin ise halktan uzak oluşu ve halkla bütünleşememesi eleştirilir. Sistemdeki bu boşluğun bilincinde olan çıkar güçleri, arkalarına politik güçleri de alarak durumu her zaman kendi lehine çevirmeyi bilmiş; yoksul halkın daha da ezilmesine, maddi ve manevi yönden sömürülmesine neden olmuştur. Bu durum, *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanda şöyle dile getirilir:

"Bunlar Osmanlı'dan kalma, yeni Cumhuriyetimizin çıban başlarıdır. İyileşmeleri, ortadan kaldırılmaları için elbette zaman ister. Bunlarla ben, kendi payıma uğraştım. İş tabancalı, bıçaklı olmaya değin vardı. Baktım ki dert, sade bizim kasabanın değil, bütün Türkiye'nin derdi. Yukarıdan tedbir gerek. Halk Fırkası Mutemedi olarak Fırka Merkezi'ne bir rapor yazdım. On yıl oluyor, ne hükümetten, ne de Fırka Merkezi'nden bir haber var... Demek çıban, yara, sandığımızdan da derin, büyük." (NPK, s. 15)

"Şimdi kasabamıza bir bakıyorum da, bütün ülkede de böyle olacak, istiklal davamıza ihanet edenler, Mustafa Kemal Paşa'nın zafer çelenklerinin üstüne oturup, milleti Osmanlı dönemindeki gibi yine soymaya başladılar. Osmanlıdan iliklerimize işleyen, bilinçaltımıza yerleşen huylarımızı da Mustafa Kemal Paşa, düşmanı süngüsüyle denize attığı gibi, nasıl ülkenin dışına atsın? Politik taktik ve dehasıyla dize getirdiği batılı siyasileri yendiği gibi, içimizdeki şeytanı nasıl yensin? Bu iş zaman isteyen bir düzen kurma işidir. Hemen toplumumuzun bütün kişilerinin hidayete ulaşmasını bekleyemeyiz." (NPK, s. 19)

Nâbi'nin Park Kahvesi'nde, Söke kasabasından hareketle aslında tüm Anadolu'nun durumu ele alınmış ve yansıtılmıştır. Yazar, Söke kasabasını araç olarak kullanarak Anadolu'nun içinde bulunduğu realiteyi gözler önüne serer. Bu nedenle Söke, Anadolu'nun özü niteliğindedir ve bu öz, bütün bir Anadolu coğrafyasının siyasi, politik ve sosyolojik durumunu içerir. Bunların dışında romanda eğitim sistemindeki eksikliklerin eleştirisi yapılır. Buna göre gençlerin, eğitimi yalnızca para kazanma amacı olarak algıladığı vurgulanarak meslek sahibi olma, mesleğini sevmeye ve insanlara faydalı olma amacından bütünüyle uzaklaştığına dikkat çekilir. Kasabanın sevilen öğretmenlerinden Sıtkı Öğretmen, bu durumu şöyle izah eder:

"Okuyabilen gençlerimiz yanlış eğitiliyor. Meslek sahibi olmayı, para kazanma amacıyla karıştırıyor. Ne olursan olacaksın, ille de çok para kazanacaksın. Oysa mesleğinde ne denli iyi olursan, kendiliğinden para arkandan gelir. Toplumumuz yoksul olduğundan, gençlerimizin kafasına, yüreğine insanlık duyguları katamıyor. Ortalıkta onca yoksulluk var ki, öylesine yoksulluğun içinden gelenler var ki, karınları doyuyor da gözleri doymuyor... Gözümüz tok olduğu gelecekte adam olacağız..." (NPK, s. 63)

Sıtkı Öğretmen, gençlerin, eğitimi yalnızca para kazanmak için başvurulan bir süreç olarak algıladığını belirtirken bu algıdaki en büyük etkenin ülkenin içinde bulunduğu yoksulluk ve gelecek kaygısı olduğunu da ekler. Ülkenin içinde bulunduğu bu zor koşullar dikkate alındığında bu algının aslında haklı bir temele dayandığını ifade eder.

Romanda karşılaşılan başka bir toplumsal eleştiri ise "insanın nasıl olması gerektiği" konusunda yapılan eleştiridir. Doktor Reşat Bey'in, kasaba eşrafının türlü hile ve oyunlarıyla kasabadan sürgün edilmesinin ardından kasabaya yeni atanan

Doktor Cemal ile kasabanın hâkimi, savcısı, Zafer Öğretmen ve başkışı Mustafa bir araya gelir ve sohbet etmeye başlar. Konu; gazete, dergi ve kitaplarla ilgili ilerlerken bir süre sonra “eleştiri” sorununa gelir. Zafer Öğretmen, “...eleştirisinin memleket hesabına zararlı olduğunu, bu yüzden milletin birbirine düşebileceğini, eleştirisiz işlerini daha iyi yürütebileceğini ileri sürüyordu. Hele iyi bir yurttaşın, eğer yurdunu seviyorsa, bütün eleştirilerden kaçınarak kendisine verilen görevi yapmaya çalışması gerektiğini ortaya at(ar).” (NPK, s. 189). Doktor Cemal ise Zafer Öğretmen’in bu düşüncesine katılmadığını sakın bir şekilde “Bana sorarsanız Zafer Bey (...) Böyle bir insan, iyi bir vatandaş değil, bal gibi bir vatan hainidir!” (NPK, s. 189) diyerek ifade eder. Doktor Cemal, iyi bir insanın/vatandaşın; toplumsal sorunlar, yapılan haksızlıklar, yozlaşma ve iftira gibi pek çok sorun karşısında duyarsız kalmayarak ciddi bir toplumsal bilince sahip olması gerektiğini vurgular.

4.7. Kasaba İnsanı

4.7.1. Eşraf

Eşraf; “bir yerin zenginleri, sözü geçenleri ve ileri gelenleri” (www.sozluk.gov.tr., Erişim tarihi: 02.02.2020) olarak tanımlanır. Kaleme alınan romanlarda kasaba eşrafının genel olarak “kaba ve egemen güç”ü temsil eden kişiler olduğu görülür. Bu hâliyle eşraf hem kasaba halkı hem de kasabaya gelen yüksek memur ve bürokratlar üzerinde yaptırım gücüne sahiptir. Bu nedenle parasal gücü simgeleyen eşrafın, kendinde sınırsız bir davranış özgürlüğü görerek son derece rahat davrandığı ve etrafındaki insanlar üzerinde hâkimiyet kurmaya çalıştığı ortaya konur. “...üstünlüğü zenginliğinden ileri gelen, her türlü reforma karşı koyan, iki yüzlü, kurnaz ve gerici, devrimleri benimsetmeye çalışan genç devlet memurlarını, ülkücü aydınları susturup ezdiren, bazen de devlet memurlarını elinde oyuncak eden, çok partili rejimle durumu daha da sağlamlaşan, kendine karşı koyan hükümet unsurlarını, öğretmenleri keyfince ayıklatan” (Karpat, 1962: 56) eşrafın, aslında arka planda mevcut düzene hükmeden zorba kişiler olduğu görülür.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında eşraf, olumlu ve olumsuz olarak iki ayrı nitelikte yer edinir. Bu eşraftan biri, başkışı Mustafa'nın “amca” diye hitap ettiği Mehmet Bey'dir. Mehmet Bey, başkışı Mustafa'nın babasının arkadaşıdır. Mustafa'nın babasının ölümünden sonra Mustafa'nın yetişmesine katkı sağlamış, ailenin malını ve mülkünü koruyup kollamıştır. Mustafa'nın saygı ve sevgi duyduğu biridir. Aynı zamanda kasabanın siyasi gelişimine önemli katkılar sağladığı bilinen Mehmet Bey, İstiklal Harbine bizzat katılmış ve vatani için çarpışırken kulağını kaybetmiş bir gazidir. Kahraman anlatıcı konumundaki başkışı Mustafa, Mehmet Bey'in kasabada sevilen bir eşraf olduğunu şöyle anlatır:

“Bir kere Mehmet Amca'nın kasabamızın eşrafından olmasına karşın, Zati Bey gibi kötü şöhreti yoktu. Para canlısı değildi. Kasabada sivri işler yapmaz, kimsenin de gözüne batmazdı. Ne zaman sırası gelip sözü edilse, ‘Allah için namuslu adamdır!’ denirdi. Halk onun doğru sözlü, açık kalpli olduğundan ötürü hatırını çok sayardı. Benim çocukluğumda İstiklal Harbi'nden hemen sonra, kurulan Halk Fırkası'nın, kasabada mutemedi olmuştu.” (NPK, s. 13)

Mehmet Bey'in, Halk Fırkasının kasaba mutemedi olması, onun son derece güvenilir ve haksızlığa mahal vermeyen bir kimliğe sahip olduğunu ortaya koyar. Bu bağlamda Halk Fırkasının yöneticiler toplantısında bir kişinin görevini kötüye kullandığını öğrenen Mehmet Bey, bu duruma çok öfkelenir ve hemen silahına sarılır. İnsanların güven telkin etmeyen bu davranışlarından uzaklaşmak için kendini politikadan çekmeye karar verir.

Samim Kocagöz, Mehmet Bey ile yoksulun hakkını savunan ve herkes tarafından sevilip saygı duyulan vatansever bir eşraf ortaya koyar. Yazar, olumlu eşrafı temsil eden Mehmet Bey'in karşısına Hulki ve Zati Bey gibi olumsuz eşraf profilini koyarak eşraf algısını daha etkili verebilmek için zıtlıklardan yararlanma yolunu seçer. Bu bağlamda kasabanın olumsuz eşrafını temsil eden Hulki ve Zati Bey; kendi çıkarı için halkı ezen, sömüren, onları görmezden gelen, haksızlık yapan, türlü kötü işlere başvurarak resmî birim ve kişiler üzerinde hâkimiyet kuran özellikleriyle sunulur:

“Bu adam, çıkarı için kasabanın her sorununa, kasabalının ensesine yapışan bir atsineğidir. Zati Bey gibilerle işbirliği yaparak kasabalıyı avucunun içine almak, sömürmek sevdasıdadır. (...) Aklınca işlerini, işbirliği yaptığı kişilerin işlerini yürütmek için kasabaya her yeni gelen kaymakamı, memuru avucunun içine almak ister. Yönetimi bilinen bir yöntemdir, kasabaya her yeni gelen memur, kasabamızı şereflendirmesinin armağanı olarak geldiğinin ikinci, üçüncü günü büyük bir ziyafet masasının başına oturur. Kasabada kaldığı sürece yönetimde söz sahibi memurların sık sık armağanları eksik edilmez. (...) Ben kendimi bildim bileli, bu kasabada hep Zati Beyler, Hulki Beyler olmuştur. Bunlar Osmanlı'dan kalma, yeni Cumhuriyetimizin çiban başlarıdır.” (NPK, s. 14-15)

“Hemen kasabalımıza, Hulki Bey'in İstiklal Harbi sırasında İstanbul'da ‘İngiliz Muhipleri Cemiyeti’ üyesi olduğunu, Mustafa Kemal Paşa'ya karşı olduğunu, giderek Cumhuriyet'e karşı olduğunu yayacaksınız. İspata gerek yok, bunu ben yaştaki bütün kasabalı bilir.” (NPK, s. 16)

Kasaba eşrafından Hulki ve Zati Bey'in, kasabanın sıkıntılarını kendi lehlerine çevirdiği ve her fırsatı değerlendirerek kişisel çıkarlarını ön planda tuttuğu görülür. Devlet memurlarını ve resmî kurumları hâkimiyeti altına alan bu kişiler aslında belirli bir ülkü değerlere sahip olmayan yalnızca her zaman gücün yanında olmayı tercih eden ve güçlü görünen zayıf kişilerdir. Hulki Bey, Kurtuluş Savaşı yıllarında İngiliz Muhipleri Cemiyeti'ni destekleyerek bu cemiyete üye olur, Mustafa Kemal Paşa ve Cumhuriyet'e karşı durur. Hâkim güç durumundaki işgal güçlerinin yanında olan Hulki Bey, Mustafa Kemal Paşa ve silah arkadaşlarının başarısı neticesinde durumu kendi lehine çevirir ve hemen taraf değiştirerek kendini Kurtuluş Savaşı'na bizzat katılmış gibi gösterir. Bütün bunlar, Hulki ve Zati Bey'in bir birey olarak yozlaşmışlığını ortaya koyar. Kasabada taksi şoförlüğü yapan İsmail, belediye başkanlığı seçimlerinde Hulki Bey'in, başkanlık için adaylığını koymasından duyduğu rahatsızlığı ve Hulki Bey hakkındaki düşüncelerini şöyle dile getirir:

"Ulan o, bizim kasabayı yakar, kavurur be! (...) Onun, bunun namuslu karısının peşinden koşar. Kasabadaki benim bilmediğim o...ları bulup ortaya çıkarır. (...) Bu herif, İstiklal Harbi sırasında İngiliz Muhipleri Cemiyeti üyesiymiş." (NPK, s. 29)

Kasabanın aydın gençleri olan başkişi Mustafa, Öğretmen Sıtkı, Doktor Reşat ve Halkevi'nden gençler, Hulki Bey'in adaylığının karşısında durarak diğer adayı destekler. Hulki Bey'i bir vatan haini olarak nitelendirerek kendilerinin memleket adına çalışıp çabaladıklarını ifade eder. Dolayısıyla kasabadaki bu belediye başkanlığı seçimi aslında Mustafa Kemal'i destekleyenler ile İngilizleri sevenler cemiyeti arasında yapılan mücadeleyi temsil eder.

Aynı zamanda Zati Bey'in evliliği, kasabada dikkat çeken bir süreci içerir. Zati Bey, ilerlemiş yaşına rağmen on sekiz yaşındaki Cemile adlı bir kızla nişanlanır. Zati Bey'in Cemile'yle nişanlanması, Cemile'yi seven helvacı çırağı Muhlis'in çöküşüne neden olur. Bu süreçte kasaba halkını da şaşırtacak derecede şatafatlı bir nişan yapılır. Kasabada zenginliği ile öne çıkan Zati Bey, eski gelenek ve göreneklere uyararak Cemile'ye tam kırk bohça ve tepsi nişan hediyesi yollar. Bu kırk bohça ve tepsi, kırk kadın ile Cemile'nin evine gönderilir. Bu hediyeler kız evinde uzunca bir süre teşhir edildikten sonra sahiplerine dağıtılır. Başkişi Mustafa ve Doktor Reşat Bey, *"Doğrusu, bu çeşit dolaplar Zati Bey'den başka kimsenin aklına gelmez... Adam kazanmak dediğin böyle olur. Taraftar dediğin böyle toplanır."* (NPK, s. 48) diyerek bu nişan ve hediyelerle Zati Bey'in, insanların gözünü boyamayı ve bu sayede kendini kasabada kabul ettirmeyi amaçladığını ortaya koyar.

Romanda kasaba eşrafının, bir rüşvet olayına karıştığı da görülür. Bu bağlamda kasabanın olumsuz eşrafından Zati Bey, Su İşleri Müdürü'ne rüşvet vererek taşkını önlemek için çalışan iş makinelerinin durdurulmasını böylece Menderes Irmağı'nın taşmasını sağlar. Bu sayede sular altında kalan ovada yetişen sazlardan binlerce lira kazanır. Ancak Menderes Irmağı'nın taşması, yoksul kasaba halkının tarım ürünlerinin sular altına kalmasına ve taşkını önlemek isteyen Mühendis Bekir'in de kahrından ölmesine neden olur. Kasaba halkı, Zati Bey'in bu oyunlarının ve kendi çıkarı için Mühendis Bekir'in ölümüne yol açtığı farkındadır. Bu bakımdan Zati Bey'in geleneğe bağlı nişan yapması, insanlara hediyeler dağıtıp fakir bir ailenin kızını eş olarak alması, kasaba halkının zihninde daha önce sahip olduğu olumsuz algıyı silmek ve değiştirmek istemesi şeklinde değerlendirilir.

Zati Bey, evlilik kurumunu bile kendi çıkarı için bir araç olarak kullanır ve bu amacında da başarıya ulaşır. Daha önce kasaba halkının zihninde kendisiyle ilgili var olan kötü algıları, bu nişan yoluyla değiştirerek bir anda halkın gözünde kahraman gibi algılanmaya başlanır. Zati Bey'in kendi çıkarı için yaptığı bu girişimler, onun bireysel ve ahlaki bakımdan yozlaşmışlığını gösterir. Bütün bu yaşananlardan sonra kasabada konuşulanlar, Zati Bey'in sevilmeyen ve aynı zamanda korkulan bir eşraf olduğunu ortaya koyar: *"Lutfullah Efendi, Zati Bey'in adını her ağzına aldıkça korkuyla iki yakasına bakınıyordu. 'Aman, içimizde adamları vardır' diye tir tir titriyordu."* (NPK, s. 41). Aynı şekilde karıştığı rüşvet olayından sonra Zati Bey'in, ilerlemiş yaşına rağmen Bakkal Mahmut'un on sekiz yaşındaki kızı Cemile'nin peşinde dolanması, kasaba halkının tepkisine yol açar. Bu durum romanda, *"Bu olaydan kimin haberi oldu ise, Zati Bey'e büsbütün ateş püskürmeye başladı. Zaten kasabada ne iş çıkarsa Zati Bey'in başının altından çıkar. Her bir haltı o eder. Zaten en son Mühendise ettiği oyundan, Menderes'in ağzının temizlenmesi işinin yarım kalmasından sonra, kasaba ona büsbütün düşman olmuştu. Şimdi de Bakkal Mahmut'un kızına göz koyması bizi iyice çileden çıkarmaya yetti."* (NPK, s. 46) şeklinde dile getirilir. Hâkim güç konumunda olan Zati Bey'in, maddi imkânlarının etkisiyle davranışlarına hiç sınır tanımadan bencilce yaşadığı görülür.

Kasaba halkının bilinçlenip aydınlanmasından endişe duyan Hulki Bey ise halkı temsil eden vatansız aydın gençlerin çalışmalarını, kendi çıkarına tehdit olarak görür. Bu nedenle bu gençleri her fırsatta eleştirerek çeşitli iftiralarla kasaba halkının gözünde itibarsızlaştırmaya çalışır. Bu noktada Hulki Bey, başkişi Mustafa'yı, Doktor Reşat ve Mühendis Bekir aleyhinde kışkırtmaya çalışır. Aynı zamanda başkişi Mustafa ile Hulki Bey arasındaki çatışmayı ortaya koyan bu durum romanda şöyle aktarılır:

"Bakıyorum bütün düşüp kalktığın insanlar, hep yabancılar. Haklı bulduğun kişiler de hep yabancı. Günün birinde bu gelip geçici kimselerin kasabadan defolup gideceklerini hiç düşünmüyor musun? Bir gün yine biz bize kalacağız; yine bizim yüzümüze bakacaksın... Sana dostça bir söz edeyim; vazgeç şu adamların dalkavukluğundan! Aklını başına al..." (NPK, s. 79)

Hulki Bey tarafından Mustafa'ya yapılan bu baskı, kasabaya hizmet aşkıyla gelen kişileri destekleyenlere karşı eşrafın çeşitli baskı, zorlama ve tehditlere başvurduğunu ortaya koyar. Bunun yanında Hulki Bey, kasabaya hizmet için gelen gençleri, *yabancı* diye nitelendirerek ötekileştirir. Kendi çıkarına ters düşen bu aydın gençlerin, işlerini yapmalarına engel olmak için her türlü gayriahlaki yola başvurur. Sonraki süreçte de Kaymakam'ın ve Doktor Reşat Bey'in kasabadan sürgün edilmesine neden olur.

4.7.2. Memur

Kasaba romanlarında sıklıkla görülen memurlar, sosyal düzen içinde devrin memuriyet anlayışının ve bürokratik yapısının ortaya konması için yazarlar tarafından bilinçli bir şekilde ele alınmıştır. Memurlar, şahıs düzeyinde çok fazla ön plana çıkmamakla birlikte genel olarak sorumsuz, iş yavaşlatan, tembel, rüşvet alan, adam kayıran ve eşrafa boyun eğen kişiler olarak sunulur. Hükûmet ile halk arasında aracı olan ve işlemleri düzenleyen bu kişilerin, görevlerini sağlıklı bir şekilde yapmamaları, halk ile hükûmet arasında kopukluğa ve devletin zayıflamasına neden olur. Böylece kendi insanına yabancılaşmış devlet yönetimi ve bürokratik çarpıklıklar gözler önüne serilerek toplumsal eleştiri yapılır. Bu olumsuz memur tipinin yanında kimi romanlarda ise işini usulüne uygun yapan memurların, kasaba eşrafının menfaatine ters düşmesi nedeniyle eşrafın baskı ve eziyetlerine maruz kaldığı hatta sürgün edildiği görülür.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında kasaba eşrafiyla iş birliği yapan Su İşleri Müdürü'nün yozlaşmışlığı üzerinde durulur. Kasaba eşrafından Zati Bey, Menderes Irmağı'nın taşmasıyla bataklıkların su ile dolması sonucu bu bataklıklarda yetişen sazlardan binlerce lira kazanç elde eder. Bu nedenle Menderes Irmağı'nın taşmasını sağlaması için kasabanın Su İşleri Müdürü'ne rüşvet verir. Su İşleri Müdürü, Zati Bey'den aldığı rüşvet karşılığında düzmece bir gerekçeyle resmî bir yazı yazarak Menderes'in taşmasını engellemek için çalışan iş makinelerinin durdurulması kararını verir. Böylece Menderes'in taşması için gerekli ortamın oluşmasına zemin hazırlar. Meslek ahlakından yoksun olan Su İşleri Müdürü, rüşvet karşılığında düzmece bir resmî evrak hazırlayarak büyük bir yozlaşma örneği sergiler. Bu davranışıyla kasaba eşrafının haksız kazanç sağlamasına olanak sağlarken diğer taraftan yoksul kasaba halkının emek verdiği mahsulün sular altında kalmasına ve kasabada sıtma hastalığı oluşmasına neden olur. Tüm kasabanın emeğine karşılık Zati Bey'in bu bencilce isteğine alet olur.

4.7.3. Kasabada Yeniliğin Savunucuları

Kasabaya yenilik getirmek isteyen genç aydın kesim ile bu yeniliğe karşı çıkan eski zihniyetin temsilcisi olan güçler arasında yaşanan çatışmayla bir toplum eleştirisi yapılır. Köy ve kasabada yaşayan insanların eski hayat tarzına bağlı olan yaşamlarını sürdürme kaygısı, yeniliğin önündeki en önemli engel olarak yer alır. Yenilik taraftarı olan kişiler, halka hizmet etme amacı gütmelerinin yanında yoksul halkın temsilcisi olarak da romanlarda yer alır. Eski hayat tarzını devam ettirme kaygısı taşıyan insanların ise genellikle kendi çıkarını korumak amacıyla yeniliğe karşı oldukları ve kendi menfaatleri uğruna kasaba ve kasaba halkının yararına olacak girişimlere karşı çıktıkları görülür.

Nâbi'nin Park Kahvesi adlı romanda Belediye Meclis üyesi olan başkışı Mustafa, Mühendis Bekir, Doktor Reşat, Sıtkı Öğretmen ve Halkevi'nden gençler, Söke kasabasında yeniliğin savunucuları olarak yer alır. Cumhuriyet'in kuruluş yıllarında hâkim güç durumunda olan kasaba eşrafına karşı yoksul halkın temsilcisi olan bu aydın gençler, halka hizmet aşkıyla dolup taşan ve sosyal duyarlılığı yüksek, bilinçli gençlerdir.

Kurtuluş Savaşı yıllarında güçlü gördükleri işgal kuvvetlerini destekleyen ve İngiliz Muhipleri Cemiyeti'ne üye olan hâkim güçler, savaşın sonunda Mustafa Kemal ve arkadaşlarının başarısı sonunda hemen taraf değiştirmiş ve durumu kendi lehine çevirmiştir. Hatta kendilerini, savaşa bizzat katılmış gibi göstererek insanların itibarını kazanmaya ve kasabanın imkânlarını kendi çıkarı doğrultusunda kullanmaya çalışmıştır. Bu nedenle kasabadaki yeniliğin savunucusu genç aydın kuşak ile eski zihniyetin temsilcisi olan ve kasaba eşrafından oluşan hâkim güçlerin çatışması, aslında İngiliz taraftarları ile Cumhuriyet'i ve Mustafa Kemal temsil eden aydın gençlerin arasında yaşanan çatışmadır. Ancak yeniliğin savunucuları olan bu genç kuşak, önlerinde aşılması set gibi duran eşrafın karşısında çeşitli politik ve bürokratik engellere takılarak verdikleri mücadelede yenik düşer.

4.8. Eğitim

Eğitimsizlik, Anadolu'nun yüzyıllardır bakımsızlığı ve geri kalmışlığındaki en önemli etkidir. Aslında "*Anadolu halkı geri kalmıştan çok geri bırakılmıştır. Yüzlerce yıl okutulmamış, öğretilmemiş, eğitilmemiş, bu nedenle ilerleyen bilime ve gelişen tekniğe yabancı kalmıştır. Yaşantısına egemen olan yanlış gelenekler ve dinsel sömürü düzeninde köylünün/kasabalının başka türlü olmasına olanak yoktur.*" (Işıksalan, 1978: 135). Anadolu'nun köy ve kasabalarının geri kalmışlığında ve eğitimsizliğinde yanlış gelenek ve yaşayışların yanında inançların, bağnaz ve çıkarıcı din adamlarının tarafından sömürülmesi etkili olur. Bu nedenle bilimin ışığında eğitim veren aydın öğretmenlerin varlığı ile Anadolu insanı, içinde bulunduğu karanlıktan aydınlığa çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu idealist öğretmenler, gittikleri kasabalarda genellikle sosyal çevrenin ve bürokrasinin engellerine takılarak zorluk çekmiş ve hep bir amaç doğrultusunda mücadele etmiştir. Sosyal

sorunlara ve memleket meselelerine duyarlı olan bu öğretmenler; insanların aydınlatılması, eğitilmesi ve daha iyi şartlarda yaşam koşullarına kavuşması için çaba göstermiştir.

Millî Mücadele yıllarına ve Cumhuriyet'in ilanına kadar İstanbul dışında neredeyse başka bir ülke gibi algılanan Anadolu, bir sürgün yeri olarak kabul edilir. Anadolu'nun köy ve kasabalarına herhangi bir resmî görevle giden devlet memuru, kendisini cezalandırılmış bir mahkûm gibi algılar. Bu nedenle Anadolu, çok uzun bir süre imkânsızlığın, mahrumiyetin ve eğitimsizliğin mekânı olarak değerlendirilir. Milletin güçlenmesi, yaşam koşullarının iyileştirilmesi ve refah seviyelerinin yükseltilmesi; eğitim, bilim ve Cumhuriyet'in yenilikçi ruhunun, Anadolu'nun her köşesine ulaştırılması ile mümkün olacaktır. Bu nedenle ülkede yeni okullar yapılması, halkı aydınlatacak öğretmenlerin yetiştirilmesi ve bu aydınların Anadolu'yu gerçek anlamda bir vatan olarak benimsemesi gerekir. Bu durumun bilincine varan yazarlar da romanlarında idealist öğretmenleri Anadolu'nun köy ve kasabalarına göndererek halkı aydınlatmayı amaçlamış ve bu konuya dikkat çekmek istemişlerdir. Bir başka ifadeyle yazarlar, herkesin gitmekten korktuğu Anadolu'nun köy ve kasabalarına genel olarak ilk önce öğretmenleri göndermiştir. Böylece kurtuluş için "eğitim"ın önemi üzerinde durulmuştur. Bu noktada da *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanda eğitim, olumlu ve olumsuz öğretmen tipi üzerinden ortaya konmuştur:

4.8.1. Olumlu Öğretmen

Yazarlar, Millî Mücadele'nin milliliğini tabii kılmak için romanlarda yer verdikleri birtakım belirleyici karakterler aracılığıyla milleti; vatan, bağımsızlık, toprak, özgürlük gibi kavramlar etrafında birleştirmeye çalışır. "... Cumhuriyetin ana hedeflerine bağlı öğretmen figürü önemlidir. Birçok romanda, getirilen yeniliklerin, yapılan inkılapların yayılmasını ve benimsetilmesini sağlamak; halkı, modern dünyaya açılan yönetimin yanına çekmek ve eğitimin üzerindeki bağnaz, cahil gölgeyi kaldırmak için yola çıkan öğretmenlerin hikâyesi vardır." (Narlı, 2013: 292). Millî Mücadele ve Cumhuriyet'in kuruluş sürecinde ortaya konulan öğretmen karakterleriyle Anadolu'nun kasaba ve köylerinde halkı aydınlatma ve bilinçlendirme hareketine girilir. Öğretmenler, halkla ve gelecek nesillerin temelini oluşturan çocuklarla doğrudan iletişim hâlinde olduğu için Anadolu'ya gönderilen aydın kişiler arasında ön çok başvurulan karakterlerdir. Bu nedenle öğretmenler, yazarların bilinçli tercihleridir. Yazarlar romanlarda kimi zaman vatan-millet bilinci olan ve yeniliği savunan öğretmenlerin yanı sıra çağın ihtiyaçlarına cevap vermeyen ve eski sistem eğitimi savunan öğretmenleri de kaleme alır. Bu sayede aydın kişilerin nasıl olması/olmaması gerektiği hususunda okuyucuyu düşündürmeyi amaçlar. Sosyal sorumluluk bilinci olan olumlu öğretmenlerin genellikle gitmiş oldukları kasabalarda yozlaşmış kişi ve değerlerle mücadele hâlinde olduğu görülür.

Nâbi'nin Park Kahvesi adlı romanda olumlu öğretmen tipini, Sıtkı Daloğlu adlı bir öğretmen temsil eder. Sıtkı Öğretmen; başkışı Mustafa, Doktor Reşat ve Mühendis Bekir ile birlikte kasabadaki yozlaşmış hâkim güçlere karşı mücadele eder. Vatansız ve ülkü değerlere sahip olan Sıtkı Öğretmen, Halkevi'nde Servet-i Fünun ciltlerinin yokluğunu fark eder. Başkışı Mustafa, "...Öğretmen Sıtkı kasabamıza geldikten sonra gözüm açıldı." (NPK, s. 73) diyerek Sıtkı Öğretmen'in yol gösterici biri olduğuna ve toplumsal problemlere duyarsız kalmadığına vurgu yapar.

4.8.2. Olumsuz Öğretmen

Eğitim faaliyetinde bulunan bazı öğretmenlerin, meslek ahlakı bakımından etik olmayan birtakım davranışlar sergilediği görülür. Bu bağlamda *Nâbi'nin Park Kahvesi* romanında olumsuz öğretmen tipini, Zafer Bey adında bir öğretmen temsil eder. Halkevi Edebiyat Kolu Başkanı olan Zafer Öğretmen'in, Halkevi'nin kitaplığında bulunan Servet-i Fünun ciltlerini ve bütün eski gazete koleksiyonlarını, Halkevi'ne konferansa gelenlerin pasta ve çay paralarını karşılamak için gizlice sattığı ortaya çıkar. Zafer Öğretmen'in mesleki bilinç ve ahlaktan uzak olduğunu gösteren bu durum, aynı zamanda onun bireysel bakımdan yozlaşmışlığını ortaya koyar.

4.9. Batıl İnançlar

Cumhuriyet dönemi yazarları tarafından sıkça ele alınan batıl inançlar; halkın eğitim eksikliği, bilinçsizliği ve çaresizliğinden kaynaklanan inanışlardır. Bir başka ifadeyle aslında bireylerin dinî duygularının sömürülmesidir. Romanlarda batıl inanışlara yer verilerek toplumun batıl inançlara bağlılığı ve bu inançların toplum üzerindeki etkisi eleştirel bir şekilde ortaya konur.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında batıl inanç, helvacı çırağı Muhlis aracılığıyla sunulur. Muhlis, Cemile adında bir kızı sever. Cemile de Muhlis'i sever ancak kasabanın zengin eşrafından Zati Bey'le evlenir. Cemile başlangıçta Zati Bey'le evlenmek istemese de bir süre sonra bu evliliğe razı olur. Cemile'nin evlenmesine tahammül edemeyen Muhlis, kendini içkiye verir ve Zati Bey'in ölmesi için büyü yaptırır. Bu büyüü Muhlis, başkışı Mustafa'ya, "*İşler yolunda abi! Zati Bey'in evindeki su arığının içine büyü sabun koyduk. Sabunun üstüne batırılmış iğneler var. Bu bir kalıp sabun eridikçe, Zati Bey de eriyecek. Sabun eriyip bittiği gün, Zati Bey de ölecek! Bu sırdır ha... Kimseye söyleme...*" (NPK, s. 177) diyerek ifade eder ve büyük bir umutla Zati Bey'in ölümünü bekler. Muhlis'in, su arığının içindeki sabun eridikçe Zati Bey'in de eriyip öleceğine olan inancı, içinde bulunduğu çaresizliği ve maddi gücü temsil eden Zati Bey karşısında ezilmişliğini ortaya koyar.

4.10. Sürgün

Bir kimsenin ikamet ettiği belli bir yerin dışında tutulması veya başka bir mekânda zorunlu olarak bulunması anlamına gelen sürgün, aslında kişinin birtakım imkânlardan mahrum bırakılarak belli bir cezaya maruz kalmasıdır. Sürgün, geçmiş dönemlerde hayatın bir gerçeğini yansıtmaya itibarıyla romanlarda da ele alınan bir konu olmuştur.

“... kültürel inşada taşra edebiyatı, yüksek ideallerle ilişkileri ve sosyal hayatı kültürel dönüşüme uğrıtılacak olan arkaik bir dönemi ve yerelliği resmeder. Modernleşmeci yazında taşra çoğu zaman bir sürgün yeridir; yerine göre bir mağduriyet ve küskünlükle uzak düşülen merkeze yeniden dönmek için savaştığı ruhun bilendiği, kurtarıcı figürün canlandığı tuhaf bir muhittir.” (Çelik, 2017: 28).

Anadolu'nun kasabaları, hizmet için giden memurlar tarafından merkezden uzaklaştırılması ve birtakım imkânlardan mahrum bırakılması nedeniyle çok uzun bir süre sürgün yeri olarak algılanır. Bunun dışında kişilerin, birtakım politik meseleler nedeniyle cezalandırılmak ve merkezden uzaklaştırılmak amacıyla da Anadolu'nun kasabalarına sürgün edildiği görülür. Bu bağlamda *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanda sürgün, kasabanın yararı için özveriyle çalışan Belediye Doktoru Reşat Bey'in, kasabanın yozlaşmış hâkim güçleri tarafından çeşitli hilelerle kasabadan uzaklaştırılmasıyla ortaya konur. Kasaba eşrafından Zati ve Hulki Bey, halkın bilinçlenip aydınlanmasından korkarak Reşat Bey'in kasaba lehine çalışmalarını, kişisel çıkarlarına tehlikeli bulur. Onun, kasaba halkı üzerinde söz sahibi olmasını engellemek için halkı, önce Reşat Bey'e karşı kışkırtır; uygun zemini hazırladıktan sonra da Milletvekili'nin yardımıyla Reşat Bey'i kasabadan sürgün ettirir.

Kasabanın dedikodularının döndüğü en önemli yerlerden biri, Yusuf'un Berber Dükkânıdır. Başkışı Mustafa'nın ilkokuldan sınıf arkadaşı olan Yusuf, Mustafa'yı çok sever; her zaman onu destekler ve kendi dükkânında Mustafa hakkında konuşulanları, vakit geçirmeden Mustafa'ya iletir. Bu bağlamda kasaba eşrafından Zati Bey ile kasaba Milletvekili'nin, Reşat Bey hakkındaki konuşmalarına tanıklık eder. Yusuf, Doktor Bey'e acıdığını söyleyerek Zati Bey ile Milletvekili arasında geçen konuşmayı şöyle aktarır:

“Zati Bey, Milletvekili Bey'e, her şeyden önce, Doktor Reşat'ın kasabamızın başına bir bela kesildiğini, sivri aklıyla kasabada yenilik yapacağı diyerekten herkesin kalbini kırdığını söyledi. Giderek, kuyuların kapatılması, tulumaların sökülmesiyle bütün fakir fukaranın susuz kaldığını anlattı. (...) 'kasabamızın sınırları içinde bir isyan çıkarsa, hiç şaşma!' (...) Doktor'un ayağını kasabadan, memleket namına kaydırmak gerek! Bizim Milletvekili'miz de güldü; 'Bu kolay...' karşılığını verdi. 'Ankara'ya döndüğümde, bizim kasabalı Belediye Doktoru'ndan memnun değil, başka bir yere atansa iyi olur dedim... Yeter!’” (NPK, s. 122)

Yozlaşma içinde olan Zati Bey ve Milletvekili'nin, işini olması gerektiği yapan Reşat Bey'e engel oldukları görülür. Burada asıl dikkat çeken şey, bir kişi hakkında asılsız hüküm vermenin bu kadar kolay olmasıdır. Masa başında oturarak bir söz ile bir insanın haksızlığa uğratılması ve keyfi isteklerle sürgün edilmesi, bürokratik ve politik sistemdeki eksiklikleri ve yozlaşmayı gözler önüne serer.

Bunların dışında kasabada açılması düşünülen genelev için Reşat Bey'in onay vermesi, onun kasabadan sürgün edilme sürecini hızlandırır. Belediye Başkanı tarafından bu konudaki fikrinin sorulması üzerine Reşat Bey, mahalle aralarında zaten yaşanan gayriahlaki ilişkilerin, genelev aracılığı ile denetlenebileceğini, bu sayede kadınların sağlık kontrollerinin yapılarak bulaşıcı hastalıkların önleneceğini belirtir ve genelev açılmasına onay verir. Bu nedenle kendisine, genelevin açılıp açılmaması konusunda ne düşündüğünü soran Belediye Başkanı'na, *“Hiç olmazsa bulaşıcı hastalıklara engel oluruz. Gizli kadınları da karakol iyice izler...”* (NPK, s. 140) cevabını verir. Reşat Bey'in bu işe onay vermesi, kasabadan sürgün edilmesi için Zati ve Hulki Bey'in eline geçen en önemli koz olarak değerlendirilir. Zati Bey, bu durumu fırsata çevirerek kasaba kahvehanelerini dolaşır ve kasaba halkını, Reşat Bey'e karşı daha güçlü ve açık bir şekilde kışkırtmaya hatta Reşat Bey'in bu kasabadan gitmesi gerektiğini artık sesli olarak dile getirmeye başlar. Zati Bey'in kahvehanelerde yaptığı bu kışkırtmalardan biri, romanda şöyle yer alır:

“Doğrusu Doktor Reşat Bey'i sadece rahmetli arkadaşı Mühendis Bekir Bey gibi isyankâr ruhlu sanırdım. Hiçbir zaman kasabamızın namusuna el atacağı, dil uzatacağı aklıma gelmezdi. Kerhaneciden rüşvet aldığı söyleniyorlar; buna inanmam ama, kasabamızda genelev açmak istediği de ortada. Ne diyelim, Allah bizi bu çeşit ahlaksızlıklardan korusun! Değil Doktor Bey, dünya bir araya gelse, bunca yıldır namusuyla yaşayan bizlerin memleketinde genelev açamaz! Zaten kendisinin kasabamızdan kalkıp gitmesi yaklaştı...” (NPK, s. 140)

Reşat Bey'in kasabadan sürgün edileceğinin açıkça konuşulmasından sonra Hulki Bey de doktordan sonra sıra kaymakamın diyerek Kaymakam Bey'in de sürgün edileceği mesajını verir. Zati Bey, Reşat Bey'in aleyhinde konuşmaya başlarken Kaymakam Bey, Zati Bey'i kibarca susturur ve şunları ekler: *“Beyefendi (...) 'Doktor Reşat'ın yaptığı işlerde yasalara, mevzuata aykırı bir hâl yok... Niçin böylesine üzülüyorsunuz?’ Zati Bey, ne diyeceğini şaşırıldı. Konuyu kapamak*

zorunda kaldı. 'Efendim, biliyorsunuz, kasabamız görgü, geleneklerine bağlıdır...' gibisine sözler mırıldandı; kem küm etti. İşte o kadar...' (NPK, s. 145). Kaymakam Bey'in, Zati Bey'in düşüncelerini desteklememesi hatta tarafsız bir şekilde yasalara göre Reşat Bey'in yaptığı bir yanlışın olmadığını söylemesi, Kaymakam'ın da kasabanın yozlaşmış hâkim güçleri tarafından kasabadan sürgün edilecekler listesine girmesine neden olur.

4.11. Kasabada Sosyal Mekânlar ve Etkinlikler

Yaşam kalitesinin artışı olumlu yönde destekleyen bir etken olarak değerlendirilen sosyal mekân ve etkinlikler, bireyin yakın veya uzak çevresi ile ilişkilerini düzenleyen önemli bir unsurdur. Bunun yanında yaşanan çevreyi/coğrafyayı tanıma, etnik ve kültürel değerlere bağlı kalma noktasında birleştirici ve bütünleştirici bir rol üstlenir. Bu sayede bireyin diğer insanlarla iletişim kurarak sosyalleşmesi ve ortak değerleri koruması sağlanır. "...sosyal gruplar için mekân, çeşitli anlamları birbirinden ayıklanamayacak bir bütün." (Öncü-Weyland, 2016: 31) olarak değerlendirilir.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında Halkevi, tren istasyonları ve kahvehaneler öne çıkan sosyal mekânlardır. Bunlardan "Halkevi," kasaba halkının kitap, dergi ve gazete okuduğu mekânlardan biridir. Kasabanın öğretmenlerinden Sıtkı Öğretmen ve başkışı Mustafa, Halkevi'ni, kasabanın gençlerinin bilgiyle donanacağı bir merkez hâline getirmek için birtakım girişimlerde bulunur. Zaman zaman kendi düzenledikleri etkinliklerle de gençlerin ilgisini çekmeyi ve onların daha iyi yetişmesine imkân sağlamayı amaçlar. Burada çeşitli konuşmalar ve kültür toplantıları yapılır. Esnaf çıraklarına ve kalfalarına gece dersleri tertip edilir. Böylece kasaba halkına hizmet etmek ve insanların ihtiyaçlarına cevap verebilmek için Halkevi'nde çeşitli faaliyetler düzenlenir.

Nâbi'nin Park Kahvesi'nde tren istasyonları da kasaba halkının bir araya geldiği ve sosyalleştiği mekânlardan biridir. İnsanlar, kasabaya gelen treni, büyük bir heyecan ve mutluluk içinde bekler. Kasabaya gelen yakınlarını ya da tanımadıkları yeni çehreleri karşılamak için istasyonu âdeta bir bayram yerine çevirir.

"Yazın bu on dokuz kırk treninin gelişi, her gün istasyonu bayram yerine çevirir: Genç kızlar süslenir, delikanlılar işten çıkar, istasyona bu treni karşılamaya koşar. Hele istasyonun karşısındaki bostanlar parka dönüştürüldükten sonra; buraları, istasyon, bir seyirlik oldu. Parka dikilen ağaçlar; çamlar, kavaklar, okaliptüsler (...) Akşamları parkta dolaşan halk, Nazif Kaptan'ın iki kilometre uzaktan çaldığı düdüğe koşar. Zaten istasyon kahvesi yükünü çoktan almıştır. Tren yaklaştıkça da kaynaşma, heyecan artar, durana dek devam eder." (NPK, s. 97).

Her kesimden insanın coşkuyla bir araya geldiği ve güzel vakit geçirdiği tren istasyonunun, kasaba halkının sosyalleşmesindeki işlevselliği gözler önüne serilir. *Nâbi'nin Park Kahvesi*'nde öne çıkan sosyal mekânlar arasında şose yoluyla kasaba parkı da yer alır. Tren istasyonuna yakın olan ve zeytinliklere doğru uzanan bu mekânlar; özellikle pazar günleri, kasaba halkının gezmek, yürüyüş yapmak ve arkadaşlarıyla sohbet etmek için bir araya geldiği sosyal mekânlardır.

Romanda kasabada öne çıkan sosyal etkinliklerin başında ise "Altı Eylül Bayramı" gelir. Altı Eylül Bayramı, Söke kasabasının Yunan işgalinden kurtulduğu gündür. Bu bayramda Halkevi, davul zurna çalacak çingeneleri ayarlar. Belediye ise havai fişekleri hazırlar ve Hükümet Konağı'nın önüne hızla bir tak-ı zafer kurar. Kasabanın yetişkin çocukları, dağlardan defne dalı kesip getirir. Cumhuriyet Meydanı, mersin dalları ve yapraklarla süslenir. Tüm kasaba halkı büyük bir heyecan içinde sabah erkenden hazırlanır ve meydana gelir, öğrenciler geçit törenine katılır. Daha sonra Kaymakam Bey, konuşma yapar. Ardından kasabanın sporcu gençleri jimnastik gösterisi sunar. Bütün bunlardan sonra bayram, Halkevi'nin önüne taşınır. Burada tüm kasaba halkı, davul ve zurna eşliğinde Aydın zeybeği oynar. Bu eğlenceyi gece fener alayı ile Halkevi'nde yapılacak olan eğlence takip eder. Akşam olmasıyla yedi kırk akşam trenini karşılamak için büyük bir kalabalık istasyona gider. Burada güzel vakit geçiren kasaba halkı son olarak da Halkevi'nde düzenlenen şarkılı ve türkülü eğlenceye katılır. Böylece Altı Eylül Bayramı ile kasaba halkının birlik ve beraberlik içinde birbiriyle kaynaştığı görülür.

Kasabada öne çıkan mekânlardan biri olan *kahvehaneler*, romanın adından da anlaşılacağı üzere kurguda oldukça önemli bir yer edinmiş ve âdeta romanın temel mekânı hâline gelmiştir. Bu nedenle kahvehaneler, ayrı bir başlık hâlinde ele alınıp incelenmiştir:

4.11.1. Kahvehaneler

Henüz gelişmemiş ve sosyo-kültürel mimarisini tamamlayamayan kasabalarda kahvehaneler, tiyatro binası işlevi görenek insanların bir araya geldiği ve sosyalleştiği mekânlar olarak yer alır. "*Kahvehaneler, farklı grupların bir araya geldiği, kaynaştığı, tanıştığı, sosyalleştiği alanlardır. Kültür, inanç ve yaşantının gözlemlendiği, tecrübe edildiği, kuşaktan kuşağa aktarıldığı, değişik kuşakların bir araya geldiği bu mekânlar, sohbet etmek, okumak, dinlenmek, anlatmak, dinlemek, kimi zaman Aşık meclislerine katılmak gibi farklı eylemlere ev sahipliği yapar.*" (Alver, 2017: 281). Bu bağlamda insanların kimi zaman hayatın gerçeklerinden ve yaşamın zorluklarından kaçarak bir nebze de olsa uzaklaştıkları kimi zaman ise gelecek yaşamlarına dair birtakım umut parçacıkları aradıkları bu kasaba kahvehaneleri, bir sığınma ve kaçış yeri olması nedeniyle oldukça önemli bir yere sahiptir.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında *kahvehaneler*, işlevsel bir şekilde kullanılarak âdeta romanın temel mekânı hâline gelmiştir. Romanda Meşhur, Nâbi'nin Park Kahvesi adını taşıyan kahvehane, kasabanın en önemli sosyal mekânı olarak yer edinir. Bu kahvehane, kasabayla ilgili hemen her konunun tartışıldığı ve düşüncelerin paylaşıldığı önemli bir mekândır. Nâbi'nin Park Kahvesi, kasabanın merkezinde altı mahalle yolunun/caddesinin birleştiği Cumhuriyet Meydanı'nda bulunur. Bu meydanda Hükûmet Konağı, Ziraat Bankası, kocaman bir han, hanın üzerinde güzel bir otel, dükkânlar ve yazihaneler yer alır. Nâbi'nin Park Kahvesi, meydana yer alması ve resmî dairelerin yanında olması nedeniyle kasabanın en işlek mekânıdır. Kahvehanenin sahibi Nâbi Bey ise Rumeli şivesiyle müşterilerine tatlı dil döken ve insanların gönlünü almayı bilen biridir. Bütün bunlara bağlı olarak herkes, boş vaktini bu kahvehanede geçirmekten hoşlanır. Nâbi'nin Park Kahvesi'nin hemen herkes tarafından sevildiği ve kasabanın en rağbet gören yeri olduğu romanda şöyle ifade edilir:

"Nâbi'nin Park Kahvesi, yaz kış itibardadır. En büyük özelliği, daha doğrusu, Nâbi'nin en büyük başarısı, memurlarla yerli halkı burada bir araya getirebilmesidir. İster sabahın en erken saatlerinde, ister gecenin en geç saatlerinde kahveye gidin, Nâbi her an emrinizdedir. Günün herhangi bir saatinde ne içmek âdetinde olduğunu bile bilir, ocakçıya sizi görür görmez, seslenir." (NPK, s. 12)

Tüm kasaba halkı tarafından sosyal bir mekân ve bir buluşma alanı olarak değerlendirilen Nâbi'nin Park Kahvesi, kasabayla ilgili tüm gelişmelerin haber alındığı ve kasabaya buradan yayıldığı kimi zaman ise hatıraların ve tarihin anlatılıp can bulduğu bir yerdir. Bu bağlamda kahvehaneler, "*bir iç dökme mekânı*" (Mert, 2006: 49) olarak da değerlendirilir. Romanda pek çok kahvehanenin adı geçmekle birlikte Nâbi'nin Park Kahvesi, olayların seyri bakımından ve kasabada gerçekleşen olayların sentezinin yapıldığı yer olması açısından ayrıca önemli bir yere sahiptir. Bunların dışında Nâbi'nin Park Kahvesi'nde Nâbi'nin seçkin müşterileri için ayrı bir salon ve bu salonun sokağa açılan ayrı bir kapısı bulunur. Bu salonda bir bilardo masası yer alır; bu masa, Kurtuluş Savaşı yıllarında kasabadan kaçan Rumlardan kalmadır. Kahvehanenin bu bölümüne Kaymakam Bey, İcra memuru, Hâkim Bey gibi üst düzey kişiler uğrar ve burada bilardo ve satranç oynar.

Kasaba kahvehaneleri, kasabaya işini halletmek için gelen köylülerin de en önemli uğrak yerleridir. Bahar ve yaz aylarında Nâbi, kahvehanesinin önünde bulunan havuzlu parka iskemle ve masalar koyar. Çınar ağaçlarının ve okaliptüslerin yeşilliği ile Nâbi'nin Park Kahvesi, insanların bir araya geldiği daha da cazibeli bir yer hâlini alır.

4.12. Kasabada Sağlık Sorunları

4.12.1. Sıtma/Tifo

Anadolu'da gerekli yaşam koşullarının yoksunluğu, sağlık alanında da kendini gösterir. Pek çok yazar tarafından ele alınan sağlık sahasındaki bu eksiklikler, *Nâbi'nin Park Kahvesi* romanında sıtma ve tifo hastalıkları ile mahalle aralarında gayriahlaki yaşam süren kötü kadınların yol açtığı hastalıklar üzerinden ortaya konur. Evlerin hela çukurlarının pis suyunun kuyulara sızması nedeniyle kasabada tifo hastalığı baş gösterir. Bu hastalığı önlemek için Belediye Meclisi'nin kararı ve Doktor Reşat Bey'in yardımıyla kasabadaki su kuyuları kapatılır. Kasaba halkının, Belediye'nin demir borular içinde şehirden getirdiği şebeke sularını kullanmaları istenir. Bu konuda halkı bilgilendirmek için Reşat Bey tarafından Halkevi'nde bir konferans verilir ve ayrıca kasaba halkı yazılı olarak bilgilendirilir. Romanda ayrıca kasaba Mühendisi Bekir'in, sıtma hastalığına yakalandığı görülür. Sıtmadan benzi sararan ve gözlerinin altı çürüyen Bekir, daha sonra iyice zayıflar. Ancak yine de elinde iş makinesi olmamasına rağmen Menderes'in taşmasını önlemek için çaba sarf eder. Menderes'in soğuk sularına girerek açılan yarınları el yordamıyla kapatmaya çalışır, sonunda da vücudu bütün bu yükü kaldıramaz ve vefat eder.

4.13. Millî Mücadelenin Kasabadaki Yansımaları/Algılanışı

Yüzyıllardır ihmal edilen Anadolu'nun edebî eserlere gerçek anlamda girmesi, Kurtuluş Savaşı'nı ve bu yılları takip eden süreci içermiştir. "*Anadolu'ya geçiş, Kurtuluş Savaşı ve savaşın bitimini izleyen yıllardadır. (...) Anadolu'nun geri kalışındaki en önemli etken de tanınmayıştır.*" (Önertoy, 1979: 12). Anadolu'nun gerçek hâlini bilmeyen yazarlar, Anadolu'yu, yeşilliklerin olduğu ve tertemiz derelerin aktığı bir cennet mekânı olarak hayal eder ve eserlerinde bu şekilde kaleme alır. Kurtuluş Savaşı'yla beraber sosyal duyarlılığı olan ve artık Anadolu'yu masa başında hayal etmekten vazgeçen yazarlar, bizzat Anadolu'ya gider ve buradaki gözlemlerini eserlerinde realist bir şekilde yansıtmaya başlar. Böylece Anadolu'nun geri kalışının nedeninin, Anadolu'nun gerçek anlamda tanınmaması ve ihmal edilmesi gerçeği olduğu bilincine varılır.

Nâbi'nin Park Kahvesi romanında Söke kasabasının, Kurtuluş Savaşı'na tanıklık ettiği görülür ve kasabanın Kurtuluş Savaşı yıllarındaki durumu ayrıntılı bir şekilde sunulur. Buna göre kasaba, İtalyanlar tarafından işgal edilir ancak işgal güçleri, kasaba halkının gönlünü kazanmak için onları darıltmaktan ve kızdırmaktan kaçınır. Bunun yanında işgal ettikleri yerleri çeşitli siyasi hilelerle kaybetmek istemeyen İtalyanlar, yerlerini Yunanların gelip alacağını endişesini duyar. Bu nedenle kasaba halkının isteklerini yerine getirip onlarla iyi geçinmeye çalışır. Hatta Yunan askerlerini kasabaya

sokmamaları için kasaba halkını silahlandırır. Kasaba halkı da İtalyan askerlerinden ellerine geçen bu silahları, Ankara'ya Kuvayimilliyeciler birliğine gizlice gönderir.

Kasaba, İtalyanların işgali altındayken Kuşadası yoluna bir Yunan tayyaresi zorunlu iniş yapar. İtalyanlar, tayyarenin kendilerine verilmesini kasabanın idari birimlerinden ister. İşgal kumandanından, kasaba kaymakamına tayyarenin kendilerine teslim edilmesi için bir nota gelir. Bu arada tayyareyi, İtalyanlara vermek istemeyen kasaba halkı, İtalyanların tayyareye yaklaşmasını önlemek için Cumhuriyet Meydanı'na çıkan yolların ağzına siper kazmaya başlar. Ardından tayyare, Ankara'ya gönderilmek için Recep Çavuş ve yanındaki erler tarafından parçalanmaya başlanır.

Kasabanın Kuvayimilliyeciler örgütleyicisi Yüzbaşı İbrahim Bey, hükümet konağında bulunan on sekiz jandarma eri ve Kuvayimilliyecilerden oluşan bir ekip kurar. Bu ekip, kasabanın savunmasında öne çıkan ve daha önce Çanakkale'de savaşırken başından derin hasar almış Feramuş Çavuş kumandasında, Recep Çavuş'un yardımına gider. Parçalanmış tayyare zor şartlar altında gizlice Ankara'ya gönderilir. Böylece Yunanlardan ele geçirilen İngiliz yapımı tayyare, 1921 yılının baharında Anadolu'yu işgalden kurtarmak için İtalyanlara karşı uçurulur. Bir süre sonra İtalyan işgalinden kurtulan Söke kasabasını, bu kez de Yunanlar işgal eder ve sonraki süreçte kasaba, düşman işgalinden kurtulur.

4.14. Kasabada Belediye Başkanlığı Seçimleri

Yerel seçimler olarak da adlandırılan belediye başkanlığı seçimleri, yerel yöneticilerin ve meclis üyelerinin belirlenmesi amacıyla yapılan seçimlerdir. Toplumun sosyolojisini ortaya koyan bu seçimler, romanlarda zaman zaman ele alınan bir konu olmuştur. Bu bağlamda *Nâbi'nin Park Kahvesi* romanında kasabanın Müdafaa-i Hukuk Cemiyeti Umumi Kâtibi olan başkışı Mustafa, belediye başkanlığı seçiminde Belediye Meclisi üyeliğine seçilmek için çalışmalar yürütür. Adaylardan biri, kasabanın belediye başkanlığını yürüten kişidir. Rakip aday ise kasabada pek sevilmeyen Hulki Bey adında bir eşraftır. Hulki Bey, İstiklal Harbi'nde güçlü gördüğü işgal kuvvetlerini desteklemiş ve İngiliz Muhipleri Cemiyeti'ne üye olmuştur. Savaşın sonunda durumu kendi lehine çevirmiş ve kendini, İstiklal Harbi'ne bizzat katılmış bir vatansız olarak göstererek kahvehane ve meydanlarda anlatmaya başlamıştır. Hulki Bey, kasabanın imkânlarını kendi çıkarı için kullanmaktan hoşlanan ve gayriahlaki ilişki yaşayan biridir. İstiklal Harbi sırasında Hulki Bey'in, İngilizleri desteklediği gerçeğinin kasabada yayılması üzerine Hulki Bey seçimi kaybeder.

Seçim, kasabada bir bayram havasında karşılanır; bu nedenle iş yerlerinden bayraklar asılır. Ardından sabahın erken saatleri olmasına rağmen arkalarında bir alay çocukla birlikte istasyon tarafında çingeneler görünür. Davulcu ile zurnacı Onuncu Yıl Marşı'nı çalarak kasaba meydanına doğru ilerler. Gün içinde belediye binasının önünde zeybekler ve Karadeniz oyunları oynanır. Seçimin, kasabalı tarafından bir bayram havasında karşılandığı "*Kasaba, seçim şerefine süsleniyordu. (...) Seçim bayramı! (...) Sen bugün Belediye'nin önünü seyret gayri, ortalık pek neşeli olacak. Zeybekler, Karadeniz oyunları gırtlara gider...*" (NPK, s. 30-32) ifadeleriyle ortaya konur.

4.15. İçeridekinin Dışarıdakine Bakışı

"Mekân, dışardaki içerdelik"

Gaston Bachelard

Ötekileştirme ve özdeşleşmeyle aynı düzlemde ilerleyen içerdelik ve dışardalık, bireyin ruhsal durumuyla ilintili olan varoluşsal bir kaygı içerir. "*Bireylerin, toplumsal ve maddi çevrelerini benimsemeleri, onlara 'anlam' atfetmeleriyle gerçekleşir.*" (Mai, 2016: 107). Bulunduğu mekânda kendinden bir parça bulan birey, bu mekânı ve çevreyi özümseme sürecine girer. Kendinden bir yansıma bulamayan birey ise yaşadığı mekân ve sosyal çevreden kendini soyutlama ve ötekileştirme sürecine girer. Bu bakımdan mekâna dışarıdan gelen bireyin, mekânın içindeki insan ve nesnelere uyumu ona yüklediği anlamlarla doğru orantılıdır. Mekân, "... kişi-yer ilişkisini sorunsal açıdan yansıtan, dönüştürülmüş, anlaşılmış yerlerdir; yalnızca topografik bir yer değil, anlam üreten, anıları barındıran, kişinin iç dünyasını yansıtan bir değerdir." (Korkmaz, 2007: 403). Algısal olarak mekân-insan ilişkisi ön plana çıkarılarak mekânın somut unsurları ile insanın soyut değerleri arasındaki ilişki incelenir. Toplumsal ilişkiler ağının da belirleyici olduğu bu durum, bireyin mekânı kendine dönüştürme ya da kendini mekâna teslim etme şeklinde iki yönlü bir aşamayı içerir.

Kasabaya dışarıdan gelen kişi ile kasabalı arasında aslında her şeyden önce bir yabancılaşma belirir. Bu iki taraf arasında "*ortaya çıkan şey, daha ötede ikisi arasındaki bir yabancılaşmaya ve düşmanlığa dönüşür.*" (Bachelard, 2014: 256). Bu durum içeridekinin dışarıdakini, dışarıdakinin de içeridekini ötekileştirmesine neden olur ve bir çatışma ortamının oluşmasına zemin hazırlar. Bu çatışma, genel olarak kasaba insanının dışarıdan gelen insanları kabullenmeme ve onları dışlama şeklinde ortaya çıkar. Dışarıdan kasabaya gelenin bakış açısıyla da kasaba gerçeği ortaya konmaya çalışılır. Bu bakımdan içerdelik/dışardalık diyalektiğinde Anadolu'nun kasabalarına genellikle görevlendirme veya başka sebeplerden dolayı gelen kişilerin, bu kasabalara uyumu veya uyumsuzluğu bunun yanında kasabadaki mevcut kişilerin de kasabaya dışarıdan gelen kişileri benimseyişi ya da ötekileştirmeleri ve buna bağlı olarak yaşanan çatışmalar incelenir.

Romanlarda söz konusu kasabalara dışarıdan ve özellikle şehirden gelen kişilere kasaba insanının yaklaşımı ve bakışı, olumlu veya olumsuz olarak farklılık göstermektedir. Kimileri kasaba halkı tarafından benimsenip kabul görürken kimileri de çeşitli sebeplerle dışlanır. *Nâbî'nin Park Kahvesi* adlı romanda kasabaya hizmet için gelen Mühendis Bekir ve Doktor Reşat Bey, özverili çalıştıkları ve eşrafa karşı yoksul halkın savunuculuğunu yaptıkları için kasaba halkı tarafından sevilip benimsenir. Ancak sonraki süreçte Mühendis Bekir ölür, Reşat Bey ise kasaba eşrafından Zati ve Hulki Bey'in çeşitli hile ve oyunlarla halkı kendisine karşı kıskırtmasına maruz kalır ve sonunda sürgün edilir. Kasaba halkının, Mühendis Bekir'e bakışı ve onu sevip önemseydiği romanda şöyle aktarılır:

"Kasabaya ilk geldiği zaman, enine boyuna bir delikanlıydı. Yüzünün sert hatları, ilk anda bende, aksi bir insan etkisi bırakmıştı. Çok az konuşan, karşısındakinin içini okumuşçasına bakan gözleri vardı. İlk konuşma, tanışmadan sonra, hemen onun hiç de görüldüğü gibi bir insan olmadığını anladım: Alçakgönüllü, açık kalpli, dosta dost, düşmana düşman bir adamdı. Geldiği sırada herkes, görünüşüne aldanıp kibirli, kendini beğenmiş, kasabamıza gelip giden, sıradan bir memur sanmıştı. Ne ki kısa bir sürede kendisini herkese, Kasap Salih'e bile bir kulp takan Lutfullah Efendi'ye de sevdirdi. Hele işine dört elle sarılması, sadece kasabamızda değil, kasabanın bütün köylerinde de hatırı sayılır bir adam olmasını sağladı. Herkes Bekir Bey diyor, saygıyla ondan söz ediyordu." (NPK, s. 109-110).

Kasaba halkı, Mühendis Bekir'in, kasabalının tarım alanlarının sular altında kalmasını önlemek için özveriyle çalıştığının farkındadır. Benzin tahsisatı olmadığı gerekçesiyle iş makinelerinin elinden alınmasına rağmen Mühendis Bekir'in pes etmeyerek Menderes Irmağı'nın taşmasını engellemek için kol gücüyle çaba sarf etmesi ve sonunda da ölmesi, kasaba halkının gözünde *"kendini kasabalının yararına feda eden bir kahraman"* (NPK, s. 116) olarak algılanmasını sağlar.

Romanda, kasabaya hizmet etmek için dışarıdan gelen aydın gençlerin, kasaba halkını bilinçlendirip aydınlatmasından büyük endişe duyan kasaba eşrafı, bu gençlerin kasaba halkı tarafından sevilip benimsenmesini istemez. Bu bağlamda Mühendis Bekir'in ve Doktor Reşat Bey'in kasabaya hizmetlerini, kişisel çıkarlarına engel olarak gören Zati Bey, bu iki genci halkın gözünde karalamaya çalışır. Bu nedenle bir davette Mühendis Bekir ve Doktor Reşat Bey'in isyankâr ruhlu olduğunu ifade eder. Bu söylev Zati Bey'in, kasaba halkının algılarını kör etme ve bu algılar üzerinde hâkimiyet kurma çabasının sonucudur. Aynı şekilde Hulki Bey de kasabaya hizmet için dışarıdan gelen bu gençleri, her fırsatta eleştirme ve çeşitli iftiralarla kasaba halkının gözünde itibarsızlaştırma gayreti içine girer. Bu noktada Hulki Bey, başkışı Mustafa'yı, Doktor Reşat ve Mühendis Bekir aleyhinde kıskırtmaya çalışır. Bu durum romanda şöyle aktarılır:

"Mustafa, senin baban bu kasabadan, bu kasabanın yerlisi değil miydi? Deden de öyle, dedenin dedesi de... Ne ki sen, bu kasabaya dışardan gelmiş bir memur gibi davranıyorsun. Ben senden çok bu kasabalıyım... Bakıyorum bütün düşüp kalktığın insanlar, hep yabancılar. Haklı bulduğun kişiler de hep yabancı. Günün birinde bu gelip geçici kimselerin kasabadan defolup gideceklerini hiç düşünmüyor musun? Bir gün yine biz bize kalacağız; yine bizim yüzümüze bakacaksın... Sana dostça bir söz edeyim; vazgeç şu adamların dalkavukluğundan! Aklını başına al, biraz da kendi çıkarını düşün... Bu adamların bizim kasabamızda bir alıp verecekleri yok. Aylıklarını, bizim rüşvet ve sadakalarımızı alıp geçerler. Seninse ekmeğin bu kasabadan. Onların kasabanın çıkarına diye davranışlarına nasıl inanıyorsun? Bu memur milleti zaten halkı, bizi kıskanır, her bir işimizi yokuşa sürer..." (NPK, s. 79)

Hulki Bey'in bu düşünceleri, kasabaya dışarıdan gelenlerin kasaba eşrafı cephesinde nasıl algılandığını ortaya koyarken aynı zamanda Hulki Bey tarafından Mustafa'ya yapılan bu baskı, kasabaya hizmet aşkıyla gelen kişileri destekleyenlere karşı eşrafın çeşitli baskı, zorlama ve tehditlere başvurduğunu gözler önüne serer. Buna göre Hulki Bey, kasabanın yerlilerinin, kasabaya dışarıdan gelen insanlarla gereğinden fazla muhatap olmaması gerektiğini düşünür. Kasabaya hizmet aşkıyla gelen bu aydın gençleri, *"yabancı"* nitelendirmesiyle dışlayarak ötekileştirir. Öte yandan kasabaya hizmet için gelen gençleri yabancı diye nitelendiren ve kendini kasabanın yerlisi gibi gösteren Hulki Bey aslında İstanbulludur. Kurtuluş Savaşı sırasında Mustafa Kemal Paşa'ya karşı İngilizleri destekler, savaşın sonucuna göre taraf değiştirerek kendini bizzat Kurtuluş Savaşı'na katılmış bir vatansever olarak gösterir. Daha sonraki süreçte Söke kasabasına damat olarak gelir ve kendini kasabanın yerlisi olarak tanıtır. Bütün bunlara rağmen kasabaya hizmet aşkıyla gelen aydın gençleri, yabancı nitelendirmesiyle ötekileştirerek düşmanmış gibi gösterir ve onları kasaba eşrafından rüşvet almakla suçlayacak kadar basitleştir. Kendi çıkarına ters düşen bu aydın gençlerin, işlerini yapmalarına engel olmak için her türlü gayriahlaki yola başvurur. Sonraki süreçte de Kaymakam'ın ve Doktor Reşat Bey'in kasabadan sürgün edilmesine neden olur.

Kasaba halkının dışarıdan gelene bakışı, Belediye Doktoru Reşat Bey'in sağlık çalışmaları noktasında da kendini gösterir. Kasabanın su kuyularına, hela sularının sızmasıyla kasabada tifo hastalığı baş gösterir. Belediye Doktoru Reşat Bey, Belediye Meclisi'nin su kuyularının kapatılması kararına raporuyla onay verir. Kapatılan kirlili su kuyularının yerine Belediye'nin, kasabadaki her eve demir borularla temiz şebeke suyu getirmesine rağmen Zati Bey, kasaba halkının susuz bırakıldığını ve halka büyük masraf çıkarıldığını bahana ederek kasabada Reşat Bey aleyhinde karalama kampanyası başlatır. Aynı şekilde sağlık koşullarına uymadığı ve yangına karşı önlemi olmadığı gerekçesiyle kasaba sinemasının,

Belediye'nin kararı ve Reşat Bey'in verdiği raporla geçici olarak kapatılması, yine kasabanın ileri gelenlerini küplere bindirir. Bu insanlar, Reşat Bey aleyhinde, "Yaptığı ettiği yeter gayri diyerekten milleti kıskırtı(r)." (NPK, s. 121). Zati ve Hulki Bey gibi kişilerin kıskırtmasına gelen sinema sahibi Ahmet Efendi'nin de sinemaya bir havalandırma bacası ve yangın durumunda insanların sinema salonundan hemen çıkabilmesi için sokağa açılan bir yangın kapısı yaptırmak yerine Doktor Reşat Bey'e isyan ettiği görülür. Ahmet Efendi'nin Reşat Bey'e olan isyanı romanda, "Geçen gece kafayı çekip, Doktorun yedi ceddine okuyarak sinemanın bu onarımını yapmayacağını ilan etti. Hem de Nâbi'nin Park Kahvesinin ortalık yerinde..." (NPK, s. 121) şeklinde dile getirilir. Kasabanın Zati ve Hulki Bey gibi hâkim güçleri; yalnızca kendilerinin, kasabada tek sözü geçen ve hâkimiyet kuran kişiler olmasını ister. Bu nedenle kasabaya dışarıdan gelen birinin, kasabanın yararına bile olsa kasabada söz sahibi olmasına tahammül edemez ve türlü hilelerle bu kişilere karşı cahil kasaba halkını her fırsatta kıskırtma yolunu seçer. En sonunda da Reşat Bey'i kasabadan sürdürerek söz konusu kasabadaki hâkimiyetlerini devam ettirir.

Sonuç ve Değerlendirme

Kasabalar; köy ile şehir arasında köprü vazifesi görerek bir uyum ve geçiş süreci görevi üstlenir. Bu bağlamda bir uyum ve adaptasyon merkezi olarak değerlendirilen kasabalar hem insanların hem de mekânın sosyolojisinin ortaya konması bakımından önemli bir işleve sahiptir. Şehirden köye açılan bir kapı olarak algılanan kasabalar; toplum içindeki yeri, köy ve şehir arasında kurduğu ilişki nedeniyle edebî eserlerde ele alınan önemli mekânlardan biri olur. Bu nedenle kasabalar, Millî Mücadele ve Cumhuriyet yıllarında, düşünce bağlamında şehirde yaşanan değişimlerin ve teknolojik alandaki gelişmelerin köylere ulaşmasında birer kapı ve geçit yeri rolü üstlenir.

Sosyal duyarlılığa sahip olan Samim Kocagöz, etrafında yaşanan olay ve sorunları, romanlarında realist bir biçimde yansıtır. Cumhuriyetin kuruluş yıllarında küçük bir kasabada geçen *Nâbi'nin Park Kahvesi* adlı romanda da küçük kasabalarda kendi çıkarları için türlü oyunlara başvurarak yoksul kasaba halkını ezip sömüren yozlaşmış hâkim güçlere karşı bir avuç aydın gencin yaşadığı çatışma ve verdiği mücadele anlatılır. Bu mücadelede bürokratik ve politik engellere takılan bu aydın gençlerin, halkın aydınlanıp bilinçlenmesinden korkan hâkim güçler tarafından birer tehdit unsuru olarak algılandığı ve birer birer sindirilerek tükenişe sürüklendiği görülür. Yazar, yoksul kasaba halkını ezen ve yozlaşmış hâkim güçleri temsil eden eşrafın oyunlarına karşın, halkı eğitme ve aydınlatma görevini üstlenen ve millî bilinçle hareket eden vatansever aydın gençlerin verdiği mücadeleyle Anadolu'nun hak ettiği kimliğe kavuşması gerektiği vurgusunu yapar.

Romanda kasaba; aydınları, buhran ve bunalıma sürükleyen, onları yalnızlığa ve karamsarlığa iten bir mekân olarak sunulur. Eğitimsizlik ve bilgisizlik gibi etkenlere bağlı olarak kasabaların, uzun yıllar boyunca karanlık içinde kalışı ve bu kasabalara hizmet aşkıyla giden idealist gençlerin, karşılarında aşılmaz bir set gibi duran kişiler nedeniyle yenik düşmesi gözler önüne serilir. Yazar, *Nâbi'nin Park Kahvesi*'nde Batı Anadolu insanının Menderes Irmağı'nın taşması sonucunda verdiği yaşam mücadelesini, tedirginliklerini, çıkarıcı ve baskın güçler karşısındaki yenilgilerini ve birtakım sosyo-politik olayları ortaya koyar. Bunun yanında Kurtuluş Savaşı, çatışma, yozlaşma, ahlaki çöküntü, bürokratik çürüme, sağlık, eğitim ve sürgün gibi pek çok bireysel ve toplumsal soruna işaret eder. Bu bağlamda Samim Kocagöz, Söke kasabasını, mekân-insan ilişkisi içinde ele alarak fonksiyonel bir yapıda kullanmış ve bu kasabadan hareketle aslında tüm Anadolu'nun içinde bulunduğu realiteyi gözler önüne sermiştir. Bu nedenle Söke, Anadolu'nun özü niteliğindedir ve bu öz, bütün bir Anadolu coğrafyasının siyasi, politik ve sosyolojik durumunu içerir.

Kaynakça

- Alangu, T. (1965). *Cumhuriyetten Sonra Hikâye ve Roman 2 (1930-1940)*. İstanbul: İstanbul Matbaası.
- Alver, K. (2017). *Narman Çarşısı*. Köksal Alver (Ed.), *Taşra Halleri (277-306)*. İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Andaç, F. (2006). Öyküde Mekân Duygusu. *Hece Öykü*, 3(17), 96-97.
- Bachelard, G. (2014). *Mekânın Poetikası*. Alp Tümertekin (Çev.). İstanbul: İthaki Yayınları.
- Barbarosoğlu, N. (2006). Öykü-Mekân İlişkisi Hakkında Okurun İçini Kanırtan Bir Yazar. *Hece Öykü*, 3(18), 116-118.
- Bilgin, N. (2007). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Çelik, C. (2017). *Taşrayı Anlamak: Dönüşen Taşra Tasavvuru*. Köksal Alver (Ed.), *Taşra Halleri (27-42)*. İstanbul: Çizgi Kitabevi.
- Işıksalan, N. (1978). *Reşat Nuri-Halide Edip ve Yakup Kadri'de Anadolu*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara Üniversitesi/Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi, Ankara.
- Kanter, M. F. (2009). Yaprak Dökümü Romanında Yapı ve İzlek. *Turkish Studies*, 4(8): 1588-1620.

- Kanter, B. (2013). *Şiirsel Kimlikten Mekânsal Sınırlara*. İstanbul: Metamorfoz Yayınları.
- Karadeniz, H. (2020). *Türk Romanında Kasaba*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü: Kırşehir.
- Karakoç, S. (1986). *Edebiyat Yazıları II*. İstanbul: Diriliş Yayınları.
- Karpat, K. (1962). *Çağdaş Türk Edebiyatında Sosyal Konular*. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Kocagöz, S. (1971). Roman mı Masal mı? *Varlık dergisi*, 1 Nisan 1971.
- Kocagöz, S. (1974). Romancının İç Dünyası. *Milliyet Sanat Dergisi*, 16 Ağustos 1974.
- Kocagöz, S. (2016). *Nâbi'nin Park Kahvesi*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Korkmaz, R. (2007). *Romanda Mekânın Poetiği*. Ayşenur Külahlıoğlu İslam ve Süer Eker (Ed.), Edebiyat ve Dil Yazıları Mustafa İsen'e Armağan, Ankara: Grafiker Yayınları.
- Korkmaz, R. (2016). *Sabahattin Ali, İnsan ve Eser*. İstanbul: Kesit Yayınları.
- Mar, U. (2016). *Doğu Alman Kentlerinde Kültür Şoku ve Kimlik Bunalımı*. Leyla Şimşek ve Nilgün Uygun (Çev.). Mekân, Kültür, İktidar Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler (107-115). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mert, N. (2006). Kahvehane, Pastane ve Meyhane Öyküleri, *Hece Öykü*, 3(17), 48-56.
- Narlı, M (2013). Romanlar ve Taşralar Türk Romanında Taşra Algıları Üzerine Bir Değerlendirme. *bilig-Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 64, 285-316.
- Oğuz, O. (2011). Yusuf Atılgan'ın Hikâyelerinde Kasaba. *Turkish Studies*, 6(2): 689-702.
- Öncü, A., Weyland, P. (2016). *Küreselleşen Kentlerde Yaşam Alanları ve Kimlik Mücadeleleri*. Leyla Şimşek ve Nilgün Uygun (Çev.). Mekân, Kültür, İktidar Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler (9-39). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Önertoy, O. (1974). Reşat Nuri Güntekin ve Anadolu. *Türkoloji Dergisi*, 6(1), 81-108).
- Önertoy, O. (1979). Reşat Nuri Güntekin. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Sözlük, Türk Dil Kurumu, <https://sozluk.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 02.02.2020)
- Taş, S. (1993). *Samim Kocagöz (Yazar-eser-üslûp)*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi/Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Tekin, M. (2009). *Roman Sanatı – Romanın Unsurları 1*. İstanbul: Ötüken Yayınları.
- Urry, J. (1999). *Mekânları Tüketmek*. Rahmi G. Ögdül (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Extended Abstract

Aim and Scope

Towns, which act as a bridge between the village and the city, undertake a mission of process of harmony and transition. In this context, towns, which are considered as a center of harmony and adaptation, have an important function in terms of revealing the sociology of both people and place. Towns perceived as a gateway from the city to the village; due to its place in the society and the relationship it establishes between the village and the city, it becomes one of the important places discussed in literary works. For this reason, towns have played the role of gates and gateways in the National Struggle and the Republic years, in the transportation of the changes in the city in the context of thought and the developments in the technological field to the villages.

Samim Kocagöz, who has a great social sensitivity, reflects the events and problems around him in a realistic way in his novels. In the novel Nâbi's Park Coffehouse, which takes place in a small town during the founding years of the Republic, the struggle of a handful of young intellectuals is told against the corrupt dominant powers that oppress and exploit the poor townspeople by resorting to various tricks. The fact that patriotic intellectual youth, who represent the poor people, are left alone in their struggle due to the bureaucratic obstacles they face, their defeat and their suppression before they can realize their ideals are presented with a critical perspective.

In this study, it is aimed to examine Samim Kocagöz's novel Nâbi'nin Park Coffehouse in terms of individual and social themes. When the literature is examined, it has been seen that there is no direct study about Samim Kocagöz's novel named Nâbi's Park Coffehouse. Therefore, the novel has been examined in the context of individual and social themes.

Methods

In the study, the novel Nâbi'nin Park Kahvesi has been examined in the context of individual and social themes. In the study, the themes in the analysis of literary genres based on the principle of narration were determined and discussed in the context of the novel-place relationship.

Findings

In the novel Nâbi's Park Coffehouse, which is considered as a conflict novel, the conflict between the old and the new, the conflict between the intellectual youth and the notables who are the dominant powers of the town, the conflict between those who participated in the War of Independence and those who did not, the conflict between the gentry and the gentry, the conflict between the people and the spirit, the conflict between the substance and the spirit, the conflict between man and nature, there are many types of conflict, such as professional and personal conflict.

In Nabi's Park Coffehouse also, the corruption seen at the individual and social level is revealed. Accordingly, the bureaucratic problems and obstacles faced by the public due to the fact that people who lack professional ethics and sense of duty do not perform their duties as they should, the state offices not functioning and the congestion in official offices are presented in a realistically. In addition to, many individual and social problems such as the struggle for survival of the people of Western Anatolia as a result of the overflow of the Menderes River, their test with nature, moral collapse, health, education and exile are pointed out.

In the novel also, seen that the forces opposed to the formation of the Republic still continue their old habits. It is seen that these people, who are concerned about maintaining the old lifestyle, generally against innovation in order to protect their own interests and they oppose initiatives that will benefit the town and townspeople for their own benefit. The representatives of the Republic, who brought the innovation, are criticized for their distance from the people and their inability to integrate with the people. The forces of interest being aware of this gap in the system, have always managed to turn the situation in their favor by taking the political forces behind them; it has caused the poor people to be oppressed even more and to be exploited materially and spiritually.

In the novel, writer accordingly, negative gentry type; reveals that they are corrupt and selfish people who oppress and exploit the people for their own benefit, ignore them, do injustice, dominate official units and individuals by resorting to various bad deeds, and mislead justice. These people, who are the representatives of the old and alienated from their own essence/identities, also have a say over the official authorities of the town. In this context, it is emphasized that the official institutions of the state, self-seeking and corrupt people are always on their side and self-sacrificing and patriotic people are ignored.

Conclusion

In Nabi's Park Coffehouse, actually the situation of the whole Anatolia is discussed and reflected, starting from the town of Söke. The author reveals the reality of Anatolia by using the town of Söke as a tool. For this reason, Söke is the essence of Anatolia and this essence includes the political, political and sociological situation of the whole Anatolian geography.

Comparison of PCA and RFE-RF Algorithm in Bankruptcy Prediction

İşletmelerin İflas Tahmininde PCA ve RFE-RF Algoritmasının Karşılaştırılması

Yusuf Aker¹

Abstract

Machine learning prediction models are very important in detecting companies without going into financial distress and have recently become one of the most important research topics in empirical finance. While developing models in this area, data preprocessing steps are applied to make the data ready for analysis. One of these steps is the feature selection method, which can be defined as reducing the size of the financial ratios used as input in the data set. This stage is the process of choosing the best subset of features to be used in the research, or in other words, the selection of the most important features that can represent the data. In this paper, two different feature selection methods, Principal Component Analysis (PCA) and Random Forest - Recursive Feature Elimination (RF-RFE) are compared. Commercial companies operating in Turkey were used in the experiments. The correct prediction success of the selected features was tested with AdaBoost and Stochastic Gradient Descent model. Our experimental results show that RF-RFE is a more efficient feature selection method compared to PCA.

Keywords: Feature Selection, Principal Component Analysis, Random Forest-Recursive Feature Elimination, AdaBoost, Stochastic Gradient Descent

Öz

Makine öğrenmesi tahmin modelleri, şirketlerin finansal sıkıntıya girmeden tespit edilebilmesi açısından çok önemlidir ve son zamanlarda ampirik finansın en önemli araştırma konularından birisi haline gelmiştir. Bu alanda modeller geliştirilirken veriyi analize hazır hale getirmek için veri ön işleme adımları uygulanmaktadır. Bu adımlardan birisi veri setinde girdi olarak kullanılan finansal oranların boyutunun küçültülmesi olarak tanımlanabilen özellik seçimi yöntemidir. Bu aşama araştırmada kullanılacak özelliklerin en iyi alt kümesini seçme veya başka bir deyişle veriyi temsil edebilecek en önemli özelliklerin seçimi sürecidir. Bu çalışmada Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis (PCA)) ve Rastgele Orman- Özyinelemeli Özellik Seçimi (Random Forest - Recursive Feature Elimination (RF-RFE)) olmak üzere iki farklı özellik seçim yöntemi karşılaştırılmıştır. Deneylerde Türkiye'de faaliyet gösteren ticari firmalar kullanılmıştır. Seçilen özelliklerin doğru tahmin başarısı AdaBoost ve Stokastik Gradient Descent modeli ile test edilmiştir. Deneysel sonuçlarımız, PCA ile karşılaştırıldığında, RF-RFE'nin daha etkili bir özellik seçim yöntemi olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Özellik Seçimi, Temel Bileşenler Analizi, Rastgele Orman- Özyinelemeli Özellik seçimi, AdaBoost, Stochastic Gradient Descent

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: G33, C81, C53

Submitted: 24 / 02 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Dr., Türkiye Finance Participation Bank, Branch Manager, yusuf_aker@yahoo.com, Samsun, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-6058-068X>

Introduction

In the recent global financial market, there have been radical changes in firm evaluation criteria with the effect of technological developments and big data. Following the developments in information technologies, the cheapening of hardware and the emergence of big data have led to the creation of large databases in many areas and the amount of data stored in these databases to increase exponentially. Many data mining methods have been developed due to the inadequacy of traditional methods in analyzing the said data stacks. Based on various definitions in the literature, data mining can be defined as a multi-stage process that aims to reveal hidden relationships, patterns and information in large data stacks by making use of different tools and technologies. One of the stages of this process is the feature selection process (Budak,2018). Feature selection can be defined as the selection of the subset that can best represent the original dataset. Feature selection is the process of selecting the best k feature among n features in the data set (Forman, 2003). The main purpose here is to shrink the data set by choosing the best separators among the features. In this way, the number of features will be reduced and this will bring many benefits to the analyst. The algorithm will gain speed with the data that is shrinking in size. Noisy and unnecessary data are removed from the data set and the data set becomes better quality and easier to identify. Besides making the visualization of the data easier, less memory is needed to store the data. All these advantages are factors that will increase the success of the model (Ladha and Deepa, 2011).

While making bankruptcy prediction models with machine learning, the size of the data is reduced by the feature selection method in the data preprocessing stage. Thus, it is intended to select a subset of the relevant features for use in model construction. The main purpose of this study is to test which method can choose the best subset of dataset more successfully. Why we chose these algorithms because these two algorithms use different methods while creating the subset. The most important difference was while RF-RFE selects given features without changing them, PCA transforms features into a lower dimension.

1. Literature Review

Tsai (2009) examined five feature selection methods (t-test, correlation matrix, stepwise regression, principle component analysis (PCA), factor analysis (FA)) and their prediction performance used in bankruptcy prediction in her study. According to the experimental result of the study, the t-test feature selection method performed better than the others. Liang at al. (2015), a comprehensive study is conducted to examine the effect of performing filter and wrapper based feature selection methods on bankruptcy prediction. Experimental results showed that feature selection does not always improve prediction performance, depending on the chosen techniques. However, at the same time, it is understood from the this study, performing genetic algorithm and logistic regression for feature selection can provide predictive improvements on the credit and bankruptcy datasets. Al-Nafjar (2022) used four different feature selection methods for benchmarking: principal component analysis (PCA), minimum redundancy maximum fitness, recursive feature elimination (RFE) and ReliefF. The study results showed that feature selection improved the performance of all classifiers.

Lu at al. (2007) successfully used the PCA method for face tracking and image acquisition. As a result of the study, they concluded that computers can train hundreds of concepts using pictures (Sun and Li, 2012). According to Parveen at al. (2012), PCA is a linear dimensionality reduction technique widely applied in datasets in all scientific fields. This study aims to contribute to the literature by comparing PCA's success in feature selection for bankruptcy prediction.

Recursive Feature Elimination is widely used in with many classification algorithms to create more efficient classifications such as support vector machines, random forest. RFE was initially implemented with support vector machines. From this model, the data set was trained and the features were ranked, and finally, the lowest ranked features were extracted (Gregorutti at al, 2017; Guyon at al, 2002; Jiang at al, 2004; Svetnik at al, 2004). Chen at al. (2020) examined the important features for the selection of the data. In this study, in which RFE is used as feature selection, the result shows that the RF method has high accuracy in all experiment groups. In the study of Chen et al., in which 1384 features were used, RF model provides 93.31 percent accuracy with six features and 93.36 percent accuracy with four features. This study shows that models that have a low number of features such as 4 or 7 features selected by RFE can have high accuracy. Introduced by Breiman (2001), random forest is a machine learning algorithm used widely. Granitto et al. (2006) used the RF-RFE algorithm to accomplish the feature selection in Proton Transfer Reaction study. And also, according to Voyle at al. (2016), RF-RFE has proven to be more effective compared to other methods and according to them, RF-RFE can use fewer features to achive a higher classification accuracy.

2. Feature Selection Methods

2.1. Pca

Numerous technologies are used to reduce data size, but one of the most used is PCA (Hasan and Abdulazeez, 2021). PCA is a size reduction process. It has the purpose of destroying the dependency structure between the variables or reducing the size; As it is an analysis technique on its own, it is also used as a data preparation technique for other analyses (Tatlıdil, 1996). With this method, it is aimed to derive new unrelated variables from the variables that are related to each other, in other words, to eliminate the multicollinearity problem. Obtaining the basic components can be explained as follows. Suppose there are initially p variables X_1, \dots, X_p . Let the system formed by these variables be represented by $\underline{X} = (X_1, \dots, X_p)$ the vector variables. In process $E(\underline{X}) = \mu$ ve $Cov(\underline{X}) = \Sigma$; $\mu: p \times 1$ represents the dimensional mass-mean vector and $\Sigma: p \times p$ dimensional mass-mean-variance covariance matrix. The principal components are as shown follow;

$$Y_1 = a_{11}X_1 + a_{12}X_2 + \dots + a_{1p}X_p$$

$$Y_2 = a_{21}X_1 + a_{22}X_2 + \dots + a_{2p}X_p$$

.

$$Y_p = a_{p1}X_1 + a_{p2}X_2 + \dots + a_{pp}X_p$$

Y_1, \dots, Y_p are principal components, $a_{11}, a_{21}, \dots, a_{pp}$ are constant numbers and represent principal component loads. Principal component loads are weights that show the variance contribution of principal components on variables (Ozonur et al., 2019).

2.2. Rf-Rfe

We can define Recursive Feature Elimination as the process of selecting estimators backwards (Guyon et al, 2002). In the model created by this method, each predictor is assigned an importance score. After removing the low-significant estimators, the model is rebuilt and the significance scores are recalculated. First of all, the size of the subset and hence the number of subset in relation to it is determined by the analyst. Because RFE is a tuning parameter. With this parameter, the data size is tried to be reduced by selecting the features that can best represent the data. These features will then be used to train the model.

3. Methodology and Data

Our data consists of annual financial statements of firms operating in Turkey from 2015 up to 2019. The firms in the study were selected from different sectors such as education, energy, furniture, transportation, mining, automotive, textile, tourism. Firms for which bankruptcy or concordat decisions were made by the commercial courts in the 2018-2019 period were accepted as distressed. The data collected for distressed firms includes annual data two (2016) and three years (2015) before the the judgment date. Our data consists of 166 non-distressed and 219 distressed firms for 2015, and 169 non-distressed and 211 distressed firms for 2016. Data was randomly subsampled as 70% training set and 30% test set. The training set is used to train the prediction model. The model calculates the "prediction" values from the training result. The model is evaluated by comparing it with the test set, which consists of data that is not included in the training set. In this study, 47 initial financial ratios were used and the selection of these ratios is based on previous studies (Mselmi, Lahiani & Hamza, 2017; Aksoy & Boztosun, 2018; Yürük & Ekşi, 2019). These ratios are selected from among the liquidity ratios, financial structure ratios, profitability ratios and turnover ratios.

Table 1. Methodology of data analysis

| <i>Data pre-processing</i> | |
|----------------------------|---|
| Process | Obtaining 2015-2016 distressed and non-distressed firms data Missing data detection - Replacing missing values with median Outlier detection - Replacing outliers with Tukey method Data normalization Splitting the data for training and testing (%70 train - %30 test) PCA and RF-RFE Feature Selection |
| <i>Analysis methods</i> | |
| Methods | AdaBoost Stochastic Gradient Descent |

The research methodology is planned as follows; obtaining the data set, detecting the missing values in the data set and filling it with the median values, detecting the extreme values in the data set and pulling them to the normal limits according to the Tukey method, separating the data set into 70% training and 30% test set, feature selection with PCA and RF-RFE methods and finding the best subsets of data set and applying each subset to the AdaBoost and Stochastic Gradient Descent (SGD) method. The main purpose is to determine which of the PCA or RF-RFE method has higher accuracy in the established model.

In this study, 47 primary financial ratios, which are the data set, were first reduced in size according to the PCA method. Then, again, among 41 primary financial ratios, the features that can best represent the data set were selected according to the RF-RFE method without changing the data. Finally, these two subsets were applied to the AdaBoost and and stochastic gradient descent model, and the model with the highest accuracy was tried to be found.

Table 2. Selected initial financial ratios

| Variable | Meaning | Variable | Meaning |
|-----------------------------------|--|------------------------------|--|
| Liquidity Ratios | | R25 | Net tangible assets/Total assets |
| R01 | Current ratio | Profitability Ratios | |
| R02 | Liquidity ratio | R26 | Net income after tax/Net sales |
| R03 | Cash ratio | R27 | Cost of goods sold/Net sales |
| R04 | Stocks/Current assets | R28 | Gross sales margin/Net sales |
| R05 | Stocks/Total assets | R29 | Operational expenses/Net sales |
| R06 | Stock dependency ratio | R30 | Operating profits/Net sales |
| R07 | Short-term trade receivables/Current ass. | R31 | Operating profits/(Tot.assets-Financial tangible assets) |
| R08 | Short-term trade receivables/Total assets | R32 | Financial expense/Net sales |
| Financial Structure Ratios | | R33 | (Fin.expense+Net income before tax)/Total Liabilities |
| R09 | Total foreign assets | R34 | (Fin.expenses+Profit after tax)/Financial Expenses |
| R10 | Debt Ratio | R35 | (Fin. expenses+Income before tax)/Financial Expenses |
| R11 | Equities/Total foreign assets | R36 | Net profit after tax/Equities |
| R12 | Short term liabilities/Foreign assets | R37 | Profit before tax/Equities |
| R13 | Short term liabilities/Total liabilities | R38 | Net profit after tax/Total assets |
| R14 | Bank loans/Total assets | R39 | (Retained earnings+Reserves)/Total assets |
| R15 | Bank loans/Total foreign assets | Turnover Rates Ratios | |
| R16 | Short term bank loans/Short term liabilities | R40 | Equity turnover |
| R17 | Long-term liabilities/Total liabilities | R41 | Working capital turnover |
| R18 | Long-term liabilities/Constant capital | R42 | Net working capital turnover |
| R19 | Current assets/Total assets | R43 | Asset turnover |
| R20 | Fixed assets/Equities | R44 | Accounts receivable turnover |
| R21 | Fixed assets/Total foreign assets | R45 | Stock turnover |
| R22 | Fixed assets/Constant capital | R46 | Fixed asset turnover |
| R23 | Net tangible assets/Equities | R47 | Net tangible asset Turnover |
| R24 | Net tangible assets/Long-term liabilities | | |

Note: This table shows all primary financial ratios used in the analysis..

4. Emperical Results

4.1. Pca

The accuracy rates of the models in which PCA is used for feature selection are given in the appendix as the confusion matrix.

In t-3, 15 components were used for PCA and the variant ratio was 91.36%. In t-2, 15 components were used for PCA and the variant ratio was 90.18%. As seen in table 3, two years prior to failure, the AdaBoost model correctly classified 45 of the 61 firms that actually failed in the test set. 25 of the 53 non-distress firms were classified correctly and included in the successful firm category. Three years prior to failure, at the AdaBoost model testing set, 49 of the 64 firms that actually failed were correctly classified. 35 of the 52 non-distress firms were classified correctly and included in the successful firm category.

Two years prior to failure, the SGD model correctly classified 39 of the 61 firms that actually failed in the test set. 32 of the 53 non-distress firms were classified correctly and included in the successful firm category. Three years prior to failure, at the SGD model testing set, 49 of the 64 firms that actually failed were correctly classified. 34 of the 52 non-distress firms were classified correctly and included in the successful firm category.

Table 3. Confusion Matrix of PCA with AGD and AdaBoost.

| | | t-3 / test sample | | | t-2 / test sample | | |
|----------|--|-------------------|---------------|-----|-------------------|---------------|-----|
| | | 0 | 1 | Sum | 0 | 1 | Sum |
| AdaBoost | | | | | | | |
| 0 | | 77 (49/64) | 23 (15/64) | 100 | 74 (45/61) | 26 (16/61) | 100 |
| 1 | | 33 (17/52) | 67 (35/52) | 100 | 53 (28/53) | 47 (25/53) | 100 |
| SGD | | | | | | | |
| 0 | | 77 (49/64) | 23 (15/64) | 100 | 64 (39/61) | 36 (22/61) | 100 |
| 1 | | 35 (18/52) | 65 (34/52) | 100 | 41 (21/53) | 59 (32/53) | 100 |

Note: 0 represents the distressed firms, 1 represents non-distressed firms.

4.2. Rf-Rfe

The accuracy rates of the models in which RF-RFE is used for feature selection are given in the appendix as the confusion matrix.

The data set consists of 380 companies for t-2 and 385 companies for t-3. The data in table 4 were normalized and the extreme values were taken to normal limits according to the Tukey method. The majority of correlation between independent variables are low. For three years prior to failure, the most discriminant financial ratios selected by RF-RFE are stock dependency ratio (R6), equities/total foreign assets (R11), short term bank loans/Short term liabilities (R16), net tangible assets/long-term liabilities (R24), financial expense/net sales (R32), financial expenses+Income before tax)/financial expenses (R35), profit before tax/equities (R37), net working capital turnover (R42) and fixed asset turnover (R46). For two years prior to failure, the most discriminant financial ratios selected by RF-RFE are R6, R11, R14, R18, R24, R30, R32, R34 AND R47. The independent variables R6, R11, R24, and R32 were the covariates selected in both years.

Table 4. Summary statistics selected by RFE-RF

| Variables | R6 | R11 | R16 | R24 | R32 | R35 | R37 | R42 | R46 |
|-----------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| t-3 | Count | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 | 385 |
| | Mean | 0.47 | 0.46 | 0.22 | 0.58 | 0.19 | 0.54 | 0.51 | 0.49 |
| | Std | 0.20 | 0.17 | 0.27 | 0.18 | 0.26 | 0.19 | 0.25 | 0.26 |
| | Min | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| | Max | 0.36 | 0.35 | 0.00 | 0.54 | 0.01 | 0.41 | 0.38 | 0.38 |
| | 25% | 0.41 | 0.40 | 0.13 | 0.61 | 0.08 | 0.63 | 0.46 | 0.46 |
| | 50% | 0.55 | 0.51 | 0.42 | 0.61 | 0.29 | 0.63 | 0.62 | 0.62 |
| | 75% | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 |
| Variables | R6 | R11 | R14 | R18 | R24 | R30 | R32 | R34 | R47 |
| t-2 | Count | 380 | 380 | 380 | 380 | 380 | 380 | 380 | 380 |
| | Mean | 0.47 | 0.41 | 0.27 | 0.47 | 0.57 | 0.45 | 0.18 | 0.55 |
| | Std | 0.20 | 0.17 | 0.25 | 0.14 | 0.21 | 0.21 | 0.24 | 0.22 |
| | Min | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00 |
| | Max | 0.35 | 0.31 | 0.02 | 0.34 | 0.46 | 0.33 | 0.01 | 0.41 |
| | 25% | 0.40 | 0.35 | 0.23 | 0.43 | 0.60 | 0.42 | 0.10 | 0.59 |
| | 50% | 0.56 | 0.46 | 0.45 | 0.59 | 0.62 | 0.55 | 0.26 | 0.63 |
| | 75% | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 | 1.00 |

As seen in table 5, two years prior to failure, the AdaBoost model correctly classified 55 of the 61 firms that actually failed in the test set. 49 of the 52 non-distress firms were classified correctly and included in the successful firm category. Three years prior to failure, at the AdaBoost model testing set, 60 of the 64 firms that actually failed were correctly classified. 45 of the 52 non-distress firms were classified correctly and included in the successful firm category. Two years prior to failure, the SGD model correctly classified 55 of the 61 firms that actually failed in the test set. 27 of the 53 successful firms were classified correctly and included in the successful firm category. Three years prior to failure, SGD model testing set, 58 of

the 64 firms that actually failed were correctly classified. 35 of the 52 successful firms were classified correctly and included in the successful firm category.

Table 5. Confusion Matrix of RF-RFE with AGD and AdaBoost

| | | t-3 / test sample | | | t-2 / test sample | | |
|----------|--|-------------------|---------------|-----|-------------------|---------------|-----|
| | | 0 | 1 | Sum | 0 | 1 | Sum |
| AdaBoost | | | | | | | |
| 0 | | 94 (60/64) | 6 (4/64) | 100 | 90 (55/61) | 10 (6/61) | 100 |
| 1 | | 13 (7/52) | 87 (45/52) | 100 | 8 (4/53) | 92 (49/52) | 100 |
| SGD | | | | | | | |
| 0 | | 91 (58/64) | 9 (6/64) | 100 | 90 (55/61) | 10 (6/61) | 100 |
| 1 | | 33 (17/52) | 67 (35/52) | 100 | 49 (26/53) | 51 (27/53) | 100 |

In machine learning, the performance of the model is often measured with confusion matrix. This matrix shows the results by comparing the estimated values with the actual values. Model results will belong to one of the four evaluations. (Chen et al, 2020):

$$\text{Accuracy} = \frac{TP+TN}{TP+TN+FP+FN}$$

$$\text{Precision} = \frac{TP}{TP+FP}$$

$$\text{Recall} = \frac{TP}{TP+FN}$$

$$\text{F1 Score} = 2 * \left[\frac{\text{Precision} * \text{Recall}}{\text{Precision} + \text{Recall}} \right]$$

where: TP = True positive; FP = False positive; TN = True negative; FN = False negative.

Table 6. Classification performance

| model | PCA | | | | RF-RFE | | | |
|-----------|----------|-----|-----|-----|----------|-----|-----|-----|
| | AdaBoost | | Sgd | | AdaBoost | | Sgd | |
| time | t-3 | t-2 | t-3 | t-2 | t-3 | t-2 | t-3 | t-2 |
| accuracy | 65 | 61 | 64 | 62 | 91 | 91 | 80 | 72 |
| precision | 69 | 62 | 67 | 65 | 90 | 93 | 77 | 68 |
| recall | 64 | 74 | 67 | 64 | 94 | 90 | 91 | 90 |
| f1-score | 67 | 67 | 67 | 64 | 92 | 92 | 83 | 77 |

As a result of the research, when we compare the accuracy rates of the models in the analysis made with PCA, the AdaBoost model has an accuracy rate of 65% at year t-3 and 61 at year t-2. In the analysis made with SGD, 64% accuracy rate for t-3 year and 62% accuracy rate for t-2 year was achieved. In the research conducted with RF-RFE, the analysis performed with the AdaBoost model had an accuracy rate of 91% in t-3 and t-2 years. In the analysis made with the SGD model, the accuracy rate was also 80% at t-3 and 72% at t-2.

Conclusions

Focusing on feature selection in bankruptcy forecasting, this work is built on a comparison of two different methods. In both methods, bankruptcy prediction will be made on the data set by reducing the size of the data set. With the first feature called PCA, a new subset is obtained by reducing the size of the dataset. In the second feature, called RF-RFE, a new subset was created from the data set by selecting the most important features without changing the data set. The created subsets were applied to the AdaBoost and SGD model. The empirical results show that the subset selected by RF-RFE achieves higher classification success in both AdaBoost and SGD models. This study focused on the effect of two different feature selections on outcomes in bankruptcy prediction. Apart from the feature selection methods used in the study, there are many methods. Study does not aim to generalize. However, it is aimed to contribute to the studies in this field. The work to be done in the field of bankruptcy forecasting will never end. It is thought that inclusion of more feature selection

methods in new studies and their use of larger databases will be beneficial in terms of obtaining more precise and reliable results.

References

- Al-Nafjan A. 2022. Feature selection of EEG signals in neuromarketing. *PeerJ Computer Science* 8:e944 <https://doi.org/10.7717/peerj-cs.944>
- Aksoy, B., & Boztosun, D. (2018). Diskriminant ve Lojistik Regresyon Yöntemleri Kullanılarak Finansal Başarısızlık Tahmini: BİST İmalat Sektörü Örneği. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 646, 9–32.
- Breiman, L. (2001). Random Forests. *Mach. Learn.* (45), 5–32.
- Budak, H. (2018). Feature Selection Methods and a New Approach, Süleyman Demirel University Journal of Natural and Applied Sciences, 22, (Private-10) -1-3. DOI: 10.19113/sdufbed.01653.
- Chen, R., Dewi, C., Huang, S., and Caraka, R.E. (2020). Selecting critical features for data classification based on machine learning methods. *Journal of Big Data*, volume (7). p,1-7.
- Forman, G. (2003). An Extensive Empirical Study of Feature Selection Metrics for Text Classification, *Journal of Machine Learning Research*, 3, 1289–1305.
- Granitto, P.M.; Furlanello, C.; Biasioli, F.; Gasperi. (2006). F. Recursive feature elimination with random forest for PTR-MS analysis of agroindustrial products. *Chemom. Intell. Lab. Syst.* 83, 83–90.
- Gregorutti B, Michel B, Saint-Pierre P. (2017). Correlation and variable importance in random forests. *Stat Comput.* 27:659–78.
- Guyon, J. Weston, S. Barnhill, and V. Vapnik. (2002). Gene selection for cancer classification using support vector machines. *Machine Learning*, 46(1-3):389–422.
- Hasan, B. M. S. and Abdulazeez, A. M., (2021). A Review of Principal Component Analysis Algorithm for Dimensionality Reduction. *Journal of Soft Computing and Data Mining* Vol. 2 No. 1 pp. 20
- Jiang H, Deng Y, Chen HS, Tao L, Sha Q, Chen J, Tsai CJ, Zhang S. (2004). Joint analysis of two microarray gene-expression data sets to select lung adenocarcinoma marker genes. *BMC Bioinformatics.* 5:81.
- Ladha, L., Deepa, T. (2011). Feature Selection Methods And Algorithms, *International Journal on Computer Science and Engineering*, 3(5), 1787-1797.
- Liang, D., Tsai, C. and Wu, H. (2015). The effect of feature selection on financial distress prediction. *Knowledge-Based Systems.* v. 73. p. 289-297. <https://doi.org/10.1016/j.knosys.2014.10.010>
- Lu, Y., Cohen, I., Zhou, X. Z. and Tian, Q. (2007). Feature selection using principal feature analysis. *Proceedings of the 15th ACM international conference on Multimedia* p. 301–304 <https://doi.org/10.1145/1291233.1291297>
- Mselmi, N., Lahiani, A. & Hamza, T. (2017). Financial distress prediction: The case of French small and medium-sized firms, *International Review of Financial Analysis*, (50), 67-80.
- Ozonur, D., Kılıç, D., Akdur, H.T.K. and Bayrak, H. (2019). Multi Response Optimization in Food Industry Using Principal Component Analysis and Response Surface Methodology. *Erzincan University Journal of Science and Technology.* 12(2), 734-744. DOI:10.18185/erzifbed.485762
- Parveen, A., Inbarani, H., and SatishKumar, E. (2012). Performance Analysis of Unsupervised Feature Selection Methods. *Computing, Communication and Applications (ICCCA), 2012 International Conference.* DOI:10.1109/ICCCA.2012.6179181
- Sun, J., and Li, H., (2012). Financial distress prediction using support vector machines: Ensemble vs. individual. *Applied Soft Computing.* 12(8). P.2254-2265. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2012.03.028>
- Svetnik V, Liaw A, Tong C, Wang T. (2004). Application of Breiman's random forest to modeling structure-activity relationships of pharmaceutical molecules. In: Roli F, Kittler J, Windeatt T, editors. *Multiple classifier systems.* Berlin: Springer.
- Tatlıdil, H. (1996). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*, Ankara: Akademi Matbaası, 1996, 138, 146.

- Tsai, C. (2009). Feature selection in bankruptcy prediction. *Knowledge-Based Systems*. 22(2), p. 120-127.
<https://doi.org/10.1016/j.knosys.2008.08.002>
- Voyle, N., Keohane, A., Newhouse, S., Lunnon, K., Johnson, C., Soininen, H., Kloszewska, I., Mecocci, P., Tsolaki, M., Vellas, B., et al. (2016). A pathway based classification method for analyzing gene expression for Alzheimer's disease diagnosis, *Journal of Alzheimer's Disease*, 49, 659–669.
- Yürük, M. F., & Ekşi, H. İ. (2019). Yapay Zekâ Yöntemleri İle İşletmelerin Finansal Başarısızlığının Tahmin Edilmesi: BİST İmalat Sektörü Uygulaması. *Mukaddime*, 10(1), 393–422.

The Intermediate Role of Employee Loyalty in The Effect of Paternalist Leadership on Work Engagement: A Research in The Health Sector

Paternalist Liderliğin İşe Bağlılık Üzerine Etkisinde Çalışan Sadakatinin Aracılık Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma

Mine Ensari¹, Gülfer Bektaş², Mustafa Nal³

Abstract

This research was carried out to test the mediating role of employee loyalty in the effect of paternalistic leadership perception of healthcare employees on their level of work engagement. The sample of this study consists of 310 healthcare professionals working in a private hospital operating in Istanbul. The research data was collected by face-to-face survey method. Process Macro v4.0 application and IBM SPSS 25.0 program were used in the analysis of the data. Participants' paternalistic leadership perception mean score was 3.53 ± 0.70 , employee loyalty mean score was 3.71 ± 0.79 , and work engagement mean score was 3.55 ± 0 . Determined as a result of analysis that paternalist leadership had positive effect on work engagement ($\beta = .523$, $t = 10.766$, $p < .01$). As a result of the analysis, it was determined that paternalist leadership had a positive significant effect on work engagement ($\beta = .535$, $t = 11.103$, $p < .01$). Employee loyalty has positive effect on job engagement ($\beta = .728$, $t = 18.640$, $p < .01$). Employee loyalty was found to have an intermediating role in the effect of paternalistic leadership on work engagement ($c' = .3228$, 95% CI [.2382, .4180]). As a general result, it would be appropriate for health managers who want to increase the level of work engagement and employee loyalty of health care employees to show paternalistic leadership behavior. Since employee loyalty has intermediating role in this relationship, health managers can increase the level of work engagement of health care employees with practices that increase employee loyalty.

Anahtar Kelimeler: Paternalistic Leadership, Work Engagement, Employee Loyalty, Healthcare Employees.

Öz

Bu araştırma sağlık çalışanlarının paternalist liderlik algısının işe bağlılık düzeyleri üzerindeki etkisinde çalışan sadakatinin aracılık rolünü test etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma İstanbul ilinde özel bir hastanede çalışan 310 sağlık çalışanı üzerinde yapılmıştır. Araştırma verileri yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır. Verilerin analizi IBM SPSS 25.0 programı ile Process Makro v4.0 uygulaması kullanılarak yapılmıştır. Katılımcılara ait paternalist liderlik algı puan ortalaması 3.53 ± 0.70 , çalışan sadakati puan ortalaması 3.71 ± 0.79 , işe bağlılık puan ortalaması 3.55 ± 0.71 , olarak belirlenmiştir. Yapılan analizde paternalist liderliğin çalışan sadakati üzerine pozitif yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu saptanmıştır ($\beta = 0.523$, $t = 10.766$, $p < 0.01$). Analiz sonucunda paternalist liderliğin işe bağlılık üzerinde anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır ($\beta = 0.535$, $t = 11.103$, $p < 0.01$). Çalışan sadakatinin işe bağlılık üzerinde pozitif yönde ve anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir ($\beta = 0.728$, $t = 18.640$, $p < 0.01$). Paternalist liderliğin işe bağlılık üzerindeki etkisinde çalışan sadakatinin aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir ($c' = 0.3228$, %95 CI [0.2382, 0.4180]). Genel sonuç olarak sağlık çalışanlarının işe bağlılık ve çalışan sadakati düzeylerini arttırmak isteyen sağlık yöneticilerinin paternalist liderlik davranışı göstermesi uygun olacaktır. Bu ilişkide çalışan sadakatinin aracılık rolü olduğu için sağlık yöneticileri çalışan sadakatini artırıcı uygulamalarla sağlık çalışanlarının işe bağlılık düzeylerini arttırabilirler.

Keywords: Paternalist Liderlik, İşe Bağlılık, Çalışan Sadakati, Sağlık Çalışanı.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M12, M54, M59.

Submitted: 28 / 02 / 2022

Accepted: 09 / 09 / 2022

¹ Uzm., Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye, mine.ensari@acibadem.com, Orcid: 0000-0002-3703-8083.

² Prof. Dr., Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye, gulfer.bektas@acibadem.edu.tr, Orcid: 0000-0002-0110-4181.

³ Doç. Dr., Kütahya Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, Kütahya, Türkiye, mustafa.nal@ksbu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-3282-1124.

Introduction

There are many factors that affect the attitudes and behaviors of the employees in the organization, either positively or negatively. One of these factors is the leadership behaviors of managers (Nal & Sevim, 2021: 1131). One of the leadership styles on which research has focused in recent years is paternalistic leadership.

Studies show that paternalistic leadership has positive effect on employees' job satisfaction, organizational justice perception, organizational commitment, work engagement, organizational citizenship, positive voice, organizational trust, and organizational attitudes and behaviors that contribute positively to employees and organizations (Bektaş, Kanatlı & İşçi, 2021: 772; Hashmi, Khalid & Yasmin 2021: 1729; Nal, Bektaş & Tarım, 2021: 901; Nal & Sevim, 2021: 1135; Nal & Tarım, 2019: 1200; Shi, Yu & Zheng, 2020: 6). On the other hand, studies show that paternalistic leadership has negative effect on behaviors and attitudes that have negative effects on the employee and the organization, such as turnover intention, organizational cynicism, mobbing, and work-family conflict (Gull, Song, Shi, et al. 2021: 7; Kara, Kaya, Başboğa, et al. 2020: 133; Özmen, 2019: 258; Sungur, Özer, Saygılı & Uğurluoğlu, 2019: 142).

Studies show that work engagement has positive effect on organizational attitudes and behaviors that contribute positively to employees and organizations such as job satisfaction, job performance, productivity, and making a positive voice (Bizri, Wahbi & Al Jardali, 2021: 138; Çankır & Arıkan, 2019: 1140; Nal & Sevim, 2021: 1136; Ofei-Dodoo, Long, Bretches, et al. 2020: 51; Ratnaningtyas, Handaru & Eryanto, 2021: 30; Şahin & Çankır, 2018: 394). In addition, studies show that work engagement has negative effect on behaviors and attitudes that have negative effects on the employee and the organization, such as organizational cynicism, intention to leave, and burnout (Gülbahar, 2020: 13; Meynaar, Ottens, Zegers et al. 2021: 3; Ofei-Dodoo et al. 2020: 50).

Recent studies show that employee loyalty has positive effect on organizational performance, employee performance, service quality, and organizational citizenship (Decha, Khlungsaeng, Bousri & Pulphon, 2020: 7; Nuryanto, Warman & Suharno, 2021: 21; Phuong & Vinh, 2020: 707; Unaam, Adim & Adubasim, 2018: 142; Zanabazar & Jigjiddorj, 2021: 475).

All these results show that paternalistic leadership, work engagement, and employee loyalty are important both for the employee and for the organization. In many studies, the relationships between paternalistic leadership with work engagement have been tested. However, studies examining the intermediating role of employee loyalty in the effect of paternalistic leadership on work engagement are very rare. For this reason, it is thought that this study is important in terms of being a new study on testing the intermediating role of employee loyalty in the effect of paternalistic leadership on work engagement in the health sector and this study will contribute to the literature.

1. Literature Review and Hypothesis Development

Paternalistic leadership is defined as a leader who has a virtuous and moral structure, attaches importance to hierarchy, creates a family atmosphere in the workplace, knows the employees closely, stands by their employees in good and bad times, protects them like a father, and expects respect and loyalty from their employees in return for their actions (Nal, 2020: 45).

Work engagement is the physical, cognitive, and emotional devotion of oneself to one's work while doing the job (Kahn, 1990: 694). Work engagement is thought to be the positive antithesis of burnout (Schaufeli, 2012: 4). Maslach et al. considered work engagement as the opposite of burnout and defined burnout as the erosion of work engagement (Maslach et al., 2001: 416). Employees with a high level of work engagement willingly use their energy to achieve difficult goals and feel compelled to do so. Also, employees with these characteristics show intense participation in their work (Bakker and Leiter, 2010: 2). Once employees are loyal to the business, they will fully believe in the goals of the organization and will work for the common goals of the company and will want to be committed to the business for a long time (Phuong, and Vinh, 2020: 701).

Leadership is the process of influencing and directing others to achieve goals and identifying important factors in an organization (Mujiatun, Jufrizen & Ritonga, 2019: 448). Behaviors and attitudes of employees within the organization are affected by many factors, but the most important of these factors is managers. Recent studies showed paternalistic leadership has a positive effect on work engagement (Koçak and Aydın Küçük, 2021; Nal and Sevim, 2021: 1135; Öge, Cetin & Top, 2018: 30). Therefore, the following hypothesis was developed:

H1: *Paternalistic leadership has a positive effect on work engagement.*

Hirschman defines employee loyalty (Loyalty) as being loyal to the organization in the face of dissatisfaction with the way things are going in an organization, regardless of whether or not a member has hope that the bad situation will improve (Hirschman, 1970: 76). No research has been found in the literature examining the effect of paternalistic leadership on employee loyalty. Recent studies show that paternalistic leadership positively affects employees in collectivistic countries

such as Turkey (Hashmi, et al. 2021: 1729; Nal, et al. 2021: 901; Shi, et al. 2020: 6). Paternalistic leadership behavior can have a positive effect on employee loyalty. Therefore, the following hypotheses have been formed:

H2: *Paternalistic leadership has a positive effect on employee loyalty.*

Studies show that there is a positive relationship between employee loyalty and work engagement (Ludviga & Kalvina, 2016: 103; Pološki Vokić & Hernaus, 2015: 9). Similar results are expected in this study. Therefore, the following hypothesis has been developed:

H3: *Employee loyalty has a positive effect on work engagement.*

Recent studies show that paternalistic leadership has a positive effect on work engagement (Koçak & Aydın Küçük, 2021: 189; Nal & Sevim, 2021: 1135), while employee loyalty has a positive effect on job engagement (Ludviga & Kalvina, 2016: 103). According to these results, it is thought that employee loyalty may have an intermediating role in the effect of paternalistic leadership on work engagement. Therefore, the following hypothesis has been developed:

H4: *Employee loyalty has an intermediating role in the effect of paternalistic leadership on work engagement.*

1.1. Model of the Research

The research model showing the intermediating role of employee loyalty in the effect of paternalistic leadership on work engagement is shown in Figure 1.

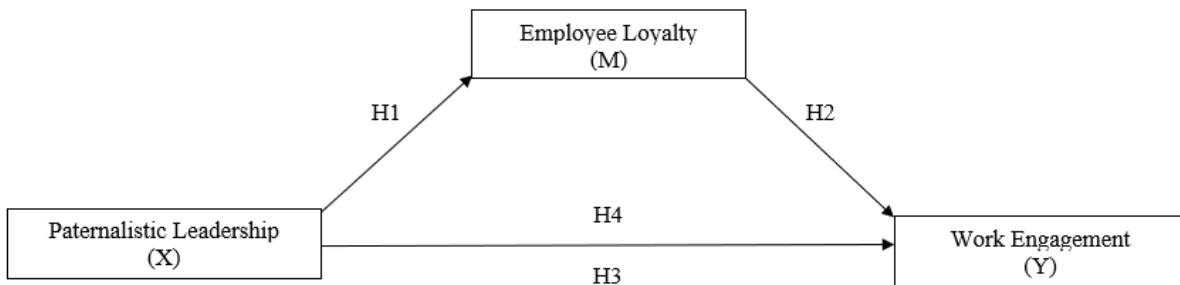


Figure 1. Research Model

2. Materials And Methods

2.1. Research Design and Participants

This research was conducted on healthcare professionals working in a private hospital in Istanbul, which has JCI (Joint Commission International) accreditation certificate. The population of the research consists of 2600 health workers. No sampling selection was made in the study, and all healthcare professionals were contacted and informed about the research. Accepted for this study were 310 volunteer health workers. Research data were collected by face-to-face survey method between October and December 2021.

2.2. Data Collection Tools

2.2.1. Paternalistic Leadership Scale

The Paternalistic Leadership Scale developed by Pellegrini and Scandura (2006) was used to measure the paternalistic leadership perception of the participants. The scale consists of 13 items and one dimension. The scale is in a 5-point Likert type and the answer part is scored as "1 = I strongly disagree, 5 = I strongly agree". A high score indicates that the perception of paternalistic leadership is high. In the scale, there are statements such as "Consults / gets ideas from employees on work-related issues," "My manager creates a family atmosphere in the workplace". The Cronbach Alpha value of the scale was detected 0.86 by Pellegrini and Scandura (2006: 271). The Cronbach Alpha coefficient of the scale was determined as 0.88 in this study. The result shows that the scale is highly reliable (Yıldız & Uzunsakal, 2018: 19).

2.2.2. Work Engagement Scale

The *Work Engagement Scale* developed by Schaufeli et al. (2002), and adapted into Turkish by Eryılmaz and Doğan (2012) was used to measure the participants' level of work engagement. The scale consists of three dimensions vigor, devotion, and concentration, and there are 17 statements on the scale. The scale is in a 5-point Likert type and the answer part is scored as "1 = Not at all appropriate, 5 = Completely appropriate". A high score indicates a high level of work engagement. In the scale, there are statements such as "I find my work meaningful and serves a purpose", "I am eager to go to work when I get up in the morning," and "I want it to never end when I work" in the devotional dimension. Eryılmaz

and Doğan (2012: 53) determined the Cronbach Alpha coefficient as 0.91 in the adaptation of the scale to Turkish. The Cronbach Alpha value of the scale detected for the sub-dimensions of the scale was 0.85 for the vigor, 0.84 for the dedication, and 0.76 for the absorption. In this study, The Cronbach Alpha value was determined as 0.94. The Cronbach Alpha values for the sub-dimensions of the scale were found to be 0.85 for the vigor, 0.88 for the dedication, and 0.84 for the absorption. This result shows that the scale is highly reliable (Yıldız & Uzunsakal, 2018: 19).

2.2.3. Employee Loyalty Scale

"Employee Loyalty Scale" was used to evaluate the loyalty of the employees to the organization. The scale was first developed in German by Homburg and Stock-Homburg (2001) and later adapted into English by Matzler and Rentzl (2006). The Turkish adaptation of the scale was carried out by Dede and Sazkaya, (2018). There are 5 items in a five-point Likert type (1: *strongly disagree*, 5: *strongly agree*) on a one-dimensional scale: "I would like to continue working in this institution in the future," "If I received another job offer, I would never move to another institution." A high score obtained on the scale indicates a high level of loyalty to the organization. Dede and Sazkaya (2018: 72) determined the Cronbach Alpha value of the scale to be 0.92. In this study, the Cronbach Alpha value was determined as 0.85. The result shows that the scale is highly reliable (Yıldız & Uzunsakal, 2018:19).

2.3. Data Analysis

IBM SPSS 25.0 program was used to analyze the collected data. Pearson Correlation Analysis was used to examine the relationship between the variables. Process Macro v4.0 application developed by Hayes, (2018: 100) and the IBM SPSS program were used in the mediation effect analysis. In the analysis, 5000 sample options and model 4 were preferred with the Bootstrap technique. In the analysis, the mediation effect analysis made with the Bootstrap technique was evaluated according to the 95% confidence interval (the interval where the CI values do not include the zero (0) value). To control the normality assumption of the scales, the skewness, and kurtosis values were checked.

3. RESULTS

3.1. Demographics of Participants

Participating in the research 67.7% were women, 64.8% were single, 43.2% were in the 26-35 age group, 51.3% had a bachelor's degree, 37.4% worked between 1-5 years and 38.7% were medical secretaries.

3.2. Validity

The paternalistic leadership perception mean score of the participants was 3.53 ± 0.70 , the mean employee loyalty score was 3.71 ± 0.79 , and the mean work engagement score was 3.55 ± 0.71 (Table 1). To test the normal distribution feature of the data, skewness, and kurtosis values were checked. It was determined that the skewness, and kurtosis values of the scales were between -1.50 and +1.50 and the distribution was normal (Tabachnick ve Fidell 2013).

Table 1. Descriptive Statistics of Variable Scores.

| Scales | N | Min. | Max. | Mean | SD | Skewness | Kurtosis | Cronbach Alpha |
|--------------------------|-----|------|------|------|-----|----------|----------|----------------|
| Paternalistic Leadership | 310 | 1.31 | 5.00 | 3.53 | .70 | -.44 | .28 | .88 |
| Employee Loyalty | 310 | 1.00 | 5.00 | 3.71 | .79 | -.53 | .30 | .94 |
| Work Engagement | 310 | 1.00 | 5.00 | 3.55 | .71 | -.27 | .25 | .85 |

3.3. Correlation Analysis Results

Pearson correlation analysis was applied to determine the relationship between paternalistic leadership, employee loyalty, and work engagement (Table 2). Correlation analysis result, it determined that there was a positive and moderately significant relationship between paternalistic leadership and employee loyalty ($r=.523$, $p<.01$). It was determined that there was a positive and moderately significant relationship between paternalistic leadership with work engagement ($r=.535$, $p<.01$). It was determined that there is a positive, and highly significant relationship between employee loyalty, and work engagement ($r=.728$, $p<.01$).

Tablo 2. Correlation Analysis Results.

| Variables | Mean | SD | 1. | 2. | 3. |
|-----------------------------|------|-----|--------|--------|----|
| 1. Paternalistic Leadership | 3.53 | .70 | 1 | | |
| 2. Employee Loyalty | 3.71 | .79 | .523** | 1 | |
| 3. Work Engagement | 3.55 | .71 | .535** | .728** | 1 |

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3.4. Regression Analysis

The Simple Linear Regression Analysis was performed to reveal the effect of paternalistic leadership on employee loyalty and work engagement (Table 3). Analysis result, it was determined that paternalistic leadership had a positive, and significant effect on employee loyalty ($\beta=.523$, $t=10.766$, $p<.01$). 27.1% of the total change in employee loyalty occurs with the effect of paternalistic leadership ($R^2=.271$). According to this result, the H1 hypothesis was accepted. Analysis result, it was determined that paternalistic leadership had a positive and significant effect on work engagement ($\beta=.535$, $t=11.103$, $p<.01$). 28.4% of the total change in work engagement occurs with the paternalistic leadership effect ($R^2=.284$). According to this result, the H2 hypothesis was accepted.

Tablo 3. Regression Analysis Results.

| The Independent Variable: Paternalistic Leadership | | | | | | |
|--|----------------|-------------------------|------------------|--------|---------|------|
| Dependent variables | R ² | Adjusted R ² | Beta (β) | t | F | p |
| Employee Loyalty | .273 | .271 | .523 | 10.766 | 115.896 | .000 |
| Work Engagement | .286 | .284 | .535 | 11.103 | 123.274 | .000 |

Regression analysis was performed to test the effect of employee loyalty on work engagement (Table 4). By the conclusion of the regression analysis, it was determined that employee loyalty has a positive, and significant effect on work engagement ($\beta=.728$, $t=18.640$, $p<0.01$). 52.9% of the change in work engagement is explained by employee loyalty ($R^2=.529$). H3 hypothesis was accepted for this result.

Tablo 4. Second Regression Analysis Results.

| The Independent Variable: Employee Loyalty | | | | | | |
|--|----------------|-------------------------|------------------|--------|---------|------|
| Dependent Variable | R ² | Adjusted R ² | Beta (β) | t | F | p |
| Work Engagement | .530 | .529 | .728 | 18.640 | 347.466 | .000 |

3.5. Bootstrap Regression Analysis Results

Bootstrap regression analysis was made with the Process module to test the mediating role of employee loyalty in the influence of paternalistic leadership on work engagement (Table 6 and Figure 2).

Tablo 5. Regression analysis results.

| Variables | Effect (b) | SD | t | p | LLCI | ULCI |
|--|------------|--------------|----------|----------|-------|-------|
| The total effect of X on Y | .5399 | .0486 | 11.1029 | .000 | .4442 | .6356 |
| Direct effect of X on Y | .2140 | .0447 | 4.7851 | .000 | .1260 | .3019 |
| | Effect (b) | Bootstrap SD | BootLLCI | BootULCI | | |
| Indirect effect of M on the effect of X on Y | .3228 | .0451 | .2382 | .4180 | | |

X= Paternalistic Leadership, Y=Employee Loyalty, M=Work Engagement

As a result of the analysis, it has been determined that employee loyalty has an intermediating role in the effect of paternalistic leadership on work engagement ($c'=.3228$, %95 CI [.2382, .4180]). According to this result, hypothesis H4 was accepted.

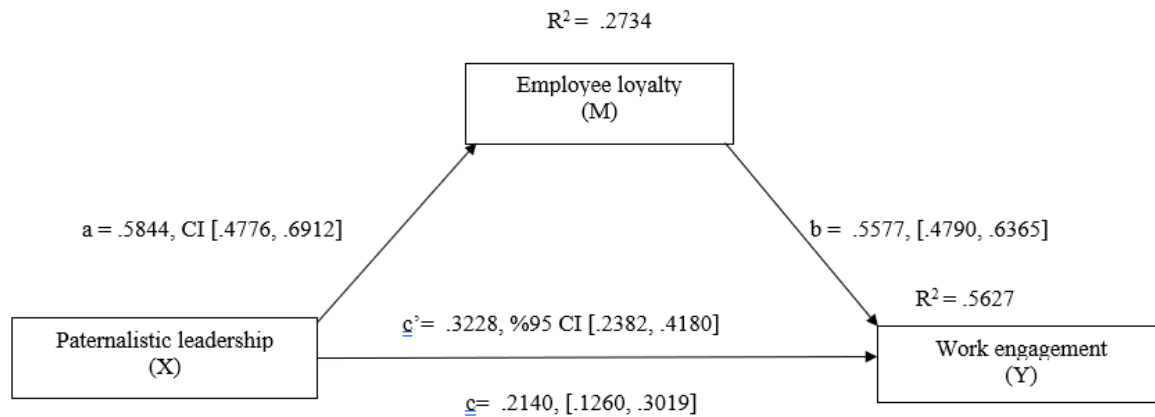


Figure 2. Regression Analysis Results

Discussion and Conclusion

This research was conducted to test the intermediating role of employee loyalty in the influence of paternalistic leadership perception on work engagement levels of healthcare employees. In this study, firstly, the influence of paternalistic leadership on employee loyalty was tested. It has been determined that paternalistic leadership has a positive effect on work engagement. This result supports the results of previous research. (Koçak & Aydın Küçük, 2021: 189; Nal & Sevim, 2021: 1135; Öge et al. 2018: 30). According to this result, it can be said that health managers can increase healthcare employees' work engagement by showing paternalistic leadership behavior.

Studies show that paternalistic leadership positively affects employee behavior in collectivist countries (Hashmi et al. 2021: 1729; Nal et al. 2021: 901; Shi et al. 2020: 6). For this reason, with the assumption that paternalistic leadership may have a positive effect on employee loyalty, the effect of paternalistic leadership on employee loyalty was tested secondly in this study. As a result, it has been determined that paternalistic leadership has positive influence on employee loyalty. No research has been found in the literature examining the influence of paternalistic leadership on employee loyalty. It is thought that this result will make an important contribution to the literature and health managers. According to this result, it is thought that health managers can increase employee loyalty by showing paternalistic leadership behavior. In addition, it is thought that it would be appropriate to test the relationship between paternalistic leadership and employee loyalty by conducting new research on different sample groups.

Thirdly, the effect of employee loyalty on work engagement was tested in this study. In this study, it has been determined that as employee loyalty increases, work engagement also increases. The results obtained support the literature (Ludviga & Kalvina, 2016: 103; Pološki Vokić & Hernaus, 2015: 9).

Fourthly, in this study, the intermediating role of employee loyalty in the influence of paternalistic leadership on work engagement was examined. As a result, it has been determined that employee loyalty has an intermediating role in the influence of paternalistic leadership on work engagement. No other research has been found in the literature examining this issue. In this respect, it is thought that this result is important in terms of literature.

As a general result, it would be appropriate for health managers who want to increase the level of work engagement and employee loyalty of healthcare employees to show paternalistic leadership behavior. Since employee loyalty has an intermediating effect on the influence of paternalistic leadership on work engagement, it is possible to increase the level of work engagement with the behaviors and practices of managers to increase employee loyalty.

Limitations and Dimensions for Future Research

As a limitation of the study, those working for less than one year were excluded. In addition, the results of the research are limited to 310 health workers participating in this research. In future research, the intermediating role of other variables in the effect of paternalistic leadership on work engagement can be examined. Future research can be done on different sample groups.

Ethics Statement

The ethics committee approval of Acıbadem Mehmet Ali Aydınlar University Medical Researches Evaluation Committee, numbered 2021-20/15, was obtained for the research. Written permission was taken from the hospital where the research would be conducted. Participants were informed about the research and their written consent was obtained. The study was conducted by the principles of the Declaration of Helsinki.

Kaynakça

- Bakker, A. B., & Leiter, M. P. (2010). *Work Engagement A Handbook of Essential Theory and Research*. New York: Psychology Press.
- Bektaş, G., Kanatlı, K., & İşçi, E. (2021). The impact of paternalistic leadership behaviour on organizational trust among healthcare professionals. *Acıbadem University Health Sciences Journal*, 12(4), 768-774.
- Bizri, R., Wahbi, M., & Al Jardali, H. (2021). The impact of CSR best practices on job performance: the mediating roles of affective commitment and work engagement. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 8(1), 129-148.
- Çankır, B., Arıkan, S. (2019). Examining Work Engagement and Job Satisfaction Variables in their Relations with Job Performance and Intention to Quit , *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (2), 1133-1150.
- Decha, O., Khlungsaeng, W., Bousri, A., & Pulphon, S. (2020). The role of service quality, employee satisfaction and loyalty on the effective human resource management in the pharmacies in thailand: mediating role of customer satisfaction. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(3), 1-9.
- Dede, Y. E., & Sazkaya, M. K. (2018). The mediating role of employee loyalty between employee empowerment and employee innovative behavior: a study from Teknopark Istanbul. *Cankırı Karatekin University Journal of the Faculty of Economic and Administrative Sciencess*, 8(1), 55-82.
- Gull, N., Song, Z., Shi, R., Asghar, M., Rafique, M. A., & Liu, Y. (2021). Paternalistic leadership, polychronicity, and life satisfaction of nurses: The role of work-family conflict and family-work conflict in public sector hospitals. *Frontiers in Psychology*, 12, 648332.
- Gülbahar, B. (2020). Investigation of the relationship between perception of supervisor support, perceived school effectiveness, work engagement, job satisfaction and organizational cynic attitude of teachers. *Participatory Educational Research*, 7(3), 1-20.
- Hashmi, A., Khalid, M., & Yasmin, S. (2021). Paternalistic leadership, teachers' commitment and their job satisfaction: a panorama of secondary schools. *Elementary Education Online*, 20(4), 1722-1732.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2. press). New York: The Guilford Press.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.

- Kara, E., Kaya, A., Başboğa, M. İ., Güvel, Ş., Çelik, C., & Koçak, B. (2020). The effect of paternalist leadership on the effect of leaving: A research on the employees of shopping clothing stores. *Business & Management Studies: An International Journal*, 8(4), 118-138.
- Koçak, Ö. E., & Aydın Küçük, B. (2021). How does paternalistic leadership affect employees' work engagement? The mediating roles of workaholism and trust-in-leader. *The Journal of Humanity and Society*, 11(3), 179-196.
- Ludviga, I., & Kalvina, A. (2016). Exploring the relationships between job satisfaction, work engagement and loyalty of academic staff. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 10(1), 99-105.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001), Job Burnout. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 397-422.
- Meynaar, I. A., Ottens, T., Zegers, M., van Mol, M. M., & Van Der Horst, I. C. (2021). Burnout, resilience and work engagement among Dutch intensivists in the aftermath of the COVID-19 crisis: A nationwide survey. *Journal of Critical Care*, 62, 1-5.
- Mujiatun, S., Jufrizen, J., & Ritonga, P. (2019). Model kelelahan emosional: Antasenden dan dampaknya terhadap kepuasan kerja dan komitmen organisasi dosen. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 447-465.
- Nal, M. and Sevim, E. (2021). The intermediary role of work engagement in the effect of paternalist leadership on positive voice behavior. *Gumushane University Journal of Social Sciences*, 12(3), 788 - 800.
- Nal, M. (2020). *The effect of paternalist leadership on positive voice* (pp. 337 -354). Kıröğlü, H. S. (Ed.) Academic Studies in Social, Humanities and Administrative Sciences II, 1st. Gece Publishing.
- Nal, M. & Tarım, M. (2019). The effect of paternalist leadership on organizational justice perception: A research on healthcare employees. *Afyon Kocatepe University Journal of Social Sciences*, 21(4), 1193-1204.
- Nal. M., Bektaş, G., and Tarım, M. (2021). The effect of paternalist leadership on organizational citizenship behavior. *Journal of Mehmet Akif Ersoy University Economics and Administrative Sciences Faculty*, 8(2), 893-906.
- Nuryanto, U., Warman, C., Suharno., Febrianata, E., Purnamasari, R., & Subroto, D. (2021). The roles of employee loyalty between work motivation, job satisfaction, leadership against employee performance. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 23(2), 15-25.
- Ofei-Dodoo, S., Long, M. C., Bretches, M., Kruse, B. J., Haynes, C., & Bachman, C. (2020). Work engagement, job satisfaction, and turnover intentions among family medicine residency program managers. *International Journal of Medical Education*, 11, 47-53.
- Öge, E., Cetin, M., & Top, S. (2018). The effects of paternalistic leadership on workplace loneliness, work family conflict and work engagement among air traffic controllers in Turkey. *Journal of Air Transport Management*, 66(2018), 25-35.
- Özmen, A. (2019). Relationship between mobbing and paternalistic leadership: a research in the public institution. *Suleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, 24(2), 253-262.
- Phuong, T. T. K., & Vinh, T. T. (2020). Job satisfaction, employee loyalty and job performance in the hospitality industry: A moderated model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 698-713.
- Pološki Vokić, N., & Hernaus, T. (2015). The triad of job satisfaction, work engagement and employee loyalty—The interplay among the concepts. *EFZG Working Paper Series*, 15(7), 1-13.
- Ratnaningtyas, H., Handaru, A. W., & Eryanto, H. (2021). Transformational leadership and work motivation on work productivity mediated by work engagement: An introductory analysis. *The International Journal of Social Sciences World (TIJOSSW)*, 3(2), 25-32.
- Schaufeli, W. B. (2012). Work engagement: what do we know and where do we go? *Romanian Journal of Applied Psychology*, 14(1), 3-10.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonzalez-Roma, V., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1), 71-92.
- Shi, X., Yu, Z., & Zheng, X. (2020). Exploring the relationship between paternalistic leadership, teacher commitment, and job satisfaction in Chinese schools. *Frontiers in Psychology*, 11(1481), 1-12.
- Sungur, C., Özer, Ö., Saygılı, M., & Uğurluoğlu, Ö. (2019). Paternalistic leadership, organizational cynicism, and intention to quit one's job in nursing. *Hospital Topics*, 97(4), 139-147.

- Şahin, S., & Çankır, B. (2018). İş tatmininin iş performansına etkisinde çalışmaya tutkunluğun aracı rolü: Satış ve pazarlama sektöründe bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (17. ÜİK Özel Sayısı), 389-402.
- Unaam, A. O., Adim, C. V., & Adubasim, E. I. (2018). Employee loyalty and organizational citizenship behaviour in the port harcourt area command of the Nigeria police force. *International Journal of Business, Economics and Management*, 5(6), 135-145.
- Yıldız, D. & Uzunsakal, E. (2018). A comparison of reliability tests in field researches and an application on agricultural data. *Journal of Applied Social Sciences* 1,14-28.
- Zanabazar, A., & Jigjiddorj, S. (2021). The Mediating Effect of Employee Loyalty on the Relationship Between Job Satisfaction and Organizational Performance. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 9(2), 467-482.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using multivariate statistics*, (6th ed). Boston: Pearson.

Perceived Overqualification and Work Alienation: Examining The Roles of Relative Deprivation and Mastery Experiences

Algılanan Aşırı Niteliklilik ve İşe Yabancılaşma: Göreceli Yoksunluk ve İş Dışı Başarı Aktivitelerinin Rolünün İncelenmesi

Metin Söylemez¹, Ferit Uslu²

Abstract

The purpose of this study is to investigate the effect of perceived overqualification on work alienation and the mediating roles of relative deprivation and mastery experiences in this relationship. A quantitative study based on mediation analysis was conducted for this objective. The research was based on data obtained from 260 manufacturing employees. The study revealed that perceived overqualification had a significant impact on work alienation. Due to the direction of influence, the mediating roles of relative deprivation and mastery experiences in this relationship differ. The findings suggest that employees are affected by perceived overqualification, which is heightened by relative deprivation but buffered by mastery experiences, which allow employees to use skills and abilities they do not use on the work. As far as our knowledge, it is also one of the first research in the field of organizational behavior to investigate the relationship between perceived overqualification and work alienation via the mediation effects of relative deprivation and mastery experiences.

Keywords: Perceived Overqualification, Work Alienation, Relative Deprivation, Mastery Experiences

Öz

Bu çalışmanın amacı, algılanan aşırı nitelikliliğin işe yabancılaşma üzerindeki etkisinin yanı sıra bu etkide göreceli yoksunluk ve iş dışı başarı aktivitelerinin aracı rollerini araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda, aracılık analizine dayalı nicel bir araştırma yapılmıştır. Araştırma, 260 üretim çalışanından elde edilen verilere dayanmaktadır. Çalışma, algılanan aşırı nitelikliliğin işe yabancılaşma üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu ortaya koymuştur. Etki yönüne göre bu ilişkide göreceli yoksunluk ve iş dışı başarı aktivitelerinin aracılık rolleri farklılık göstermektedir. Bulgular, çalışanların algılanan aşırı niteliklilikten etkilenmesini göreceli yoksunlukla arttığını iş dışı başarı aktivitelerinin çalışanların işte kullanmadıkları beceri ve yetenekleri kullanmalarına olanak sağlayarak bu etkiyi tamponladığını göstermektedir. Aynı zamanda, bildiğimiz kadarıyla, göreceli yoksunluk ve iş dışı başarı aktivitelerinin aracılık etkileri kapsamında algılanan aşırı niteliklilik ve işe yabancılaşma arasındaki ilişkiyi araştıran örgütsel davranış alanındaki ilk araştırmalardan biridir.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Aşırı Niteliklilik, İşe Yabancılaşma, Göreceli Yoksunluk, İş Dışı Başarı Aktiviteleri

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: D23, M12, M19

Submitted: 28 / 02 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Muş Alparslan Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Muş, Türkiye, m.soylemez@alparslan.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0291-2284>.

² Öğr. Gör., Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muş, Türkiye, f.uslu@alparslan.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4933-7117>.

Introduction

Employees need to learn and improve new abilities and skills in order to adapt to changing working situations and organizational environments. Therefore, before joining the workforce, individuals focus on acquiring various skills and talents as part of their career planning (Vaisey, 2006). However, suppose they cannot employ the skills and abilities they have gained while working. In that case, management practices such as job enrichment and job enlargement can be used to design jobs for motivation and job satisfaction (Chung & Ross, 1977; Parker, 1998). However, despite all these practices, the management needs to develop new perspectives to explain the perceived overqualification, which is the subjective judgment that the individual will develop regarding that these skills and abilities are beyond the job's requirements.

Perceived overqualification emerges as a process in which the individual performs poorly, exhibits counterproductive behaviors, and alienates from the job as a result of his/her thought that the job does not deserve him or her (Erdogan, Tomás, Valls, & Gracia, 2018; Liu, Luksyte, Zhou, Shi, & Wang, 2015). From the perspective of relative deprivation theory, this process is shaped by subjective judgments such as anger and resentment (Pettigrew, 2016; Smith, Pettigrew, Pippin, & Bialosiewicz, 2012), which emerge because of comparisons such as doing the same job with co-workers even though they do not have the same skills and abilities, or people with the same abilities and skills working in better conditions (Feldman, Leana, & Bolino, 2002). The management challenge of ensuring high performance without losing the employee is vital at this point. Furthermore, this study suggests that mastery experiences during the off-job time, such as sports, learning a new language, or dealing with art, can cope with the adverse effects of perceived overqualification. This study, which aimed to address whether mastery experiences and relative deprivation have mediating roles on the individual's work alienation as a result of perceived overqualification, is critical for organizations that strive to create highly productive, happy employees in the workplace. It's also one of the first studies to our knowledge in the field of organizational behaviour to explore at the relationship between the perceived overqualification and the mastery experiences.

1. Theoretical Background and Hypotheses

1.1. Perceived Overqualification and Work Alienation

Perceived overqualification is the subjective judgment of employees that they believe that their qualifications are superior to those required by their position (Arvan, Pindek, Anđel, & Spector, 2019; Erdogan & Bauer, 2009). Overqualified workers may have adequate or even more excellent skills to accomplish their main activities. Yet, they cannot use valued abilities, and their requirements for challenging and emotionally motivating activities are likely to be unmet, resulting in increasing tension (Edwards, 2008; Wassermann, Fujishiro, & Hoppe, 2017). It has adverse consequences on employees' behaviors and organizations, including job dissatisfaction (Arvan et al., 2019; Harari, Manapragada, & Viswesvaran, 2017), reduced organizational commitment (Liu & Wang, 2012), more significant psychological anxiety (Zhao, Zhao, Zeng, & Bai, 2021), increased turnover intention (Vinayak, Bhatnagar, & Agarwal, 2021), and counterproductive behavior (Liu et al., 2015). Work alienation is a psychological situation that occurs when an employee's needs or expectations are not met by their job (Shantz, Alfes, Bailey, & Soane, 2015). Employee perspectives of the job environment, which highlights individual psychological feelings, are reflected in work alienation. The fundamental cause of workplace alienation is when employment fails to meet the requirements and expectations of employees. Employees feel alienated if there is a disconnect between their job and expectations and if employees' skills aren't utilized at work (Yu, Yang, Wang, Sun, & Hu, 2021). Employees who believe they have more qualifications than their jobs demand may experience work alienation because of perceived overqualification. Therefore, we expect:

Hypothesis 1: Perceived overqualification affect work alienation

1.2. The Mediating Role of Relative Deprivation

Depending on the relative deprivation theory, people's subjective assessments of their job status directly impact their sentiments and reactions to their environment (Ren, Bolino, Shaffer, & Kraimer, 2013). When people want something and believe they are entitled to it but cannot achieve it, they become frustrated (Walker & Pettigrew, 1984). The disparity between what an individual has and what he believes he merits can result in a variety of adverse reactions. (Smith et al., 2012). Overqualification that is seen as such can easily result in a feeling of relative deprivation. Employees with academic qualifications and a wide range of abilities and expertise have high expectations for their existing employment situation. When people in comparison their employment situation to the status they expect and think they deserve, in the case that they find their job status isn't what they deserve, they experience deprivation. Overqualified professionals, as an instance, are more reactive to focusing solely on job skills and are concerned with their peers' abilities and performance (Hu et al., 2015). They are inclined to feel deprived if they realize that individuals around themselves are not as qualified but perform the same job (Erdogan et al., 2018). Disappointment, job stress, burnout, resentment, and discomfort can all result from feeling deprived (Chiaburu, Thundiyil, & Wang, 2014), thus leading to work alienation. Therefore, we expect:

Hypothesis 2: Relative deprivation mediates the effect of perceived overqualification on work alienation

1.3. The mediating role of Mastery Experiences

Mastery experiences are characterized as challenging experiences and learning opportunities during the off-job time in other domains. These activities allow an individual to examine his/her competency and proficiency in terms of his/her talents and abilities. Learning a new language, picking up a new hobby, and participating in sports activities are all typical examples of these activities (Fritz & Sonnentag, 2006). Likewise, volunteer activity in which an individual can put his or her abilities and skills to good use is assessed within this framework (Ruderman, Ohlott, Panzer, & King, 2002).

Mastery experiences are a type of activity in which an individual pushes his or her limits and even challenges his or her skills and abilities (Sonnentag & Fritz, 2007). These are not simple experiences, but they do demand self-regulation as challenging tasks. For example, to participate in a sporting activity with friends after a long day at work, an individual must be able to overcome the urge to rest at home lazily in the evening without doing anything. Although mastery experiences impose new burdens and responsibilities on the individual, they allow him to put his skills and abilities to good use and feel pleasure from the fulfillment of internal resources such as self-efficacy (Bandura, Freeman, & Lightsey, 1997). Off-job time mastery experiences also contribute to a happier mood. (Sonnentag, Binnewies, & Mojza, 2008). However, according to empirical studies, there is a negative relationship between mastery experiences and burnout (Els Crizelle, Mostert Karina, & De Beer Leon T., 2015).

Similarly, striving to reach a higher skill level in these experiences contributes to professional and individual development (Sonnentag & Natter, 2004). By enabling the individual to use the skills and abilities that he or she can partially use or not use during working, mastery experiences affect both perceived overqualification and the negative consequences of perceived overqualification (Han & Hwang, 2021). On the other hand, mastery experiences may reduce the impression of relative deprivation, which happens due to comparing oneself to his colleagues, whom he believes do not have the same abilities and skills as himself. As a result, the individual's success in mastery experience where he can apply his skills and abilities and the social structure will alleviate the relative deprivation symptoms and enhance the individual's positive well-being. Therefore, we expect:

Hypothesis 3: Mastery experience mediates the effect of perceived overqualification on work alienation

2. Method

2.1. Sample and procedure

We drew our sample from a prominent Turkish organization located in Ankara. The organization is a manufacturing company providing high-tech products for the government, defence sectors, and international companies. Approximately 420 employees work in this company. This sample is relevant in terms of our research question. Because employees in this company are highly educated. On the other hand, according to company's human resource manager, employers also prefer applicants with more qualifications than required. Because they believe it is difficult to predict when and which qualifications will be necessary for high-tech firms and that these qualified employees are critical in keeping up with rapid environmental change.

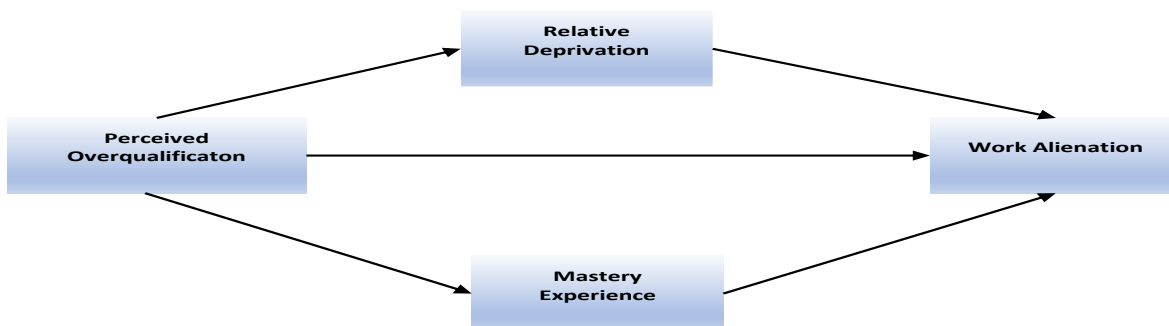


Figure 1. Proposed Research Model

The survey was open to all employees, and they were all encouraged to participate. Participation in the study was voluntary, and the participants' confidentiality and anonymity were assured. 282 employees completed the survey. After

missing values were removed, a valid sample of 263 employees was obtained. Table 1 shows summary statistics about the studied sample's demographics.

Table 1. Characteristics of The Studied Sample (N = 263)

| | M | SD | Min | Max |
|---------------------------------|-------|------|-----|------|
| Age (all participants) | 36.20 | 7.50 | 23 | 69 |
| Age (men) | 36.90 | 6.96 | 24 | 65 |
| Age (women) | 33.81 | 8.74 | 23 | 69 |
| Working Year (all participants) | 9.61 | 6.82 | 1 | 45 |
| Working Year (men) | 9.90 | 6.49 | 1 | 33 |
| Working Year (women) | 8.61 | 7.81 | 1 | 45 |
| | | n | | % |
| Gender | | | | |
| Men | | 203 | | 77.2 |
| Women | | 60 | | 22.8 |
| Marital | | | | |
| Marital (men) | | 191 | | 72.6 |
| Marital (women) | | 72 | | 27.4 |
| Education | | | | |
| Undergraduate | | 76 | | 28.9 |
| Postgraduate | | 67 | | 25.5 |
| PhD | | 120 | | 45.6 |

2.2. Measures

In this study, participants were asked to answer the questions based on Likert's 5-point scale ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). The research instrument, which has a total of 25 items, was translated with two specialist researchers with field expertise and English proficiency, as well as two expert English instructors, and was translated from the original language of the scale into Turkish for the study of Turkish adaption. Following that, with the consent of specialist researchers and lecturers, a field investigation was done to see if there was a semantic shift by back-translating the scale items into English. The reliability of the questions was measured with Cronbach's Alpha (measured $\alpha > 0.7$ in all variables). Linear relationships between variables were measured with Pearson Correlation.

Mastery Experience: Mastery experience is measured with a 4 item scale developed by Sonnentag and Fritz (2007). An example of an item is 'I seek out intellectual challenges.'. Internal consistency reliability was 0.82.

Perceived Overqualification: Perceived overqualification is measured with a 9 item scale developed by Maynard, Joseph, and Maynard (2006). An example of an item 'My previous training is not being fully utilized in this job.' Internal consistency reliability was 0.77

Relative Deprivation: Relative deprivation is measured with a 4 item scale developed by Callan, Ellard, Will Shead, and Hodgins (2008). An example of an item is 'When I compare what I have with others, I realize that I am quite well off.' Internal consistency reliability was 0.71.

Work Alienation: Work alienation is measured with an 8 item scale developed by Nair and Vohra (2009). An example of an item is 'Over the years I have become disillusioned about my work'. Internal consistency reliability was 0.79.

2.3. Results

2.3.1. Descriptive Statistics

Table 2 presents the descriptive statistics and correlation matrix. All the variables except mastery experience and relative deprivation correlation were significantly and positively correlated with each-others ($p < 0.01$).

Table 2. Results of The Descriptive Statistics And Pearson's Correlation Analysis (N= 263)

| | M | SD | WA | PO | RD | ME |
|----|------|------|--------|--------|--------|---------|
| WA | 2.19 | 0.71 | 1 | 0.32** | 0.55** | -0.32** |
| PO | 2.28 | 0.67 | 0.32** | 1 | 0.37** | 0.33** |
| RD | 2.79 | 0.89 | 0.55** | 0.37** | 1 | -0.19 |

| | | | | | | |
|----|------|------|---------|--------|-------|---|
| ME | 3.53 | 0.92 | -0.32** | 0.33** | -0.19 | 1 |
|----|------|------|---------|--------|-------|---|

Note: **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). PO =Perceived Overqualification, WA = Work Alienation, RD = Relative Deprivation, ME = Mastery Experience.

Correlation coefficients greater than 0.70, in general, may enhance the probability of multicollinearity in a regression (Tabachnick & Fidell, 2019). However, all correlations were below this criterion in our analysis, indicating that all measures were suitable for inclusion in the study. In addition, as shown in Table 3, all variance inflation factors in the regressions were less than 2. This suggests that multicollinearity isn't a critical challenge in our research (Thompson, Kim, Aloe, & Becker, 2017). We can't test for casual relationships because all of the measurements in our study were obtained simultaneously. As a result, the reported results should be viewed as non-directional relationships. The normality of the distribution is one of the conditions for statistical analysis. To check the normality of the variables' skewness and kurtosis were analysed. +1.5 and -1.5 are the maximum and minimum values, respectively. For the sake of this study, the distribution was assumed to be normal (Tabachnick & Fidell, 2019). The variables' Cronbach's alpha values were also investigated, and the scales were found to be quite reliable (Zinbarg, Revelle, Yovel, & Li, 2005).

Table 3. Normality, Collinearity, Reliability Analysis Results

| | Skewness | Kurtosis | Tolarace | VIF | Alpha |
|----|----------|----------|----------|------|-------|
| WA | 0.61 | 0.51 | 0.59 | 1.67 | 0.79 |
| PO | 0.47 | 0.03 | 0.74 | 1.34 | 0.77 |
| RD | 0.21 | -0.44 | 0.83 | 1.19 | 0.71 |
| ME | -0.44 | -0.55 | 0.86 | 1.15 | 0.82 |

2.3.2. Hypotheses testing

To test the suggested hypotheses, PROCESS macro Model 4 (Hayes, 2017) was used. With a sample size of 5000 and a 95 percent confidence interval, bootstrapping was used to assess the indirect effect (Hayes, 2009). The indirect effect's significance is determined by whether the confidence intervals include 0, as shown by Preacher and Hayes (2008). Perceived overqualification had a positively significant effect on work alienation (.33, $p < .05$) (Table 4). Hypothesis 1 was supported.

Table 4. Path Analysis Result (N = 263)

| Path | Coefficients | p | LLCI | ULCI |
|---------|--------------|-------|------|------|
| PO > WA | 0.33 | ,000* | 0.21 | 0.45 |

Note: * $p < .05$

The findings also revealed that perceived overqualification had a significant indirect effect on work alienation via relative deprivation (.19, CI [.13,.26]). As a result, relative deprivation partially mediated the relationship between perceived overqualification and work alienation, indicating that hypothesis 2 is justified. The indirect effect of perceived overqualification on work alienation via mastery experience, on the other hand, was significant (-.17, CI [-.23, -.10]) (Table 5). As a result, the association between perceived overqualification and work alienation was partially moderated by mastery experience, supporting hypothesis 3.

Table 5. Mediation Results

| Path | Total Effect | Direct Effect | Indirect Effect | LLCI | ULCI |
|--------------|--------------|---------------|-----------------|------|------|
| PO > RD > WA | 0.33 | 0.14 | 0.19 | 0.13 | 0.26 |

| | | | | | | | | | |
|----|---|----|---|----|------|------|-------|-------|-------|
| PO | > | ME | > | WA | 0.33 | 0.50 | -0.17 | -0.23 | -0.10 |
|----|---|----|---|----|------|------|-------|-------|-------|

Note: PO =Perceived Overqualification, WA = Work Alienation, RD = Relative Deprivation, ME = Mastery Experience. LLCI = Lower-Level Confidence Interval, ULCI = Upper-Level Confidence Interval. N = 263. $p < .05$, $p < .005$.

3. Discussion and Implications

We developed and tested a model in this paper to investigate why and when perceived overqualification is linked to work alienation, employing relative deprivation and mastery experiences as a mediator. All the relationship hypotheses we constructed in our model were supported. Perceived overqualification was positively related to work alienation, as expected. Relative deprivation and mastery experiences mediated the relationships between perceived overqualification and work alienation.

We obtained some enriching findings for the literature as well. Although indirect effects of perceived overqualification on work alienation through relative deprivation were positively significant (According to the findings, any who perceived overqualified were more prone to experiencing relative deprivation and, as a result, higher work alienation), indirect effects of perceived overqualification on work alienation through mastery experience were negatively significant, as expected. This means mastery experiences mitigate perceived overqualification's adverse effects.

Our paper adds to the body of knowledge in several ways. First, there seems to be little research on the effects of perceived overqualification and how employees can cope with unfavorable consequences when they feel overqualified (Wassermann et al., 2017). Work alienation was found to be a result of perceived overqualification, according to our research. In other words, perceived overqualification is linked to broader indices of one's well-being and off-job activities, in addition to having frustration in consequence of comparing self with others. Second, our research offers value by focusing on an often-cited but empirically unexplored factor. Although relative deprivation is frequently used in the overqualification literature to explain why perceived overqualification affects diverse consequences (e.g., Luksyte & Spitzmueller, 2016), rare scholars (Erdogan et al., 2018) examined relative deprivation as a mediator to our knowledge. The significance of this mediator was empirically proven in our investigation. Lastly, we suggested mastery experience as a mediator as well. We observed, as hypothesized that mastery experience is a significant mediator of the relationship between perceived overqualification and work alienation. The adverse effects of perceived overqualification on work alienation were lesser when mastery experience was strong. In other saying, perceived overqualification was more effective in terms of work alienation for employees who experience mastery experience less. This conclusion is significant because it implies that perceived overqualification is not a harmful situation for individuals who participate in off-job activities since they have the opportunity to use talents and abilities that they do not use at work.

Our findings revealed that overqualification feelings lead to negative situations on the individual. For this reason, first of all, as a result, when choosing a profession, it is critical that individuals focus on the job and position that most closely matches their skills and abilities. On the other hand, these findings have practical implications for institutions, career services, and managers. Universities should collaborate with career centers to provide career counseling to their students. They should be advised about the professions or professional positions they should apply for even before they graduate, based on their abilities and skills. Finally, managers should direct employees who experience overqualification to off-job activities. It should ensure that its employees participate in social responsibility projects voluntarily. It should open up domains where individuals can use skills and abilities that they cannot use at work. At the same time, the facilities where off-job activities such as sports activities will be held for these employees working in rural and provincial areas should be considered throughout the planning stage.

Conclusion

Our findings suggest that perceived overqualification has inferences for work alienation and off-job activities. In addition, this research provides empirical evidence for the significance of relative deprivation and mastery experiences as mediators. Finally, our findings suggest that perceived overqualification has adverse consequences for employees who experience substantial relative deprivation, which is associated with work alienation. Mastery experiences can help to mitigate these adverse effects. Our findings demonstrate the need to use a cognitive perspective to understand the consequences of perceived overqualification. Future studies of perceived overqualification would benefit from analyses of a wide range of psychological outcomes and other boundary conditions.

Although every effort was made to avoid the study's limitations, the study was found to have some. It should be considered, especially when looking into work alienation, that employees may have avoided delivering honest replies on this subject. Even though it is declared to be confidential and not shared with third parties, this is treated as a limitation. Furthermore,

the research was limited to the province of Ankara and the manufacturing sector. In terms of generalizability, this is also a limitation. The findings of this study clear up the investigation of perceived overqualification and its relationship to leadership. In this context, the effects of paternalistic, ethical, and authentic leadership styles on perceived overqualification should be investigated. Similarly, various sectors and samples will contribute to the expansion of relevant literature.

References

- Arvan, M. L., Pindek, S., Andel, S. A., & Spector, P. E. (2019). Too good for your job? Disentangling the relationships between objective overqualification, perceived overqualification, and job dissatisfaction. *Journal of Vocational Behavior, 115*, 103323. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.103323>
- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control. *Journal of Cognitive Psychotherapy, (2)*, 158-166. <https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158>
- Callan, M. J., Ellard, J. H., Will Shead, N., & Hodgins, D. C. (2008). Gambling as a Search for Justice: Examining the Role of Personal Relative Deprivation in Gambling Urges and Gambling Behavior. *Personality and Social Psychology Bulletin, 34*(11), 1514-1529. <https://doi.org/10.1177/0146167208322956>
- Chiaburu, D. S., Thundiyil, T., & Wang, J. (2014). Alienation and its correlates: A meta-analysis. *European Management Journal, 32*(1), 24-36. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2013.06.003>
- Chung, K. H., & Ross, M. F. (1977). Differences in Motivational Properties between Job Enlargement and Job Enrichment. *Academy of Management Review, 2*(1), 113-122. <https://doi.org/10.5465/amr.1977.4409178>
- Edwards, J. R. (2008). 4 Person-Environment Fit in Organizations: An Assessment of Theoretical Progress. *Academy of Management Annals, 2*(1), 167-230. <https://doi.org/10.5465/19416520802211503>
- Els Crizelle, Mostert Karina, & De Beer Leon T. (2015). Job characteristics, burnout and the relationship with recovery experiences. *SA Journal of Industrial Psychology, 41*(1), 1-13. <https://doi.org/10.4102/sajip.v41i1.1196>
- Erdogan, B., & Bauer, T. N. (2009). Perceived overqualification and its outcomes: The moderating role of empowerment. *Journal of Applied Psychology, 94*(2), 557-565. <https://doi.org/10.1037/a0013528>
- Erdogan, B., Tomás, I., Valls, V., & Gracia, F. J. (2018). Perceived overqualification, relative deprivation, and person-centric outcomes: The moderating role of career centrality. *Journal of Vocational Behavior, 107*, 233-245. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.003>
- Feldman, D. C. , Leana, C. R., & Bolino, M. C. (2002). Underemployment and relative deprivation among re-employed executives. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 75*(4), 453-471. <https://doi.org/10.1348/096317902321119682>
- Fritz, C., & Sonnentag, S. (2006). Recovery, well-being, and performance-related outcomes: The role of workload and vacation experiences. *Journal of Applied Psychology, 91*(4), 936-945. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.4.936>
- Han, M.-C., & Hwang, P.-C. (2021). Crafting job and leisure activities when you are overqualified. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 48*, 146-154. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.05.017>
- Harari, M. B., Manapragada, A., & Viswesvaran, C. (2017). Who thinks they're a big fish in a small pond and why does it matter? A meta-analysis of perceived overqualification. *Journal of Vocational Behavior, 102*, 28-47. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2017.06.002>
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical Mediation Analysis in the New Millennium. *Communication Monographs, 76*(4), 408-420. <https://doi.org/10.1080/03637750903310360>
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis, Second Edition: A Regression-Based Approach*. Guilford Publications.
- Hu, J., Erdogan, B., Bauer, T. N., Jiang, K., Liu, S., & Li, Y. (2015). There are lots of big fish in this pond: The role of peer overqualification on task significance, perceived fit, and performance for overqualified employees. *The Journal of Applied Psychology, 100*(4), 1228-1238. <https://doi.org/10.1037/apl0000008>
- Liu, S., Luksyte, A., Zhou, L., Shi, J., & Wang, M. (2015). Overqualification and counterproductive work behaviors: Examining a moderated mediation model. *Journal of Organizational Behavior, 36*(2), 250-271. <https://doi.org/10.1002/job.1979>

- Liu, S., & Wang, M. (2012). Perceived Overqualification: A Review and Recommendations for Research and Practice. İçinde P. L. Perrewé, J. R. B. Halbesleben, & C. C. Rosen (Ed.), *The Role of the Economic Crisis on Occupational Stress and Well Being* (ss. 1-42). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S1479-3555\(2012\)0000010005](https://doi.org/10.1108/S1479-3555(2012)0000010005)
- Luksyte, A., & Spitzmueller, C. (2016). When are overqualified employees creative? It depends on contextual factors. *Journal of Organizational Behavior*, 37(5), 635-653. <https://doi.org/10.1002/job.2054>
- Maynard, D. C., Joseph, T. A., & Maynard, A. M. (2006). Underemployment, job attitudes, and turnover intentions. *Journal of Organizational Behavior*, 27(4), 509-536. <https://doi.org/10.1002/job.389>
- Nair, N., & Vohra, N. (2009). Developing a New Measure of Work Alienation. *Journal of Workplace Rights*, 14(3), 293-309. <https://doi.org/10.2190/WR.14.3.c>
- Parker, S. K. (1998). Enhancing role breadth self-efficacy: The roles of job enrichment and other organizational interventions. *Journal of Applied Psychology*, 83(6), 835-852. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.83.6.835>
- Pettigrew, T. F. (2016). In Pursuit of Three Theories: Authoritarianism, Relative Deprivation, and Intergroup Contact. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 1-21. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033327>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879-891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Ren, H., Bolino, M. C., Shaffer, M. A., & Kraimer, M. L. (2013). The influence of job demands and resources on repatriate career satisfaction: A relative deprivation perspective. *Journal of World Business*, 48(1), 149-159. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2012.06.015>
- Ruderman, M. N., Ohlott, P. J., Panzer, K., & King, S. N. (2002). Benefits of Multiple Roles for Managerial Women. *Academy of Management Journal*, 45(2), 369-386. <https://doi.org/10.5465/3069352>
- Shantz, A., Alfes, K., Bailey, C., & Soane, E. (2015). Drivers and Outcomes of Work Alienation: Reviving a Concept. *Journal of Management Inquiry*, 24(4), 382-393. <https://doi.org/10.1177/1056492615573325>
- Smith, H. J., Pettigrew, T. F., Pippin, G. M., & Bialosiewicz, S. (2012). Relative Deprivation: A Theoretical and Meta-Analytic Review. *Personality and Social Psychology Review*, 16(3), 203-232. <https://doi.org/10.1177/1088868311430825>
- Sonnentag, S., Binnewies, C., & Mojza, E. J. (2008). "Did you have a nice evening?" A day-level study on recovery experiences, sleep, and affect. *Journal of Applied Psychology*, 93(3), 674-684. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.3.674>
- Sonnentag, S., & Fritz, C. (2007). The Recovery Experience Questionnaire: Development and validation of a measure for assessing recuperation and unwinding from work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12(3), 204-221. <https://doi.org/10.1037/1076-8998.12.3.204>
- Sonnentag, S., & Natter, E. (2004). Flight attendants' daily recovery from work: Is there no place like home? *International Journal of Stress Management*, 11(4), 366-391. <https://doi.org/10.1037/1072-5245.11.4.366>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (Seventh edition). New York, NY: Pearson.
- Thompson, C. G., Kim, R. S., Aloe, A. M., & Becker, B. J. (2017). Extracting the Variance Inflation Factor and Other Multicollinearity Diagnostics from Typical Regression Results. *Basic and Applied Social Psychology*, 39(2), 81-90. <https://doi.org/10.1080/01973533.2016.1277529>
- Vaisey, S. (2006). Education and its Discontents: Overqualification in America, 1972–2002. *Social Forces*, 85(2), 835-864. <https://doi.org/10.1353/sof.2007.0028>
- Vinayak, R., Bhatnagar, J., & Agarwal, M. N. (2021). When and how does perceived overqualification lead to turnover intention? A moderated mediation model. *Evidence-based HRM: a Global Forum for Empirical Scholarship*, 9(4), 374-390. <https://doi.org/10.1108/EBHRM-09-2020-0123>
- Walker, I., & Pettigrew, T. F. (1984). Relative deprivation theory: An overview and conceptual critique. *British Journal of Social Psychology*, 23(4), 301-310. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1984.tb00645.x>
- Wassermann, M., Fujishiro, K., & Hoppe, A. (2017). The effect of perceived overqualification on job satisfaction and career satisfaction among immigrants: Does host national identity matter? *International Journal of Intercultural Relations*, 61, 77-87. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2017.09.001>

- Yu, H., Yang, F., Wang, T., Sun, J., & Hu, W. (2021). How perceived overqualification relates to work alienation and emotional exhaustion: The moderating role of LMX. *Current Psychology*, 40(12), 6067-6075. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00538-w>
- Zhao, L., Zhao, S., Zeng, H., & Bai, J. (2021). To share or not to share? A moderated mediation model of the relationship between perceived overqualification and knowledge sharing. *Baltic Journal of Management*, 16(5), 681-698. <https://doi.org/10.1108/BJM-01-2021-0006>
- Zinbarg, R. E., Revelle, W., Yovel, I., & Li, W. (2005). Cronbach's α , Revelle's β , and McDonald's ω^2 : their relations with each other and two alternative conceptualizations of reliability. *Psychometrika*, 70(1), 123-133. <https://doi.org/10.1007/s11336-003-0974-7>

Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Modeli ile Lojistik Firmalarının Performanslarının Ölçümü¹

Measuring The Performance of Logistics Firms with an Integrated Multi-Criteria Decision Making Model

Duygu Alaca², Alptekin Ulutaş³

Öz

İşletmeler sürekli olarak performanslarını analiz ederek hedeflerine ulaşip ulaşmadıklarını kontrol edebilirler. ÇKKV yöntemleri performans analizinde kullanılan yöntemlerden biridir. Kriter ağırlıklarını belirlemek için genelde iki tip ÇKKV yöntemi kullanılmaktadır. Bunlar sübjektif ve objektif ağırlıklandırma yöntemleridir. Bu çalışmada kriter ağırlıklarının bulunmasında SWARA (sübjektif) ve Entropi (objektif) yöntemleri kullanılmıştır. Şirketlerin sıralamasının yapılması için CODAS yöntemi önerilmiştir. Bu makalede Fortune 500 Türkiye internet sitesinde bulunan sekiz lojistik firması SWARA, Entropi ve CODAS yöntemlerinden oluşan bir ÇKKV modeli ile değerlendirilmiştir. Bu çalışmanın amacı hem sübjektif hem de objektif ağırlıklandırma yöntemlerini içeren güçlü bir bütünleşik ÇKKV modeli ile lojistik firmalarının performanslarını ölçmektir. SWARA yönteminin sonuçlarına göre VÖK/NS kriteri en önemli kriter olarak bulunurken Entropi metodunun sonuçlarına göre FVÖKD kriteri en önemli kriter olarak bulunmuştur. CODAS yönteminin sonuçlarına göre A7 kodlu lojistik firması en iyi performansa haiz olan firma olarak belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada ROV, OCRA, TOPSIS, VIKOR ve COPRAS yöntemlerinin sonuçları ile CODAS yönteminin sonuçları karşılaştırılmış ve CODAS yönteminin doğru sonuçlara ulaştığı ispatlanmıştır. Literatürde objektif ve sübjektif kriter ağırlıklarını birleştirerek kullanan çalışmalar bulunmaktadır. Lojistik firmalarının performansının değerlendirilmesinde hem objektif hem de sübjektif ağırlıklandırma yöntemlerini birlikte kullanan çalışma sayısı azdır bundan dolayı bu çalışma özgündür.

Anahtar Kelimeler: SWARA, Entropi, CODAS, Performans Değerlendirme.

Abstract

Businesses can check whether they reach their goals by constantly analyzing their performance. MCDM methods are one of the methods used in performance analysis. Two types of MCDM methods are generally used to determine criteria weights. These are subjective and objective weighting methods. In this study, SWARA (subjective) and Entropy (objective) methods were used to find criteria weights. The CODAS method has been proposed to rank the companies. In this article, eight logistics companies on the Fortune 500 Turkey website were evaluated with a MCDM model consisting of SWARA, Entropy and CODAS methods. The aim of this study is to measure the performance of logistics companies with a robust integrated MCDM model including both subjective and objective weighting methods. According to the results of the SWARA method, the BI/NS criterion was found to be the most important criterion, while according to the results of the Entropy method, the EBITDA criterion was found to be the most important criterion. According to the results of the CODAS method, the logistics company with the code A7 was determined as the company with the best performance. In addition, the results of the ROV, OCRA, TOPSIS, VIKOR and COPRAS methods were compared with the results of the CODAS method and it was proven that the CODAS method achieved correct results. There are studies in the literature that combine objective and subjective weights of criteria. The number of studies that use both objective and subjective weighting methods together in the evaluation of the performance of logistics companies is few, so this study is unique.

Keywords: SWARA, Entropy, CODAS, Performance Evaluation.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M10, C00, C02.

Submitted: 10 / 03 / 2022

Accepted: 25 / 09 / 2022

¹Bu çalışma, birinci yazarın 2021 yılında Doç. Dr. Alptekin Ulutaş'ın danışmanlığında Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Uluslararası Ticaret ve Lojistik Anabilim Dalı'nda yürüttüğü "Bütünleşik Çok Kriterli Karar Verme Modeli ile Lojistik Firmalarının Performans Ölçümü" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

²Yüksek Lisans Mezunlu, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, duygucecik028@gmail.com, Sivas, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5038-7640>

³Doç. Dr., Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, aulutas@cumhuriyet.edu.tr, Sivas, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8130-1301>

Giriş

İşletmelerin performans hedefleri işletmelerde bulunan yöneticiler tarafından tayin edilmekle birlikte bu performans hedeflerinin her sene artması da yöneticiler tarafından beklenmektedir. İşletmeler sürekli olarak performanslarını değerlendirerek hedeflerini elde etmek için gerekli stratejiler üretebilirler. Birçok kriter işletmelerin performansına etki etmektedir. İşletmelerin performansına etki eden kriterlerden bazıları şu şekilde sıralanabilir; Net Satış, Çalışan Sayısı, Öz Kaynak ve İhracat Miktarı vb.

Performansa etki eden birçok faktörün olmasından dolayı işletmeler detaylı bir performans analizi yapmak zorunda kalmaktadırlar. Bundan dolayı işletmeler çeşitli ekonometrik veya matematiksel yöntemler ile performanslarını detaylı olarak analiz edebilirler. Performans analizinde kullanılan tekniklerden biri de ÇKKV (Çok Kriterli Karar Verme) yöntemleridir. Bu yöntemler, karar verme ile ilgili birçok problemin çözümünde etkin olarak kullanılabilir. Lojistik firmalarının performans değerlendirmesi de bir karar verme sorunu olarak değerlendirilebilir. Dolayısıyla bu problemin çözümünde de ÇKKV yöntemleri kullanılabilir.

Genel olarak ÇKKV yöntemlerinin başlangıcında öncelikle kriterler ve alternatifler belirlenir. Ardından kriterlerin ağırlıklarını elde etmek için AHP, SWARA, ANP, BWM, FUCOM, Entropi, CRITIC ve SD gibi yöntemler kullanılır. Kriter ağırlıklarının elde edilmesinden sonra VIKOR, TOPSIS, MOORA, EDAS ve WEDBA gibi yöntemler ile alternatifler sıralanır. Kriter ağırlıklarının bulunmasında bazı yöntemler uzman görüşlerinden faydalanırken bazı yöntemler ise uzman görüşüne ihtiyaç duymadan tamamen karar matrisinde yer alan verilerden hareketle kriter ağırlıklarını elde etmektedir. Uzman görüşünden kriterlerin ağırlıklarını hesaplayan yöntemlere subjektif ağırlıklandırma yöntemleri denilebilir. Bu yöntemler AHP, SWARA, ANP, BWM ve FUCOM yöntemleri ile örneklendirilebilir. Karar matrisinden kriter ağırlığı elde eden yöntemlere ise objektif ağırlıklandırma yöntemleri denilebilir. Bu yöntemler ise Entropi, CRITIC ve SD gibi yöntemler ile örneklendirilebilir. Bu çalışmada hem subjektif ağırlıklandırma yöntemi (SWARA) hem de objektif ağırlıklandırma yöntemi (Entropi) kullanılmıştır ve bu iki yöntemin sonuçları birleştirilerek her bir kritere ait bütünlük ağırlıklar bulunmuştur.

Bu çalışmada lojistik firmalarının performansları değerlendirilmiştir. Lojistik firmaları ile ilgili veriler "Fortune 500 Türkiye" internet sayfasından alınmıştır. Çalışmada performansları değerlendirilen lojistik firmaları bahsedilen internet sitesinde "Depolama, taşımacılık ve lojistik hizmetleri" başlığı altında toplanmıştır. Bu başlık altında bulunan 8 adet lojistik firmasının ve bu firmaların 2020 yılında yayınlanmış 2019 yılına ait verileri bu çalışmada kullanılmıştır.

Bu makalede Entropi, SWARA ve CODAS yöntemlerinden müteşekkil bir bütünlük ÇKKV modeli kullanılmıştır. Shannon 1948 senesinde Entropi kavramını rastgele değişkenlerle ilişkili belirsizliğin bir ölçüsü olarak tanımlamış olup kesikli olasılık dağılımı ile izah etmiştir (Zhang vd., 2011; Arsu, 2021). Ayrıca bu kavram bilginin içindeki belirsizliği ölçmek için de kullanılır (Ulutaş, 2018). Bu sebeplerden ötürü bu çalışmada objektif ağırlıklandırma yöntemi olarak Entropi yöntemi kullanılmıştır. SWARA yöntemi, AHP yöntemine göre daha az ikili karşılaştırma ile kriter ağırlıklarının bulunmasını sağlamaktadır (Stanujkic vd., 2015). Ayrıca BWM sadece 9 kritere kadar değerlendirmeye izin vermektedir çünkü tutarlılık indeksi değeri 9 kritere kadar gösterilmektedir (Rezaei, 2015). SWARA yöntemi bu nedenlerle bu çalışmada tercih edilmiştir. CODAS yöntemi TOPSIS ve VIKOR yöntemlerinden farklı olarak iki farklı uzaklık (Öklidyen ve Taxicab) ölçümünü dikkate almaktadır. Bu açıdan daha titiz sonuçlara ulaştığı söylenebilir. Bundan dolayı bu çalışmada CODAS yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle uzman görüşleri alınarak SWARA yöntemi ile kriterlerin subjektif ağırlıkları bulunmuştur. Ardından, "Fortune 500 Türkiye" internet sitesinden alınmış verilere Entropi yöntemi uygulanarak kriterlerin objektif ağırlıkları bulunmuştur. Bulunan iki tür kriter ağırlıkları birleştirilmiş ve her bir kritere ait birleşik ağırlıklar elde edilmiştir. Ardından bahsedilen internet sitesinden alınan verilere CODAS yöntemi uygulanmış ve lojistik firmalarının sıralaması elde edilmiştir.

Bu çalışma literatüre katkı sunmaktadır. Literatürde objektif ve subjektif kriter ağırlıklarını birleştirerek kullanan çalışmalar bulunmaktadır (Ulutaş ve Karaköy, 2019b; Işık, 2021; Işık, 2022; Çakalı, 2022). Bu çalışmalarda CRITIC-SWARA (Ulutaş ve Karaköy, 2019b), AHP-CRITIC (Işık, 2021), Gri Entropi-FUCOM (Işık, 2022), Entropi-SWARA (Çakalı, 2022) yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Lojistik firmalarının performansının değerlendirilmesinde hem objektif hem de subjektif ağırlıklandırma yöntemlerini birlikte kullanan çalışma sayısı azdır (Işık, 2022). Bundan dolayı bu çalışma özgündür.

Çalışmanın bundan sonraki kısmı şu şekilde düzenlenmiştir. İlk bölümde lojistik firmalarının performansı ile ilgili çalışmalar ve önerilen yöntemler ile ilgili yapılmış çalışmalar bu bölümde incelenmiştir. İkinci bölümde önerilen yöntemlerin metodolojileri gösterilmiştir. Üçüncü bölümde çalışmanın bulguları sunulmuştur. Son bölümde ise çalışmanın genel sonuçları ve gelecek çalışmalar için öneriler sunulmuştur.

1. Literatür Taraması

Lojistik performans değerlendirmesi üzerine yapılmış olan bu çalışmada, performans değerlendirmesi alanında ve çalışmada kullanılmış olan ÇKKV yöntemleri ile alakalı detaylı bir literatür analizi düzenlenmiştir. Bu bağlamda yapılmış olan araştırmalara aşağıda sırasıyla yer verilmiştir.

Lojistik performans değerlendirmesi ile alakalı yayınlar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Lojistik Performans Değerlendirmesi ile İlgili Literatür İncelemesi

| Yazarlar | Yıl | Yöntemler | Problem |
|----------------------|-------|--|---|
| Min ve Joo | 2006 | Veri Zarflama Analizi (VZA) | 3PL firmalarının performans ölçümü |
| Çakır ve Perçin | 2013 | TOPSI, CRITIC, VIKOR, Borda Sayım ve SAW | Fortune 500 listesinde bulunan lojistik firmaları için performans değerlendirmesi |
| Gergin ve Baki | 2015 | AHP ve TOPSIS | Türkiye'deki bölgelerin lojistik performanslarına göre değerlendirilmesi |
| Özceylan vd. | 2016 | Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS), AHP, ANP ve TOPSIS | Türkiye'deki 81 ilin lojistik performanslarının değerlendirilmesi |
| Ayaydın vd. | 2017 | Gri İlişkisel Analiz (GIA) | Fortune 500 listesinde bulunan lojistik firmaları için performans değerlendirmesi |
| Başdeğirmen ve Tunca | 2017 | GIA | Finansal performans değerlendirmesi |
| Özbek | 2018 | SWARA, COPRAS, GIA ve TOPSIS | Fortune 500 listesinde bulunan lojistik firmaları için performans değerlendirmesi |
| Özbek ve Demirkol | 2018 | SWARA ve GIA | Fortune 500 listesindeki lojistik firmaları için performans değerlendirmesi |
| Korucuk vd. | 2018 | DEMATEL ve GIA | Lojistik performans değerlendirmesi |
| Candan | 2019 | GIA ve Bulanık AHP | OECD üyesi bazı ülkeler için lojistik performansların ölçülmesi |
| Deste ve Şimşek | 2019 | Entropi ve TOPSIS | Hava yolu taşımacılığı sektöründe faaliyet gösteren firmaların performanslarının değerlendirilmesi |
| Görçün | 2019 | Entropi ve EATWOS | Orta Asya Türk Cumhuriyetleri'nin taşımacılık ve lojistik faaliyetlerindeki performanslarının değerlendirilmesi |
| Oğuz vd. | 2019 | TOPSIS | Bazı Asya ülkelerinin lojistik performanslarının değerlendirilmesi |
| Orhan | 2019 | Entropi ve EDAS | Lojistik performans değerlendirmesi |
| Tufan ve Kılıç | 2019 | TOPSIS ve VIKOR | BIST'te faaliyette bulunan lojistik firmalarının finansal performans değerlendirmesi |
| Ulutaş ve Karaköy | 2019a | ROV ve CRITIC | Fortune 500 listesinde bulunan bir kargo şirketi için performans değerlendirmesi |
| Işık vd. | 2020 | SV ve MABAC | Lojistik performans değerlendirmesi |
| Ersoy ve Tehci | 2020 | VZA | Fortune 500 listesinde bulunan lojistik firmaları için performans değerlendirmesi |
| Yalçın ve Ayvaz | 2020 | Bulanık TOPSIS ve Bulanık AHP | Lojistik performans değerlendirmesi |
| Altıntaş | 2021 | CRITIC, WASPAS ve COPRAS | AB ülkelerinin lojistik performanslarının değerlendirilmesi |
| Akandere | 2021 | Entropi ve TOPSIS | Kuşak Yol ülkelerinin lojistik ve çevresel performanslarının değerlendirilmesi |
| Işık | 2022 | Gri Entropi, FUCOM ve EDAS-M | Türk lojistik firmalarının performansının ölçülmesi |

Entropi metodu, bir objektif ağırlıklandırma yöntemidir. Bu yöntem birçok problemin çözümünde sıklıkla kullanılmaktadır. Entropi yöntemi ile ilgili yapılmış olan çalışmalara Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2. Entropi Yöntemi ile Alakalı Literatür İncelemesi

| Yazarlar | Yıl | Yöntemler | Problem |
|---------------|------|--------------------------------|--|
| Liu ve Zhang | 2011 | Entropi ve ELECTRE-III | Tedarikçi seçimi |
| Shemshadi vd. | 2011 | Entropi ve Bulanık VIKOR | Tedarikçi seçimi |
| Özgel vd. | 2012 | Entropi ve Uzlaşık Programlama | Kurumsal sürdürülebilirlik performans ölçümü |

| | | | |
|----------------------|------|---|--|
| Chen vd. | 2015 | Entropi | Çin'de yoksulluğun azaltılması için bir etki analizi |
| Chen vd. | 2015 | Entropi ve AHP | Yeraltı sularının sürdürülebilirliği analizi |
| Hsu | 2015 | VZA, GİA, VIKOR ve Entropi | Tayvan'da yer alan yarı iletken şirketlerin verimlilik ve performanslarının değerlendirilmesi |
| Ömürbek vd. | 2016 | Entropi, SAW ve MAUT | BIST'te işlem gören otomotiv firmalarının performans değerlendirilmesi |
| Tunca vd. | 2016 | Entropi ve MAUT | OPEC üyesi ülkelerin performans değerlendirilmesi |
| Yavuz | 2016 | Delphi, Entropi ve PROMETHEE | Hatay'da mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmaların coğrafi pazar değerlendirilmesi |
| Çatı vd. | 2017 | Entropi ve TOPSIS | Futbol takımlarının sportif ve finansal etkinliklerinin değerlendirilmesi |
| Orakçı ve Özdemir | 2017 | Gri İlişkisel Analiz, MOORA, Entropi ve CRITIC | İnsani gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesine dayalı bir değerlendirme |
| Ömürbek ve Karataş | 2018 | Entropi, MAUT ve SAW | Girişimci ve yenilikçi üniversitelerin performans değerlendirilmesi |
| Akgül | 2019 | Entropi, SAW, MAUT ve ARAS | Bankaların finansal performans analizi |
| Akın | 2019 | Entropi, ROV ve CRITIC | Makine seçimi |
| Topak ve Çanakçıoğlu | 2019 | Entropi ve COPRAS | Türkiye'de faaliyette bulunan mevduat bankalarının performans değerlendirilmesi |
| Acer vd. | 2020 | Entropi ve COPRAS | Bireysel emeklilik şirketlerinin performans değerlendirilmesi |
| Çanakçıoğlu | 2020 | Entropi, WASPAS ve Borda Sayım | BIST'te işlem gören ve Ana Metal alanında faaliyette bulunan firmaların performans değerlendirilmesi |
| Parlar ve Palancı | 2020 | CRITIC, MAUT, Entropi, SAW, TOPSIS, ARAS ve Borda Sayım | Dünya üniversitelerinin performanslarının değerlendirilmesi |
| Arzu | 2021 | Entropi ve ARAS | Enerji sektöründe faaliyet gösteren firmaların finansal performans analizi |
| Topal | 2021 | Entropi ve CoCoSo | Elektrik üretim şirketlerinin finansal performans değerlendirilmesi |

SWARA yöntemi, Entropi yönteminin aksine subjektif ağırlıklandırma yöntemidir. Tablo 3'te SWARA yöntemine ait literatür incelemesi yapılmıştır.

Tablo 3. SWARA Yöntemi ile Alakalı Literatür İncelemesi

| Yazarlar | Yıl | Yöntemler | Problem |
|---------------------|------|-----------------|--|
| Zolfani vd. | 2013 | SWARA | Ürün dizaynı |
| Nezhad vd. | 2015 | SWARA ve WASPAS | Nanoteknoloji endüstrisinde öncelik planlaması |
| Nakhaei vd. | 2016 | SWARA ve COPRAS | Yer altı sığınaklarının ışıklandırılmasında en uygun alternatif seçimi |
| Juodagalviene vd. | 2017 | EDAS ve SWARA | Konut planı değerlendirilmesi |
| Adalı ve Işık | 2017 | SWARA ve WASPAS | Tedarikçi seçimi |
| Urosevic vd. | 2017 | SWARA ve WASPAS | Personel seçimi |
| Ayçin | 2018 | COPRAS ve SWARA | Veri tabanı yönetim sistemi seçimi |
| Ayyıldız ve Demirci | 2018 | SWARA ve TOPSIS | Türkiye'de bulunan 81 ilin yaşam kalitelerine göre değerlendirilmesi |
| Dahooie vd. | 2018 | SWARA ve ARAS-G | Personel seçimi |
| Çakır | 2018 | EDAS ve SWARA | Fitness merkezlerinin performans değerlendirilmesi |
| Radović ve Stević | 2018 | SWARA | Ulaştırma sektöründe kritik performans göstergelerinin analizi |
| Toklu vd. | 2018 | SWARA ve WASPAS | Tedarikçi seçimi |
| Özdağoğlu ve Keleş | 2019 | SWARA ve GİA | BIST'te işlemde olup sınıai sektörde faaliyet gösteren firmaların performans değerlendirilmesi |
| Aydın ve Şenkayas | 2019 | SWARA | 3PL firma seçimi |
| Bakır | 2019 | SWARA ve MABAC | Havayolu işletmelerinde performans değerlendirilmesi |
| Durmaz ve Gencer | 2019 | SMAA-2 ve SWARA | Tedarikçi seçimi |
| Gümüş vd. | 2019 | SWARA ve ARAS | BIST'te işlem gören ve inşaat sektöründe faaliyette bulunan firmaların finansal performans analizi |
| Yücenur vd. | 2019 | SWARA ve COPRAS | Trüf mantarı yetiştirilmesi için yer seçimi |
| Delice vd. | 2020 | SWARA ve WASPAS | Ofis ortamında risk değerlendirilmesi |

| | | | |
|----------------|------|---------------------------------|--|
| Elmas ve Özkan | 2021 | SWARA ve OCRA | BİST'te işlem gören Ulaştırma ve Depolama alanında faaliyette bulunan işletmelerin finansal performans analizi |
| Özdağoğlu vd. | 2021 | Bulanık MARCOS ve Bulanık SWARA | Kabin Memuru Seçimi |

CODAS yöntemi, Ghorabae ve arkadaşlarının 2016 yılında alternatif sıralamaları yapabilmek için literatüre kazandırmış oldukları bir ÇKKV yöntemidir (Ghorabae vd., 2016). Bu yöntem bu çalışmada kullanılan diğer yöntemlere oranla daha az sayıda çalışmada yer almıştır ve kapsamlı literatür incelemesine Tablo 4'te yer verilmiştir.

Tablo 4. CODAS Yöntemi ile Alakalı Literatür İncelemesi

| Yazarlar | Yıl | Yöntemler | Problem |
|-----------------------|------|---|--|
| Ghorabae vd. | 2016 | CODAS | Endüstriyel robot seçimi ve çalışma ofisinin mikro iklimlendirmesi |
| Ghorabae vd. | 2017 | Bulanık CODAS | Pazar bölümü analizi |
| Badi vd. | 2017 | CODAS | Tedarikçi seçimi |
| Panchal vd. | 2017 | Bulanık AHP ve Bulanık CODAS | Bakım stratejisi değerlendirilmesi |
| Ayyıldız ve Yalçın | 2018 | ENTROPİ ve CODAS | Türkiye'de bulunan lojistik dostu illerin seçimi |
| Bakır ve Alptekin | 2018 | CODAS | Havayolu taşımacılığında hizmet kalitesi değerlendirilmesi |
| Boltürk | 2018 | Bulanık CODAS | Tedarikçi seçimi |
| Tuş ve Adalı | 2018 | CRITIC, CODAS ve PSI | Personel seçimi |
| Ayçin ve Arsu | 2019 | Entropi ve CODAS | TR'de bulunan Yenilenebilir Enerji Kaynakları potansiyel bölgelerinden Düzey 1 için performans değerlendirilmesi |
| Laha ve Biswas | 2019 | Entropi ve CODAS | Bankaların finansal performans analizi |
| Yalçın ve Pehlivan | 2019 | Kararsız Bulanık Dösel Terim Kümesi (HFLT) ve Bulanık CODAS | Mavi yakalı personel seçimi |
| Yeni ve Özçelik | 2019 | Bulanık CODAS | Personel seçimi |
| Ulutaş | 2020 | SWARA ve CODAS | Kargo şirketi seçimi |
| Alioğulları ve Tüysüz | 2020 | Entropi, EDAS ve CODAS | İstanbul ili için dış ticaret hacmi analizi |
| Karagöz vd. | 2020 | Sezgisel Bulanık CODAS | Yer seçimi |
| Katranç ve Kundakçı | 2020 | Bulanık CODAS | Kripto para yatırım alternatifleri analizi |
| Saygın ve Kundakçı | 2020 | SWARA, WASPAS ve CODAS | OECD üyesi 36 ülkenin sağlık göstergeleri bakımından performanslarının analizi |
| Çınaroğlu | 2021 | CODAS, ROV ve CRITIC | Avrupa Birliği üye ülkelerinin yaşam kalitesi değerlendirilmesi |

Tablo 2, 3 ve 4'ten anlaşılacağı üzere bu çalışmada kullanılan yöntemler daha önce az sayıda çalışmada bir araya gelmiştir. Bundan dolayı bu çalışma özgündür. Ayrıca lojistik firmalarının performansının değerlendirilmesinde hem objektif hem de subjektif ağırlıklandırma yöntemlerini birlikte kullanan çalışma sayısı azdır (Işık, 2022). Bundan dolayı bu çalışma orijinaldir.

2. Metodoloji

Bu çalışmada Fortune 500 Türkiye listesinde sıralamaya girmiş olan lojistik firmalarının performanslarının ilgili internet sitesinden alınan veriler yardımıyla detaylı analizleri yapılmıştır. Değerlendirmeye konu ÇKKV yöntemlerine ve bu yöntemlerin metodolojik süreçlerine aşağıda sıralı başlıklar halinde yer verilmiştir.

2.1. SWARA Yöntemi

SWARA metodu, 2010 yılında Keršulienė ve arkadaşları tarafından literatüre dâhil edilmiştir. Bu yöntem işlem adımının az olması ve işlemlerin kolay yapılabilmesinden dolayı son zamanlarda sıkça kullanılmaktadır. Yöntemde öncelikle kriterler önemliden önemsiz doğru sıralanır ve oylama yapılarak önemsiz kriterler bertaraf edilir (Yurdoğlu ve Kundakçı, 2017). Kalan kriterlere ait önem ağırlıkları elde edilirken her bir karar vericinin kendisine ait oluşturduğu sıralama göz önünde bulundurulur (Keršulienė vd., 2010; Yurdoğlu ve Kundakçı, 2017). Bu yöntem, uzman görüşlerine dayalı olup kriter ağırlıklarının belirlenmesinde kullanılır (Keršulienė vd., 2010). SWARA metodunun uygulama adımları aşağıda sıralanmıştır (Keršulienė vd., 2010; Gümüş vd., 2019).

Adım 1: Kriterlerin önem sıralamalarının yapılması.

Uzmanlar kriterleri şahsi görüşlerine bağlı olarak önem sırasına göre en önemliden en önemsiz doğru sıralarlar.

Adım 2: Kriterlerin görelî önem derecelendirmesinin yapılması.

Uzmanlar ikinci kriterden başlayarak tüm kriterler için görelî önem seviyelerini belirlerler. Öncelikle j kriteri ile $j - 1$. kriter kıyaslanır. Yani j kriterinin $j - 1$ kriterden ne kadar önemli olduğu belirlenmiş olur. Bulunan bu değeri (s_j), "Ortalama Değeri Karşılaştırmalı Önemi" olarak adlandırılır (Kerşulienė vd., 2010). SWARA yönteminde normalde s_j değeri 0,01 ve bu değerin 5 katları kullanılmaktadır. Uzmanların değerlendirme yapmasını kolaylaştırmak için bu çalışmada Tablo 5'te sunulan s_j değerleri kullanılmıştır.

Tablo 5. s_j Değeri

| Dil Puanları | s_j |
|-------------------------|-------|
| Çok Çok Az Önemli | 0,25 |
| Çok Az Önemli | 0,34 |
| Orta Seviyede Az Önemli | 0,52 |
| Az Önemli | 0,89 |
| Eşit Önemli | 1 |

Kaynak: Karaca ve Ulutaş (2017)'den uyarlanmıştır.

Adım 3: p_j katsayısının hesaplanması. Bu katsayının hesaplanması Eşitlik 1'de gösterilmiştir.

$$p_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ s_j + 1 & j > 1 \end{cases} \quad (1)$$

Adım 4: q_j değerinin hesaplanması. Aşağıdaki eşitlik ile bu değeri bulunur.

$$q_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ \frac{q_{j-1}}{p_j} & j > 1 \end{cases} \quad (2)$$

Adım 5: Kriterlerin sübjektif ağırlıklarının (w_{js}) belirlenmesi. Eşitlik 3 ile sübjektif ağırlıklar bulunur.

$$w_{js} = \frac{q_j}{\sum_{j=1}^n q_j} \quad (3)$$

2.2. Entropi Yöntemi

Entropi kavramı Shannon tarafından bilgi enformasyonuna uygulanmıştır (Shannon,1948). Bilgi entropisi bir sistemin düzensizlik seviyesini ölçmektedir ve elde edilen verilerle faydalı bilgi miktarı değerlendirilir (Işık ve Adalı, 2017). Aynı gösterge üzerinde yer alan nesnelere arasındaki değeri farkının yüksek olması entropinin küçük olmasına ve bu göstergenin daha faydalı bilgiler sağladığını göstermektedir. Diğer taraftan değeri farkının küçük olması ile entropi, değeri yüksek olur ve görelî ağırlık değerleri daha küçük olur. Bunlardan dolayı Entropi yöntemi kriterlerin ağırlıklandırılmasında kullanılan bir yöntem olup, bir objektif ağırlıklandırma yöntemidir (Zou vd., 2006). Bu yöntemin adımları aşağıda özetlenmiştir (Ömürbek ve Karataş, 2018).

Adım 1: Karar matrisinin (D) düzenlenmesi. Eşitlik 4, bu matrisi sunmaktadır.

$$D = [d_{ij}]_{m \times n} = \begin{bmatrix} d_{11} & \dots & d_{1n} \\ \vdots & \ddots & \vdots \\ d_{m1} & \dots & d_{mn} \end{bmatrix} \quad (4)$$

Eşitlik 4'te gösterilen d_{ij} değeri i alternatifinin j kriterindeki değerini göstermektedir.

Adım 2: Karar matrisinin standartlaştırılması. Eşitlik 5 ile faydalı kriterler standartlaştırılırken Eşitlik 6 ile faydasız kriterler standartlaştırılır.

$$r_{ij} = \frac{d_{ij}}{\max_j d_{ij}} \quad (5)$$

$$r_{ij} = \frac{\min_j d_{ij}}{d_{ij}} \quad (6)$$

Adım 3: Karar matrisinin normalize edilmesi. Eşitlik 7 ile bu işlem yapılır.

$$t_{ij} = \frac{r_{ij}}{\sum_{i=1}^m r_{ij}} \quad (7)$$

Adım 4: Entropi değerlerinin (H_j) hesaplanması. Eşitlik 8 ile entropi değerleri bulunur.

$$H_j = - \frac{\sum_{i=1}^m t_{ij} \ln(t_{ij})}{\ln(m)} \quad (8)$$

Adım 5: Kriterlerin objektif ağırlıklarının hesaplanması (w_{jo}) hesaplanması.

$$w_{jo} = \frac{1-H_{ij}}{\sum_{j=1}^n (1-H_{ij})} \quad (9)$$

Sübjektif (w_{js}) ve objektif (w_{jo}) ağırlıkların birleştirilmesi aşağıdaki eşitlikle yapılmıştır (Ighravwe ve Babatunde, 2018; Ali vd., 2020).

$$w_{jl} = \partial \times w_{js} + (1 - \partial) \times w_{jo} \quad (10)$$

Eşitlik 10'da gösterilen w_{jl} birleşik ağırlığı göstermektedir ve ∂ değeri bu çalışma için 0,5 alınmıştır.

2.3. CODAS Yöntemi

CODAS yöntemi literatüre 2016 yılında Ghorabae ve meslektaşları tarafından tanıtılmıştır (Ghorabae vd., 2016). Bu yöntemde alternatiflerin negatif ideal çözüme olan uzaklıkları iki ölçü (Taxicab ve Öklidyen) kullanılarak yapılmaktadır (Ghorabae vd., 2016; Ayçin ve Arsu, 2019). Yöntemde birincil ölçüm olarak Öklidyen uzaklık ölçümü kullanılırken alternatiflerin bu uzaklık ölçümü açısından kıyaslanma durumu yok (eşit veya çok yakın değerlere sahip) ise ikincil uzaklık ölçümü olan Taxicab kullanılır (Ghorabae vd., 2016; Ayçin ve Arsu, 2019). CODAS yönteminin adımları aşağıda özetlenmiştir (Ghorabae vd., 2016; Mathew ve Sahu, 2018; Badi vd., 2018).

Adım 1: Karar matrisinin düzenlenmesi. Eşitlik 4'te bu matris gösterilmiştir.

Adım 2: Karar matrisinin normalize yapılması. Eşitlik 11 ile faydalı kriterler ve Eşitlik 12 ile faydasız kriterler normalize yapılır.

$$d'_{ij} = \frac{d_{ij}}{\max_j d_{ij}} \quad (11)$$

$$d'_{ij} = \frac{\min_j d_{ij}}{d_{ij}} \quad (12)$$

Adım 3: Ağırlıklandırılmış normalize karar matrisinin bulunması. Eşitlik 13, bu işlemi göstermektedir.

$$d^*_{ij} = d'_{ij} \times w_{jl} \quad (13)$$

Adım 4: Negatif ideal çözüm (ns_j) bulunur.

$$ns_j = \min (d^*_{ij}) \quad (14)$$

Adım 5: Öklidyen (O_i) ve Taxicab (C_i) uzaklıkları hesaplanması. Eşitlik 15 ve 16 ile bu uzaklıklar hesaplanır.

$$O_i = \sqrt{\sum_{j=1}^n (d^*_{ij} - ns_j)^2} \quad (15)$$

$$C_i = \sum_{j=1}^n |d^*_{ij} - ns_j| \quad (16)$$

Adım 6: Göreceli değerlendirme matrisinin (R_α) elde edilmesi. Eşitlik 17 ve 18 ile bu matris hesaplanır.

$$R_\alpha = [h_{ik}]_{n \times n} \quad (17)$$

$$h_{ik} = (O_i - O_k) + (\rho(O_i - O_k) \times (C_i - C_k)) \quad (18)$$

Eşitlik 18'de gösterilen ρ eşik fonksiyonudur. Bu değer Eşitlik 19 ile hesaplanmaktadır.

$$\rho = \begin{cases} 0 & |x| < \tau \text{ ise} \\ 1 & |x| \geq \tau \text{ ise} \end{cases} \quad (19)$$

Eşitlik 19'da sunulan τ eşik parametresidir ve bu çalışmada 0,02 olarak alınmıştır.

Adım 7: Değerlendirme skorlarının hesaplanması. Eşitlik 20 ile bu değer hesaplanır. Bu skoru en yüksek alternatif en iyi alternatif olarak belirlenir.

$$AS_i = \sum_{k=1}^n h_{ik} \quad (20)$$

3. Bulgular

Bu çalışmada kullanılan veriler Fortune 500 Türkiye internet sitesinden alınmıştır. Bu çalışmada toplam 11 kriter göz önüne alınmıştır (<https://www.fortuneturkey.com/fortune500>). Bu kriterler şunlardır; Net Satış Değişimi (NSD), Net Satış (NS), Faiz ve Vergi Öncesi Kâr Değişimi (FVÖKD), Faiz ve Vergi Öncesi Kâr (FVÖK), Öz Kaynak (ÖK), Aktif Toplam (AT), Vergi Öncesi Kâr /Net Satış (VÖK/NS), Vergi Öncesi Kâr /Öz Kaynak (VÖK/ÖK), Kaldıraç Oranı (KO), Finansman Oranı (FO) ve Çalışan Sayısı (ÇS). Bu kriterlerden sadece ÇS kriteri faydasız kriter olarak değerlendirilmiştir. Belirlenen kriterlerden 7 tanesi literatürden temin edilirken diğer 4 tanesi ise uzmanların görüşlerine binaen alınmıştır. Bu çalışmada 6 uzmanın görüşünden faydalanılmıştır. Bu uzmanlardan 3'ü lojistik alanında çalışan ve 3'ü de finans alanında çalışan akademisyenlerdir. Bu uzmanlardan 2 akademisyen Dr. Öğr. Üyesi olup diğer akademisyenler Doç. Dr. kadrosunda çalışmaktadır. Tablo 6' da kriterler ile ilgili genel bir bilgilendirmeler sunulmuştur.

Tablo 6. Kriterler, Sembolik İfadeleri, Birimleri ve Referanslar

| Semboller | Kriterler | Birimi | Referanslar |
|-----------|--|-------------|-------------------|
| NS | Net Satış: Bir işletmenin brüt satışlarından; satıştan iade, satış iskontoları ve satış indirimlerinin düşülmesinden sonra elde edilen tutardır. | Türk Lirası | Özbek (2018) |
| NSD | Net Satış Değişimi: İşletmelerin yılsonu bilançolarındaki net satışlarının, bir önceki yılsonu bilançosundaki net satışlarına oranla yüzdesel değişimini gösterir. | Yüzde | Özbek (2018) |
| FVÖK | Faiz ve Vergi Öncesi Kâr: İşletmelerin bir bilanço dönemindeki faiz ve vergi öncesi kârını ifade eder. | Türk Lirası | Özbek (2018) |
| FVÖKD | Faiz ve Vergi Öncesi Kâr Değişimi: İşletmelerin bir bilanço döneminde elde ettiği faiz ve vergi öncesi kârının, bir önceki bilanço döneminde elde ettiği faiz ve vergi öncesi kârına kıyasla yüzdesel değişim oranını gösterir. | Yüzde | Özbek (2018) |
| AT | Aktif Toplam: İşletmelerin bir bilanço dönemine ait nakde dönüşebilecek varlıklarının, faaliyetlerinin devamı için yaptığı sabit yatırımlarının ve bir bilanço döneminden daha uzun sürede nakde dönüşebilecek varlıklarının toplamıdır. | Türk Lirası | Özbek (2018) |
| ÖK | Öz Kaynak: İşletme sahiplerinin işletmeye sermaye olarak verdikleri değerler ile işletmenin faaliyetleri sonucu sağlanan ve henüz işletmeden çekilmemiş olan kârlardan oluşan unsurlardır. | Türk Lirası | Özbek (2018) |
| VÖK/NS | Vergi Öncesi Kâr / Net Satış: İşletmelerin bir bilanço döneminde elde ettikleri vergi öncesi kârının aynı bilanço dönemindeki net satışlarına olan yüzdesel oranını ifade eder. | Yüzde | Uzmanların Görüşü |
| VÖK/ÖK | Vergi Öncesi Kâr / Öz Kaynak: İşletmelerin bir bilanço döneminde elde ettikleri vergi öncesi kârının aynı bilanço dönemindeki öz kaynak tutarlarına olan yüzdesel oranını ifade eder. | Yüzde | Uzmanların Görüşü |
| KO | Kaldıraç Oranı: İşletmelerin, varlıklarının yüzde kaçını yabancı kaynaklarla (banka kredileri, devlet tahvilleri vs.) finanse ettiğini gösteren orandır. | Yüzde | Uzmanların Görüşü |
| FO | Finansman Oranı: İşletmelerin sermayelerinin ne kadarının yabancı kaynaklarla ne kadarının öz kaynaklarla karşılandığını gösteren orandır. | Yüzde | Uzmanların Görüşü |
| ÇS | Çalışan Sayısı: İlgili firmanın yıl içinde istihdam ettiği kişi sayısını ifade eder. | Adet | Özbek (2018) |

Fortune 500 internet sayfasından alınan ve çalışmaya konu analizde kullanılacak olan veriler Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7. Fortune 500 Türkiye İnternet Sitesinden Alınan Veriler

| Kriterler | NS | NSD | FVÖK | FVÖKD | AT | |
|---------------|---------------|--------|-------------|--------|---------------|----|
| Alternatifler | | | | | | |
| A1 | 3.341.637.376 | 0,37 | 79.717.128 | -29,87 | 2.813.050.112 | |
| A2 | 1.824.304.256 | 20,99 | 272.300.992 | 51,49 | 1.393.745.024 | |
| A3 | 787.824.768 | 13,06 | 15.852.923 | -2,60 | 189.200.064 | |
| A4 | 774.753.344 | 19,32 | 28.725.712 | -27,15 | 493.151.168 | |
| A5 | 662.132.352 | 22,28 | 257.541.328 | -31,74 | 1.427.043.712 | |
| A6 | 725.925.504 | 12,20 | 110.910.888 | 84,80 | 647.757.440 | |
| A7 | 4.726.777.856 | 130,85 | 438.503.616 | 112,58 | 3.140.357.376 | |
| A8 | 2.523.230.208 | -5,73 | 107.794.192 | -37,41 | 2.378.316.288 | |
| Kriterler | ÖK | VÖK/NS | VÖK/ÖK | KO | FO | ÇS |
| Alternatifler | | | | | | |

| | | | | | | |
|----|-------------|-------|--------|------|------|-------|
| A1 | 468.627.424 | -1,11 | -7,92 | 0,83 | 0,20 | 7827 |
| A2 | 972.661.440 | 13,52 | 25,35 | 0,30 | 2,31 | 1520 |
| A3 | 34.372.872 | 2,01 | 46,12 | 0,82 | 0,22 | 200 |
| A4 | 98.758.808 | -2,19 | -17,15 | 0,80 | 0,25 | 1218 |
| A5 | 63.378.856 | 1,4 | 14,68 | 0,96 | 0,05 | 300 |
| A6 | 115.372.680 | 9,74 | 61,28 | 0,82 | 0,22 | 858 |
| A7 | 456.069.408 | 5,99 | 62,10 | 0,85 | 0,17 | 10000 |
| A8 | 764.727.552 | -1,04 | -3,42 | 0,68 | 0,47 | 1181 |

Tablo 7'den görüleceği üzere bazı değerlerde negatif sayılar bulunmaktadır. Negatif değerler Entropi yönteminin sonuçlarını etkilediğinden dolayı bu değerleri pozitif hale getirmek gerekmektedir. Bundan dolayı NSD kriterindeki her bir değere +6, FVÖKD kriterindeki her bir değere +38, VÖK/NS kriterindeki her bir değere +3 ve VÖK/ÖK kriterindeki her bir değere ise +18 eklenir. Ayrıca KO değeri her bir alternatif için 0,50'nin altında olması gerekmektedir. Bu şartı sadece A2 alternatifi sağlamaktadır. Bu alternatifi KO kriterindeki değeri 2 olarak alınırken diğer alternatifler için bu değer 1 olarak alınır. Aynı şekilde FO değeri her bir alternatif için 1'in üstünde olması gerekmektedir. Bu şartı yine sadece A2 alternatifi sağlamaktadır. Bu alternatifi FO kriterindeki değeri 2 olarak alınırken diğer alternatifler için bu değer 1 olarak alınır. Bahsedilen hesaplamalar yapıldıktan sonra karar matrisi oluşturulmuş olur. Tablo 8, bu matrisi sunmaktadır.

Tablo 8. Karar Matrisi

| Kriterler / Alternatifler | NS | NSD | FVÖK | FVÖKD | AT | |
|---------------------------|---------------|--------|-------------|--------|---------------|-------|
| A1 | 3.341.637.376 | 6,37 | 79.717.128 | 8,13 | 2.813.050.112 | |
| A2 | 1.824.304.256 | 26,99 | 272.300.992 | 86,49 | 1.393.745.024 | |
| A3 | 787.824.768 | 19,06 | 15.852.923 | 35,40 | 189.200.064 | |
| A4 | 774.753.344 | 25,32 | 28.725.712 | 10,85 | 493.151.168 | |
| A5 | 662.132.352 | 28,28 | 257.541.328 | 6,26 | 1.427.043.712 | |
| A6 | 725.925.504 | 18,20 | 110.910.888 | 122,80 | 647.757.440 | |
| A7 | 4.726.777.856 | 136,85 | 438.503.616 | 150,58 | 3.140.357.376 | |
| A8 | 2.523.230.208 | 0,27 | 107.794.192 | 0,59 | 2.378.316.288 | |
| Kriterler / Alternatifler | ÖK | VÖK/NS | VÖK/ÖK | KO | FO | ÇS |
| A1 | 468.627.424 | 1,89 | 10,08 | 1,00 | 1,00 | 7827 |
| A2 | 972.661.440 | 16,52 | 43,35 | 2,00 | 2,00 | 1520 |
| A3 | 34.372.872 | 5,01 | 64,12 | 1,00 | 1,00 | 200 |
| A4 | 98.758.808 | 0,81 | 0,85 | 1,00 | 1,00 | 1218 |
| A5 | 63.378.856 | 1,4 | 32,68 | 1,00 | 1,00 | 300 |
| A6 | 115.372.680 | 12,74 | 79,28 | 1,00 | 1,00 | 858 |
| A7 | 456.069.408 | 8,99 | 80,10 | 1,00 | 1,00 | 10000 |
| A8 | 764.727.552 | 1,96 | 14,58 | 1,00 | 1,00 | 1181 |

Öncelikle kriterlerin subjektif ağırlıkları SWARA yöntemi ile elde edilir. SWARA yöntemi için uzmanlardan subjektif veriler alınmıştır. Bu çalışmada 3'ü lojistik alanında çalışan ve 3'ü finans alanında çalışan toplam 6 akademisyenden (uzmandan) veri alınmıştır. Alınan verilere SWARA yönteminin adımları uygulanmıştır. İlk uzmanın SWARA sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. İlk Uzmanın SWARA Sonuçları

| Kriterler | Sıralama | Kriterler | s_j | p_j | q_j | w_j |
|-----------|----------|-----------|-------|-------|-------|-------|
| NS | 5 | VÖK / ÖK | | 1 | 1 | 0,429 |
| NSD | 6 | VÖK / NS | 0,89 | 1,89 | 0,529 | 0,227 |
| FVOK | 3 | FVÖK | 0,52 | 1,52 | 0,348 | 0,149 |
| FVOKD | 4 | FVÖKD | 0,89 | 1,89 | 0,184 | 0,079 |
| AT | 10 | NS | 0,52 | 1,52 | 0,121 | 0,052 |
| OK | 9 | NSD | 0,89 | 1,89 | 0,064 | 0,027 |
| VÖK / NS | 2 | KO | 0,52 | 1,52 | 0,042 | 0,018 |
| VÖK / ÖK | 1 | FO | 1 | 2 | 0,021 | 0,009 |

| | | | | | | |
|----|----|----|------|------|-------|-------|
| KO | 7 | ÖK | 0,89 | 1,89 | 0,011 | 0,005 |
| FO | 8 | AT | 1 | 2 | 0,006 | 0,003 |
| ÇS | 11 | ÇS | 0,34 | 1,34 | 0,004 | 0,002 |

Diğer uzmanların görüşleri için de aynı işlemler uygulanır. Uzmanların görüşleri esas alınarak bulunan kriter ağırlıkları geometrik ortalama ile birleştirilir. Geometrik ortalama ile birleştirilen kriter ağırlıklarının toplamının 1 olmamasından dolayı geometrik ortalama değerleri toplanıp, her bir geometrik ortalama değeri toplam geometrik ortalama değerine bölünür ve böylece geometrik ortalama normalize değeri elde edilir. Bulunan bu değerler sübjektif kriter ağırlıkları olarak ele alınır. Tablo 10, SWARA yönteminin sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 10. SWARA Yönteminin Sonuçları

| Kriterler | UZM-1 | UZM-2 | UZM-3 | UZM-4 | UZM-5 | UZM-6 | GEOMETRİK ORTALAMA | GEOMETRİK ORTALAMA NORMALİZE |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------------------|------------------------------|
| NS | 0,052 | 0,139 | 0,042 | 0,218 | 0,486 | 0,007 | 0,078 | 0,140 |
| NSD | 0,027 | 0,025 | 0,028 | 0,292 | 0,018 | 0,026 | 0,037 | 0,066 |
| FVÖK | 0,149 | 0,372 | 0,107 | 0,042 | 0,065 | 0,040 | 0,093 | 0,167 |
| FVÖKD | 0,079 | 0,186 | 0,08 | 0,053 | 0,034 | 0,054 | 0,07 | 0,125 |
| AT | 0,003 | 0,091 | 0,01 | 0,07 | 0,243 | 0,003 | 0,023 | 0,041 |
| OK | 0,005 | 0,073 | 0,005 | 0,094 | 0,006 | 0,013 | 0,015 | 0,027 |
| VÖK / NS | 0,227 | 0,039 | 0,163 | 0,031 | 0,129 | 0,273 | 0,108 | 0,194 |
| VÖK / ÖK | 0,429 | 0,031 | 0,218 | 0,023 | 0,01 | 0,365 | 0,079 | 0,142 |
| KO | 0,018 | 0,018 | 0,331 | 0,019 | 0,003 | 0,144 | 0,031 | 0,056 |
| FO | 0,009 | 0,015 | 0,015 | 0,143 | 0,002 | 0,072 | 0,019 | 0,034 |
| ÇS | 0,002 | 0,012 | 0,003 | 0,015 | 0,004 | 0,002 | 0,005 | 0,009 |

Tablo 10'a göre en önemli kriter VÖK/NS olarak belirlenir. SWARA metodunun ardından Entropi yöntemine geçilir. Tablo 8'de görülen karar matrisine Entropi yönteminin adımları uygulanır. Entropi yönteminin sonuçları Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11. Entropi Yönteminin Sonuçları

| Sonuçlar | NS | NSD | FVÖK | FVÖKD | AT | ÖK | VÖK/NS | VÖK/ÖK | KO | FO | ÇS |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|------|------|------|
| $1 - H_{ij}$ | 0,12 | 0,27 | 0,17 | 0,28 | 0,12 | 0,20 | 0,19 | 0,15 | 0,02 | 0,02 | 0,25 |
| w_{jo} | 0,068 | 0,153 | 0,094 | 0,156 | 0,066 | 0,112 | 0,108 | 0,083 | 0,01 | 0,01 | 0,14 |

Entropi metodunun sonuçlarına göre en önemli kriter FVÖKD olarak bulunmuştur. Entropi yönteminin sonuçları ile SWARA yönteminin sonuçları Eşitlik 10 ile birleştirilir. Tablo 12, her iki yöntemle göre kriter ağırlıklarını (w_{js} , w_{jo}) ve kriterlerin birleşik ağırlıklarını (w_{jl}) göstermektedir.

Tablo 12. Yöntemlerin Sonuçları ve Birleşik Ağırlıklar

| Sonuçlar | NS | NSD | FVÖK | FVÖKD | AT | ÖK | VÖK/NS | VÖK/ÖK | KO | FO | ÇS |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------|-------|-------|
| w_{jo} | 0,068 | 0,153 | 0,094 | 0,156 | 0,066 | 0,112 | 0,108 | 0,083 | 0,01 | 0,01 | 0,14 |
| w_{js} | 0,14 | 0,066 | 0,167 | 0,125 | 0,041 | 0,027 | 0,194 | 0,142 | 0,056 | 0,034 | 0,009 |
| w_{jl} | 0,104 | 0,11 | 0,131 | 0,141 | 0,054 | 0,07 | 0,151 | 0,113 | 0,033 | 0,022 | 0,075 |

Kriterlerin birleşik ağırlıklarının bulunmasının ardından CODAS yönteminin adımlarına geçilir. Eşitlikler 11 ve 12 ile Tablo 8'de gösterilen karar matrisi normalize edilir. Tablo 13, bu matrisi sunmaktadır.

Tablo 13. Normalize Karar Matrisi

| Kriterler Alternatifler | NS | NSD | FVÖK | FVÖKD | AT | ÖK | VÖK/NS | VÖK/ÖK | KO | FO | ÇS |
|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|------|------|-------|
| A1 | 0,707 | 0,047 | 0,182 | 0,054 | 0,896 | 0,482 | 0,114 | 0,126 | 0,50 | 0,50 | 0,026 |
| A2 | 0,386 | 0,197 | 0,621 | 0,594 | 0,444 | 1,000 | 1,000 | 0,541 | 1,00 | 1,00 | 0,132 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|
| A3 | 0,167 | 0,139 | 0,036 | 0,235 | 0,060 | 0,035 | 0,303 | 0,80 | 0,50 | 0,50 | 1,000 |
| A4 | 0,164 | 0,185 | 0,066 | 0,072 | 0,157 | 0,102 | 0,049 | 0,011 | 0,50 | 0,50 | 0,164 |
| A5 | 0,140 | 0,207 | 0,587 | 0,042 | 0,454 | 0,065 | 0,085 | 0,408 | 0,50 | 0,50 | 0,667 |
| A6 | 0,154 | 0,133 | 0,253 | 0,816 | 0,206 | 0,119 | 0,771 | 0,990 | 0,50 | 0,50 | 0,233 |
| A7 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 0,469 | 0,544 | 1,000 | 0,50 | 0,50 | 0,020 |
| A8 | 0,534 | 0,002 | 0,246 | 0,004 | 0,757 | 0,786 | 0,119 | 0,182 | 0,50 | 0,50 | 0,169 |

Bu işlemin ardından birleşik ağırlıklar Eşitlik 13 yardımı ile normalize değerler ile çarpılır ve ağırlıklı normalize karar matrisi bulunur. Eşitlik 14 ile ns_j değerleri bulunur. Bu matris Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14. Ağırlıklı Normalize Karar Matrisi

| Kriterler Alternatifler | NS | NSD | FVÖK | FVÖKD | AT | ÖK | VÖK/NS | VÖK/ÖK | KO | FO | ÇS |
|----------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|--------|
| A1 | 0,0735 | 0,0052 | 0,0238 | 0,0076 | 0,0484 | 0,0337 | 0,0172 | 0,0142 | 0,0165 | 0,011 | 0,002 |
| A2 | 0,0401 | 0,0217 | 0,0814 | 0,0838 | 0,024 | 0,07 | 0,151 | 0,0611 | 0,033 | 0,022 | 0,0099 |
| A3 | 0,0174 | 0,0153 | 0,0047 | 0,0331 | 0,0032 | 0,0025 | 0,0458 | 0,0904 | 0,0165 | 0,011 | 0,075 |
| A4 | 0,0171 | 0,0204 | 0,0086 | 0,0102 | 0,0085 | 0,0071 | 0,0074 | 0,0012 | 0,0165 | 0,011 | 0,0123 |
| A5 | 0,0146 | 0,0228 | 0,0769 | 0,0059 | 0,0245 | 0,0046 | 0,0128 | 0,0461 | 0,0165 | 0,011 | 0,05 |
| A6 | 0,016 | 0,0146 | 0,0331 | 0,1151 | 0,0111 | 0,0083 | 0,1164 | 0,1119 | 0,0165 | 0,011 | 0,0175 |
| A7 | 0,104 | 0,11 | 0,131 | 0,141 | 0,054 | 0,0328 | 0,0821 | 0,113 | 0,0165 | 0,011 | 0,0015 |
| A8 | 0,0555 | 0,0002 | 0,0322 | 0,0006 | 0,0409 | 0,055 | 0,018 | 0,0206 | 0,0165 | 0,011 | 0,0127 |
| ns_j | 0,0146 | 0,0002 | 0,0047 | 0,0006 | 0,0032 | 0,0025 | 0,0074 | 0,0012 | 0,0165 | 0,011 | 0,0015 |

Eşitlikler 15 ve 16 ile Öklidyen (O_i) ve Taxicab (C_i) uzaklıklar hesaplanır. Tablo 15, bu değerleri göstermektedir.

Tablo 15. Öklidyen ve Taxicab Uzaklıkları

| Uzaklıklar Alternatifler | O_i | C_i |
|-----------------------------|-------|--------|
| A1 | 0,085 | 0,1897 |
| A2 | 0,209 | 0,5346 |
| A3 | 0,127 | 0,2515 |
| A4 | 0,026 | 0,0569 |
| A5 | 0,103 | 0,2223 |
| A6 | 0,197 | 0,4081 |
| A7 | 0,278 | 0,7335 |
| A8 | 0,085 | 0,1998 |

Eşitlik 17 ve 18 ile göreceli değerlendirme matrisi hesaplanır. Tablo 16'da bu matris gösterilmektedir.

Tablo 16. Göreceli Değerlendirme Matrisi

| Alternatifler Alternatifler | A1 | A2 | A3 | A4 | A5 | A6 | A7 | A8 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|
| A1 | 0 | -0,469 | -0,104 | 0,192 | -0,018 | -0,33 | -0,737 | 0 |
| A2 | 0,469 | 0 | 0,365 | 0,661 | 0,418 | 0,012 | -0,268 | 0,459 |
| A3 | 0,104 | -0,365 | 0 | 0,296 | 0,053 | -0,227 | -0,633 | 0,094 |
| A4 | -0,192 | -0,661 | -0,296 | 0 | -0,242 | -0,522 | -0,929 | -0,202 |
| A5 | 0,018 | -0,418 | -0,053 | 0,242 | 0 | -0,28 | -0,686 | 0,018 |

| | | | | | | | | |
|----|-------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
| A6 | 0,33 | -0,012 | 0,227 | 0,522 | 0,28 | 0 | -0,406 | 0,32 |
| A7 | 0,737 | 0,268 | 0,633 | 0,929 | 0,686 | 0,406 | 0 | 0,727 |
| A8 | 0 | -0,459 | -0,094 | 0,202 | -0,018 | -0,32 | -0,727 | 0 |

Son olarak Eşitlik 20 ile değerlendirme skorları (AS_i) bulunur. Bu değerler ve sıralamalar Tablo 17’de gösterilmiştir.

Tablo 17. Değerlendirme Skorları ve Sıralamalar

| Alternatifler \ Sonuçlar | AS_i | Sıralamalar |
|--------------------------|--------|-------------|
| A1 | -1,466 | 7 |
| A2 | 2,116 | 2 |
| A3 | -0,678 | 4 |
| A4 | -3,044 | 8 |
| A5 | -1,159 | 5 |
| A6 | 1,261 | 3 |
| A7 | 4,386 | 1 |
| A8 | -1,416 | 6 |

CODAS yönteminin sonuçlarına göre alternatifler şu şekilde sıralanır; A7, A2, A6, A3, A5, A8, A1 ve A4. Sonuçlara göre en iyi performansa sahip alternatif A7 kodlu alternatif olarak belirlenmiştir. CODAS yönteminin sonuçlarının doğruluğunu teyit etmek için CODAS yöntemi ROV, OCRA ve COPRAS yöntemleri ile karşılaştırılmıştır. Bu yöntemlerin sonuçları Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18. Yöntemlerin Karşılaştırılması

| Alternatifler \ Yöntemler | CODAS | ROV | OCRA | COPRAS | VIKOR | TOPSIS |
|---------------------------|-------|-----|------|--------|-------|--------|
| A1 | 7 | 7 | 7 | 7 | 6 | 7 |
| A2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| A3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| A4 | 8 | 8 | 6 | 8 | 8 | 8 |
| A5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 7 | 5 |
| A6 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| A7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| A8 | 6 | 6 | 8 | 6 | 5 | 6 |

Görüleceği üzere CODAS yönteminin sonuçları ile ROV, COPRAS ve TOPSIS yöntemlerinin sonuçları aynıdır. Bir diğer ifade ile CODAS ve ROV yöntemleri arasındaki Spearman Korelasyon katsayısı 1’dir. Aynı şekilde CODAS-COPRAS ve CODAS-TOPSIS yöntemleri arasındaki Spearman Korelasyon katsayısı 1’dir. OCRA yönteminin sonuçlarında ise CODAS yönteminin sonuçlarına göre bazı farklılıklar gözlenmiştir. Her iki yöntem de 1.,4.,5. ve 7. sırada yer alan alternatifleri aynı olarak belirlemişlerdir ama diğer sıralamalarda farklılıklar göstermişlerdir. CODAS-OCRA yöntemleri arasındaki Spearman Korelasyon katsayısı 0,881’dir. Bir diğer ifade ile CODAS ve OCRA yöntemlerinin sonuçları arasında yüksek korelasyon bulunmaktadır. Son olarak CODAS-VIKOR yöntemleri arasındaki Spearman Korelasyon katsayısı 0,929’dır. Bir diğer ifade ile CODAS ve VIKOR yöntemlerinin sonuçları arasında yüksek korelasyon bulunmaktadır. Sonuç olarak CODAS yönteminin doğru sonuçlara ulaştığı teyit edilmiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmada 2020 yılı Fortune 500 Türkiye internet sitesinde yer alan lojistik şirketlerinin performansı analiz edilmiştir. Bu çalışmada iki farklı ağırlıklandırma yöntemi (sübjektif ve objektif) kullanılmıştır. Sübjektif ağırlıklandırma yöntemi olan SWARA yöntemi ile değerlendirme kriterlerinin sübjektif ağırlıkları bulunmuştur. SWARA metodunun sonuçlarına göre en önemli kriter VÖK/NS olarak bulunmuştur. Objektif ağırlıklandırma yöntemi olan Entropi yöntemi ile değerlendirme kriterlerinin objektif ağırlıkları bulunmuştur. Entropi metodunun sonuçlarına göre en önemli kriter ise FVÖKD olarak

belirlenmiştir. Bu iki ağırlıklandırma yöntemi daha sonra birleştirilmiş ve bu ağırlığa birleşik ağırlık denilmiştir. Daha sonra CODAS yöntemine geçilmiştir. CODAS yönteminin sonuçlarına göre alternatifler şu şekilde sıralanmıştır; A7, A2, A6, A3, A5, A8, A1 ve A4. Sonuçlara göre en iyi performansa sahip alternatif A7 kodlu alternatif olarak belirlenmiştir. CODAS yönteminin sonuçlarının doğruluğunu teyit etmek için CODAS yöntemi ROV, OCRA, COPRAS, TOPSIS ve VIKOR yöntemleri ile karşılaştırılmıştır. Karşılaştırma sonuçlarına göre ROV, COPRAS ve TOPSIS yöntemlerinin sonuçları CODAS yönteminin sonuçları ile aynıdır. OCRA ve VIKOR yöntemlerinin sonuçlarında ise ufak farklılıklar gözlemlenmiştir. Sonuç olarak CODAS yönteminin doğru sonuçlara ulaştığı teyit edilmiştir.

Sonuçlara istinaden A1 kodlu firma ortalamasının altında değeri bulunan NSD, FVÖK, FVÖKD, VÖK/NS ve VÖK/ÖK kriterlerindeki değerlerini artırarak daha üst sıralamalarda yer alabilir. A2 kodlu firma her ne kadar diğer firmalara oranla KO ve FO kriterlerinde yüksek değerlere sahip olsa da NS, NSD ve AT kriterlerindeki değerlerini artırması gerekmektedir. Özellikle bu firma NS kriterindeki değerini belirli bir ölçüde artırmalıdır. Bu kriterdeki değerini artırmasına müteakip firma 1.sırada yer alabilir. A3 kodlu firma kriterlerinin bütününde (VÖK/ÖK hariç) artış sağlamalıdır. A4 kodlu firma göz önünde bulundurulana verilerle göre en kötü performansa sahip alternatif olarak belirlenmiştir. Bundan dolayı A4 kodlu firma bütün kriterlerdeki değerlerini artırmalıdır. A5 kodlu firma FVÖK kriteri haricindeki diğer kriterlerdeki değerlerini artırmalıdır. Bu firma özellikle VÖK/NS ve NS kriterlerindeki değerini mutlak suretle artırmalıdır. A6 kodlu firma FVÖKD, VÖK/NS ve VÖK/ÖK kriterleri hariç diğer kriterlerdeki değerlerini artırmalıdır. Bu firma özellikle NS ve AT kriterlerindeki değerlerini artırmalıdır. A8 kodlu firma NS, AT ve ÖK kriterleri hariç diğer kriterlerdeki değerlerini artırmalıdır. Bu firma özellikle NSD ve FVÖKD kriterlerindeki değerlerini mutlak suretle artırmalıdır. A2 kodlu firma hariç diğer bütün firmalar KO ve FO kriterlerindeki değerlerini optimal seviyeye çekmelidir. Diğer bir ifade ile her bir alternatif için KO değeri 0,50'nin altında olması gerekmektedir. Bu şartı sadece A2 alternatifi sağlamaktadır. Diğer firmalar da KO değerlerini 0,50'nin altına almalı. Aynı şekilde FO değeri her bir alternatif için 1'in üstünde yer alması gerekmektedir. Bu şartı da sadece A2 kodlu firma sağlamaktadır. Diğer firmalar da FO değerlerini 1'in üstüne taşımaları gerekmektedir.

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Bunlardan ilki az sayıda lojistik firması değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Gelecek çalışmalar daha fazla lojistik firmasının performanslarını değerlendirmeye alabilirler. İkinci olarak bu çalışmada sadece 6 uzmanın görüşünden faydalanılmıştır. Gelecek çalışmalar uzman sayısını artırıp daha detaylı bir analiz yapabilirler.

Kaynakça

- Acer, A., Genç, T. & Dinçer, S. E. (2020). Türkiye'de faaliyet gösteren bireysel emeklilik şirketlerinin performansının Entropi ve COPRAS yöntemi ile değerlendirilmesi. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 153-169.
- Adalı, E. A. & Işık, A. T. (2017). Bir tedarikçi seçim problemi için SWARA ve WASPAS yöntemlerine dayanan karar verme yaklaşımı. *International Review of Economics and Management*, 5(4), 56-77.
- Akandere, G. (2021). Kuşak yol ülkelerinin lojistik ve çevresel performansının analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 20(4), 1893-1915.
- Akgül, Y. (2019). Çok kriterli karar verme yöntemleriyle Türk bankacılık sisteminin 2010-2018 yılları arasındaki performansının analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(4), 567-582.
- Akın, N. G. (2019). Makine seçimi probleminde Entropi - ROV ve CRITIC - ROV yöntemlerinin karşılaştırılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (62), 20-39.
- Ali, T., Chiu, Y. R., Aghaloo, K., Nahian, A. J. & Ma, H. (2020). Prioritizing the existing power generation technologies in bangladesh's clean energy scheme using a hybrid multi-criteria decision making model. *Journal of Cleaner Production*, 267, 121901.
- Alioğulları, E. & Tüysüz, F. (2020). EDAS ve CODAS yöntemiyle İstanbul ilinin dış ticaret kapasitesinin incelenmesi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (Özel Sayı), 240-248.
- Altıntaş, F. F. (2021). Avrupa Birliği ülkelerinin lojistik performanslarının CRITIC tabanlı WASPAS ve COPRAS teknikleri ile analizi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 25(1), 117-146.
- Arsu, T. (2021). Finansal performansın Entropi tabanlı ARAS yöntemi ile değerlendirilmesi: BIST Elektrik, gaz ve buhar sektöründeki işletmeler üzerine bir uygulama. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 39(1), 15-32.

- Ayaydın, H., Durmuş, S. & Pala, F. (2017). Gri İlişkisel Analiz yöntemiyle Türk lojistik firmalarında performans ölçümü. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute Of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 8(21), 76-94.
- Ayçin, E. (2018). Veri tabanı yönetim sistemi seçiminde SWARA ve COPRAS yöntemlerinin bütünlük olarak kullanılması. *Journal of Business in the Digital Age*, 1(2), 51-58.
- Ayçin, E. & Arsu, T. (2019). CODAS ve Entropi yöntemleri ile yenilenebilir enerji kaynaklarının Düzey 1 bölgelerine göre incelenmesi. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 425-447.
- Aydın, M. S. & Şenkayas, H. (2019). Lojistik dış kaynak seçimini etkileyen kriterlerin SWARA analizi ile değerlendirilmesi: Aydın Gıda İhracatçıları üzerine bir uygulama. *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi - TURAN-SAM Uluslararası Bilimsel Hakemli Dergisi*, 1 (44), 290-299.
- Ayyıldız, E. & Demirci, E. (2018). Türkiye'de yer alan şehirlerin yaşam kalitelerinin SWARA entegreli TOPSIS yöntemi ile belirlenmesi. *Pamukkale University Journal Of Social Sciences Institute/Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (30), 67-87.
- Ayyıldız, E. & Yalçın, S. (2018). Türkiye'de yer alan lojistik dostu şehirlerin bütünlük Entropi-CODAS kullanılarak belirlenmesi. *Uludağ University Journal of The Faculty of Engineering*, 23(4) (Özel Sayı), 127-140.
- Badi, İ. A., Ballem, M. A. & Shetwan, A. G. (2018). Site selection of desalination plant in Libya by using Combinative Distance-Based Assessment (CODAS) method. *International Journal for Quality Research*, 12(3), 609-624.
- Badi, İ. A., Abdulshahed, A. M. & Shetwan, A. G. (2017). Supplier selection using COmbinative Distance-based ASsessment (CODAS) method for multi-criteria decision-making. *The 1st International Conference on Management, Engineering and Environment*, 27-37.
- Bakır, M. (2019). SWARA ve MABAC yöntemleri ile havayolu işletmelerinde EWOM'a dayalı memnuniyet düzeyinin analizi. *İzmir İktisat Dergisi*, 34(1), 51-66.
- Bakır, M. & Alptekin, N. (2018). Hizmet kalitesi ölçümüne yeni bir yaklaşım: CODAS yöntemi ile havayolu işletmeleri üzerine bir uygulama. *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 6(4), 1336-1353.
- Başdeğirmen, A. & Tunca, M. Z. (2017). Lojistik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin finansal performanslarının Gri İlişkisel Analiz ile değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 327-340.
- Boltürk, E. (2018). Pythagorean fuzzy CODAS and its application to supplier selection in a manufacturing firm. *Journal of Enterprise Information Management*, 31(4), 550-564.
- Candan, G. (2019). Lojistik performans değerlendirmesi için bulanık AHP ve Gri İlişkisel Analiz yöntemleri ile bütünlük bir yaklaşım. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(5), 277-286.
- Chen, J., Zhang, Y., Chen, Z. & Nie, Z. (2015). Improving assessment of groundwater sustainability with analytic hierarchy process and information entropy method: a case study of the Hohhot Plain, China. *Environmental Earth Sciences*, 73(5), 2353-2363.
- Chen, W., Feng, D. & Chu, X. (2015). Study of poverty alleviation effects for chinese fourteen contiguous destitute areas based on entropy method". *International Journal of Economics and Finance*, 7(4), 89-98.
- Çakalı, K. R. (2022). Performance Evaluation of Deposit Banks with Financial Ratios: Combined Use of Objective and Subjective Criteria Weighting Methods (Combined Entropy-SWARA Based EDAS Method). *Alanya Akademik Bakış*, 6(2), 2351-2377.
- Çakır, E. (2018). Bütünlük SWARA ve EDAS yöntemi kullanarak fitness merkezlerinin değerlendirilmesi: Örnek bir uygulama. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(3), 1907-1923.
- Çakır, S. & Perçin, S. (2013). Çok kriterli karar verme teknikleriyle lojistik firmalarında performans ölçümü/Performance measurement of logistics firms with multi-criteria decision making methods. *Ege Akademik Bakış*, 13(4), 449-459.
- Çanakçıoğlu, M. (2020). BIST'te işlem gören Ana Metal firmalarının finansal performansının entegre bir çok kriterli karar verme modeli kullanarak değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 176-197.
- Çatı, K., Eş, A. & Özevin, O. (2017). Futbol takımlarının finansal ve sportif etkinliklerinin Entropi ve TOPSIS yöntemiyle analiz edilmesi: Avrupa'nın 5 büyük ligi ve süper lig üzerine bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(1), 119-222.

- Çınaroğlu, E. (2021). CRITIC temelli CODAS ve ROV yöntemleri ile AB ülkeleri yaşam kalitesi analizi. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 337-364.
- Dahooie, J. H., Abadi, E. B. J., Vanaki, A. S. & Firoozfar, H. R. (2018). Competency-based IT personnel selection using a hybrid SWARA and ARAS-G methodology. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 28(1), 5-16.
- Delice, E. K., Can, G. F. & Kahya, E. (2020). Hızlı ofis zorlanma değerlendirme yönteminin entegre bir çok kriterli karar verme yaklaşımıyla geliştirilmesi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 35(3), 1297-1314.
- Deste, M. & Şimşek, A. İ. (2019). Havayolu şirketlerinin lojistik performanslarının Entropi ve TOPSIS yöntemleri kullanılarak karşılaştırılması. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 395-411.
- Durmaz, K. İ. & Gencer, C. T. (2019). Tedarikçi seçiminde entegre lojistik destek yaklaşımı ve işletme uygulaması: SWARA-SMAA-2. *Ömer Halisdemir Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 8(2), 828-841.
- Elmas, B. & Özkan, T. (2021). Ulaştırma ve depolama sektörü işletmelerinin finansal performanslarının SWARA-OCRA modeli ile değerlendirilmesi. *İşletme Akademisi Dergisi*, 2(3), 240-253.
- Ersoy, Y. & Tehci, A. (2020). Lojistik pazarlama: Veri Zarflama Analizi ile lojistik hizmetler alanında faaliyet gösteren işletmelerde performans değerlendirilmesi. *The Journal of International Scientific Researches*, 5(1), 1-9.
- Fortune Türkiye. (2020). [<https://www.fortuneturkey.com/fortune500>]. Erişim Tarihi: 06.03.2022.
- Gergin, R. E. & Baki, B. (2015). Türkiye'deki bölgelerin lojistik performanslarının bütünleştirilmiş AHS ve TOPSIS yöntemiyle değerlendirilmesi. *Business and Economics Research Journal*, 6(4), 115-135.
- Ghorabae, M. K., Amiri, M., Zavadskas, K. E., Hooshmand, R. & Antuchevičienė, J. (2017). Fuzzy extension of the CODAS method for multi-criteria market segment evaluation. *Journal of Business Economics and Management*, 18(1), 1-19.
- Ghorabae, M. K., Zavadskas, K. E., 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.
- Görçün, Ö. F. (2019). Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin lojistik ve taşımacılık performansları ve verimliliklerinin analizi için hibrid bir çok kriterli karar verme modeli. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 2775-2798.
- Gümüş, U. T., Özçiç, H. C. & Sezer, D. (2019). BİST' te İnşaat ve Bayındırlık sektöründe işlem gören işletmelerin SWARA ve ARAS yöntemleriyle finansal performanslarının değerlendirilmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 10(17), 835-858.
- Hsu, L. C. (2015). Using a decision-making process to evaluate efficiency and operating performance for listed semiconductor companies. *Technological and Economic Development of Economy*, 21(2), 301-331.
- Ighravwe, D. E. & Babatunde, M. O. (2018). Selection of a mini-grid business model for developing countries using CRITIC - TOPSIS with interval type-2 fuzzy sets. *Decision Science Letters*, 7(4): 427-42.
- Işık, A. T. & Adalı, E.A. (2017). The decision-making approach based on the combination of entropy and ROV methods for the apple selection problem. *European Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(3), 80-86.
- Işık, Ö., Aydın, Y. & Koşaroglu, Ş. M. (2020). The assessment of the logistics Performance Index of CEE Countries with the new Combination of SV and MABAC methods. *LogForum*, 16(4), 549-559.
- Işık, Ö. (2021). AHP , CRITIC ve WEDBA yöntemlerini içeren entegre bir ÇKKV modeli ile AXA Sigorta şirketinin finansal performansının analizi. *Uluslararası İşletme, Ekonomi ve Yönetim Perspektifleri Dergisi*, 5(2), 892-908.
- Işık, Ö. (2022). Gri Entropi, FUCOM ve EDAS-M Yöntemleriyle Türk Lojistik Firmalarının Çok Kriterli Performans Analizi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 17(66), 472-489.
- Juodagalvienė, B., Turskis, Z., Šaparauskas, J. & Endriukaitytė, A. (2017). Integrated multi-criteria evaluation of house's plan shape based on the EDAS and SWARA methods. *Engineering Structures and Technologies*, 9(3), 117-125.
- Karaca, C., & Ulutaş, A. (2017). Supplier performance evaluation by using SWARA and MULTIMOORA. *Economics Management & Econometrics*, 137.

- Karagöz, S., Deveci, M., Simic, V., Aydın, N. & Bölükbaş, U. (2020). A novel intuitionistic fuzzy MCDM-based CODAS approach for locating an authorized dismantling center: a case study of İstanbul. *Waste Management & Research*, 38(6), 660-672.
- Katrançlı, A. & Kundakçı, N. (2020). Bulanık CODAS yöntemi ile kripto para yatırım alternatiflerinin değerlendirilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(4), 958-973.
- Keršulienė, V., Zavadskas, E. K. & Turskis, Z. (2010). Selection of rational dispute resolution method by applying new step-wise weight assessment ratio analysis (SWARA). *Journal of Business Economics and Management*, 11(2), 243-258.
- Korucuk, S., Turpçu, E. & Akyurt, H. (2018). Bütünleşik DEMATEL ve GİA yöntemleri ile seyahat acentalarında lojistik performans unsurlarının ölçülmesi ve en ideal seyahat acentası seçimi: Giresun ili örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10(4), 820-842.
- Laha, S. & Biswas, S. (2019). A hybrid unsupervised learning and multi-criteria decision making approach for performance evaluation of Indian banks. *Accounting*, 5(4), 169-184.
- Liu, P. & Zhang, X. (2011). Research on the supplier selection of a supply chain based on entropy weight and improved ELECTRE-III method. *International Journal of Production Research*, 49(3), 637-646.
- Mathew, M. & Sahu, S. (2018). Comparison of new multi-criteria decision making methods for material handling equipment selection. *Management Science Letters*, 8(3), 139-150.
- Min, H. & Joo, S. J. (2006). Benchmarking the operational efficiency of third party logistics providers using data envelopment analysis. *Supply Chain Management: An International Journal*, 11(3), 259-265.
- Nakhaei, J., Arefi, S. L., Bitarafan, M. & Kildienė, S. (2016). Evaluation of light supply in the public underground safe spaces by using of COPRAS-SWARA Methods. *International Journal of Strategic Property Management*, 20(2), 198-206.
- Nezhad, M. R. G., Zolfani, S. H., Moztafzadeh, F., Zavadskas, E. K. & Bahrami, M. (2015). Planning the priority of high tech industries based on SWARA-WASPAS methodology: The case of the nanotechnology industry in Iran. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 28(1), 1111-1137.
- Oğuz, S., Alkan, G. & Yılmaz, B. (2019). Seçilmiş Asya ülkelerinin lojistik performanslarının TOPSIS yöntemi ile değerlendirilmesi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (Özel Sayı), 497-507.
- Orakçı, E. & Özdemir, A. (2017). Telafi edici çok kriterli karar verme yöntemleri ile Türkiye ve AB ülkelerinin insani gelişmişlik düzeylerinin belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(1), 61-74.
- Orhan, M. (2019). Türkiye ile Avrupa Birliği ülkelerinin lojistik performanslarının ENTROPİ ağırlıklı EDAS yöntemiyle karşılaştırılması. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (17), 1222-1238.
- Ömürbek, N. & Karataş, T. (2018). Girişimci ve yenilikçi üniversitelerin performanslarının çok kriterli karar verme teknikleri ile değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(24), 176-198.
- Ömürbek, N., Karaatlı, M. & Balcı, H. F. (2016). ENTROPİ temelli MAUT ve SAW yöntemleri ile otomotiv firmalarının performans değerlemesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 227-255.
- Özbek, A. (2018). Fortune 500 listesinde yer alan lojistik firmaların değerlendirilmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 13-26.
- Özbek, A. & Demirkol, İ. (2018). Lojistik sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin SWARA ve GİA yöntemleri ile analizi. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 71-86.
- Özceylan, E., Çetinkaya, C., Erbaş, M. & Kabak, M. (2016). Logistic performance evaluation of provinces in Turkey: A GIS-based multi-criteria decision analysis. *Transportation Research Part A*, 94, 323-337.
- Özdağoğlu, A. & Keleş, M. K. (2019). Bankaların bakış açısından BIST sınıai işletmelerinin değerlendirilmesi-SWARA-GİA bütünleşik yaklaşımı. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10(24), 229-241.
- Özdağoğlu, A., Keleş, M. K. & Işıldak, B. (2021). Bulanık SWARA ve Bulanık MARCOS yöntemleriyle sivil havacılıkta kabin memuru seçimi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 12(2), 284-302.
- Özgel, A., Köse, M. S. & AYTEKİN, İ. (2012). Kurumsal sürdürülebilirlik performansının ölçümü için çok kriterli bir çerçeve: Henkel örneği. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 1(4), 32-44.

- Panchal, D., Chatterjee, P., Shukla, R. K., Choudhury, T. & Tamosaitiene, J. (2017). Integrated fuzzy AHP-CODAS framework for maintenance decision in urea fertilizer industry. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 51(3), 179-196.
- Parlar, G. & Palancı, O. (2020). Çok kriterli karar verme yöntemleri ile dünya üniversitelerinin performanslarının değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 11(26), 203-227.
- Radović, D. & Stević, Ž. (2018). Evaluation and selection of KPI in transport using SWARA method. *Transport & Logistics the International Journal*, 18(44), 60-68.
- Rezaei, J. (2015). Best-worst multi-criteria decision-making method. *Omega*, 53, 49-57.
- Saygın, Z. Ö. & Kundakçı, N. (2020). WASPAS ve CODAS yöntemleri ile OECD ülkelerinin sağlık göstergeleri açısından kıyaslamalı analizi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(1), 23-42.
- Shannon, C. (1948). A mathematical theory of communication. *The Bell System Technical Journal*, 27(3), 379-423.
- Shemshadi, A., Shirazi, H., Toreihi, M. & Tarokh, M. J. (2011). A fuzzy VIKOR method for supplier selection based on Entropy measure for objective weighting. *Expert Systems with Applications*, 38, 12160-12167.
- Stanujkic, D., Karabasevic, D., & Zavadskas, E. K. (2015). A framework for the selection of a packaging design based on the SWARA method. *Engineering Economics*, 26(2), 181-187.
- Toklu, M. C., Çağlı, G., Pazar, E. & Faydalı, R. (2018). SWARA-WASPAS metodolojisine dayalı tedarikçi seçimi: Türkiye'de Demir-Çelik endüstrisi örneği. *Academic Platform Journal of Engineering and Science*, 6(3), 113-120.
- Topak, M. S. & Çanakçıoğlu, M. (2019). Banka performansının Entropi ve COPRAS yöntemi ile değerlendirilmesi: Türk bankacılık sektörü üzerine bir araştırma. *Mali Çözüm Dergisi*, 29, 107-132.
- Topal, A. (2021) Çok kriterli karar verme analizi ile elektrik üretim şirketlerinin finansal performans analizi: Entropi tabanlı Cocosyo yöntemi. *Business & Management Studies: An International Journal*, 9(2), 532-546.
- Tufan, C. & Kılıç, Y. (2019). Borsa İstanbul'da işlem gören lojistik işletmelerinin finansal performanslarının TOPSIS ve VIKOR yöntemleriyle değerlendirilmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(1), 119-137.
- Tunca, M. Z., Ömürbek, N., Cömert, H. G. & Aksoy, E. (2016). OPEC ülkelerinin performanslarının çok kriterli karar verme yöntemlerinden Entropi ve MAUT ile değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(14), 1-12.
- Tuş, A. & Adalı, E. A. (2018). Personnel assessment with CODAS and PSI methods. *Alphanumeric Journal*, 6(2), 243-256.
- Ulutaş, A. (2020). SWARA tabanlı CODAS yöntemi ile kargo şirketi seçimi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(3), 1640-1647.
- Ulutaş, A. & Karaköy, Ç. (2019a). CRITIC ve ROV yöntemleri ile bir kargo firmasının 2011-2017 yılları arasındaki performansının analiz edilmesi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 223-230.
- Ulutaş, A., & Karaköy, Ç. (2019b). An analysis of the logistics performance index of EU countries with an integrated MCDM model. *Economics and Business Review*, 5(4), 49-69.
- Ulutaş, A. (2018). Entropi temelli ROV yöntemi ile esnek üretim sistemi seçimi. *Business and Economics Research Journal*, 9(1), 187-194.
- Urosevic, S., Karabasevic, D., Stanujkic, D., & Maksimovic, M. (2017). An approach to personnel selection in the tourism Industry based on the SWARA and the WASPAS methods. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 51(1).
- Yalçın, N. & Pehlivan, N. Y. (2019). Application of the fuzzy CODAS method based on fuzzy envelopes for hesitant fuzzy linguistic term sets: A case study on a personnel selection problem. *Symmetry*, 11(4), 493.
- Yalçın, B. & Ayvaz, B. (2020). Çok kriterli karar verme teknikleri ile lojistik performansın değerlendirilmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 19(38), 117-138.
- Yavuz, V. A. (2016). Coğrafi pazar seçiminde PROMETHEE ve Entropi yöntemlerine dayalı çok kriterli bir analiz: Mobilya sektöründe bir uygulama. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(2), 163-177.
- Yeni, F. B. & Özçelik, G. (2019). Interval-valued Atanassov intuitionistic fuzzy CODAS method for multi criteria group decision making problems. *Group Decision and Negotiation*, 28(2), 433-452.

- Yurdoğlu, H., & Kundakcı, N. (2017). SWARA ve WASPAS yöntemleri ile sunucu seçimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(38), 253-270.
- Yücenur, N., Şenkan, Ç., Kara, G. N. & Türker, Ö. (2019). Birleştirilmiş SWARA-COPRAS yaklaşımını kullanarak trüf mantarı yetiştirilmesi için bölge seçimi. *Erzincan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 12(3), 1232-1253.
- Zou, Z. H., Yi, Y., & Sun, J. N. (2006). Entropy method for determination of weight of evaluating indicators in fuzzy synthetic evaluation for water quality assessment. *Journal of Environmental sciences*, 18(5), 1020-1023.
- Zhang, H., Gu, C. L., Gu, L. W., & Zhang, Y. (2011). The evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & information entropy—A case in the Yangtze River Delta of China. *Tourism Management*, 32(2), 443-451.
- Zolfani, S. H., Zavadskas, E. K. & Turskis, Z. (2013). Design of products with both International and Local perspectives based on Yin-Yang balance theory and SWARA method. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 26(2), 153-166.

Extended Abstract

Aim and Scope

Businesses can constantly evaluate their performance and produce the necessary strategies to achieve their goals. Since there are many factors affecting performance, businesses have to make a detailed performance analysis. Therefore, businesses can analyse their performance in detail with various econometric or mathematical methods. One of the techniques used in performance analysis is Multi-Criteria Decision Making (MCDM) methods. Two types of MCDM methods are generally used to determine criteria weights. These are subjective and objective weighting methods. In this study, SWARA (subjective) and Entropy (objective) methods were used to find criteria weights. The CODAS method has been proposed to rank the alternatives. In this study, 8 logistics companies on the Fortune 500 Turkey website were evaluated with an MCDM model consisting of SWARA, Entropy, and CODAS methods.

Methods

The SWARA method was used to calculate the subjective weights of the criteria. In the first step of the SWARA method, experts rank the criteria from the most important to the least important, depending on their personal opinions. In the second step, the relative importance of the criteria is rated. In the third step, the p_j value is calculated. In the fourth step, the q_j value is calculated. In the last step, the weights of the criteria are calculated. After the subjective weights of the criteria are found, the objective weights of the criteria are found with the Entropy method. In the first step of the Entropy method, the decision matrix is created. In the second step, the decision matrix is standardized. In the third step, the normalization process is performed. In the fourth and fifth steps, respectively, the entropy values and the objective weights of the criteria are found. After both weights are found, these weights are combined with Equation 10 so that the combined weight is obtained. After this process, it is passed to the CODAS method. Since the first step of the CODAS method, that is, making the decision matrix, has been done before, the second step is started. In the second step, normalization is done and in the third step, the weighted normalized decision matrix is found. In the fourth step, the negative ideal solution is found. In the fifth step, the Euclidean and Taxicab distances are found. In the sixth step, the relative evaluation matrix is found. In the last step, evaluation scores are found and the alternatives are ranked.

Findings

According to the results of the SWARA method, the most important criterion was found to be VÖK/NS. According to the results of the entropy method, the most important criterion was determined as FVÖKD. These two weighting methods were then combined and this weight was called the combined weight. Then the CODAS method was used. According to the results of the CODAS method, the alternatives are listed as follows; A7, A2, A6, A3, A5, A8, A1, and A4. According to the results, the alternative with the best performance was determined as the A7 coded alternative. To confirm the accuracy of the results of the CODAS method, the CODAS method was compared with the ROV, OCRA, COPRAS, TOPSIS and VIKOR methods. According to the comparison results, the results of the ROV, TOPSIS and COPRAS methods are the same as the results of the CODAS method. The results of the OCRA and VIKOR methods showed slight differences. As a result, it has been confirmed that the CODAS method achieves accurate results.

Conclusion

In this study, the performance of the logistics companies on the Fortune 500 Turkey website in 2020 was evaluated. Two different weighting methods (subjective and objective) were used in this study. The subjective weights of the evaluation criteria were found with the SWARA method, which is a subjective weighting method. The objective weights of the

evaluation criteria were found by the Entropy method, which is an objective weighting method. Alternatives were ranked using the CODAS method. According to the literature review, the methods used in this study have been combined in a small number of studies before. Therefore, this study is original. In addition, there are few studies that use both objective and subjective weighting methods together in the evaluation of the performance of logistics companies (Işık, 2022). Therefore, this study is original. This study has some limitations. First, a small number of logistics companies were evaluated. Future studies may analyse the performance of more logistics companies for evaluation. Secondly, the opinions of only 6 experts were used in this study. Future studies may increase the number of experts and make a more detailed analysis.

Yetişkinlerde Algılanan Ebeveyn Kabul Reddi ile Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Examining The Relationship between Perceived Parental Acceptance and Rejection in Adulthood and The Level of Self-Disclosure in Romantic Relationships

Ayşe Nur Kazmaz¹, Hatice Epli²

Öz

Bu araştırmanın amacı yetişkinlikte algılanan ebeveyn kabul ve red düzeyi ile romantik ilişkide kendini açma düzeyleri arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymaktır. Araştırmanın örneklemini 2021 yılında romantik ilişkisi olan 252'si kadın, 99'u erkek olmak üzere 351 yetişkin oluşturmaktadır. Verileri toplamak amacıyla Kişisel Bilgi Formu, Yetişkin Ebeveyn Kabul Red Ölçeği-Kısa Form (Yetişkin EKRO-K), Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Ölçeği (RİKADÖ) kullanılmıştır. Araştırma elde edilen veriler SPSS 22 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma problemlerini test edebilmek için Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi ve MANOVA Analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre anne sıcaklık/şefkat alt boyutunun romantik bir ilişkide açıklık, iletişim ve duygulanım için anlamlı bir yordayıcı olduğu; babadan algılanan sıcaklık/şefkat; romantik ilişkide açıklık ve romantik ilişkide iletişim alt boyutlarında anlamlı bir yordayıcı olduğu bulunmuştur. Ek olarak anne kabul ve red puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular ilgili literatür çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ebeveyn Kabul-Red, Romantik İlişki, Kendini Açma

Abstract

This study aims to reveal the relationship between perceived parental acceptance-rejection level in adulthood and the level of self-disclosure in romantic relationships. The sample of the study is composed of 252 female and 99 male adults who have had a romantic relationship in 2021, which make 351 adults in total. Personal Information Form, Adult Parental Acceptance Rejection Scale-Short Form and Self-Disclosure in Romantic Relationship Scale were used in order to collect data. The data obtained were analyzed by means of SPSS 22. Multilinear Regression Analysis and MANOVA were used to test research problems. According to the results of the analysis, it is seen that maternal warmth /affection sub-dimension is a significant predictor of openness, communication and affect in a romantic relationship. Perceived warmth/ compassion from the father was found to be a significant predictor of the subdimensions of openness in a romantic relationship and communication in a romantic relationship. In addition, it was concluded that maternal acceptance and rejection scores differ significantly according to gender. The findings obtained were evaluated within the framework of the relevant literature.

Keywords: Parental Acceptance-Rejection, Romantic Relationship, Self-Disclosure

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 23 / 03 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ 1Psikolojik Danışman, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, aysekazmaz1@hotmail.com, Samsun, Türkiye Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-7120-9886>

² Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, hatice.epli@omu.edu.tr, Samsun, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-9122-1922>

Giriş

İnsanlar hayatları boyunca farklı yaşam dönemlerinden geçer ve bu dönemlerin her birinde farklı sorunlarla karşı karşıya gelirler. Yaşamış oldukları bu sorunların üstesinden gelme konusunda ebeveyn etkisinin önemli rolü yaygın olarak kabul edilmektedir (Collins & Steinberg, 2006). Ebeveynlerin çocuğun karşılaştığı ilk sosyal çevre olması ve çocuğun yaşamın ilk yıllarında aile içerisindeki etkileşimi, daha sonraki dönemlerde yaşamının çeşitli alanlarında bireye katkılar sağlamaktadır (Ereş, 2009). Bu dönemde çocuk sonraki yıllarda uyumunu arttıracak olumlu yaşantılar deneyimleyebileceği gibi bu durumun tam tersi de olabilmektedir. Yanlış ebeveyn/ bakıcı tutumuyla karşılaşan çocukların bu tutumlar doğrultusunda oluşan algı ve öğrenmeleri, yaşamının geri kalanında uyumunu ve etkileşimlerini olumsuz etkilemektedir. (Erözkan, 2012).

Çocukluk döneminin ileriki yaşlarla ilişkisine dikkat çeken kuramlardan bir tanesi Ronald Rohner'in ortaya koyduğu Ebeveyn Kabul Red (EKAR) kuramıdır. Toplumsal ve gelişimsel bir kuram olan EKAR ile amaçlanan çocuğun ebeveyninden veya birincil bakım vereninden maruz kaldığı kabul veya red tutumunun çocukluk dönemi ve aynı zamanda ilişkili olarak yetişkinlik dönemi için önemini dünyanın her yerindeki çocuklar için ortaya koymaktır (Rohner, 2004). Ebeveyn ve çocuk ilişkisine odaklanan teori, daha sonra kişilerarası ilişkilere odaklanarak Kişilerarası Kabul-red Teorisi (IPAR Teorisi) olarak dönüştürülmüş ve yeniden adlandırılmıştır. Bununla birlikte, teorinin bazı bölümleri, çocukların ebeveyn kabulü ve reddi algılarının ve yetişkinlerin çocuklarındaki ebeveyn kabul ve reddine ilişkin anılarının sonuçlarını, nedenlerini ve diğer bağlantılarını içermeye devam etmektedir (Rising & Rohner, 2020). Bu nedenle yaşamın ilk yıllarında algılanan ebeveyn kabulü ile sonraki dönemlerde kişilerarası ilişkilerin niteliğinin birbiri ile ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Erken yaşam deneyimlerine yönelik algılanan ebeveyn red algısı, kişiselleştirme gibi bilişsel çarpıtmalarla ve gerçek ya da hayali bir tehdit karşısında aşırı uyarılmanın yanı sıra (İbrahim, Rohner, Smith, Flannery, 2014); çocuklukta algılanan ebeveyn reddi deneyiminin, bireylerin dünyayı ve kişilerarası ilişkileri psikolojik ve duygusal olarak güvenilmez olarak algılama eğiliminde oldukları, ayrıca duygulanımda yetersizlik, bozulmuş benlik saygısı ve olumsuz dünya görüşü ile ilişkili olduğu ortaya konmuştur (Rohner & Lansford, 2017). Araştırma sonuçlarına bakıldığında çocuklukta ebeveyn reddi deneyiminin yetişkinlerin şu andaki psikolojik uyum düzeyini belirleme özelliğini yanı sıra yetişkinlikteki romantik yakınlığı ile de ilişkili olabileceği düşünülmektedir.

Bireyin kurduğu etkileşimlerin derinliğini belirleyen faktörlerden biri olan kendini açma (Çitil Gürel, 2015), IPAR Teorisinde bireylerin başka bir kişiyle, özellikle de kendileri için önemli olan kişiyle yakın bir ilişki kurma konusunda istekli olup olmama durumlarına atıfta bulunur (Rohner, 2018). Kişiler arası ilişkilerde karşı tarafa bireyin kendi veya çevreye ilişkin duygularını veya düşüncelerini paylaşması ilişkiyi ilerletmekte ve bireyler arasında yakınlık sağlamaktadır. Oluşan yakınlık bir yandan bireyler arasındaki ilişkiyi ilerletirken bir yandan da kişinin kendisini iyi hissettirmektedir. Aksi takdirde uygun bir biçimde kendini açamayan bireyler kendilerini yalnız hissetmekte veya saldırgan tutumlar aracılığıyla kendilerini ifade edebilmektedir (Ağlamaz, 2006). Gelişimin ve değişimin çok hızlı olduğu, bireyselleşmenin giderek arttığı günümüz koşullarında kendini açma ve sağlıklı yakın ilişkiler; birey, aile ve toplumsal düzeyde ruh sağlığı açısından büyük önem taşımaktadır.

Yakın ilişkilerin bireyin hayatında oldukça önemli bir yer ettiği romantik ilişkiler, evlilik öncesinden başlayıp evlilik ve birlikte geçirilen süreyi içinde barındıran ilişki şeklidir (Hendrick & Hendrick, 2006). Çevresindekiler ile var olan ve ilişki arayışı içerisinde olan insan için romantik ilişki, kişilerin yaşamları üzerinde bazı işlevlere sahiptir ve beraberinde yakınlık, bağlılık, sevgi ve saygı gibi bazı duygular getirmektedir (Atak ve Taştan, 2012). Bireylere birçok bilişsel ve duygusal kazanımı olan romantik ilişkilerin yaşamın ilk yıllarıyla ilişkisinin incelendiği bir araştırmada yakın ilişkilerin nitelikleri hakkında çalışmaların yetersiz olduğu belirtilmiştir (Eşici ve Özbay, 2020).

Romantik ilişkide kendini açma bireyin kendisi ve ilişkisi ile ilgili çeşitli konularda partnerine açılımda bulunması şeklinde tanımlanabilir. Kendini açma gerçekleşmeden ilişkinin ortaya çıkması güçleşmektedir (Çağ, 2016). İlişkilerin derinliği üzerinde belirleyici unsur olan kendini açma davranışının Ebeveyn Kabul ve Red kuramında kişilik alt boyutunda yer alan olumsuz öz saygı ve olumsuz öz yeterlilik kavramlarıyla ilgili olduğu düşünülmektedir. Buradan yola çıkarak bu çalışmada yakın ilişkiler üzerinde etkileri olduğu öne sürülen kendine ve dünyaya yönelik zihinsel temsilleri şekillendiren ebeveyn kabul ve reddi ile yakın ilişkiler arasındaki ilişki incelenecektir. Alan yazında algılanan kabul ve red düzeyinin çocukluk dönemine yönelik araştırmaların daha yoğun olduğu görülmüştür. Yetişkinliğe uzanan ebeveyn tutumu etkileri incelendiğinde yakın ilişkilerle ilgili yürütülen bazı çalışmalarda algılanan ebeveyn kabul ve reddinin ilişki memnuniyeti ve partnerden algılanan kabul ve redle ilişkili olduğu görülmüştür (Eryavuz, 2006; Varan, 2005). Ayrıca Gürer'in (2019) eşler arasındaki kendini açma düzeyinin evlilik doyumu ile yüksek düzeyde pozitif ilişki bulgusuna ulaştığı çalışma, ebeveynler arasındaki iletişim ve ilişki formu, çocukluk dönemi açısından dikkate değer bulunmuştur. Bu araştırma sonuçları dikkate alındığında, yetişkinlikte algılanan kabul ve red düzeyinin romantik ilişkilerde kendini açma düzeyi ile ilişkisi incelenecek olan bu çalışma, bireylerin çocukluk döneminde anne ve baba olmak üzere karşılaştıkları ebeveyn tutumlarının ileriki yıllarda romantik ilişkilerde kendini açma üzerindeki etkisini ortaya çıkarmayı ve bu etkiye yönelik bireylerde farkındalık oluşturarak kişilerin kuracakları romantik ilişkilerde kendilerini daha sağlıklı açma konusunda yardımcı olmayı amaçlamaktadır.

Bu araştırmanın amacı yetişkinlikte algılanan ebeveyn kabul ve red düzeyi ile romantik ilişkide kendini açma düzeyleri arasında nasıl bir ilişki olduğunu ortaya koymaktır. Bu araştırma problemine dayalı olarak ilk olarak "Yetişkinlikte algılanan ebeveyn kabul ve red romantik ilişkide kendini açmayı yordamakta mıdır?", ikinci olarak "Yetişkinlikte algılanan ebeveyn kabul red ile romantik ilişkide kendini açma düzeyi arasındaki ilişki cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?" alt problemlerine yanıtlar elde edilmiştir.

1. Metodoloji

1.1. Araştırmanın Modeli/Deseni

Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden genel tarama modelindedir. Genel tarama modelleri mevcut durum üzerinde herhangi bir işlem yapmadan betimlenmesini sağlayan modellerden biridir. İlişkisel tarama modeli ise iki veya daha fazla değişken arasında birlikte değişimin varlığını ve varsa yönünü ortaya çıkarmayı amaçlar (Karasar, 2008).

1.2. Örneklem

Araştırmanın çalışma grubunu 2021 yılında Türkiye'de yaşayan romantik ilişkisi olan yetişkinler oluşturmaktadır. Katılımcılar çalışmaya katılmada gönüllü olan 364 romantik ilişkisi olan yetişkinden oluşmaktadır. Çalışmaya katılan 351 bireyden 252'si (%71,8) kadın, 99'u (%28,2) erkektir. Katılımcıların %63'ü 18-24 yaşları arasında, %25.04'ü 25-29 yaşları arasında, %11,7'si 30-60 yaşlarındadır.

1.3. Veri Toplama Araçları

Çalışmada araştırmanın amacına uygun olarak "Kişisel Bilgi Formu, Yetişkin Ebeveyn Kabul Red Ölçeği-Kısa Form, Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Ölçeği" kullanılmıştır.

1.3.1. Kişisel Bilgi Formu

Katılımcıların nitelikleri hakkında veri toplamak amacıyla araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Kişisel Bilgi Formunda bireylerin cinsiyeti, yaşı, öğrenim durumu, anne baba eğitim düzeyi, aile medeni durumu değişkenleri hakkında veri toplanmıştır.

1.3.2. Ebeveyn Kabul Red Ölçeği- Kısa Form (EKRÖ-K)

İlk formu Rohner, Saavedra ve Granum tarafından geliştirilen EKRÖ (1978) yetişkinlerin çocuklukta algıladığı ebeveyn kabul ve reddine yönelik davranışları ölçmeyi amaçlamaktadır. Kullanılan form, orijinali 60 maddeden oluşan bu formun geliştirilmiş kısa formudur. "Anne" ve "baba" olmak üzere iki ayrı formdan oluşan kısa form 4 alt boyut ve 24 maddeden oluşmaktadır; sıcaklık/şefkat (8 madde), düşmanlık/saldırganlık (6 madde), kayıtsızlık/ihmal (6 madde), ayrılmamış red (4 madde). Ölçek maddelerine verilen yanıtlar 1 ile 4 arasında puanlanmaktadır. Katılımcılar ölçekte yer alan ifadeleri "hemen hemen her zaman doğru", "bazen doğru", "nadiren doğru", "hiçbir zaman doğru değil" biçiminde yanıtlayabilmektedir. Sıcaklık/şefkat alt boyutundan alınan puanlar bireyin ebeveyninden algıladığı sıcaklığı ifade ederken sıcaklık/şefkat alt boyutunun tamamının ters puanlanmasıyla elde edilen genel toplam puan bireyin ebeveyninden algıladığı reddin yüksekliğini ifade etmektedir. Bireyin algıladığı en yüksek kabul puanı 24 olabilirken en yüksek red puanı 96 olabilmektedir. Ölçeğin aslında içtutarlılık kat sayıları .81'in üzerinde bulunmuş ve doğrulayıcı faktör analiziyle 4 faktörlü yapı kanıtlanmıştır (Dedeler Akün ve Durak Batıgün, 2017).

1.3.3. Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Ölçeği (RİKADÖ)

Yetişkinlerde romantik ilişkide kendini açma düzeyini belirlemek amacıyla Doğruyol ve Uzun (2019) tarafından geliştirilen RİKADÖ, 4 alt boyut ve 25 maddeden oluşmaktadır; açıklık (9 madde), iletişim (7 madde), cinsel yakınlık (4 madde), duygulanım (5 madde). Ölçek 5'li Likert tipindedir ve yanıtlar "Kesinlikle Katılıyorum", "Katılıyorum", "Kararsızım", "Katılmıyorum", "Kesinlikle Katılmıyorum" şeklindedir. Ölçekten alınabilecek en düşük ve en yüksek puan 25-125 arasında değişmektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı ise .94 olarak açıklanmıştır.

1.4. Verilerin Analizi

Araştırmadan elde edilen veriler, SPSS 22 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ebeveyn kabul ve reddiyle romantik ilişkide kendini açma alt boyutlarıyla aralarındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla Pearson Korelasyon analizi tekniği kullanılmıştır. Ebeveyn kabul ve reddinin romantik ilişkide kendini açma düzeylerini (bağımlı değişkeni) yordayıp yordamadığı çoklu doğrusal regresyon analizi tekniği ile belirlenmiştir.

2. Bulgular

Bulgular bölümünde ilk olarak katılımcıların EKAR alt boyutları ile romantik ilişkide kendini açma düzeyi alt boyutları arasındaki ilişkileri ortaya koymak için Pearson Korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir. Pearson Korelasyon analizi sonuçları Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1. Anne Kabul/Red Algısı, Baba Kabul/Red Algısı ve Romantik İlişkide Kendini Açma Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları Tablosu

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|----|----|----|
| 1. Anne Sıcaklık | 1 | | | | | | | | | | | |
| 2. Anne Düşmanlık/ Saldırganlık | -.58** | 1 | | | | | | | | | | |
| 3. Anne Kayıtsızlık/İhmal | -.68** | .62** | 1 | | | | | | | | | |
| 4. Anne Ayrışmamış Red | -.63** | .69** | .70** | 1 | | | | | | | | |
| 5. Baba Sıcaklık | .50** | -.28** | -.39** | -.32** | 1 | | | | | | | |
| 6. Baba Düşmanlık/ Saldırganlık | -.34** | .48** | .47** | .52** | -.49** | 1 | | | | | | |
| 7. Baba Kayıtsızlık İhmal | -.40** | .39** | .50** | .38** | -.71** | .53** | 1 | | | | | |
| 8. Baba Ayrışmamış Red | -.30** | .33** | .42** | .51** | -.50** | .75** | .58** | 1 | | | | |
| 9. Romantik İlişkide Açıklık | .29** | -.17** | -.23** | -.24** | .26** | -.29** | -.21** | -.31** | 1 | | | |
| 10. Romantik İlişkide İletişim | .26** | -.19** | -.22** | -.24** | .30** | -.31** | -.23** | -.31** | .85** | 1 | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|
| 11. Romantik İlişkide Cinsel Yakınlık | .07 | -.02 | -.05 | -.06 | .06 | -.03 | -.07 | -.09 | .47** | .45** | 1 |
| 12. Romantik İlişkide Duygulanım | .21** | -.13* | -.17** | -.20** | .19** | -.27** | -.17** | -.29** | .81** | .78** | .46** |

**p<.01 *p<.05

Tablo 1 incelendiğinde, çalışma grubunun Anne EKRÖ-K alt boyutlarından sıcaklık/şefkat (S/Ş) ile romantik ilişkide açıklık arasında pozitif yönde düşük düzeyde ($r=.29, p<.05$); düşmanlık/saldırganlık (D/S) ($r=-.17, p<.05$); kayıtsızlık/ihmal (K/İ) ($r=-.23, p<.05$) ve ayrışmamış red (AR) ($r=-.24, p<.05$) ile romantik ilişkide açıklık arasında ise negatif yönde düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Romantik ilişkide iletişim ile S/Ş arasında pozitif yönde düşük düzeyde ($r=.26, p<.05$); D/S ($r=-.19, p<.05$); K/İ ($r=-.22, p<.05$) ve AR ($r=-.24, p<.05$) arasında ise negatif yönde düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır. Romantik ilişkide cinsel yakınlık ile S/Ş; D/S; K/İ ve AR ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Romantik ilişkide duygulanım ile S/Ş arasında pozitif yönde düşük düzeyde ($r=.21, p<.05$); D/S ($r=-.13, p<.01$); K/İ ($r=-.17, p<.05$) ve AR ($r=-.20, p<.05$) ile romantik ilişkide duygulanım arasında ise negatif yönde düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır.

Baba EKRÖ-K alt boyutlarından S/Ş ve romantik ilişkide açıklık arasında pozitif yönde düşük düzeyde ($r=.26, p<.05$); D/S ($r=-.29, p<.05$); K/İ ($r=-.21, p<.05$) romantik ilişkide açıklık arasında ise negatif yönde düşük düzeyde; AR ($r=-.31, p<.05$) ile negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki görülmektedir. Romantik ilişkide iletişim ile S/Ş arasında pozitif yönde orta düzeyde ($r=.30, p<.05$); D/S ($r=-.31, p<.05$) ile negatif yönde düşük düzeyde; K/İ ($r=-.23, p<.05$) ile negatif yönde düşük düzeyde; AR ($r=-.31, p<.05$) ile arasında negatif yönde orta düzeyde anlamlı bir vardır. Romantik ilişkide cinsel yakınlık ile S/Ş; D/S; K/İ ve AR ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Son olarak romantik ilişkide duygulanım ile S/Ş arasında pozitif yönde düşük düzeyde ($r=.19, p<.05$); D/S ($r=-.27, p<.05$); K/İ ($r=-.17, p<.05$) ve AR ($r=-.29, p<.09$) ile arasında ise negatif yönde düşük düzeyde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Yetişkinlerin ebeveyn kabul-red algısı romantik ilişkide kendini açma düzeyini anlamlı olarak yordamakta mıdır?

Araştırmanın birinci alt problemini test etmek amacıyla katılımcıların Yetişkin Anne Kabu/Red Ölçeği-Kısa Form, Yetişkin Baba Kabu/Red Ölçeği-Kısa Form ve Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Ölçeği'nden aldıkları puanlar üzerinde Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2 ve 3'te verilmiştir.

Tablo 2. Anne Kabul/Red Algısının Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyini Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonucu

| | Anne | B | Standart Hata | Beta | t | p | R | R ² |
|-----------------------------------|----------------|--------|---------------|-------|--------|-------|------|----------------|
| Romantik İlişkide Açıklık | Sabit | 33.339 | 3.365 | | 9.908 | .000* | | |
| | Sıcaklık | .236 | .077 | .228 | 3.078 | .002* | | |
| | Düşmanlık | .128 | .128 | .075 | 1.003 | .317 | .308 | .095 |
| | İhmal | -.083 | .173 | -.039 | -.480 | .631 | | |
| | Ayrışmamış Red | -.380 | .244 | -.129 | -.557 | .120 | | |
| Romantik İlişkide İletişim | Sabit | 27.846 | 2.732 | | 10.193 | .000* | | |
| | Sıcaklık | .153 | .062 | .183 | 2.459 | .014* | | |
| | Düşmanlık | .009 | .104 | .007 | .089 | .929 | .286 | .082 |
| | İhmal | -.028 | .141 | -.016 | -.200 | .841 | | |
| | Ayrışmamış Red | -.293 | .198 | -.124 | -1.483 | .139 | | |
| Romantik İlişkide Cinsel Yakınlık | Sabit | 13.207 | 2.803 | | 4.711 | .000* | | |
| | Sıcaklık | .057 | .064 | .069 | .896 | .371 | | |
| | Düşmanlık | .087 | .106 | .064 | .820 | .413 | .088 | .008 |
| | İhmal | -.006 | .144 | -.004 | -.044 | .965 | | |
| | Ayrışmamış Red | -.144 | .203 | -.061 | -.708 | .480 | | |

| | | | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------|--------|-------|-------|--------|-------|------|------|
| | Sabit | 18.600 | 2.332 | | 7.976 | .000* | | |
| | Sıcaklık | .106 | .053 | .150 | 1.989 | .048* | | |
| Romantik İlişkide Duygulanım | Düşmanlık | .077 | .088 | .067 | .871 | .385 | .235 | .055 |
| | İhmal | -.016 | .120 | -.011 | -.134 | .893 | | |
| | Ayrılmamış Red | -.294 | .169 | -.147 | -1.738 | .083 | | |

* $p < .05$

Tablo 3. Baba Kabul/Red Algısının Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyini Yordamasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonucu

| | Baba | B | Standart Hata | Beta | t | p | R | R ² |
|--|----------------|--------|---------------|-------|--------|-------|------|----------------|
| | Sabit | 38.565 | 2.597 | | 14.849 | .000* | | |
| Romantik İlişkide Açıklık | Sıcaklık | .133 | .060 | .164 | 2.239 | .026* | | |
| | Düşmanlık | -.170 | .123 | -.108 | -1.381 | .168 | .348 | .121 |
| | İhmal | .122 | .123 | .077 | .992 | .322 | | |
| | Ayrılmamış Red | -.526 | .214 | -.199 | -2.463 | .014* | | |
| | Sabit | 29.459 | 2.073 | | 14.209 | .000* | | |
| Romantik İlişkide İletişim | Sıcaklık | .138 | .048 | .210 | 2.901 | .004* | | |
| | Düşmanlık | -.181 | .098 | -.142 | -1.834 | .067 | .372 | .139 |
| | İhmal | .097 | .098 | .076 | .991 | .323 | | |
| | Ayrılmamış Red | -.323 | .170 | -.152 | -1.896 | .059 | | |
| | Sabit | 15.072 | 2.187 | | 6.890 | .000* | | |
| Romantik İlişkide Cinsel Yakınlık | Sıcaklık | .020 | .050 | .030 | .391 | .696 | | |
| | Düşmanlık | .145 | .104 | .115 | 1.392 | .165 | .126 | .016 |
| | İhmal | -.022 | .104 | -.018 | -.213 | .831 | | |
| | Ayrılmamış Red | -.337 | .180 | -.160 | -1.874 | .062 | | |
| | Sabit | 22.032 | 1.787 | | 12.330 | .000* | | |
| Romantik İlişkide Duygulanım | Sıcaklık | .044 | .041 | .080 | 1.083 | .279 | | |
| | Düşmanlık | -.127 | .085 | -.118 | -1.494 | .136 | .310 | .096 |
| | İhmal | .069 | .085 | .064 | .814 | .416 | | |
| | Ayrılmamış Red | -.362 | .147 | -.202 | -2.461 | .014* | | |

* $p < .05$

Tablo 2' de görüldüğü gibi yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin açıklık alt boyutu ile anne kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları düşük düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir ($R = .308$, $R^2 = .095$, $p < .001$). Anne kabul/red alt boyutları romantik ilişkide açıklık alt ölçeği puanlarına ait açıklanan toplam varyansın yaklaşık %10'unu açıklamaktadır [$F_{(4,346)} = 9.055$, $p < .001$]. Regresyon katsayılarının anlamlılığına bakıldığında, S/Ş ($t = 3.078$, $p < .01$)'in romantik ilişkide açıklık üzerinde anlamlı birer yordayıcı olduğu; D/S ($t = 1.003$, $p > .05$) ve K/İ ($t = -.480$, $p > .05$) ve anne AR ($t = -.557$, $p > .05$) alt boyutlarının ise romantik ilişkide açıklık üzerinde anlamlı bir yordayıcı olmadığı görülmektedir.

Yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin iletişim alt boyutu ile anne kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları düşük düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir ($R = .286$, $R^2 = .082$, $p < .001$). Anne kabul/red alt boyutları romantik ilişkide iletişim alt ölçeği puanlarına ait açıklanan toplam varyansın yaklaşık %8'ini açıklamaktadır [$F_{(4,346)} = 7.721$, $p < .001$]. Regresyon katsayılarının anlamlılığına bakıldığında, S/Ş ($t = 2.459$, $p < .05$)'in romantik ilişkide açıklık üzerinde anlamlı birer yordayıcı olduğu; D/S ($t = 0.89$, $p > .05$), K/İ ($t = -.200$, $p > .05$) ve anne AR ($t = -1.483$, $p > .05$) alt boyutlarının ise romantik ilişkide iletişim üzerinde anlamlı bir yordayıcı olmadığı görülmektedir.

Yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin cinsel yakınlık alt boyutu ile anne kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları anlamlı düzeyde ilişki vermemektedir ($R = .088$, $R^2 = .008$, $p > .05$).

Yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin duygulanım alt boyutu ile anne kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları düşük düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir ($R = .235$, $R^2 = .055$,

$p < .01$). Anne kabul/red alt boyutları romantik ilişkide duygulanım alt ölçeği puanlarına ait açıklanan toplam varyansın yaklaşık %6'sını açıklamaktadır [$F_{(4,346)} = 5.038, p < .01$]. Regresyon katsayılarının anlamlılığına bakıldığında, S/Ş ($t = 1.989, p < .05$)'in romantik ilişkide duygulanım üzerinde anlamlı birer yordayıcı olduğu; D/S ($t = .871, p > .05$), K/İ ($t = -.134, p > .05$) ve anne AR ($t = -1.738, p > .05$) alt boyutlarının ise romantik ilişkide duygulanım üzerinde anlamlı bir yordayıcı olmadığına ulaşılmıştır.

Tablo 3' te görüldüğü gibi yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin açıklık alt boyutu ile baba kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları orta düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir ($R = .348, R^2 = .121, p < .001$). Baba kabul/red alt boyutları romantik ilişkide açıklık alt ölçeği puanlarına ait açıklanan toplam varyansın yaklaşık %12'sini açıklamaktadır [$F_{(4,346)} = 11.957, p < .001$]. Regresyon katsayılarının anlamlılığına bakıldığında, S/Ş ($t = 2.239, p < .05$) ve baba AR ($t = -2.463, p < .05$)'in romantik ilişkide açıklık üzerinde anlamlı birer yordayıcı olduğu; D/S ($t = -1.381, p > .05$) ve K/İ ($t = -.992, p > .05$) alt boyutlarının ise romantik ilişkide açıklık üzerinde anlamlı bir yordayıcı olmadığına ulaşılmıştır.

Yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin iletişim alt boyutu ile baba kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları orta düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir ($R = .372, R^2 = .139, p < .001$). Baba kabul/red alt boyutları romantik ilişkide iletişim alt ölçeği puanlarına ait açıklanan toplam varyansın yaklaşık %14'ünü açıklamaktadır [$F_{(4,346)} = 13.926, p < .001$]. Regresyon katsayılarının anlamlılığına bakıldığında, S/Ş ($t = 2.901, p < .01$)'in romantik ilişkide iletişim üzerinde anlamlı birer yordayıcı olduğu; D/S ($t = -1.834, p > .05$), K/İ ($t = .991, p > .05$) ve baba AR ($t = -1.896, p > .05$) alt boyutlarının ise romantik ilişkide iletişim üzerinde anlamlı bir yordayıcı olmadığı görülmektedir.

Yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin cinsel yakınlık alt boyutu ile baba kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları anlamlı düzeyde ilişki vermemektedir ($R = .126, R^2 = .016, p > .05$).

Yetişkinlerde EKAR alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi ölçeğinin duygulanım alt boyutu ile baba kabul/red alt boyutlarından S/Ş, D/S, K/İ ve AR alt boyutları düşük düzeyde ve anlamlı ilişki vermektedir ($R = .310, R^2 = .096, p < .001$). Baba kabul/red alt boyutları romantik ilişkide duygulanım alt ölçeği puanlarına ait açıklanan toplam varyansın yaklaşık %6'sını açıklamaktadır [$F_{(4,346)} = 9.204, p < .001$]. Regresyon katsayılarının anlamlılığına bakıldığında, S/Ş ($t = 1.083, p > .05$), D/S ($t = -1.494, p > .05$) ve K/İ ($t = .814, p > .05$) alt boyutlarının romantik ilişkide duygulanım üzerinde anlamlı birer yordayıcı olmadığı; baba AR ($t = -2.461, p < .05$)'in ise romantik ilişkide duygulanım üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğuna ulaşılmıştır.

Üniversite öğrencilerinin ebeveyn kabul-red algısı ile romantik ilişkide kendini açma düzeyleri arasındaki ilişki cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

Araştırmanın ikinci alt probleminin test edilmesi amacıyla yetişkinlerin EKRO-K ve RİKADÖ' den aldıkları puanların cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için MANOVA testi kullanılarak analiz sonuçları Tablo 4' te verilmiştir.

Tablo 4. Cinsiyete Göre Anne Kabul-Red, Baba Kabul-Red ve Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Puanlarına Ait MANOVA Analizi Sonucu

| Etki | Wilks' Lambda | F | Serbestlik Derecesi (Hipotez) | Serbestlik Derecesi (Hata) | P |
|----------|---------------|-------|-------------------------------|----------------------------|------|
| Cinsiyet | .950 | 3.651 | 5.000 | 345.000 | .003 |

Tablo 2'ye göre ebeveyn kabul-red algısı ve romantik ilişkide kendini açma düzeyi üzerindeki cinsiyet temel etkisi anlamlı bulunmuştur ($\lambda = 0.95, F_{(5,345)} = 3.65, p < .05$). Bu bulgu anne ve baba kabul-red algısı ve romantik ilişkide kendini açma düzeyinin cinsiyete göre anlamlı olarak değiştiğini göstermektedir. Cinsiyete göre ortaya çıkan bu anlamlı farkın belirlenmesi için yapılan MANOVA testi sonuçları Tablo 5' te verilmiştir.

Tablo 5. Cinsiyete Göre Algılanan Anne Kabul-Red, Baba Kabul-Red ve Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi Puanlarına Ait Ortalama Standart Sapma Değerleri ve MANOVA Sonucu

| Değişken | Cinsiyet | n | Ort. | Ss | Sd | F | P |
|-------------------|----------|-----|--------|-------|-------|-------|------|
| Anne Kabul Düzeyi | Kadın | 252 | 30.091 | 6.004 | 1-349 | 6.229 | .013 |

| | | | | | | | |
|--|-------|-----|--------|-------|-------|-------|------|
| | Erkek | 99 | 31.737 | 4.215 | | | |
| Anne Red Düzeyi | Kadın | 252 | 36.242 | 12.65 | 1-349 | 4.935 | .027 |
| | Erkek | 99 | 33.151 | 8.922 | | | |
| Baba Kabul Düzeyi | Kadın | 252 | 27.777 | 7.478 | 1-349 | .046 | .830 |
| | Erkek | 99 | 27.959 | 6.131 | | | |
| Baba Red Düzeyi | Kadın | 252 | 39.373 | 14.47 | 1-349 | .273 | .602 |
| | Erkek | 99 | 40.242 | 12.79 | | | |
| Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi | Kadın | 252 | 107.11 | 16.06 | 1-349 | 3.661 | .057 |
| | Erkek | 99 | 103.42 | 16.70 | | | |

Tablo 5 incelendiğinde baba kabul puanları [$F_{(1,349)}=0.046$, $p>.05$], baba red puanları [$F_{(1,349)}=.273$, $p>.05$], romantik ilişkide kendini açma puanları [$F_{(1,349)}=3.661$, $p>.05$] cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermemektedir.

Anne kabul puanları [$F_{(1,349)}=6.229$, $p<.05$] ve anne red puanları [$F_{(1,349)}=4.935$, $p<.05$] ise cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir. Buna göre erkeklerin anne kabul puanları kadınlara göre; kadınların anne red puanları erkeklere göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmanın alt problemi doğrultusunda yetişkinlerin algıladığı ebeveyn kabul-reddi alt boyutlarının romantik ilişkide kendini açma düzeyi alt boyutlarının anlamlı bir yordayıcısı olup olmadığı test edilmiştir. Öncelikle ebeveyn kabul-reddi alt boyutları ile romantik ilişkide kendini açma düzeyi alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını incelemek adına Pearson Korelasyon Analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre Anne EKRÖ-K alt boyutlarından sıcaklık/şefkatın RİKADÖ ölçeği alt boyutları olan romantik ilişkide açıklık, iletişim ve duygulanım ile anlamlı düzeyde pozitif yönde ilişkili olduğu görülmektedir. Anne EKRÖ-K alt boyutları olan düşmanlık/saldırganlık, kayıtsızlık/ihmal ve ayrışmamış red; RİKADÖ alt boyutlarından romantik ilişkide açıklık, iletişim ve duygulanım ile anlamlı düzeyde negatif yönde ilişkilidir. Anne EKRÖ-K'de bulunan hiçbir alt boyut RİKADÖ cinsel yakınlık alt boyutuyla anlamlı düzeyde ilişkili değildir.

Baba EKRÖ-K alt boyutları ile RİKADÖ alt boyutları arasındaki ilişki incelendiğinde anne formu ile benzer şekilde baba sıcaklık/şefkat alt boyutu romantik ilişkide açıklık, iletişim, duygulanım ile pozitif yönde anlamlı düzeyde ilişkili bulunurken, Baba EKRÖ-K alt boyutları olan düşmanlık/saldırganlık, kayıtsızlık/ihmal ve ayrışmamış red; romantik ilişkide açıklık, iletişim, duygulanım ile negatif yönde anlamlı düzeyde ilişkili bulunmuştur. Baba EKRÖ-K alt boyutları ile RİKADÖ cinsel yakınlık alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Regresyon analizi sonuçlarına göre romantik ilişkide açıklık, iletişim ve duygulanım üzerinde anne sıcaklık/şefkat alt boyutunun anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmektedir. Yetişkinlerin anne sıcaklık/şefkat puanları arttıkça, romantik ilişkide açıklık, iletişim ve duygulanım puanları da artmaktadır. Romantik ilişkide cinsel yakınlık üzerinde anne sıcaklık/şefkat, düşmanlık/saldırganlık, kayıtsızlık/ihmal ve ayrışmamış red alt boyutlarının hiçbirinin anlamlı bir yordayıcı olmadığı görülmektedir. Babadan algılanan sıcaklık/şefkatın; romantik ilişkide açıklık ve romantik ilişkide iletişim alt boyutları üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu görülmüştür. Baba sıcaklık/şefkat puanları arttıkça romantik ilişkide açıklık ve iletişim puanları da artmaktadır. Ayrıca baba ayrışmamış reddinin romantik ilişkide açıklık ve duygulanım puanları üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Baba ayrışmamış reddi arttıkça romantik ilişkide açıklık ve duygulanım puanları düşmektedir. Bu sonuçlar ilgili literatürdeki araştırmalar ile benzerlik göstermektedir.

Chen, Yuan, Yang, Lai (2020) anne ve babadan algılanan duyarlılığın ergenlerin benlik algılarıyla olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu ve romantik ilişkiyle ilgili tutumlarına pozitif yönde katkı sağladığını; Xia ve diğerleri (2017) çocukluklarında daha pozitif ve sağlam ilişkilerin kurulduğu aile ortamlarında büyüyenlerin ileride romantik ilişkilerinde daha az şiddete meyilli, problem çözmede daha başarılı bireyler olduklarını ve partnerlerinden daha fazla sevgi hissettiklerini; Lee (2017) ergenlerin romantik ilişki kalitesi ile ebeveynlerinin evliliğinin devam ettiği ailelerde babalarıyla olan ilişkilerinin anlamlı düzeyde ilişkili olduğunu; İslam (2016) anneden algılanan düşmanlık/saldırganlık ve ayrışmamış red arttıkça ilişki korkusunun arttığını, romantik ilişkide bireyin kendine yönelik kendine güven ve girişkenlik puanlarının azaldığını ayrıca

anne kayıtsızlık/ ihmali arttıkça romantik ilişki içerisinde kendine güven ve ilişki doyumunun azaldığını; Trak (2016) yetişkinlerin çocukluk dönemlerinde ebeveynlerinden aldıkları ilgi ve yakınlık azaldıkça romantik ilişkilerinde takıntılarının ve ihtiyaç duydukları anlarda partnerlerinden destek göremeyeceği konusundaki korkularının arttığını; Çiftçi (2010) ebeveynleri ile arasında az iletişim ve yabancılaşma var olan bireylerin romantik ilişkilerinde de partnerlerine kaygılı veya kaçınan bir biçimde bağlandıklarını; Sarı (2012) bireylerin çocukluk dönemlerinde annenin cezalandırıcı, babanın kuralcı/kalıplayıcı ve her ikisinin de duygusal açıdan yoksun bırakıcı tutumunun ileride evlilik doyumlarına negatif yönde etkide bulunduğunu; ortaya koymuştur. Mevcut araştırmanın sonuçları bireylerin yetişkinlik döneminde sağlıklı ve derin yakın ilişkilere sahip olmasında ebeveynlerin kabul edici veya reddedici tutumlarının rolüne ışık tutmaktadır. Yetişkinlerin partnerleri ile duygusal yakınlığın, açık ve sağlıklı iletişimin olduğu bu tür ilişkiler kurabilmesi çocuklukta oluşturduğu diğer insanlara yönelik zihinsel temsillerinin kabul edici veya reddedici olmasından kaynaklanabileceğini göstermektedir. Başka bir deyişle bu bulgu, romantik ilişki içerisinde partnerin tutumuna yönelik beklentileri ile kişinin buna uygun kendi duygu ve davranış kalıplarını yaşamın ilk yıllarında ebeveynlerle kurulan ilişkinin şekillendirebileceğini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın son bulgusuna göre anne kabul ve red puanları cinsiyete göre anlamlı fark gösterirken baba kabul puanları, red puanları ve romantik ilişkide kendini açma düzeyi puanları cinsiyete göre anlamlı bir fark göstermemektedir. Buna göre erkeklerin anneden algıladıkları kabul puan ortalamaları kadınlara göre daha fazla bulunmuştur. Kadınların ise anneden algıladıkları red puan ortalamaları erkeklere göre daha fazla olduğu görülmektedir. İlgili bulguyla alakalı alanyazın incelendiğinde algılanan ebeveyn red ve kabulü ile psikolojik uyumları arasındaki ilişkinin incelendiği bir çalışmada erkeklerin annelerinden algıladıkları kabul ile mevcut psikolojik uyumları yüksek düzeyde ilişki gösterirken kadınların babalarından algıladıkları kabulün annelerinden algıladıkları kabule göre psikolojik uyumları ile daha güçlü düzeyde ilişkili olduğu ortaya konmuştur (Ali, Khaleque, Rohner, 2015). Benzer şekilde Ibrahim ve diğerlerinin (2015) ortaya koyduğu çalışmada bireylerin aynı cinsiyetteki ebeveyninden algıladığı redde göre karşı cinsiyetten algıladığı reddin reddedilme duyarlılığındaki değişimi daha fazla açıkladığı ortaya konmuştur. Literatürde bulguyla paralellik göstermeyen çalışmalar da bulunmaktadır. Dwairy (2010)'nin çalışmasında bu araştırma sonuçlarının aksine erkeklerin kadınlara göre daha fazla red ve daha az kabul algıladıkları görülmektedir. Benzer şekilde Epli ve diğerlerinin (2021) algılanan ebeveyn kabul ve reddi ile psikolojik dayanıklılık arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmada erkeklerin kadınlarla kıyaslandığında daha düşük kabul ve daha fazla red algıladıkları ortaya konmuştur. Mevcut çalışmada yalnızca anne kabul ve red puanlarının cinsiyet açısından farklılık göstermesi toplumsal cinsiyet rolleri ile açıklanabilir. Türk kültüründe erkek çocukları daha özgür bir şekilde büyütülürken kız çocuklarının erkeklere kıyasla daha fazla sorumluluk yüklenerek ve kısıtlanarak büyütülmesi kadınların annelerinden daha fazla red ve erkeklerin annelerinden daha fazla kabul algılamalarına neden olmuş olabilir.

Araştırmada elde edilen bulgular göz önüne alınarak bazı öneriler sunulmuştur. Bu araştırmaya katılan bireyler Türkiye'nin farklı illerinde yaşayan farklı yaş gruplarındaki bireylerdir. Belirli bir yaş grubu veya belirli bir şehir seçilerek ilgili değişkenler test edilebilir. Algılanan ebeveyn kabul-reddi ile romantik ilişkiler arasındaki ilişkiye ait literatürün zenginleşebilmesi için yakın ilişkilerle ilgili farklı değişkenlerle ilgili çalışmalar yapılabilir. Araştırmada yetişkinlerin algıladıkları kabul ve reddin romantik ilişkilerindeki bazı alt boyut puanlarını yordadığı elde edilmiştir. Çocukların ileride daha sağlıklı ve daha kaliteli romantik ilişkiler kurabilmesi ve sürdürebilmesi için ebeveynlere yönelik aile ortamında kabulü arttırmaya ve reddi azaltmaya yönelik becerileri içeren psiko-eğitim programları geliştirilebilir.

Kaynakça

- Ağlamaz, T. (2006). Lise Öğrencilerinin Saldırganlık Puanlarının Kendini Açma Davranışı, Okul Türü, Cinsiyet, Sınıf Düzeyi, Anne-Baba Öğrenim Düzeyi ve Ailenin Aylık Gelir Düzeyi Açısından İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.
- Ali, S., Khaleque, A., & Rohner, R. P. (2015). Pancultural Gender Differences in the Relation Between Perceived Parental Acceptance and Psychological Adjustment of Children and Adult Offspring: A Meta-Analytic Review of Worldwide Research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1059-1080.
- Atak, H., & Taştan, N. (2012). Romantik İlişkiler ve Aşk. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry* 4(4), 520-546.
- Chen, W.-W., Yuan, H., Yang, X., & Lai, S. K. (2020). Parenting, self-concept, and attitudes about romantic relationships. *Journal of Adolescence*, 41-49.
- Collins W.A. & Steinberg L. (2006). Adolescent development in interpersonal context. In: Damon W., Lerner R., editors. *Handbook of Child Psychology, Social, Emotional, and Personality Development*. Wiley; New York, NY, USA.

- Çiftçi, D. (2010). Kişinin Ebeveyn İlişki Algısı ile Yetişkinlik Bağlanma Stilleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Dedeler, M., Akün, E., & Batıgün, A. D. (2017). Turkish adaptation of Adult Parental Acceptance - Rejection Questionnaire Short Form. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences* (30), 181-193.
- Doğruyol, S., & Uzun, N. B. (2019). Romantik İlişkide Kendini Açma Düzeyi: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *III. Atlas Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi*, 1-6.
- Dwairy, M. (2010). Parental Acceptance–Rejection: a Fourth Cross-Cultural Research on Parenting and Psychological Adjustment of Children. *J Child Fam Stud* 19, 30-35.
- Epli, H., Batık, M. V., Çabuker, N. D., & Çelik, S. B. (2021). Relationship between psychological resilience and parental acceptance-rejection: The mediating role of self-compassion. *Current Psychology*.
- Ereş, F. (2009). Toplumsal Bir Sorun: Suçlu Çocuklar ve Ailenin Önemi. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi* 17.17, 88-96.
- Erözkan, A. (2012). Ergenlerde Kaygı Duyarlılığı ve Ebeveyn Tutumları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 43-57.
- Eryavuz, A. (2006). Çocuklukta Algılanan Ebeveyn Kabul veya Reddinin Yetişkinlik Dönemi Yakın İlişkileri Üzerindeki Etkileri. *Doktora Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Eşici, H., & Özbay, Y. (2020). Beliren Yetişkinlikte Romantik İlişki Kalitesi ile Bağlanma İlişkisinde Psikolojik İhtiyaçlar ve Zedelenmiş Otonominin Aracı Etkisi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 9 (26), 267-288.
- Gürel, E. Ç. (2015). Kişilerarası İletişimde Kendini Açma ve Özsaygı İlişkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Gürer, T. (2019). Evli Bireylerde Eşe Kendini Açma ve Evlilik Doyumu. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- İbrahim, D. M., Rohner, R. P., Smith, R. L., & Flannery, K. M. (2015). Adults' Remembrances of Parental Acceptance–Rejection in Childhood Predict Current Rejection Sensivity in Adulthood. *Journal of Family and Consumer Sciences* 44(1), 51-62.
- İslam, E. (2016). Romantik İlişkide Kendilik Değerlendirmesi ile Algılanan Ebeveyn Kabul-Red Düzeyi Arasındaki İlişki ve Kendini Toparlama Gücünün Aracılık Rolü. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Maltepe Üniversitesi.
- Karasar, N. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın.
- Lee, S.-A. (2018). Parental Divorce, Relationships with Fathers and Mothers, and Children's Romantic Relationships in Young Adulthood. *Journal of Adult Development* 25, 121-134.
- Mengya Xia, Fosco, G. M., Lippold, M. A., & Feinberg, M. E. (2018). A Developmental Perspective on Young Adult Romantic Relationships: Examining Family and Individual Factors in Adolescence. *Journal of Youth and Adolescence* 47, 1499–1516.
- Rising, D.G., & Rohner, R. P. (2020). *Recovery from rejection: A manual of client handouts for clinical practice*. [adobe digital editions]. <https://rohnerresearch.files.wordpress.com/2020/10/recovery-from-rejection-a-manual-of-client-handouts-for-clinical-practice.pdf>
- Rohner, R. P. (2004). The parental “acceptance rejection syndrome”: Universal correlates of perceived rejection. *American Psychologist*, 59(8), 827 – 840. <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.59.8.830>
- Rohner, R. P., Khaleque, A., & Cournoyer, D. E. (2005). Parental acceptance-rejection: Theory, methods, cross-cultural evidence, and implications. *Ethos* 33.3 , 299-334.
- Rohner, R. P., Khaleque, A., & Cournoyer, D. E. (2012). Introduction to parental acceptance-rejection theory, methods, evidence, and implications. *Journal of Family Theory & Review*, 2(1) , 73-87.
- Rohner, R. P. (2018). Introduction to interpersonal acceptance-rejection theory(IPARTheory), methods, evidence, and implications. Erişim Linki www.csar.uconn.edu
- Sarı, T. (2012). Evli Bireylerin Ebeveyn Algıları, Otomatik Düşünceleri ve Bağlanma Stillerinin Evlilik Doyumu ile İlişkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Haliç Üniversitesi.
- Trak, E. (2016). Hatırlanan Ebeveyn İlgisi, Yetişkin Bağlanma Biçimleri ve Partnere Bağlı Benlik Değerinin Romantik İlişki ve Partner Temalı Obsesif Kompulsif Bozukluk Semptomları ile İlişkisi. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

Varan, A. (2008). Relation between Perceived Parental Acceptance and Intimate Partner Acceptance in Turkey: Does History Repeat Itself? *Ethos* 33(3), 414-426.

Extended Abstract

Aim and Scope

People go through different life stages throughout their lives and they face different problems in each of these periods. The important role of parental influence in overcoming these problems is widely accepted (Collins & Steinberg, 2006). One of the theories that draw attention to the relationship between childhood and later ages is the Parental Acceptance-Rejection Theory (PART) put forward by Ronald Rohner. It has been revealed that the experience of parental rejection in the early stages of life is associated with individuals tending to perceive the world and interpersonal relationships as psychologically and emotionally unreliable, and also associated with lack of affect, impaired self-esteem, and negative worldview (Rohner & Lansford, 2017). Self-disclosure (Çitil Gürel, 2015), which is one of the factors that determines the depth of the interactions of the individual, refers to the willingness of individuals to establish a close relationship with another person, especially the person who is important to them, in PART Theory (Rohner, 2018).

From this point of view, in this study, the relationship between parental acceptance and rejection, which shapes mental representations of self and the world, which is claimed to have effects on close relationships, and close relationships will be examined. Considering the results of this research, the relationship between perceived acceptance and rejection in adulthood and the level of self-disclosure in romantic relationships will be examined. It aims to help people open themselves more healthily in their romantic relationships by creating awareness.

Methods

The study group of the research consists of adults with romantic relationships living in Turkey in 2021. Participants consisted of 351 romantically involved adults who volunteered to participate in the study. Of the 351 individuals participating in the study, 252 (71.8%) were female and 99 (28.2%) were male. 63% of the participants are between the ages of 18-24, 25.04% are between the ages of 25-29, 11.7% are between the ages of 30-60. Personal Information Form, Adult Parental Acceptance Rejection Scale-Short Form and Self-Disclosure in Romantic Relationship Scale were used in the study in accordance with the purpose of the research.

Findings

According to the results of the analysis, it is seen that maternal warmth/affection sub-dimension is a significant predictor of openness, communication and affect in a romantic relationship. As the maternal warmth/compassion scores of adults increase, the scores of openness, communication and affect in a romantic relationship also increase. It is seen that none of the sub-dimensions of maternal warmth/affection, hostility/aggression, indifference/neglect, and undifferentiated rejection are significant predictors of sexual intimacy in romantic relationships. perceived warmth/compassion from the father; It was found to be a significant predictor of openness in a romantic relationship and communication in a romantic relationship sub-dimensions. As the father's warmth/compassion scores increase, the openness and communication scores in the romantic relationship also increase. In addition, it was concluded that paternal undifferentiated rejection was a significant predictor of romantic relationship openness and affective scores. As paternal undifferentiated rejection increases, openness and affective scores decrease in romantic relationships. According to the last finding of the study, while maternal acceptance and rejection scores show a significant difference according to gender, father acceptance scores, rejection scores and romantic relationship self-disclosure scores do not show a significant difference according to gender. Accordingly, men's perceived maternal acceptance score averages were found to be higher than women's. On the other hand, it is seen that the average score of rejection perceived by women from the mother is higher than that of men.

Conclusion

The findings obtained were evaluated within the framework of the relevant literature.

Çerkeşîzâde Mehmet Tevfik Efendi'nin İman Anlayışı¹

The Understanding of Faith in Sir Charkashîzadah Mehmet Tawfiq

Aynur Atar Aksoy², Berat Sarıkaya³

Öz

Çerkeşîzâde Mehmet Tevfik Efendi, Osmanlı Devleti'nin son döneminde yaşamış, ilim ve tasavvuf ehli bir ailede yetişmiş, çeşitli bölgelerde birçok hocadan kalam, mantık, fıkıh, sarf, nahiv, edebiyat ve felsefe dersleri almış önemli bir âlimdir. Ayrıca o, yaşadığı dönemde kadılık, müderrislik, müsteşarlık, nazırlık görevlerinde bulunarak devlete hizmet etmiştir. Çerkeşîzâde'nin, yaşadığı dönemde İslami ilimlere özellikle kalam ilmine dair eserler yazması, dikkate değer bir husustur. Nitekim o dönemde yaşanan eğitim sistemindeki bozukluklar ve Batı'da ortaya çıkan akımlar İslam dünyasını olumsuz etkilemiştir. Dolayısıyla bu dönemde yazılan eserlerde, İslami ilimlerin yeniden topluma yön verebilecek, dönemin problemlerine ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek duruma getirilmesi üzerinde durulmuştur.

Bu dönemde, Çerkeşîzâde'nin itikadi meseleler üzerinde durması, döneminin şartlarına göre inanca dair meseleleri yorumlama yönünde bir adım kabul edilmelidir. Makalemizde Çerkeşîzâde'nin, kalam ilmine dair yazdığı Miftâhu'l-Akâid, Meziyyet-i İslâmiyye ve el-İtkân fî Tahkîki'l-İmân adlı akaid risalelerinden hareketle iman anlayışı üzerinde durulacaktır. Bu çerçevede iman kelimesinin anlamı, iman mahiyeti, icmâlî ve tafsilî iman, iman-amel ilişkisi, imanda artma eksilme, imanda istisna ve mukallidin imanı konularına yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Çerkeşîzâde, İman, İtikad, Amel, Kalam

Abstract

Sir Charkashîzadah Mehmet Tawfiq is an important scholar who lived in the last period of the Ottoman Empire, grew up in a family of scholars who are interested in the science and Sufism, and took lessons in theology, logic, fiqh, vocabulary, syntax, literature and philosophy from many experts in various regions. In addition, he served the state by serving as kadi, professor, undersecretary and minister during his lifetime. The fact that Charkashîzadah wrote works on Islamic sciences, especially on the science of kalam, during his lifetime is a remarkable issue considering that there was a decline in Islamic sciences at that time. As a matter of fact, the disorders in the education system at that time and the currents that emerged in the West negatively affected the Islamic world. Therefore, in this period, it was emphasized that the Islamic sciences should be able to give direction to the society and respond to the problems and needs of the period.

In this period, innovation movements emerged in the science of kalam as well as in Islamic sciences. Charkashîzadah's emphasis on theological issues should be accepted as a step towards interpreting the issues of faith according to the conditions of his time. In our article, we will focus on the understanding of faith, based on the doctrinal treatises of Charkashîzadah, entitled Miftâhu'l-Akâid, Meziyyet-i İslâmiyye and el-İtkân fî Tahkîki'l-İmân, which he wrote on the science of kalam. In this context, the meaning of the word faith, the nature of faith, comprehensive and detailed faith, the relationship between faith and action, the increase and decrease in faith, exception in faith and faith of the emulative will be discussed.

Keywords: Charkashîzadah, Faith, Creed, Action, Islamic Theology

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 25 / 03 / 2022

Accepted: 14 / 09 / 2022

¹ Bu makale Aynur Atar'ın "Çerkeşîzâde Mehmet Tevfik Efendi ve Akaid Risaleleri" (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gümüşhane, 2019) adlı çalışmasından yararlanılarak hazırlanmıştır.

² Arş. Gör., Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, aynuratar@gumushane.edu.tr, Gümüşhane, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-8729-0930>.

³ Doç. Dr., Gümüşhane Üniversitesi İlahiyat Fakültesi, beratsarikaya@gumushane.edu.tr, Gümüşhane, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-3308-6184>.

Giriş

Müslüman düşüncenin temelini oluşturan iman ve iman çerçevesinde ortaya çıkan konular, ilk dönemlerden itibaren Müslümanları meşgul etmiş, farklı görüşler ileri sürülerek eserler telif edilmiştir. Günümüze gelinceye kadar her dönemde yeniden yorumlanmak suretiyle bu ilgi devam etmiştir. XIX. Yüzyılda Batılılaşma ile birlikte ortaya çıkan ateizm, rasyonalizm ve materyalizm gibi akımların etkisiyle İslam'a aykırı inanç ve fikirler Müslüman coğrafyada yayılmaya başlamıştır. Bununla birlikte imanın mahiyeti, taklidi iman, iman edilecek hususlar gibi itikadi tartışmalar yeniden gündeme gelmiştir. Dolayısıyla XIX. yüzyılda yaşayan Osmanlı'nın önde gelen âlimi ve devlet adamı olan Çerkeşîzâde Mehmet Tevfik Efendi de risalelerinde iman, tevhid, isbat-ı vacip gibi Allah'ın varlığına ve birliğine yönelik konulara değinmiştir.

Çerkeşîzâde künyesi ile meşhur olan Mehmet Tevfik Efendi, 1826 yılında Ankara'da dünyaya gelmiştir. İlk eğitimini ailesinden almıştır. Ardından çeşitli bölgelerde birçok âlimden mantık, fıkıh, kalam, Arapça ve felsefe dersleri öğrenerek kendi ilmi kişiliğini oluşturmuştur. Aynı zamanda birçok öğrenci yetiştirerek ilim dünyasına katkı sağlamıştır (Mehmet Tâhir, 296; Albayrak, 1996: 360).

Çerkeşîzâde, yaşadığı dönemde çeşitli devlet görevlerinde bulunmuş ve birçok yerde kadılık yapmıştır. Devlet görevlerini yerine getirirken ilmi ve edebi birçok eser kaleme almıştır (Azamat, 1993: 273; Yücer, 2008: 333). Bu eserlerden günümüze ulaşanlar; *Miftâhu'l-Akâid*, *Meziyyet-i İslâmiyye*, *Levâiyhu'l-Kudsiyye fî fedâilî's-Şeyhi'l-Ekber*, *Gâyetü'l Beyân fi İlmî'l Mizân*, *Behcetü't-Tarf fî İlmî's-Sarf*, *İcmâl-i Nahv-ı Arabî*, *Tuhfetü's-Sıbyân*, *Risâle fi'l-Akl*, *Şerh-i Akâid-i Neseffî Tercümesindeki Hatalara Dair Risale*, *el-İtkân fî Tahkiki'l- İmân*, *Ta'zîmu's-Sahâbe*, *Kasâid-i Tevfik* gibi eserlerdir. Çalışmamızda, Çerkeşîzâde'nin kalam ilmine dair bölümleri içeren *Miftâhu'l-Akâid*, *Meziyyet-i İslâmiyye* ve *el-İtkân fî Tahkiki'l-İmân* adlı akaid risaleleri temel alınarak onun, iman anlayışı hakkında bilgi verilecektir.

Çerkeşîzâde'nin *Miftâhu'l-Akâid* adlı risalesinin birinci bölümü itikâdiyyat adıyla kaleme alınmış olup kalam ilminin temel konuları olan zat, sıfat, melekler, nübüvvet, kitap, yevm-i ahiret, kaza ve kader konularını ihtiva etmektedir (Mehmet Tevfik, 1301). *Meziyyet-i İslâmiyye* adlı eserinin ilk kısmı âlemin hudusu, isbât-ı vâcib, tevhid, melekler, nübüvvet, kitap, kaza ve kader, kabir halleri, ahiret günü, şefaath, cennet gibi akaid konularını derinlemesine ele almaktadır (Mehmet Tevfik, 1306). *el-İtkân fî Tahkiki'l-İmân* risalesinde ise tahkiki imanı mümkün kılan imanın mertebeleri, ilim, tasdik, ikrar, fariza-ı zimmet gibi konular işlenmektedir (Mehmet Tevfik, 1311).

1. İmanın Tanımı ve Mahiyeti

İman sözlükte "tasdik etmek, güven içinde bulunmak, korkusuz olmak" anlamına gelen emân kökünden türemiştir. İstilahta ise "haberi veren kişinin hükmünü gönüllü olarak kabul etmek, hükme boyun eğmek ve hükmün doğruluğunu kabul etmek", "Allah'tan alıp din adına tebliğ ettiği kesinlik kazanan hususlarda peygamberleri tasdik etmek ve onlara inanmak" anlamlarına gelir (İsfahani, 2018: 155; İbn Manzur, 1970: 108). Başka bir deyişle iman, Hz. Peygamber'in Allah'tan getirdiği kesin olarak bilinen ve zarûrât-ı diniyye olarak kabul edilen İslamî esasların, hükümlerin ve haberlerin doğru ve gerçek olduğuna şüphesiz inanmaktır (Gölcük ve Toprak, 2012: 110). Dolayısıyla Hz. Peygamber'in getirdiği Kur'an'a ve ondan aktarılan mütevatir haberlerin doğru ve gerçek olduğuna inanan, tasdik eden kimseler mümin olarak isimlendirilmektedir. Bu esasların hepsini veya bir kısmını inkâr eden kimseye ise kâfir denilmektedir.

Çerkeşîzâde'ye göre iman, dini meselelerden olduğu açık olan ve herkes tarafından bilinen şer'i hükümlerin tümünde inat ve kibri terk edip yalan olduğuna dair bir işaret bulunan sözlerden uzak, rıza ve ihtiyar ile Hz. Peygamber'i anlamak, kalp ile tasdik ve dil ile ikrar demektir (Mehmet Tevfik, 1311: 13). Çerkeşîzâde insanın ahirette mutluluğa ulaşması için dünyada iken sahih bir itikada sahip olmasını gerekli görmektedir. Sahih itikaddan kastedilen ise Çerkeşîzâde'nin deyişiyle "Hak Teâla Hazretlerinin varlığını yaratıcı, mâbud ve vücudu mutlak olarak bilmek; tevhidini, subuti ve selbi sıfatlarını, meleklerini, kitaplarını, peygamberlerini, kaza ve kaderini kabul etmek ve Peygamber Aleyhisselamın ilahi yönüyle haber verdiği ilahi kanunların tümünü tasdik etmek" demektir (Mehmet Tevfik, 1301: 7). Çerkeşîzâde'ye göre tüm bunlara inanan, hak olduğunu kabul ve tasdik eden sahih iman sahibi kimse mümin vafına erişmiş demektir.

İman bir bütünlük arz etmektedir. Bu nedenle iman edilecek şeylerin tümüne toptan ve hepsine birden ayrı ayrı iman etmek imanının sahih kabul edilmesi için gereklidir. Nitekim "Allah'ı ve peygamberlerini inkâr edenler, Allah ile peygamberlerini birbirinden ayırmak isteyenler, "Bir kısmına inanınız ama bir kısmına inanmayız" diyenler ve bunlar arasında bir yol tutmak isteyenler yok mu, işte gerçek kâfirler bunlardır ve biz kâfirlere alçaltıcı bir azap hazırlamışızdır. Allah'a ve peygamberlerine iman edip onlardan hiçbirini diğerlerinden ayırmayanlara gelince, işte Allah onlara mükâfatlarını verecektir. Allah çok bağışlayıcıdır ve sonsuz rahmet sahibidir." (Nisa 4/150-152) ayetlerinde iman edilecek hususların bir ve bütün kabul edilmesi gerektiği bildirilmiştir.

İmanın mahiyeti, rûknü ve esasları hususunda Müslüman düşünürler arasında ihtilaflar bulunmaktadır. Bu ihtilafın genel olarak marifet, ikrar, tasdik ve amelin iman ile ilişkisi çerçevesinde yoğunlaştığı görülmektedir. İmanın tasdik ile ilişkisine

baktığımızda meselenin genelde şu sorular etrafında şekillendiği görülmektedir: İman yalnızca tasdikten mi ibarettir? Tasdikle birlikte ikrarı da gerektirir mi? Tasdik kelime olarak bir haberi getirenin güvenilir olduğunu ya da bir haberin doğru olduğunu kabul etmek ve onaylamak anlamına gelmektedir. Tasdik kelimelerinin çoğuna göre imanın meydana gelmesindeki en önemli faktördür ve imanın yeri kalptir (Gölcük ve Toprak, 2012: 112; Mâtürîdî, 2016: 592; Karaağaç, tsz.: 152). Dolayısıyla imanın mahiyeti kalbin tasdikinden ibaret görülmektedir. İkrar ise imanın tasdikinin bir karinesi kabul edilmektedir. Bir kısım kelimelerine göre, tasdik ve ikrar şer'i akideleri yerine getirmede şart kabul edilmektedir. Bir kimsenin Allah'ın varlığını, birliğini, Peygamber'in nübüvvetini kalbiyle tasdik edip, dili ile ikrar etmesi gerekmektedir. Kendisinde imanın tasdikinin işareti bulunan kimseler mümin olarak isimlendirilmektedir. İman yalnızca tasdik ile olmaz. İkrar da sahih iman için gereklidir. Ancak tasdik imanın ayrılmaz bir parçası kabul edilirken ikrar bazı durumlarda olmayabilir. Nitekim dilsizlerin imanında ve zorlama yoluyla dinden döndürülmeye çalışanlarda ikrar şartından söz edilemez. Tasdik yerini yalanlama; ikrarın yerini inkâr alırsa mümin vasfı kişiden kaldırılmaktadır (Sâbûnî, 1969: 152; Taftazânî, 1987: 84-85; Ebu Hanife, 2013: 65; Bilmen, 2017: 96-97).

Çerkeşizâde'ye göre iman hem tasdik hem de ikrardan oluşmaktadır. O; Allah'ı, şer'i hükümleri ve Hz. Peygamberin getirdiklerini kalp ile tasdik ve dil ile ikrar ile kabul etmenin iman olduğunu ifade etmektedir. Aynı zamanda iman ederken inat ve kibirden uzak kalmaya rıza ve ihtiyarın önemine de vurgu yapmaktadır (Mehmet Tefvik, 1311: 13). Ancak bir kimse şer'i hükümleri kalbiyle tasdik edip diliyle ikrar etmese o kimse görünüşe göre mümin olmasa yani şer'i hükümleri yerine getirmese de Allah katında mümin kabul edilmektedir. Bu durumda mümin olduğunu başka Müslümanlara duyurması gereklidir. Fakat ikrar imanın asli cüz'ü olduğu için sadece konuşması yeterli olup başkasına ilan etmesine gerek yoktur (Mehmet Tefvik, 1311: 14).

Şer'i hükümlerin tamamını veya bir kısmını inkâr eden kimsenin imanının geçerli olmayacağını belirten Çerkeşizâde, zaruri olmayan kat'i hükümleri ve içtihat ile ilgili meseleleri inkâr eden kimsenin imanının kabul olacağını ifade etmektedir (Mehmet Tefvik, 1311: 15). Çerkeşizâde, "*Kalbi imanla dolu olarak mutmain iken, dini inkâr etmeye mecbur bırakılıp da yalnız dilleriyle inkâr sözünü söyleyenler hariç, kim imanından sonra Allah'ı inkâr ederek gönlünü inkâra açar, göğsüne küfrü yerleştirirse, onlara Allah tarafından bir gazap, hem de müthiş bir azap vardır.*" (Nahl 16/106) ayetiyle de zorlama halinde iman eden kimsenin zorlama ortadan kalktığı zaman imanından vazgeçmesi durumunda mümin kabul edilmeyeceğini ifade etmektedir. Bu da ikrarın imandan rükün olduğunu göstermektedir. Ancak Çerkeşizâde'ye göre tasdik ve ikrar da bazı durumlarda yeterli olmamaktadır. Yani bir kimse bütün şer'i hükümleri tasdik ve ikrar edip, dinin bütün rükünlerini yerine getirmiş olsa, sonrasında bir zorlama olmaksızın inkâr etse veya üzerinde başka bir dine mensubiyetine işaret eden bir işaret bulundursa o kimsenin mümin olmadığına hükmedilir (Mehmet Tefvik, 1311: 14-15). Esasında Çerkeşizâde ameli imana dâhil etmemektedir. Ancak mümin vasfına işaret eden bir işaret veya bir fiilin müminde bulunması gerektiğini düşünmektedir (Mehmet Tefvik, 1311: 17). Nitekim İslam düşüncesinde üç çeşit tasdik vardır. Bunlar kalp ile tasdik, dil ile tasdik, fiil ile tasdiktir. Kalp ile tasdik, bir hükmün ya da haberin doğru olduğunu kabul edip kalben emin olmaktır. Dil ile tasdik, bir haber, olay veya hüküm hakkında "bu böyledir, doğrudur" şeklinde onaylama ifadelerinin kullanılmasıdır. Fiil ile tasdik ise bir olayı fiil ile yapmak, hüküm hakkında gerekeni yerine getirmektir. Dolayısıyla fiil ile tasdik de bir kimsenin mümin olduğuna işaret eden unsurlardan biri kabul edilmektedir (Sâbûnî, 1969: 155; Gölcük ve Toprak, 2012: 111-113).

Kur'an'da iman meselesine birçok ayette temas edilmektedir. Ahiret hayatında kurtuluşa ermek için Allah'a, peygamberlerine, ahiret gününe inanmak ve salih amel işlemek, Allah'tan gelen ilahi emirlere riayet etmek gerektiği belirtilmektedir (Bakara 2/2-5; Bakara 2/82; Hucurât 49/14; Mücâdele 58/22). Aynı zamanda Kur'an'da müminlere ait özelliklerden bahsedilmektedir. Mü'minler Allah'tan başkasına kulluk etmeyen, haram kılınan cana kıymayan, zina etmeyen, oruç tutan, namaz kılan, zekât veren, iyiliği emredip, kötülükten men eden kimselerdir (Furkan 25/68; Tevbe 9/112). Hz. Peygamber, kendisine sorulan "*iman nedir?*" sorusuna "*Allah'a, Allah'ın meleklerine, kitaplarına, peygamberlerine, ahiret gününe, kadere, hayrına ve şerrine inanmandır.*" (Buhari, İman, 2001: 37; Müslim, İman, 1) şeklinde yanıt vermiştir. Neticede iman kalbî bir eylemdir ve kulun iradesi sonucu gerçekleşmektedir. Dolayısıyla iradeye dayalı iman ilahi emir ve yasaklara uygun amellerle tamamlanmaktadır.

Çerkeşizâde, zorlama halinde gerçekleşen imanın geçerli olmadığını belirtmekte, ümitsizlik, azap ve helak halinde açıktan iman edenlerin imanlarının da kabul olmayacağını ifade etmektedir (Mehmet Tefvik, 1311: 14). Dolayısıyla Çerkeşizâde, her ne kadar amelleri imana dâhil etmediğini ifade etse de mümin olan kimsenin mümin olduğuna dair bir emarenin o kimsede bulunması gerektiğini kabul etmektedir.

2. İman- Amel İlişkisi

Amel kelimesi "a-m-l" kökünden türemiş olup, iş yapmak, çalışmak, bir fiil ortaya koymak, iş veya fiil anlamlarına gelmektedir. Terim olarak ise herhangi bir canlıdan bir amaç, istek doğrultusunda ortaya çıkan her türlü fiili ifade etmektedir (İsfahani, 2018:1037; Topaloğlu ve Çelebi, 2017: 29).

İman-amel ilişkisiyle ilgili tartışmaların, Haricilerin büyük günah işleyenlerin günahkâr olduklarını söylemeleri ve onları tekfir etmeleriyle başladığı bilinmektedir. Mürcie, büyük günah işleyenlerin durumu hakkında bir yorumda bulunmaz ve ahiretteki hallerini de bizim bilemeyeceğimizi ifade eder. Haricilerden sonra Mu'tezilî âlimler de ameli imandan bir cüz kabul ederek amelin iman için belirleyici önemini vurgulamaktadırlar (Izutsu, 2017: 215-216).

Mâtürîdî âlimlerine göre dil ile ikrar imanın hakikatine dâhil olmadığı gibi ameller de imanın hakikatine dâhil değildir. Onlar bu görüşlerine tevbeye çağıran ayetleri delil göstermektedirler. "Ey iman edenler! Samimi bir tevbe ile Allah'a dönün. Umulur ki Rabbiniz sizin kötülüklerinizi örter." (Tahrîm 66/8) ayetinde günah işleyenlere "iman edenler" şeklinde hitap edilmiştir. Ayrıca birçok ayette⁴ günahların bağışlanabileceği bildirilmektedir. Dolayısıyla Mâtürîdî âlimler, amelleri imanın bir parçası kabul etmemektedir. Onlara göre ameller imandan cüz kabul edilmediği için günahlar imanın sıhhatine bir zarar vermemektedir (Sâbûnî, 2015:140-141). Ancak Mâtürîdîler ameli imandan kabul etmeseler de ameli kâmil iman için bir şart görmekte ve günah işleyen kimseleri sadece günahkâr olarak nitelendirmektedirler (Şehristânî, 2017: 190). Mâtürîdî, hükümlere göre amel etmenin imanın bir parçası olmadığını ifade etmektedir. Ona göre Allah'ın koyduğu hükümlere uygun olmayan fiilleri işlemek kuldan imanı götürmemektedir. Ancak bu da fiillerin bir karşılığı olmadığı anlamına gelmemektedir. Kul kendi tasarrufu ile işlediği fiil neticesinde ceza veya sevaba müstahak olmaktadır (Mâtürîdî, 2014:33, 39; Mâtürîdî, 2016: 501, 573). Dolayısıyla Allah'ın gönderdiği iman esaslarını kalbiyle tasdik edip inanan ancak inancı doğrultusunda amelleri ve ilahi emirleri yerine getirmeyen, yasaklardan kaçınmayan kimseler yine mümin vasfına sahiptir. Mâtürîdî'ye göre böyle kimseler yalnızca günahkâr olur ve işlediği günahlar kadar ceza, yaptığı iyi ameller kadar da sevap kazanır (Mâtürîdî, 2016: 573; Topaloğlu, Yavuz ve Çelebi, 2010: 36). Eş'arîler, bu konuda Mâtürîdîler ile aynı kanaati paylaşmaktadırlar (Eş'arî, 2017: 136).

Hadis âlimleri ve selevin çoğunluğuna göre ise iman, dil ile ikrar, kalp ile tasdik ve rükünler ile amel yoluyla olmaktadır. Dolayısıyla onlar ameli imanın bir cüzü kabul etmektedirler. Fakat onlar buradaki maksadın başka şekilde anlaşılması gerektiğini vurgulamaktadırlar. Onlar rükünler ile amelin asıl imanın bir cüzü olmadığı, ancak kurtarıcı olduğuna dair ittifak edilen kâmil imanın bir cüzü olduğunu ifade etmektedirler. Yine onlara göre yalnızca kâmil iman sahipleri değil, asıl iman ile vasıflanan kişilerin de cennete girmesi ve cehennemde ebedi kalmaması kesin olarak görülmektedir (Mehmet Tefkik, 1311: 16).

Çerkeşîzâde'ye göre ameller imanın bir cüzü değildir. Fakat iman hükmüne yani ilahi mükafata varılabilmesi için amellerden bazıları gerekli görülmektedir. Yani bir kişinin mümin olarak vasıflanabilmesi için kişinin "ben müminim" demesi yetmemekte, o kişide mümin olduğuna dair işaretler olması gerekmektedir. Çerkeşîzâde bu düşüncesine örnek olarak şunları söylemektedir: Mesela gayrimüslim olduğu bilinen bir kimse cemaatle namaz kılsa ya da Müslümanlar ile birlikte hac ibadetini yerine getirirse o kişinin mümin olduğuna hükmedilmektedir. Aynı kişi daha sonra açık bir şekilde küfrete ve küfrüne hükmetmek için ameller ve işaretler mevcutsa dinden çıktığına kanaat getirilmektedir. Yine Müslüman olduğu bilinen bir kimse Hristiyan din adamlarına ait kıyafetleri giyse, putlara secde etse ya da gayrimüslimlerin ritüellerinde onlara tabi olsa, o Müslüman kimsenin küfrüne hükmedilmektedir. Ancak mümin olan birinin küfür fiillerini sakınarak veya istemeyerek yapması durumunda o kimse yine mümin olmaktadır. Yine bir mümin isyanı sebebiyle imanın şartlarından olmayan bir emri terk ederse mümin olarak nitelendirilmektedir. Ancak Allah'ın emir ve yasaklarını küçümseyerek, aşağı görerek veya helal kabul ederek terk ederse o kimsenin kâfir olduğu kabul edilmektedir (Mehmet Tefkik, 1311: 16-17).

Görüldüğü gibi Çerkeşîzâde, her ne kadar açıkça "amel imandan biz cüzdür" demese de amelleri, bir kimseyi mümin vasfı ile vasıflandırabilmek için gerekli görerek esasında amel ile imanın bir bütün olduğunu kabul etmektedir. İddiasına ise, iman ettiğini iddia eden kimsede iman ettiğine dair işaretlerin bulunması gerektiğini örnek vermektedir. İmana delalet eden işaretlere sadece kılık-kıyafet değil, fiili işleri de dâhil etmektedir. Dolayısıyla Çerkeşîzâde'ye göre bir kimse mümin ise diğer insanlar tarafından o kimsenin mümin olduğuna hükmedilebilmesi için, o kimsede Allah'ın müminlere emrettiği namaz, oruç, hac gibi ibadetlerin mevcut olması gerekmektedir. O kimse içki, kumar gibi haramları da işlememelidir. Ancak bu şartları sağlayıp sağlamadığına bakılarak bir kimsenin mümin veya gayrimüslim olduğuna hükmedilmektedir. Böyle bir anlayışın sonucunda ise, kendisinde mümin olmanın işaretleri olarak kabul edilen fiiller olmadığı durumda kişi, kâfir ilan edilme tehlikesi ile karşı karşıya kalmaktadır. Çerkeşîzâde, genel itibarıyla Mâtürîdî anlayışa yakın konumda durmakta iken bu meseledeki tutumu Mâtürîdîliğe göre daha katı bir nitelik arz etmektedir. Dolayısıyla Çerkeşîzâde'nin, yaşadığı dönemin şartları, zamanın ihtiyaçları ve Müslümanların içerisinde buldukları durumlardan etkilenecek şekilde bu konuda Hadis âlimleri ve selevin çoğunluğuyla aynı düşüncede olduğu görülmektedir.

⁴ Bakara 2/199, 284; Al-i İmran 2/129, 135; Maide 5/39, Araf 7/153 vb.

3. İmanda Artma ve Eksilme

İmanda artma ve eksilme konusu, amelin imandan bir cüz olup olmadığı meselesiyle bağlantılı olarak âlimler arasında tartışılmıştır. Cemel ve Sıffin savaşlarında birbirlerini öldüren müminlerin ahiretteki durumlarının ne olacağı konusundaki tartışmalar beraberinde imanda herhangi bir artma veya eksilmenin olup olmayacağı meselesini de gündeme getirmiştir. Ameli imandan biz cüz kabul edenler, iyi amelleri işlemekle kişinin imanının artabileceğini, kötü amelleri işleyen kişinin de imanının azabileceğini, imanında bir bozulma ve zarar olabileceğini belirtmektedirler. Bununla beraber iman ne artacağını ne de azalacağını iddia eden âlimler de mevcuttur. Ebu Hanife (v. 150/767) ve Mâtürîdî âlimlerin çoğunluğu, iman ne artacağını ne de eksileceğini, artma veya eksilmenin ameller ile değil ancak küfür ile olacağını ifade etmektedirler. Şöyle ki iman sahibi bir kimse yalnızca küfürü tercih ettiğinde imanı ortadan kalkmakta yahut küfür sahibi bir kimse iman ettiğinde imanı hâsıl olmaktadır. Dolayısıyla bir kimse aynı anda hem iman sahibi hem de küfür sahibi olamayacağı için kişideki iman artması veya eksilmesi de söz konusu değildir (Ebu Hanife, 2013: 65; Gölcük ve Toprak, 2012: 126).

Mâtürîdî âlimleri, iman var olması için tasdik gerekli olduğunu söylemektedirler. Çünkü iman, kesinlik ve boyun eğme derecesinde olan bir tasdiktir. Onlara göre sadece tasdik ortadan kalktığında iman yok olmaktadır. Böylelikle iyi amellerin varlığı ve kötü amellerin işlenmesi imanı ortadan kaldırmamaktadır. İman gerçekliğine erişen bir kimse için ibadet yapması, taat ya da günah işlemesi aynıdır. Tasdikte herhangi bir değişiklik söz konusu değildir (Taftazânî, 1987: 80-81; Sâbûni, 2015: 145; Harputi, 2016: 190). Ebu Hanife ise bu meseleye daha açık bir yorum yaparak iman artmasını icmâlî anlamda iman edilecek hususların artması olarak açıklamaktadır. Yani iman artmasından veya eksilmesinden maksat tafsil yönünden artması ve eksilmesi demektir. Bu şekilde bir artma ise yalnızca Hz. Peygamber döneminde yaşayan müminler için geçerli kabul edilmektedir (Taftazânî, 1987: 81; Karaağaç, 2011: 65-80; Mâtürîdî, 2017: 6/187).

İmanda artma ve eksilme olacağını kabul eden Eş'arî, konuyu Selefin düşüncesinden farklı şekilde yorumlamaktadır. Selef âlimlerine göre iman taat ile artmakta ve günahlar ile eksilmektedir. Eş'arî'ye göre burada eksilmeden kasıt, iman edilmesi gerekenler hakkında kuşku duymak veya bilmemek değildir. Nitekim bu küfürü gerektirir. Artma ve eksilme, iman edilmesi gereken hususun bireyde ortaya çıkardığı bilgi düzeyi ile akıl ve kalpteki belirginliğin derecesine işaret etmektedir. Neticede her mümin yapması gerekenler hususunda üzerine düşen görevi ziyadesiyle yapmaktadır. Ancak durum böyle de olsa Hz. Peygamber ile diğer insanların kulluğu ya da iman derecesi eşit değildir (Eş'arî, 2019: 169).

İmanın artmasının mümkün olduğuna delil olarak gösterilen "*Mü'minler ancak o kimselerdir ki; Allah anıldığı zaman kalpleri ürperir. O'nun ayetleri kendilerine okunduğu zaman (bu) onların imanlarını artırır. Onlar sadece Rablerine tevekkül ederler.*" (Enfal 8/2) ayetinden hareketle iman artması ile ilgili farklı yorumlar yapılmaktadır. Yapılan yorumlardan birkaçını İmam Mâtürîdî aktarmaktadır. Birinci yorum, bu ayette amellerle imanlarını sorgulayan müminlerden bahsedilmiştir. İkinci yorum, ayette bahsi geçen ameller vesilesiyle onların mümin olduklarını doğrulamak, amelleri neticesinde mümin olduğuna işaret etmek olarak açıklanmaktadır. Üçüncü yorum, bu ayette amellerin kendisi değil itikat kastedilmektedir. Nitekim mümin kimseler herhangi bir günah işlediklerinde ya da mükellef oldukları hükümleri yerine getirmede eksiklik yaşadıklarında korku ve üzüntü içinde, yürekleri titreyerek imanlarına bağlı olan kimselerdir. Bilgisizlikleri sebebiyle işledikleri günahlardan tövbe ederler. Dördüncü yorum ise, müminlerin sözü edilen tüm amelleri yerine getiren kimseler oldukları şeklindedir. Ancak Mâtürîdî'ye göre bu kimselerin dışında iman edip tasdik eden kimseler amelleri yerine getirmese dahi mümin kabul edilmektedirler. Bir kimse iman edip hemen ardından vefat ederse o kimse iman üzere vefat etmiş kabul edilmektedir. Dolayısıyla mümin olmak için bütün amelleri yerine getirmek şart değildir. Bu ayet mümin kimselere Allah'ın ayetleri okunduğu zaman kuvvet ve sebatı artması şeklinde de yorumlanmaktadır. İmanda her an yenilenme mevcut olduğu için Allah burada var olan iman üzerinden bir artış zikretmiş olabilir. Bu durum, artma ya da devamlılık şeklinde nitelenebilir (Mehmet Tevfik, 1311: 18; Mâtürîdî, 2017: 6/185-187). Zemahşerî (v. 538/1144), yukarıda zikredilen ayeti farklı yorumlamıştır. Ona göre ayet, Bedir savaşında ganimetlerin paylaşımında çıkan anlaşmazlık üzerine nazil olmuştur. Ganimetlerin nasıl taksim edileceği, taksim konusunda hüküm sahibinin kim olacağı, ganimetlerin muhacire mi ensara mı ya da her ikisine birden mi verileceği Hz. Peygamber'e sorulmaktadır. Hz. Peygamber'e sorulan soru üzerine bu ayetler nazil olmuştur. Allah ganimetlerin taksimi hususunda kendisini ve Hz. Peygamberi hüküm sahibi kılınca müminleri de buna itaate davet etmektedir. Allah, ganimetler sebebiyle müminler arasında çıkan anlaşmazlıkların düzeltilmesi gerektiğini ifade ederek, "*Müminler ancak o kimselerdir ki...*" sözüyle de "eğer müminseniz" yani, "imani kâmil olan kimselerdenseniz" demek istemiştir. Ancak imanı kâmil olan kimseler Allah'tan korkar ve Allah'ın bir hükmü kendilerine bildirildiği zaman "bu, imanlarını artırır", yani gönüllerindeki huzur ve yakîn artar. Çünkü delillerin tezahürü, delil getirilen şeyi daha çok güçlendirip, onu daha kalıcı kılmaktadır (Zemahşerî, 2020: 2/1072-1076).

Çerkeşizâde'ye göre imanda asıl olan kesin tasdik olup herhangi bir saygınlığı⁵ olmayan kimselerin imanında artma veya eksilme mümkün değildir. Yani iman sahibi bir kimsenin imanı salih amel işlemekle artmamakta ve kötülük işlemekle de azalmamaktadır. İmanda vacip olan kesin bir şekilde tasdik etmektir. Mümin kabul edilmek için yeterli olan husus da budur. Dolayısıyla bunun zıddını düşünmek veya savunmak doğru değildir. Çerkeşizâde bu görüşünü ise şu mantık kuralına dayandırmaktadır. İki şey arasındaki farklılık, ancak zıddının mümkün olmasıyla gerçekleşir. İman için gerekli kabul edilen tasdik zıddının mümkün olma ihtimali çok uzak bir ihtimal de olsa, kesin olan tasdike aykırı olmaktadır. Mesela Allah'a iman eden ve Hz. Muhammed'in nübüvvetini tasdik eden Hz. Zeyd ve Hz. Ömer'in imanları birbirinden farklı olsa, yani birinin imanı diğerinden fazla ya da eksik kabul edilse, ikisi arasındaki farklılığın zıddı kesin iman yani tasdik sonucu elde edilen iman olamaz. Ancak noksan kabul edilen iman zıddı mümkündür. Bu mümkün olma ise kesin imana zıt kabul edilmekte ve böyle kimsenin imanı sahih kabul edilmemektedir (Mehmet Tevfik, 1311: 17). Bu mantık kuralına göre herkeste tasdik sonucu elde edilen iman aynı olması gerekmektedir. Şayet farklı kabul edilirse zıddının imkânı sebebiyle iman yokluğu ya da eksikliği de mümkün olmaktadır. Ancak iman yokluğu veya eksikliği de tasdik sonucu elde edilen kesin iman ile çelişmektedir. Dolayısıyla Çerkeşizâde'ye göre herkesin tasdik sonucu elde ettiği iman ziyadesiz ve eksiksiz olup aynı derecedir.

Yine Çerkeşizâde'ye göre maddi veya bedenen güçlü ve zayıf insanların imanları da birbirinden farklı olmamaktadır. Ayetlerde ve hadislerde geçen iman artmasından kasıt, iman derecesinin artması değil iman neticesinin ve kalpte nurunun artmasıdır. Bu görüşe şöyle bir itiraz yöneltilebilir: Şayet iman artması ve eksilmesi zayıfta ve güçlüde farklı olmaz ise sıradan bir müminin veya günahkâr bir insanın imanı ile Hz. Peygamber'in imanı eşit kabul edilmelidir. Çerkeşizâde bu itiraza şöyle cevap verir: İman tasdikten ibarettir, tasdik ise âraz sınıfından olup zamanla yenilenebilen özelliktedir. Bu yenilenme Hz. Peygamber'de peş peşe ve sürekli olarak devam etmektedir. Diğer insanlarda ise böyle bir yenilenme olmayıp, tasdik fitrat yolu ile ortaya çıkmaktadır. Ona göre sahabede de durum Hz. Peygamber'den farklıdır. Sahabenin yaşadığı dönemde vahiy aktif olarak insanlara aktarıldığı için, sahabede ortaya çıkan tasdik sayısı diğer tüm müminlerde ortaya çıkan tasdik sayısının iki katı kabul edilmektedir. Çerkeşizâde bundan dolayı sahabenin imanının da diğer müminlerin imanından daha fazla olduğunu ifade etmektedir (Mehmet Tevfik, 1311: 18). Mâtürîdî ekolünün genel kanaati de bu yöndedir (Nesefî, 2000:151-152).

İmanda artma ve eksilmenin mümkün olduğunu kabul edenlerin argümanlarını aktaran Çerkeşizâde, onların argümanlarının imkânsız olduğunu savunmaktadır. Çerkeşizâde'ye göre, iman ibadetler ile arttığı ve günah işlemekle azaldığı kabul edildiğinde zorunlu olarak üç problem ortaya çıkmaktadır. Birincisi; zengin olan bir müminin imanı, fakir olan bir müminin imanından daha kuvvetli ve daha fazla olmak zorundadır. Çünkü zengin kimse belli bir maddi güce sahip olup mali kabul edilen ibadetleri yerine getirir ve mescitler, medreseler, ribatlar, halka yararlı yapılar yaptırma gücüne sahip olur. Fakir kimseler ise bunları yapma gücüne sahip değildir. İkincisi; tam anlamıyla makul olan iman ikrar, tasdik ve amelden ibarettir ve bunların her biri kulların fiilleri neticesindedir. Bu fiiller âraz cinsinden olup her iki zamanda baki olamamaktadır. Bu durumda fiillerin bazısının diğerlerine katılması mümkün değildir. Dolayısıyla bir fiilde ziyade ve eksilme söz konusu olmamaktadır. Üçüncüsü; şayet imanda herhangi bir eksilme söz konusu olursa, eksilme arttıkça iman ortadan kalmakta ve küfür ortaya çıkmaktadır. Yani imanın tamamının yok olması küfrün varlığını gerektirmektedir. Bir kısım iman eksildiğinde ise eksildiği miktar kadar küfür ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla böyle bir durum açık olarak muhaldir. Daha önce de bahsi geçtiği gibi Çerkeşizâde Hz. Peygamber döneminden sonra yaşayan müminlerin imanlarında artma ve eksilmeyi muhal görmektedir (Mehmet Tevfik, 1311: 19-20).

4. İcmali ve Tafsili İman

İnanma şekillerine göre iman tafsili ve icmâlî iman olmak üzere iki çeşidi vardır. İcmâlî iman, iman edilecek şeylere genel anlamda, ayrıntılardan haberdar olmadan inanmak, iman esasları hakkında detaylı bilgiye sahip olmadan iman etmek demektir. Tafsili iman ise inanılması gereken esaslara ayrıntılı bir şekilde inanmaktır. Tafsili iman, icmâlî imanın daha açık ve geniş halidir (Gölcük ve Toprak, 2012: 117; Karaağaç, tsz: 154, 156). İslam düşüncesinde makbul olan iman tafsili iman mı, icmâlî iman mı olduğu tartışılmıştır. Her ne kadar mümin olarak vasıflandırılabilmesi için icmâlî iman yeterli olsa da bazı âlimler tarafından tafsili iman gerekli görülmektedir. Örneğin Ömer Nasuhi Bilmen (v. 1971), tafsili imanı farz görmektedir. Ona göre akıl sahibi her insana önce icmâlî iman sonra da dini akidelerden öğrenebildiği kadarına iman farzdır. Bir kimse icmâlî iman ile İslam'a girdiğinde yalnızca küfürden kurtulmuş olmaktadır. Esasında o kimsenin Allah'ın

⁵ Çerkeşizâde Mâtürîdîlerden farklı olarak Hz. Peygamber'in ve onun döneminde yaşayan sahabenin imanlarının diğer müminlerin imanlarından farklı olduğunu ifade etmek için "saygınlık" ve "itibar sahibi müminler/itibarsız müminler" kavramlarını kullanmaktadır. Her ne kadar bu kavramları kullandıktan sonra asıl ifade etmek istediği şeyi açıklasa da bu kavramları kullanarak müminler arasında bir statü farklılığı olduğu ve bu statü farklılığının da imanda artma ve eksilmeyi ortaya çıkardığı şeklinde anlaşılmasına sebep olmaktadır. Ancak "saygınlık ve itibar sahibi müminler" ifadesiyle Hz. Peygamber ve onun döneminde yaşayan sahabeyi kastettiğini ve onların imanlarını daha sonraki Müslümanların imanlarından farklı kabul ettiğini ifade etmek gerekmektedir.

emir ve yasaklarını, Peygamber'in getirdiklerini öğrenmesi, namaz, oruç, hac gibi farzları bilinçli bir şekilde öğrenip tasdik etmesi gereklidir. Bu ise tafsili imandır (Bilmen, 2017: 101-102).

İcmâlî iman, imana girmenin şartı olarak kabul edilmektedir. Yani icmâlî imanın ilk derecesi olan Allah'a ve Hz. Muhammed'e inanıp, risaletini kalbiyle tasdik edip diliyle ikrar eden kimse icmâlî iman ile mümin olmaktadır (Gölcük ve Toprak, 2012: 117). Aynı şekilde Ebû'l-Yüsr el-Pezdevî (v. 493/1100) de bir kişinin mümin kabul edilmesi için icmâlî imanı yeterli görmektedir. Ona göre icmâlî iman Allah'ın bir olduğuna ve ortağı olmadığına, Hz. Muhammed'in onun kulu ve peygamberi olduğuna, Hz. Peygamber'in getirdiklerinin Allah'tan olduğuna iman etmeyi kapsamaktadır. İmanın herhangi bir yerinde düşünmeyi gerektirecek ve karışıklığa sebebiyet verecek bir durum olmadığı sürece tafsili imana gerek yoktur. Ayrıca tafsili olarak her şeye iman etmek mümkün değildir. Dolayısıyla tafsili iman vacip olmayıp icmâlî iman vaciptir (Pezdevi, 1424: 354).

Çerkeşizâde, icmâlî iman konusunda Pezdevî ile aynı kanaati paylaşmaktadır. O'na göre icmâlî iman Allah'a, Allah'ın kullarına bildirdiklerine, bütün peygamberlere ve peygamberlerin insanlara bildirdiklerine inanmakla olur. Bir kimsenin iman vasfı ile vasıflanabilmesi için icmâlî imanı yeterlidir. Ancak Çerkeşizâde, risalesinde bu sözleri aktardıktan sonra iman etmesinin ardından bir süre yaşayan kimsenin dinin esaslarının ayrıntılarını öğrenmekle mükellef olduğunu ve bunun aksinin caiz olmadığını ifade etmektedir (Mehmet Tevfik, 1311: 15). Bu ifadelerden hareketle Çerkeşizâde'nin icmâlî imanı, mümin kabul edilmek için geçerli gördüğünü söyleyebiliriz. Ancak o, müminin hayatının geri kalanında Allah'ın emirlerine ve dinin esaslarına uyarak mümin vasfı ile yaşamaya devam etmesi için tafsili imanın gerekli olduğu kanaatindedir.

Çerkeşizâde, risalelerinde tafsili ve icmâlî iman ayrımı yapmadan imanın derecelerinden de bahsetmektedir. Ona göre imanın birçok derecesi vardır. Ancak o, risalelerinde yedi dereceyi açıklamaktadır. İlk derece Allah'a, varlığına, birliğine, sıfatlarına, ikinci derece meleklerle, meleklerin masum olduklarına, insanlardan temiz olduklarına ve Allah tarafından verilen görevi titizlikle yerine getirdiklerine, üçüncüsü kitaplara, kitapların Allah tarafından peygamberlere vahyolduğuna ve kitapların sihir veya kehanet ürünü olmadıklarına, dördüncüsü peygamberlere, peygamberlerin günahlardan masum olduklarına ve Hz. Peygamber'in son peygamber olup O'ndan başka bir peygamber gelmeyeceğine, beşincisi ahiret gününün gerçek olduğuna, hesap, mizan, haşr, cennet ve cehennem var olduğuna, altıncısı kadere inanmaktır. Çerkeşizâde'ye göre imanın son derecesi sözleşmedir. Yani imanın sözleşme ile olmasıdır. Allah ile kullar arasında Allah'ın rububiyet ve ulûhiyetini tasdik etmek için bir anlaşma ve kulların verdiği bir söz olduğuna iman etmektir (Mehmet Tevfik, 1311: 21-27). Burada Çerkeşizâde levh-i mahfuzda Allah'ın insanlara "*Ben sizin rabbiniz değil miyim?*" diye sorarak yine insanlar üzerinden bir sözleşme yapmasından bahsetmektedir. Allah'ın sorusuna insanlar "*Elbette öyle! Tanıklık ederiz*" şeklinde cevap verir ve Allah, "*Böyle yaptık ki kıyamet gününde, "Bizim bundan haberimiz yoktu" demeyesiniz.*" (A'raf 7/142) diyerek insanların kendi sözlerini kendilerine şahit kılmıştır. Bu sözleşme Çerkeşizâde'ye göre imanın yedinci derecesini oluşturur.⁶

5. İmanda İstisna

İstisna kelimesi köken olarak "s-n-y" kökünden türemiştir. Sözlük olarak kıvrıp bükme, dürmek, ayırıp uzaklaştırmak anlamlarında, terim olarak ise bir şeyi külli hüküm veya kural dışı tutma anlamlarındadır. Daha önce bahsedilen bir kelimenin genel anlamının kapsadığı mananın bir kısmının kaldırıldığına işaret eden bir söz ya da o kelimenin hükmünün ortadan kaldırıldığına işaret eden bir söz söylemek anlamında kullanılmaktadır (İsfahani, 2018: 302; Topaloğlu ve Çelebi, 2017: 167).

Kelam ilminde kullanılan anlamıyla istisna, bir kimsenin kesin olarak iman ettiğini söylemek yerine imanını Allah'ın dilemesine bırakarak "inşallah müminim" demesidir (Topaloğlu ve Çelebi, 2017: 167; Karaağaç, tsz.: 160). Dolayısıyla mümin kimse için iman gibi yakîn gerektiren bir meselede kararı Allah'ın dilemesine bırakmak, bu anlamda istisna kelimesinin kullanımının uygunluğu ve bu tür bir istisnanın yapılıp yapılamayacağı kelam âlimleri arasında tartışılmıştır.

Eş'arîler imanda istisnayı kabul etmektedir. Çünkü onlara göre mümin olan bir kimse münafık ya da münafık olan bir kimse mümin olamayacağından dolayı kişinin şu anki iman durumundan ziyade öldüğü andaki iman durumu önemlidir. Yani kişinin cennetlik ya da cehennemlik olması öldüğü hal üzeredir. Dolayısıyla mümin olarak ölüp ölemeyeceği belli olmayan kimsenin "inşallah müminim" demesi kendinden emin olarak "ben gerçekten müminim" demesinden daha doğru kabul edilmektedir. Nitekim Eş'arîlere göre kişi hayatı boyunca mümin olarak yaşasa ancak ölmeden hemen önce veya ölüm anında küfretse bu kişi kâfir olarak nitelendirilir. Aynı şekilde kişi ömrü boyunca küfrünü devam ettirse ancak ölüm anında iman etse bu kimsenin imanı da makbul kabul edilmektedir. Neticede kişi iman üzere mi küfür üzere mi öleceğinden emin

⁶ Çerkeşizâde imanın şartları kabul edilen hususları risalelerinde imanın dereceleri olarak ifade etmektedir. Ancak farklı olan husus, Çerkeşizâde'nin imanın birçok mertebesi olduğunu belirtmesi ve bunlardan sadece yedi tanesine değinmesidir. Dolayısıyla bu derecelerin sayısı artırılabilir. Çerkeşizâde'nin yedinci derece olarak zikrettiği sözleşme ise âlimler tarafından açıklanan imanın şartları arasında yer almamaktadır.

olamamaktadır ve o kişinin “inşallah mümin olarak ölürüm” şeklindeki temennisini dile getirmesinde herhangi bir sakınca yoktur (Taftazânî, 1987: 84; Pezdevî, 2015: 276).

Taftazânî, istisnada kişinin niyetini dikkate alarak bir ayırım yapılabileceğini düşünmektedir. Şayet kişi “inşallah müminim” ifadesini şüphe sebebiyle söylerse yani imanından şüphe ederse bu kişi kâfir olur. Ancak kişi bu ifadeyi imanından şüphe duyduğu için değil de kendini beğenmiş olmaktan uzak durmak, Allah’ı zikretmek ya da içinde bulunduğu durumun sonucundaki şüphe maksadıyla söylerse şüphe ifade etmez. Taftazânî, risk olabileceğinden dolayı bu ifadeyi kullanmamanın daha doğru olacağı kanaatinde. Çünkü “inşallah müminim” demek, “inşallah canlıyım, inşallah insanım” gibi değildir. Mümin olmak, canlı ve insan olmak gibi, kendisinde sürekli olan veya sonsuz olan bir durum değildir. İman kişinin irade ve kazancı neticesinde elde edilen bir fiildir. Dolayısıyla kendinde içerisinde şüphe barındıran bir istisnayı kabul etmemektedir. Nefsi beğenmekten uzak durmak maksadıyla söylenen bir ifade olarak da kabul edilmemelidir (Taftazânî, 1987: 84).

İman için birtakım şartların olması gerekmektedir. Kişi, iman ederken herhangi bir zorlama ve baskı altında olmaması, imanının tamamen gönüllülük esasına dayanması gerekir. Kişinin bilinçli ve istekli olması, mümin olmak istemekte emin olması, herhangi bir şüphe ve tereddüt içerisinde olmaması gerekir. Bu konudaki tartışmalara zikredilen şartlar açısından bakan Mâtürîdî âlimlere göre, bir kimsenin iman esaslarını ve hükümlerini kabul edip tasdik ettikten sonra imanının bilincinde olması ve imanından şüphe duymaması gerekmektedir (Alper, 2007: 57). İmam Mâtürîdî’ye göre, bir kimsenin mümin olarak nitelendirilebilmesi için mümin olduğunu kesin olarak ifade etmesi ve bu konuda “inşallah” ifadesini kullanarak şart ve istisna getirmemesi gerekmektedir. Çünkü kesin bir dille belirtilmesi gereken imanda istisna yapınca iman da tam olarak oluşmamaktadır. Ayrıca ikrar, akit, vaat gibi sözleşme ihtiva eden bir kelimeye “inşallah” ibaresi gibi bir istisna eklendiğinde ifade edilen söz, kişinin ifade ettiği şekliyle geçerli sayılmamaktadır. İman da bu ifadeler gibi kesinlik gerektiren kavramlardan kabul edilmektedir. “İnşallah” istisnası halk arasındaki yaygın kullanımına göre kesinlik içermeyen, şüphe ve zan bildiren durumlarda kullanılmaktadır. Nitekim Allah “İman edenler ancak, Allah’a ve Peygamberine inanan, sonra şüpheye düşmeyen, Allah yolunda mallarıyla ve canlarıyla cihad edenlerdir.” (Hucurat 49/15) ayetinde de imanın içerisinde şüphe barındırmayacağını belirtmiştir. Aynı şekilde duyu vasıtası ile bilinen kesin bilgilerde de “inşallah” istisnasının kullanılması şüphe ve zanna sebebiyet vereceğinden muhal kabul edilmektedir (Mâtürîdî, 944: 487-488).

Mâtürîdî âlimlerden Sâbûnî’ye göre, şer’i meseleleri kabul edip tasdik ederek iman eden kimseler Allah katında mümin kabul edilir. Bu sebeple kişinin “inşallah müminim” demesi de caiz olmaz. Çünkü iman meselelerinde “inşallah” demek içerisinde şüphe barındırmaktadır. Nasıl ki hayatta olan bir kimsenin hayatta olduğu kesin olarak bilirse fakat o kimse “inşallah hayattayım” dese bu durum o kimsenin hayatta olup olmadığına dair şüpheyi gerektirirse iman meselesinde de durum aynıdır (Sâbûnî, 2015: 155-156).

Nitekim Kur’an-ı Kerim’de “*Deyin ki: “Biz Allah’a, bize indirilene (Kur’an’a), İbrahim, İsmail, İshak, Yakub ve Yakuboğullarına indirilene, Mûsâ ve İsa’ya verilen (Tevrat ve İncil) ile bütün diğer peygamberlere Rab’lerinden verilene iman ettik.”* (Bakara 2/136) buyurularak imanda şüphe olmayacak şekilde kesin bir dille iman etmek gerektiği bildirilmektedir (Mâtürîdî, 2017: 1/281). Bir başka ayette, “*Peygamber, Rabbinden kendisine indirilene iman etti, mü’minler de (iman ettiler). Her biri; Allah’a, meleklerine, kitaplarına ve peygamberlerine iman ettiler.*” (Bakara 2/285) buyurularak Allah’a, meleklerle, kitaplara ve peygamberlere inanan kimseler için mümin vasfı kullanılmaktadır. Bu ayete göre imanından herhangi bir şüphe duyan kimse Allah’ın iman eden kimseyi mümin olarak vasıflandırdığı sözü ile çelişmiş olur. Ya da kişi kendisine emredilen imanı yerine getirmede şüpheye düşmüş olur. Dolayısıyla “inşallah müminim” diyen kimse için bu emri yerine getirmede şüpheye düşmesi sebebiyle azap ve hüsrân söz konusudur (Mâtürîdî, 2017: 2/253).

Çerkeşîzâde, imanda istisnanın mümkün olmadığını savunanlarla aynı kanaati paylaşmaktadır. Ona göre şüphe ile birlikte iman gerçekleşmez. Bir kimse iman ettiğini tasdikten sonra mümin olup olmadığını sorgularsa ve iman edip etmediğinden şüphe ederse imanı sahih olmaz. Mümin olan kimseye mümin olup olmadığı sorulduğunda “inşallah müminim” dememesi, “ben gerçekten müminim” demesi gerekir (Mehmet Tefkik, 1311: 19).

İmanda istisnayı kabul edenler istisnanın, imanda şüpheyi ifade etmeyip gelecek zamanda imandan emin olmamayı ifade ettiğini düşünmektedirler. Bu nedenle ölüm anında kimsenin mümin ya da kâfir olarak öleceğini bilemeyeceğinden dolayı istisna yapılmasını gerekli görmektedirler. İstisna mümin olarak ölmek için hayırlı bir dileme şeklinde kabul edilmektedir. Ancak bu anlayış hayatını iman ile geçiren fakat son anda kafir olarak ölen bir insanın tüm hayatında mümin olmasının bir önemi olmadığını, sadece ölüm anındaki durumunun önemli olduğunu ortaya koymaktadır (Bulut, 2009: 206-208).

Çerkeşîzâde istisnanın şüphe olduğunu kabul etmektedir. İman sözlük anlamı itibarıyla de emin ve güven içerisinde olmak, güven duygusu ile tasdik etmek, inanmak anlamlarıdır. Dolayısıyla bu anlamı taşıyan içerisinde şüpheyi de barındırması veya şüphe içeren anlamlara gelmesi ortaya bir çelişki çıkarmaktadır. İman katiyet, sağlamlık ve emin olmayı gerektirmektedir. Şüphenin iman ifadeleri ile birlikte sarf edilmesi ise tüm bu unsurları ortadan kaldırmaktadır. Çerkeşîzâde sağlam bir iman için tüm şüphelerden uzak ve kesin bir şekilde inanmayı, tasdik etmeyi şart görmektedir.

6. Mukallidin İmanı

Taklid kelimesi sözlükte “sarmak, dolamak” anlamlarında olup “kişinin bir işi üstlenmesi veya kanaati kendisine kabul ettirmesi”ni ifade etmektedir. Terim olarak ise “kişinin hata etmeyeceğine güvendiği kimsenin dini kanaatlerini benimsemesi” şeklinde tanımlanmaktadır. Kelam ilminde kendisinden başkasının dini kanaatlerini ve uygulamalarını benimseyen ve uygulayan kimseye mukallid adı verilmektedir (Topaloğlu ve Çelebi, 2017: 304). Taklid sonucunda elde edilen imana ise taklidi iman denilmektedir. Nazar ve istidlal olmadan, kazanmak için herhangi bir çaba göstermeden kişinin doğumundan itibaren çevresinden gördüğü ilk dini esasları kabul etmesi taklidi imandır. Taklidi imanın karşısında ise tahkiki iman vardır. Tahkiki iman kişinin inanç esaslarına nazar ve istidlal yoluyla ulaşıp tasdik etmesi, daha önce taklidi olarak öğrendiği dini akideleri akli muhakemeye tabi tutması, düşünmesi ve tüm bunların doğru olduğuna kendi akli ile hükmederek iman etmesine tahkiki (istidlali) iman denilmektedir (Topaloğlu, Yavuz ve Çelebi, 2016, 36; Karaağaç, tsz: 158-159). Dolayısıyla İslam düşüncesinde iman eden kimseler iki sınıfa ayrılmaktadır. Tahkiki iman sahipleri müstedil, taklidi iman sahipleri de mukallid olarak ifade edilmektedir (Mehmet Tefvik, 1311: 20).

İslam âlimleri taklid yoluyla elde edilen imanın sıhhati üzerine çeşitli fikirler ileri sürmüşlerdir. Mâtürîdî âlimlerden bazıları mukallid kimsenin imanını sahih kabul etmektedir. İman, içinde şüphe barındırmayan kat'i bir inanış ve tasdik ile olması gerekir. Taklidi iman içerisinde de tasdik ve yakîn mevcuttur. Ancak taklidi iman, tahkiki iman gibi nazar, istidlal, ilim ve marifet yoluyla değil taklid yoluyla gerçekleşir. Dolayısıyla mukallidin imanını nazar ve istidlal ile değil de taklid yoluyla elde etmiş olsa da imanı sahih olur. Mukallide kendisine iman edilecek hususlar ulaşır ve tasdik edip iman ederse mümin kabul edilir. Nitekim marifet iman etmekten başka bir şeydir (Sâbûnî, 2015: 173; Gölcük ve Toprak, 2012: 138). Ancak İmam Mâtürîdî, taklidi imana sahip olan kimseyi “körü körüne başkasına uyan” şeklinde nitelendirmekte ve taklidi imanın mazur görülemeyeceğini ifade etmektedir. Ona göre imanla mükellef tutulmak için en önemli şart akıl sahibi olmaktır. İman ile akıl arasında bir ilişki mevcuttur. Dolayısıyla nasıl imanla mükellef tutulmak için akıl şart ise imanı oluşturan meselelerin mahiyetinin bilinmesi için de tefekkür ve akıl yürütmeye ihtiyaç vardır (Mâtürîdî, 2017: 2/413).

Her ne kadar bir kimse taklidi iman yoluyla iman etmiş olsa da imanını kesin delillerle kabul ederek akıl yürütme ve düşünme yoluyla taklid derecesinden tahkik derecesine çıkarması şarttır. Bu minvalde elde edilen bir iman, taklidi imana göre daha makbul bir iman kabul edilmektedir. Ancak taklid yoluyla varlık kazanan iman da sıhhat bakımından geçerli görülmektedir. Buna delil olarak ise Hz. Peygamber zamanında yaşayan Arabilerin Hz. Peygamber'in huzuruna gelerek sadece şahadet getirmekle mümin olmaları örnek gösterilmektedir. Araplar fitrat ve toplumsal kültür gereği nazar ve istidlalden uzak bir yapıya sahip olmalarına rağmen mümin kabul edilmektedirler. Nitekim her mümin, nazar ve istidlal yoluyla iman esaslarını bilip tasdik etmekle mükelleftir. Mümin bir kimsenin nazar ve istidlal yoluyla imanını elde etme durumu var iken yalnızca taklid yolunu benimseyerek nazar ve istidlali terk etmesinin onu günahkâr kılacağı kabul edilir (Bilmen, 2017: 105; Gölcük ve Toprak, 2012: 138). Fakat bir kimse nazar ve istidlal yoluyla imanını elde etme imkânı veya potansiyeli olmaması sebebiyle iman esaslarını taklid yolu ile benimsemiş ise bu durumda o kimsenin imanı geçerli kabul edilir. Bir kimsede marifet bulunmasına rağmen iman bulunmayabilir. Ehl-i Kitabın Hz. Peygamber'i ve risaletini bilmeleri marifet sonucudur. Fakat onlarda iman mevcut değildir. Dolayısıyla iman ve marifet farklı şeylerdir (Sâbûnî, 2015: 154).

Eş'arî âlimler bu konuda fikir birliği içerisinde değildir. Bir kısmı mukallidin imanının sahih olduğunu ancak yine de akıl ve istidlale gerek olduğunu belirtirken, bir kısmı ise mukallidin imanının sahih olmadığını, mukallid kimsenin mümin kabul edilmediğini ifade etmektedir. Yine de büyük çoğunluk dini inançlarda taklid ile yetinilmemesi gerektiğini kabul etmektedir (Keskin, 2007: 91-108; Yüksel, 2012: 114-115). Her ne kadar Mâtürîdî âlimlerin akılcı tavırlarına karşılık taklidi imanı reddetmeleri beklense de taklidi imanın geçersiz olduğunu ve bu konuda akıl ve istidlale başvurulması gerektiğini söyleyen çoğunlukla Eş'arî âlimlerdir (İzutsu, 2017: 168).

Çerkeşîzâde, iman eden kimseleri iki sınıfa ayırır. Hz. Peygamber yanında yetişenleri, her şeyi onun öğretmesi ile öğrenenleri, âlemin, yerin ve göğün yaratılışını, âlemdeki düzeni, gece ve gündüzün uyumsuzluğunu ve kendi nefsinin hallerini düşünerek ve akıl yürüterek Allah'ın varlığını ispat edenleri nazar ve istidlal ehli yani müstedil kabul etmektedir. İssız bir yerde tek başına yaşayıp herhangi bir akıl yürütme ve düşünme olmaksızın Allah'ın, Peygamber'in varlığını, farzları yapmakla mükellef olduğunu tevatüre baliğ olmayan kişilerden öğrenip itikad edenleri ise mukallid kabul etmektedir. Hem mukallidin hem de nazar ve istidlal sonucu tahkiki iman sahibi kimsenin imanı sahihtir ancak mukallid kimseler üzerine vacip olan nazar ve istidlali terk ettikleri veya nazar ve istidlale ulaşmak için çaba göstermedikleri için mesul ve cezaya müstehak olurlar. Hatta Çerkeşîzâde ölüm anında mukallid kimselerin imanlarından kolaylıkla vazgeçebileceklerini de ifade etmektedir (Mehmet Tefvik, 1311: 20). Mâtürîdî de taklidi imana sahip olan kimselerin imanlarına zahmetsizce ulaştıkları için imanlarından kolaylıkla dönebilecekleri gerekçesiyle gerçek anlamda imana sahip olmadıklarını kabul eder. Mukallid de olsa bir kimse kendisine verilmiş olan akli istidatını kullanmalı, imanını rasyonel bir zemine yerleştirmeli ve taklidi imanından kurtulmalıdır (Mâtürîdî, 2017: 2/413).

Çerkeşîzâde mukallid ve müstedil ayrımını yaparken Hz. Peygamber'in yanında yetişen, ondan ilim öğrenen, mucizelerine şahitlik eden, bunun yanında Hz. Peygamber döneminde yetişmese veya kendisine davet ulaşmasa dahi sonradan

tefekkür ederek nazar ve istidlal yoluyla iman eden kimselerin imanını mukallid kimselerin imanından ayırmaktadır. Kendisine davet ulaşmayan ancak herhangi bir çaba gösterip imana erişmeye çalışmayan, tevatüre balığ olmayan yetkisiz kişilerden edindiği bilgilerle üstünkörü veya kestirip atmak suretiyle iman eden kimseleri mukallid olarak isimlendirir. Buradaki asıl kriter nazar ve istidlaldır. Buna göre Çerkeşîzâde, imanı sahih kabul edilse de mukallidin nazar ve istidlal yolu ile iman ve inanç esaslarına vakıf olmasını gerekli görmektedir. Nitekim insan akıllı bir varlık olarak yaratılmıştır. İnsanın akıllı yoluyla bilmekle mükellef olduğu ilk şey kendisinin yaratıcı olmadığı, kendisi dışında başka bir varlık tarafından yaratılmış olduğudur. Yani Allah'ın varlığını bilmektir. Dolayısıyla insana verilen akıl sebepsiz, amaçsız verilen bir akıl değildir. Mükellef tutulan insan neden mükellef tutulduğunu, kendisini yaratan varlığın insandan beklentilerini, inanç esaslarını nasıl yerine getireceğini bilmelidir. Taklid yalnızca daha öncekilerin bilgisini veya uygulamalarını esas almak ve sürdürmektir. Sahih bir iman için akıl yoluyla Allah'ı bilmek, Allah'ın gönderdiklerinin maksadını bilmek ve uygulamak İslam dininin amaçlarındandır.

Sonuç ve Değerlendirme

Çerkeşîzâde eserlerinde iman meselesine ayrıntılarıyla yer vermekte ve bu meselelerde farklı âlimlerin görüşlerine de temas ederek kendi görüşlerini aktarmaktadır. Görüşlerini ifade ederken, ortaya çıkabilecek muhtemel soruları da sorarak bu sorulara akıl yürütme yolları ile cevaplar vermektedir. Çerkeşîzâde, özellikle *Miftâhu'l-Akâid*, *Meziyyet-i İslâmiyye* ve *el-İtkân fi Tahkîki'l-İmân* adlı akaid risalelerinde iman, iman mahiyeti, iman ile vasıflanacak kişide bulunması ve bulunmaması gereken özellikler, imanda artma ve eksilmenin imkânı, taklid yoluyla gerçekleşen imanın geçerliliği ve imanda istisna gibi konuları genişçe ele almaktadır.

Çerkeşîzâde, eserlerinde iman kalp ile tasdik dil ile ikrar olduğunu ifade etmektedir. Ancak imanı yalnızca tasdikten ibaret gördüğü durumların olduğu da görülmektedir. İman ile amel farklı olup amellerin imana dâhil olmadığını belirten Çerkeşîzâde, bir kimsenin mümin olduğunun bilinmesi için mümin olduğuna dair bir işaret veya fiil olması gerektiğini de vurgulamaktadır. Bu vurgu onun, amelleri iman olmazsa olmaz bir parçası olarak kabul etmediğini göstermektedir. Üzerinde durulması gereken asıl konu, mümin olan kimsenin bilerek ve isteyerek Allah'ın ilahi buyruğuna aykırı davranması durumudur. Nitekim bir kimse mümin olduğunu ifade ederek kendi tercihi ile putlara secde etse, gayrimüslimlerin ritüellerini yerine getirirse veya Allah'ın emirlerine uymasa o kişinin bilerek ve kasıtlı olarak Allah'ın emirlerine aykırı davranmış olması söz konusu olmaktadır. Bu durumda kişide mümin olduğuna dair emare kalmamaktadır. Çerkeşîzâde'nin imanda derecelerin olduğunu ifade etmesi, Mâtürîdî'nin bu konudaki görüşleriyle benzerlik arz eder. Nitekim Mâtürîdî, ikrarı ve amelleri iman için şart görmemektedir. Yani Allah'ın varlığını ve birliğini kabul etmek, Allah'ın gönderdiği peygamberlere ve peygamberlerin getirdiklerine inanmak mümin olmak için yeterlidir. Ancak ameller ve ikrar da karşılığı olan bir durumdur. Kâmil olan iman için ameller şarttır. Çerkeşîzâde de icmâlî anlamda imanı yeterli görmektedir. Yalnızca kalbiyle iman eden kimse mümin olarak vasıflanabilmektedir ancak kâmil iman derecesinde değildir.

Çerkeşîzâde, imanda artma ve eksilmeyi Hz. Peygamber ve onun döneminde yaşayan sahabe için mümkün görmektedir. O, akıl yürütmeyle Hz. Peygamber ve onun döneminde yaşayan sahabe dışında artma ve eksilmenin söz konusu olmayacağını ifade ederek bunun imkânsızlığını ispatlamaya çalışmaktadır.

İman meselesindeki görüşleri ve ayrıntılı açıklamaları dikkate alındığında Çerkeşîzâde'nin Mâtürîdîlik ekolünün görüşlerini takip ettiği anlaşılmaktadır. Ancak bazı meselelerde Mâtürîdî ekolünden ayrılarak selef ve Hadis âlimlerine yakın fikirler ele almaktadır. Bu ise onun tasavvufçu yönünden kaynaklanmaktadır. Çerkeşîzâde'nin diğer eserlerine bakıldığında, meseleleri sistematik şekilde alt başlıklarıyla ele alması, akıl yürütme yoluyla derinlemesine açıklaması, hatta müstakil bir akıl risalesi yazması da onun akla verdiği önemi ifade etmektedir. Bu doğrultuda yine Mâtürîdî akılcılığının izleri Çerkeşîzâde'de görülmektedir. Yaşadığı dönemin şartları düşünüldüğünde onun, Batılılaşma ile gelen akılcı ve din dışı akımlara karşı İslam dininin esaslarını akıl yürütme yöntemiyle döneminin şartlarını da dikkate alarak yorumlama gayretinde olan bir âlim olduğu söylenebilir.

Kaynakça

- Albayrak, Sadık. (1996). *Son Devir Osmanlı Uleması*, c. 3, İstanbul.
- Alper, Hülya. (2007). *İmanın Psikolojik Yapısı*. Rağbet Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- Azamat, Nihat. (1993). "Çerkeşî Mustafa Efendi", *DİA*, c. 8, TDV Yayınları, İstanbul, 272-275.
- Bilmen, Ömer Nasuhi. (2017). *Muvazzah İlm-i Kelam*. Ravza Yayınları, 3. Baskı, İstanbul.
- Buhârî, Ebû Abdullah Muhammed b. İsmail. (2001). *Sahîh-i Buhârî*, (I-IX), Thk.: Muhammed Züheyr b. Nâsır. Dâr-u Tavki'n-Necât, Beyrut.

- Bulut, Zübeyir. (2009). Kelam'da "İman'da İstisna" Tartışmaları. *İslâmî İlimler Dergisi*, 4 (1-2), 199-214.
- Bursalı, Mehmet Tâhir. (tsz.). *Osmanlı Müellifleri*, c. 1, İstanbul.
- Çerkeşîzâde Mehmet Tevfik. (1311). *el İtkân fî Tahkiki'l- İmân*, Âlem Matbaası, İstanbul.
- Çerkeşîzâde, Mehmet Tevfik. (1301). *Miftâhu'l Akâid*, Mihran Matbaası, İstanbul.
- Çerkeşîzâde, Mehmet Tevfik. (1306). *Meziyyet-i İslâmiyye*, Mahmutbey Matbaası, İstanbul.
- Ebu Hanife, Numan b. Sâbit. (2013). *el-Fıkhu'l-Ekber*. Çev: Mustafa Öz, M.Ü. İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 9. Baskı, İstanbul.
- Ebu Hanife, Numan b. Sâbit. (2013). *el-Vasiyye*. Çev: Mustafa Öz, M.Ü. İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 9. Baskı, İstanbul.
- Eş'arî, Ebül-Hasan Ali b. İsmail. (2017). *el-Lüma` Fî'r-red alâ Ehli'z-zeyğ ve'l-Bida`*. Çev: Kılıç Aslan Mavil ve Hikmet Yağlı Mavil, İz Yayıncılık, 2. Baskı, İstanbul.
- Eş'arî, Ebül-Hasan Ali b. İsmail. (2019). *el-İbane an Usûli'd-Diyâne*. Gelenek Yayınları, İstanbul.
- Gölcük, Şerafetin ve Toprak, Süleyman. (2012). *Kelam, Tarih, Ekoller ve Problemler*, Tekin Kitapevi, 7. Baskı, Konya.
- Güler, İlhami. (2014). *Dine Yeni Yaklaşımlar*. Ankara Okulu Yayınları, Ankara.
- Harpûtî, Abdullatif. (2016). *Tenkîhu'l Kelâm fî Akâidi Ehli'l İslâm*. Haz: Fikret Karaman, Çelik Yayınevi, İstanbul.
- İbn Manzur, Ebu'l-Fadl Muhammed b. Mükrim. (1970). *Lisânü'l- Arab*, Beyrut, I.
- İsfahani, Râğîb. (2018). *Müfredât- Kur'ân Kavramları Sözlüğü*, Çev: Yusuf Türker, Pınar Yayınları, 5. Baskı, İstanbul.
- İzutsu, Toshihiko. (2017). *İslâm Düşüncesinde İmân Kavramı*. Pınar Yayınları, 2. Baskı, İstanbul.
- Karaağaç, Hilmi. (2011). Mâtürîdî Düşünce Sisteminde İman Anlayışı. *Ekev Akademi Dergisi*, 15 (49), 65-80.
- Karaağaç, Hilmi. (tsz.). *Kelamın 200'ü*. Otto Yayınları.
- Keskin, Mehmet. (2007). Eş'ari Düşünce Sisteminde İman Anlayışı. *Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 9 (2), 91-108.
- Mâtürîdî Ebû Mansûr Muhammed. (944). *Kitâbü't-Tevhîd*. Thk., Bekir Topaloğlu, Muhammed Aruçi, Der Sader, Beyrut.
- Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed. (2014). *Fıkh-ı Ekber Şerhi*. Çev: Adnan Bülent Baloğlu, Murat Memiş, Bilge Kültür Sanat Yayınları, 1. Basım, İstanbul.
- Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed. (2016). *Kitâbü't-Tevhîd*. ter: Bekir Topaloğlu, İsam Yayınları.
- Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed. (2017). *Te'vilatü'l Kur'an Tercümesi*. Ed: Yusuf Şevki Yavuz, Ensar Vakfı Yayınları, c. 2, 2. Baskı, İstanbul.
- Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed. (2017). *Te'vilatü'l Kur'an Tercümesi*. Ed: Yusuf Şevki Yavuz, Ensar Vakfı Yayınları, c. 6, 1. Baskı, İstanbul.
- Mâtürîdî, Ebû Mansûr Muhammed. (2017). *Te'vilatü'l Kur'an Tercümesi*. Ed: Yusuf Şevki Yavuz, Ensar Vakfı Yayınları, c. 1, 3. Baskı, İstanbul.
- Müslim, Ebu'l-Hüseyn Müslim b. el-Haccâc el- Kureysî. (tsz.). *Sahîhu Müslim*, (I-V), Thk.: Muhammed Fuâd Abdülbâkî, Dâru İhyâi't-Türâsi'l-Arabî, Beyrut.
- Nesefî, Ebu'l-Muin. (2000). *Bahrü'l-Kelam*. Şerh: Muhammed Sâlih el-Ferfûr, Daar el-Ferfûr, 2. Baskı, Dimeşk.
- Pezdevi, Ebu'l Yusr Muhammed. (1424). *Usûlü'd-Din*. Thk.: Hans Peterlins, el-Mektebetü'l-Ezheriyye Li't-Türas, Kahire.
- Pezdevi, Ebu'l Yusr Muhammed. (2015). Ehl-i sünnet Akâidi. Ter: Şerafeddin Gölcük, Kayihan Yayınları, İstanbul.
- Sâbûnî, Nüreddin Ahmed b. Mahmûd b. Ebî Bekr. (1969). *el Bidâye fî Usuli'd-Dîn*. Darü'l Maarif, Mekke.
- Sâbûnî, Nüreddin Ahmed b. Mahmûd b. Ebî Bekr. (2015). *Mâtürîdiyye Akaidi*. Çev. Bekir Topaloğlu, M.Ü. İlahiyat Fakültesi Yayınları, 14. Baskı, İstanbul.
- Şehristânî, Ebül-Feth Muhammed b. Abdülkerim. (2017). *el-Milel ve'n- Nihal*. Çev: Mustafa Öz, Litera Yayıncılık, 4. Baskı, İstanbul.

- Taftazânî, Sa'deddîn Mesûd b. Ömer b. Abdullah. (1987). *Şerhul Akaid'in Nesefiyye*, Moravati Matbaası.
- Topaloğlu, Bekir ve Çelebi, İlyas. (2017). *Kelâm Terimleri Sözlüğü*. İsam Yayınları, 5. Baskı, Ankara.
- Topaloğlu, Bekir; Yavuz, Yusuf Şevki; Çelebi, İlyas. (2016). *İslâm'da İnanç Esasları*, Çamlıca Yayınları, 10. Baskı, İstanbul.
- Yücer, Hür Mahmut. (2008). Bir İbn Arabî Müdafaası: Çerkeşizâde Mehmed Tevfik Efendi ve Levâyihu'l Kudsiyye fi Fedâilî's- Şeyhî'l-Ekber Adlı Eseri. *İlmî ve Akademik Araştırma Dergisi*, 9 (21), 331-351.
- Yüksel, Emrullah. (2012). *Mâtürîdîler ve Eş'arîler Arasındaki Görüş Ayrılıkları*. Düşün Yayıncılık, İstanbul.
- Zemahşerî, Ebü'l-Kâsım Mahmûd b. Ömer b. Muhammed el-Hârizmî. (2020). *El-Keşşâf'An Hakâ'iki Ğavâmidî't-Tenzîlve 'Uyûnî'l-Ekâvîl Fî Vucûhi't-Te'vîl*. ed. Murat Sülün, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı, 2. Basım, İstanbul.

Extended Abstract

Aim and Scope

The understanding of faith, that forms the basis of Islamic thought, written in various works throughout history and it was needed to be reinterpreted by scholars according to the conditions of the period. Indeed, with the influence of the movement such as atheism, rationalism and materialism that emerged with Westernization in the XIX century, changes of faith began to occur in the community. However, the nature of faith, imitation of faith, the subjects which will have faith creedal discussions has come up again. Consequently, Sir Charkashîzadah Mehmet Tawfiq, who was the leading scholar and statesman of the Ottoman Empire living in the XIX century, also discussed about issue the existence and unity of God, such as faith, tawhid and isbat-ı vacib in his treatises.

In our article, we will focus on the understanding of faith, based on the doctrinal treatises of Charkashîzadah, entitled Miftâhu'l-Akâid, Meziyyet-i İslâmiyye and el-Itkân fî Tahkîki'l-İmân, which he wrote on the science of kalam. In this context, the meaning of the word faith, the nature of faith, detailed and comprehensive faith, deeds are the part of faith, the increase and decrease in faith, exception in faith and the emulative's faith will be covered.

Methods

The first part of Charkashîzadah's treatise called Miftâhu'l-Akâid was written under the name of creedal and it includes the God's essence, adjective, angels, prophethood, the sacred book, life in the hereafter, accident and destiny, which are the basic subjects of the science of kalam. (Mehmet Tawfiq, 1301) The first part of his work, called Meziyyet-i İslâmiyye, deals with the subjects of faith such as the created universe, proof of God, tawhid, angels, probhethood, the sacred book, accident and destiny, states of the grave, the hereafter, intercession and paradise in depth (Mehmet Tawfiq, 1306) In the treatise of el-Itkân fî Tahkîki'l-İmân, subjects such as the levels of faith that make the verification of faith possible, science, attestation, confession and the task to be done are examined. (Mehmet Tawfiq, 1311)

Charkashîzadah's thoughts on faith and faith-related issues will be analyzed in comparison with the views of Islamic faith schools.

Findings

According to Charkashîzadah, people need to have true creed in order to achieve happiness in the hereafter, and to have a true faith while in the world. A person who knows God as creator, who affirms the principles of faith in the Qur'an and all the divine laws that the Prophet informed has reached the quality of the believer. (Mehmet Tawfiq, 1301: 7) Faith, on the other hand, consists of both affirmation and reassion. However, if no one had wholeheartedly affirmed with his heart and reconfirmed it with his tongue, he is accepted a believer in the sight of God, even if he is not a believer, even if he does not fulfill the religion rules. (Mehmet Tawfiq, 1311: 14)

For Charkashîzadah, comprehensive faith is considered valid to be accepted as a believer. However, he has the opinion that detailed faith is necessary for Mu'min to continue to live as a believer for the rest of his life, by obeying God's orders and the principles of religion.

Charkashîzadah, who argues that deeds are not a part of faith, considers some of the deeds necessary in order to reach the judgment of faith. In other words, in order for a person to be qualified as a believer, it is not enough for a person to say "I am a believer", there should be signs that he is a believer.

Charkashîzadah shares the same opinion with those who argue that exceptions are not possible in faith. According to him, faith does not come true with doubt. If a person, after confirming his faith, queries whether he is a believer and doubts whether he believes or not, his faith will not be valid. When a believer is asked whether he is a believer, he should not say "I am believer God willing", but should say "I am a true believer". (Mehmet Tawfiq, 1311: 19)

Conclusion

Charkashîzadah gives a place the issue of faith in detail in his works and conveys his own opinions by touching the views of different scholars on these issues. While he is expressing his opinions, he answers these questions through reasoning by asking the possible questions that may arise.

Charkashîzadah, especially in the the faith treatises called Miftâhu'l-Akâid, Meziyyet-i Islâmiyye and el-Itkân fî Tahkîki'l-Imân, deals with the issues such faith, the nature of faith, the features that a person to be qualified with faith should have and should not have, the possibility of increase and decrease in faith, validity of faith through imitation and the exception in faith widely.

Considering of his views and detailed explanations on the issue of faith, it is understood that Charkashîzadah followed the views of the Mâturîdî school. In addition, when looking at his other works, that he systematically addresses the issues with sub-titles, explains them in depth through reasoning, and even writes an independent treatise on reason, also indicates the importance he attaches to the mind. In this direction, the traces of the Mâturîdî rationalism can be seen in Charkashîzadah. Considering the conditions of the period in which he lived, it can be said that Charkashîzadah was a scholar who tried to interpret the principles of the religion of Islam against the rational and non-religious movements that came with Westernization, taking into account the conditions of his period with the method of reasoning.

Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin Uzaktan Eğitimde Kullandıkları Yöntem ve Tekniklere İlişkin Bir İnceleme

A Study of The Methods and Techniques Used by Social Studies Teachers in Distance Learning

Mehmet Akpınar¹, Mesut Yılmaz², Samet Karakuş³

Öz

Bu araştırma sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitimde kullandıkları yöntem ve teknikleri belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma, durum çalışması deseninde nitel bir çalışmadır. Çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme doğrultusunda oluşturulmuştur. Öğretmenlerin uzaktan eğitim sürecinde ne tür yöntem ve teknikleri kullandıklarını tespit edebilmek amacıyla bir açık uçlu anket formu oluşturulmuştur. Çalışma kapsamında oluşturulan açık uçlu anket formu vasıtasıyla veriler toplanmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiş ve bu veriler kavramsal kategorilere ayrılarak yorumlanmıştır. Araştırmaya toplamda 50 sosyal bilgiler öğretmeni katılmıştır. Araştırma sonucunda; sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitim sürecinde; düz anlatım/sunuş yolu ve soru cevap yöntemlerini daha çok kullandıkları, genel itibarıyla uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde ders programına uygun yöntem ve tekniklerin tam ve nitelikli bir şekilde kullanılmadığı belirlenmiştir. Öğretmenlerin büyük bir bölümü uzaktan eğitimle yüz yüze eğitim arasında farklılıklar olduğunu ifade etmişlerdir. Uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinin teknoloji/internet kullanımının yararları ve ekonomiklik/zamandan tasarruf gibi avantajları olduğu, dersin anlaşılma/öğrenilme durumunun bilinmemesi ve etkileşim eksikliğinin ise uzaktan eğitimin dezavantajları olduğu tespit edilmiştir. Öğretmenler ayrıca öğrenciyi aktif hale getirecek yöntemler/uygulamalarla görsel ve video kullanımını tavsiye etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal bilgiler, Uzaktan eğitim, Yöntem ve teknikler, Öğretmen görüşü

Abstract

The present study aims to determine the methods and techniques that Social Studies Teachers use in online teaching. It is a qualitative case study. The workgroup is formed within the scope of typical case sampling, which is one of the purposive sampling methods. In order to determine the methods and techniques the teachers used during the online teaching process, an open-ended questionnaire is designed. Within the scope of the study, the data is elicited by making use of the questionnaire. The obtained data is analyzed by content analysis method, divided into conceptual categories and interpreted accordingly. 50 Social Studies teachers participated in the study. According to the findings of the study, it is determined that, during the online teaching process, the teachers mainly prefer to use direct instruction/presentation and question/answer methods, while they mainly disregard the curriculum and the methods and techniques required for the learning outcomes of the Social Studies course. The majority of the teachers has remarked that there are differences between online and face-to-face teaching. It is determined that, online teaching has some advantages such as developing technology/internet using skills as well as being economical and time saving; while it has some disadvantages such as the lack of interaction, communication, and the difficulties in assessment the designation of the level of learning. The teachers also recommended some audio-visual tools as well as methods and applications for making students more active during online classes.

Keywords: Social studies, Distance education, Method and technicals, Opinions of teacher

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 28 / 03 / 2022

Accepted: 06 / 09 / 2022

¹ Doç. Dr., Trabzon Üniversitesi, Trabzon, Türkiye, makpınar@trabzon.edu.tr, Trabzon, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-9216-5771>

² Doktora öğrencisi, Trabzon Üniversitesi, Trabzon, Türkiye, mesutyilmazz061@gmail.com, Trabzon, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-4488-6213>

³ Doktora öğrencisi, Trabzon Üniversitesi, Trabzon, Türkiye, samet_karakus20@trabzon.edu.tr, Trabzon, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-4588-0163>

Giriş

Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve akabinde tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 salgını, hayatın tüm bileşenlerini etkisi altına almıştır. Sosyal, kültürel, ekonomik ve akademik hayatın da derinden etkilendiği bu günlerde dünyada birçok yenilik ve değişim durumu ortaya çıkmıştır.

Covid-19 pandemi sürecinden en derin şekilde etkilenen alanların başında şüphesiz eğitim-öğretim faaliyetleri gelmektedir. Oldukça geniş bir kesimi kapsayan eğitim alanında bir takım önlemler alınarak süratle uygulamaya geçilmiştir. Bu kapsamda okulların eğitim-öğretim faaliyetlerine ara vermesi kararı dünyadaki öğrencilerin %90'ından fazlasını doğrudan etkilemiştir (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization- UNESCO, 2020). Bu bağlamda eğitimin aksamaması için önlemlerin hızla alınması gerektiği ifade edilerek öğrencilerin güvenli bir biçimde eğitim-öğretim faaliyetlerine devam edebilmelerine yönelik geliştirilen yöntemlerin vakit kaybetmeden belirlenmesine ilişkin farklı arayışlar içerisine girilmiştir (Viner, Russell, Croker, Packer, Ward, Stansfield, Mytton, Bonell ve Booy 2020). Bu kapsamda pek çok ülke uzaktan eğitim faaliyetlerini hızla uygulamaya koymuştur (Küleççi-Akyavuz ve Çakın, 2020).

Ortaya çıkışı 1800'lü yıllara kadar uzanan uzaktan eğitim, ilk olarak 1840'lı yıllarda mektupla öğretim metoduyla ortaya çıkmıştır (Moore & Kearsley, 2005). 1920'li yıllarda BBC, okullar için eğitsel radyo eğitimleri ile uzaktan eğitimler vermiştir. 1960'lı yıllarda televizyon vasıtasıyla yapılan uzaktan eğitimler, 1969 yılında ise BBC ve İngiliz hükümetinin aracılığıyla üniversitelerde radyo ve televizyon yayınları vasıtasıyla yapılmıştır (Bates, 2015).

Uzaktan eğitim, öğretmen ve öğrencilerin farklı mekân ve alanlarda aynı ya da farklı zamanlarda iletişim ya da etkileşim kurmalarıyla gerçekleşen bir yöntemdir. Uzaktan eğitim genel itibarıyla internet ve televizyon aracılığıyla verilmektedir (Odabaş, 2003). Başka bir ifadeyle uzaktan eğitim, öğrenen ve öğretmenin farklı mekanlarda bulunduğu, senkron ya da asenkron olarak gerçekleşen bir eğitim olarak ifade edilebilir (Kaçan ve Gelen, 2020). Uşun (2006) ise uzaktan eğitimi, kaynak ile öğrenen bireylerin öğrenme ve öğretme süreçlerinin büyük bir bölümünde birbirleriyle farklı mekân ya da ortamlarda bulunduğu, birçok açıdan esneklik, bağımsızlık ve bireysellik olanağı tanıyan, kaynak ile öğrenen arasındaki iletişimin genel itibarıyla televizyon ve bilgisayar destekli iletişim teknolojileri vasıtasıyla sağlandığı belirli bir program çerçevesinde sistemli bir teknolojik eğitim uygulaması olarak tanımlamaktadır. Uzaktan eğitim, birbirinden farklı mekânlardaki aktarıcı ile alıcı arasındaki etkileşimi teknolojinin olanakları doğrultusunda oluşturan bir sistemdir (Yadigâr, 2010). Özellikle son yıllarda internet teknolojilerindeki gelişmelerin hızlanmasıyla uzaktan eğitim de önem kazanmaya başlamıştır (Dündar ve Yeşilyurt, 2020). Günümüzde eğitim kurumlarına ait yapılar, laboratuvarlar ve derslikler yerlerini forumlar ve teknolojik tabanlı soyut mekânlara bırakmıştır. Bireylerin sosyalleşmesi ve bilgi alışverişi, teknoloji desteği ile birlikte artık elektronik ortamlarda gerçekleşmektedir (Gülbahar, 2009). Bu açıdan değerlendirildiğinde uzaktan eğitimin günümüz eğitim-öğretim faaliyetleri açısından önemli bir yer tuttuğu ifade edilebilir.

Bu sebeple ele alınan söz konusu bu araştırma, Covid-19 salgınıyla daha da önem kazanan uzaktan eğitim sürecini de ele alarak, sosyal bilgiler öğretmenlerinin süreç içerisinde hangi yöntem ve teknikleri kullandıklarının tespit edilmesi, uygulanan yöntemlerin avantaj ve dezavantajları, uzaktan eğitim döneminde uygulanan yöntem ve tekniklerin daha verimli kullanılmasına yönelik öğretmen görüşlerinin ortaya konulması adına önem arz etmektedir. Araştırma ile birlikte konuyla ilgili ileride araştırma yapacaklara ve uzaktan eğitimle ilgili politika geliştiricilere fikir verilmiş olacağına inanılmaktadır. Bu çalışmada, sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitimde kullandıkları yöntem ve teknikler ile ilgili görüşlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

1. Uzaktan eğitimle yürütülen Sosyal bilgiler derslerinde kullanılan yöntem ve teknikler nelerdir?
2. Uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde ders programına uygun yöntem ve teknikleri tam ve nitelikli bir şekilde kullanılmakta mıdır?
3. Sosyal bilgiler derslerinde yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitimde kullanılan yöntem ve teknikler arasındaki farklılıklar nelerdir?
4. Uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinin yöntem ve tekniklerin kullanımı bağlamında avantaj ve dezavantajları nelerdir?
5. Uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerini daha etkili kullanabilmek için neler yapılabilir?
6. Uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde konuların aktarımı, öğretimi ya da pekiştirilmesi için nasıl bir yol izlenmelidir?

2. Method

2.1. Araştırmanın Deseni

Bu araştırma nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması deseniyle yapılmıştır. Nitel durum çalışmalarının en önemli özelliği bir ya da birden çok durumun derinlemesine araştırılmasıdır (Aytaçlı ve Şimşek, 2016). Yin (1984) durum çalışmasını; güncel bir olguyu kendi yaşam alanı içerisinde ele alan görgül bir araştırma yöntemi olarak tanımlamaktadır

(Akt. Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu çalışmalarda ele alınan durum etraflıca incelenir ve duruma ilişkin etkenler ortaya çıkarılmaya çalışılır. Durum çalışmalarında durum, bütüncül bir bakış açısı ile araştırılır ve genelleştirme yapmak yerine ortaya çıkan durumlardan en iyi şekilde istifade etmek amaçlanır (Aytaçlı, 2012; Göncü vd., 2019). Bu çalışmada durum olarak uzaktan eğitim süreci ele alınmıştır ve sosyal bilgiler öğretmenlerinin bu süreçte kullandıkları yöntem ve tekniklere ilişkin görüşleri etraflıca araştırılmıştır. Söz konusu araştırma 2021 Ocak-Haziran ayları arasında yapılmıştır.

2.2. Araştırma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu Türkiye'nin farklı bölgelerinde görev yapan sosyal bilgiler öğretmenleri oluşturmaktadır. Çalışma grubu, amaçlı örnekleme yöntemlerinden tipik durum örnekleme yönteminde oluşturulmuştur. Tipik durum örnekleme yöntemi; yeni bir durum hakkında en çok bilgi sahibi olan ve durum ile iç içe olan katılımcıların oluşturduğu örnekleme yöntemidir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu örnekleme yöntemi, durum çalışmasının amacına da paralellik gösterir. Patton'a (1987) göre tipik durum örnekleme yönteminde asıl amaç genelleme yapmak değil durum hakkında bilgi sahibi olmak ve diğer paydaşları bilgilendirmektir.

Bu araştırmanın çalışma grubu; Türkiye'nin farklı bölgelerinden farklı sosyoekonomik durumlara sahip okullarda görev yapan 50 sosyal bilgiler öğretmeninden oluşmaktadır. Toplamda 20 farklı şehirde (Trabzon, Bayburt, Kars, Iğdır, Erzurum, Hatay, Ağrı, Ankara, Manisa, İstanbul, Ordu, Bitlis, Gaziantep, Eskişehir, Giresun, İzmir, Bursa, Afyonkarahisar, Muş ve Çanakkale) görev yapan öğretmenlere ulaşılarak veriler toplanmıştır. Araştırma grubunda yer alan öğretmenlerin 32'si erkek, 18'i ise kadındır. Araştırma grubunda yer alan öğretmenlerin 24'ü 0-5 yıl, 10'u 5-10 yıl ve 16'sı ise 10 yıl ve üzeri kıdem durumlarına sahiptir. Ayrıca araştırma grubunda yer alan öğretmenlerin 5'i yüksek lisans mezunu, 45'si ise lisans mezunudur.

2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak açık uçlu anket formu kullanılmıştır. Anket, nitel ve nicel araştırmalarda kullanılan bir veri toplama aracıdır. Soru türlerine, uygulanma şekline ve katılımcı sayısına bağlı olarak birçok farklı türü bulunmaktadır. Bu araştırmada çevrimiçi görüşmeler ile toplanan ve bir açık uçlu sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Açık uçlu anket soruları araştırmacıyı keşfe yönlendirir ve katılımcının düşünce ve görüşlerinin derinlemesine anlaşılmasını sağlar (Patton, 1987). Açık uçlu anket formu hazırlamadan önce konu ile ilgili literatür incelenmiştir. Form, 2 farklı alan eğitim uzmanına gösterilerek gerekli düzenlemeler yapılmış ve bu bağlamda formun kapsam geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Soruların anlaşılabilirliğini ölçmek amacıyla iki sosyal bilgiler öğretmeniyle pilot uygulama yapılmıştır. Pilot uygulamada soruların anlaşılabilirliğine ilişkin olumsuz bir yanıt gelmediği tespit edilmiştir.

2.4. Verilerin Toplanması

Çalışma verileri 2021 Ocak-Şubat aylarında araştırmacılar tarafından çevrimiçi ortamda toplanmıştır. Veriler toplanırken katılımcının gönüllüğü esas alınmış, çalışmanın amacı açıklanmış, cevapları ve bilgilerinin saklı tutulacağı katılımcıya belirtilmiştir. Bu çalışma için Trabzon Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu'ndan etik kurul izni alınmıştır.

2.5. Verilerin Analizi

Anket formu ile toplanan veriler nitel veri analiz tekniklerinden içerik analizi tekniği doğrultusunda analiz edilmiştir. Bu analiz tekniğinin amacı; toplanan verilerden araştırmanın problem durumunu açıklayacak kavramlara ulaşmaktır. Bu doğrultuda veriler öncelikle kavramsallaştırılır daha sonra ortaya çıkan kavramlar kategorize edilerek sistematik bir şekilde sınıflandırılır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). İçerik analizi verileri daha anlaşılır hale getirir, olguları daha iyi anlayıp yorumlamayı kolaylaştırır ve böylece verilerin içerisinde gizli kalmış gerçekleri ortaya çıkarmaya yardımcı olur (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Açık uçlu anket formundan elde edilen veriler kendi içinde sınıflandırılmış ve akabinde bir liste oluşturulmuştur. Çalışma grubunda yer alan öğretmenler için "Ö" kısaltması kullanılmış ve her bir sosyal bilgiler öğretmenine birer numara verilmiştir. Elde edilen veriler içerik analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiş ve bu veriler kavramsal kategorilere ayrılarak yorumlanmıştır. Ortaya çıkan temaların tekrar edilme sıklıkları hesaplanmış ve bu hesaplamalar frekans olarak tablolarda sunulmuştur. Ayrıca tabloların altında katılımcıların görüşlerine de doğrudan yer verilmiştir.

3. Bulgular

3.1. Araştırmanın birinci alt problemine ilişkin bulgular

Bu bölümde uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde kullanılan yöntem ve teknikler nelerdir sorusuna cevap aranmıştır. Elde edilen veriler Tablo 1'de kodlar/temalar haline getirilerek sunulmuştur.

Tablo 1. Uzaktan Eğitimle Yürütülen Sosyal Bilgiler Derslerinde Kullanılan Yöntem ve Tekniklere İlişkin Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|---------------------------------------|----|
| Düz anlatım/Sunuş yoluyla | 35 |
| Beyin fırtınası | 17 |
| Örnek olay | 20 |
| Tartışma yöntemi | 14 |
| Soru-cevap | 39 |
| Araştırma inceleme | 2 |
| Problem çözme | 1 |
| Drama | 1 |
| Slayt sunumu | 4 |
| Not aldırma | 1 |
| Online kaynaklar ve internet siteleri | 4 |
| Buluş yoluyla öğrenme: | 1 |
| Bilgisayar destekli öğrenme | 2 |
| Video ve görseller | 4 |
| Soru çözümü | 1 |
| Bireysel çalışma yöntemi | 1 |

Tablo-1’de görüldüğü gibi, uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde kullanılan yöntem ve tekniklerin başında soru-cevap yöntemi gelmektedir. Soru-cevap yöntemine ek olarak; düz anlatım/sunuş yoluyla, örnek olay, beyin fırtınası ve tartışma yönteminin sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından ön plana çıkartıldığı görülmektedir. Birinci tema bağlamında Ö10: “Uzaktan eğitimle yürütülen Sosyal Bilgiler derslerinde genellikle soru-cevap, örnek olay, tartışma ve beyin fırtınası yöntem-tekniklerini kullanıyorum. Çünkü bu yöntem ve tekniklerin uzaktan eğitimle işlenen konular için daha uygun olduğunu düşünüyorum” ifadelerini kullanırken Ö29: “Sürenin kısıtlı konuların çok olması sebebiyle soru cevap, düz anlatım ve beyin fırtınası yöntemlerini derslerimde kullanıyorum” değerlendirmesinde bulunmuştur.

Uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde kullanılan yöntem ve tekniklerin farklılık arz ettiğini dile getiren Ö2:

“Kazanıma, davranışa ve olaya göre tüm yöntemleri kullanıyorum. Kazanıma göre düz anlatım en iyi yöntem olurken, bazen beyin fırtınası, örnek olay daha etkili oluyor. Misal doğal afetlerden konu işlerken örnek olay ya da tartışma yöntemi daha etkili olabiliyor. Yani tamamen kazanımla alakalı olarak yöntem ve teknik kullanıyorum”

İfadelerini kullanırken derslerinde daha çok klasik yöntemleri kullandığını belirten Ö18:

“Soru cevap, düz anlatım, beyin fırtınası gibi daha çok sunuş yöntemini tercih ettim. Bunun en büyük nedeni köy okulundayım ve sabit katılım ne yazık ki yok. Bir derse katılıp, bir sonraki derse katılmayan oldukça fazla oluyor. Bu durum konuların yetişme durumunu engelliyor. Konuların yetişmesi anlamında daha çok klasik yönetime özgü durumları tercih ettim”

değerlendirmelerinde bulunmuştur.

3.2. Araştırmanın ikinci alt problemine ilişkin bulgular

Bu bölümde uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde ders programına uygun yöntem ve tekniklerin tam ve nitelikli bir şekilde kullanılma durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler Tablo 2’de kodlar/temalar haline getirilerek sunulmuştur.

Tablo 2. Uzaktan Eğitimle Yürütülen Sosyal Bilgiler Derslerinde Ders Programına Uygun Yöntem ve Tekniklerin Tam Ve Nitelikli Bir Şekilde Kullanılma Durumu

| Temalar | f |
|-----------------------|----|
| Hayır, kullanamıyorum | 24 |
| Kısmen kullanıyorum | 15 |
| Evet, kullanıyorum | 11 |

Tablo 2’de görüldüğü gibi sosyal bilgiler öğretmenleri uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde ders programına uygun yöntem ve tekniklerin tam ve nitelikli bir şekilde kullanılması bağlamında en çok “hayır, kullanamıyorum” yanıtını vermişlerdir. Bu yanıtı sırasıyla “kısmen kullanıyorum” ve “evet, kullanıyorum” yanıtları takip etmektedir. Konu bağlamında değerlendirmelerde bulunan Ö10: “Uzaktan eğitimle yürütülen derslerde ders programına uygun bir şekilde yöntem ve teknikleri tam anlamıyla kullanamıyoruz. Mesela gezi yöntemiyle birlikte işleyebileceğimiz konuları bu dönemde yapamıyoruz” ifadelerini kullanırken Ö30: “Hayır kullanılmıyor çünkü öğrencinin sınıftaki hazırbulunuşluğu ile evdeki hazırbulunuşluğu arasındaki fark çok fazla bu aynı şekilde öğretmen içinde geçerli” değerlendirmesinde bulunmuştur.

“Kısmen kullanıyorum” teması altında Ö26: “Kısmen. Uzaktan eğitim ve yüz yüze eğitim çok farklı şeyler. O bakımdan tam bir uyum durumu söz konusu değil. Uzaktan eğitimde kullanılan yöntemler genellikle teknolojiyle alakalı” ifadelerini kullanırken Ö41: “Kısmen kullanabiliyorum. Canlı derslerde, etkinlik yapma olanakları sınırlı olduğu için işlenen konunun öğrencinin ilgisini çekmesine göre öğrencinin katılımı değişiyor. Sınıf içerisinde öğrencilerin ders sürecine daha çok dahil olma imkanları oluyordu. Ama uzaktan eğitim sürecinde ben daha aktif olmak zorunda kalıyorum” değerlendirmesinde bulunmuştur. “Evet kullanıyorum” teması altında Ö17:

“Benim açımdan bir sorun yok. Kullandıkça daha da zooma hakim oldum diyebilirim. Şimdi tek sıkıntı öğrenci mikrofondan konuşmuyor, kamera 6,7 ve 8. sınıf da kapalı. Sınıfın en az yarısından dönüt alınamıyor derse katılanların da 4 te biri aktif değil. Ayrıca pekiştirme yapamıyoruz. Çünkü soru sorsak cevap alana kadar ders bitiyor. Sınıflarımızda her seviyede öğrenci var ve çoğunluğu da iyi ve çok iyi olduğu halde”

ifadelerini kullanırken Ö44: “Tam ve nitelikli bir şekilde kullanmaya çalışıyoruz. Öğrencileri göremediğimiz için dikkatli bir dinleme ve ders takibinin olup olmadığının kontrolü yapılamıyor. İstekli, dinleyen, dersi tam takip eden öğrencilerle birlikte yöntem ve teknikler tam ve nitelikli kullanılabiliyor” değerlendirmesinde bulunmuştur.

3.3. Araştırmanın üçüncü alt problemine ilişkin bulgular

Bu bölümde sosyal bilgiler derslerinde yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitimde kullanılan yöntem ve teknikler arasındaki farklılıklar tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler Tablo-3’de kodlar/temalar haline getirilerek sunulmuştur.

Tablo 3. Sosyal Bilgiler Derslerinde Yüz Yüze Ve Uzaktan Eğitimde Kullanılan Yöntem ve Teknikler Arasındaki Farklılıklara İlişkin Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|-------------------------------------|----|
| Farklılık olduğunu düşünüyorum | 39 |
| Kısmi bir fark olduğunu düşünüyorum | 7 |
| Farklılık olduğunu düşünmüyorum | 4 |

Tablo 3’te görüldüğü gibi Sosyal bilgiler derslerinde yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitimde kullanılan yöntem ve teknikler arasında farklılık olduğunu düşünen öğretmenler ilk sırada yer almaktadır. Bunu “kısmi bir fark olduğunu düşünüyorum” ve “farklılık olduğunu düşünmüyorum” yorumları takip etmektedir. Sosyal bilgiler derslerinde yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitimde kullanılan yöntem ve teknikler arasında farklılık olduğunu düşünen Ö9: “Yüz yüze eğitimde akıllı tahta, materyaller ve öğretim tekniklerini rahatça kullanabiliyorken uzaktan eğitimde hem öğrencilerin tamamının derse katılmaması hem de sınıf ortamının oluşmamasından dolayı farklılık oluşuyor” ifadelerini kullanırken Ö20: “Tabii ki farklı, yüz yüze eğitim de çocuktan aldığımız tepki rasyonel bir tepki ve buna göre yöntem ve tekniği çeşitlendirebiliyoruz. Uzaktan eğitimde bu imkâna sahip değiliz, özellikle kamera açılmadığı zamanlarda” değerlendirmesinde bulunmuştur.

Sosyal bilgiler derslerinde yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitimde kullanılan yöntem ve teknikler arasında kısmi bir farklılık olduğunu düşünen Ö41, konu bağlamında şu yorumda bulunmuştur:

“Bazı farklılıklar var. Yüz yüze eğitimde öğrenciler için yaparak yaşayarak öğrenme ortamları sunulabilmektedir Uzaktan eğitimde ise öğrenciler bu öğrenme etkinliklerinden yoksun kalmaktadırlar. Yüz yüze eğitimde uygulamış olduğum istasyon, canlandırma, gözlem gibi teknikleri uzaktan eğitimde kullanamıyorum. Yüz yüze derslerde gözlem yaparak ve öğrencilere sorular sorarak, öğrencilerin durumunu daha kolay anlayabiliyordum ve dersin etkinliklerinde ona göre bir değişiklik yapıyordum. Fakat canlı derslerde sınıfın durumunu genel olarak gözleme şansı çok zor oluyor. Ayrıca yüz yüze eğitimde ekran öğretimi gerçekleşebilirken, uzaktan eğitimde çocuklar akranlarıyla bir arada olamamaktadırlar. Bunun dışında uzaktan eğitimin bireysel öğrenmeyi daha çok desteklediğini söyleyebilirim. Uzaktan eğitim sayesinde öğrenciler kendilerine en uygun öğrenme yöntemini bulabilmektedirler. Ayrıca uzaktan eğitim çoklu ortam araçlarının kullanımına izin vermesi gibi özellikleri bakımından yüz yüze yapılan eğitimden farklılık göstermektedir.”

Sosyal bilgiler derslerinde yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitimde kullanılan yöntem ve teknikler arasında herhangi bir farklılık olduğunu düşünmeyen Ö5: “Hayır bir farklılık yok aynen uygulayabiliyoruz ancak öğrenciyle göz göze gelmek, temas kurmak ve sınıfta espri yapıp öğrencileri rahatlatmak olmuyor biraz sıkılabiliyorlar” ifadelerini kullanırken Ö13: “Düşünmüyorum sadece kameralar kapalı olduğu için zorluk çekiyorum öğrencinin ne ile meşgul olduğunu görmek gerekiyor bence” değerlendirmesinde bulunmuştur.

3.4. Araştırmanın dördüncü alt problemine ilişkin bulgular

Bu bölümde uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinin yöntem ve tekniklerin kullanımı bağlamında avantaj ve dezavantajları tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler Tablo 4 ve Tablo 5’de kodlar/temalar haline getirilerek sunulmuştur. Tablo 4’te uzaktan eğitimin avantajları ve Tablo 5’de ise uzaktan eğitimin dezavantajları sunulmuştur.

Tablo 4. Uzaktan Eğitimle Yürütülen Sosyal Bilgiler Derslerinde Kullanılan Yöntem ve Tekniklerin Avantajlarına İlişkin Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|--|---|
| Teknoloji/İnternet kullanımının yararları | 9 |
| Ekonomiklik/Zamandan Tasarruf | 8 |
| Etkinlikler açısından elverişli | 5 |
| Konuların pekiştirilmesinde yardımcı kaynak | 2 |
| Öğrencinin aktif olması | 2 |
| Anında dönüt/düzeltilme imkânı vermesi | 1 |
| Sınıf yönetimi açısından avantajlı | 1 |
| Mekân kısıtlamasının olmaması | 1 |
| Öğrenme süreçlerini yönetme ve düzenleme | 1 |
| Farklı yöntem ve tekniklerin kullanılmasına olanak sağlaması | 1 |
| Öğrencilerin kendilerini daha rahat ifade edebilmeleri | 1 |

Tablo 4’te görüldüğü gibi “teknoloji/İnternet kullanımının yararları” sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından dile getirilen avantajların başında gelmektedir. Bunu “ekonomiklik/zamandan tasarruf” ve “etkinlikler açısından elverişli” temaları takip etmektedir. Konu bağlamında değerlendirmelerde bulunan Ö19: “Teknolojinin maksimum düzeyde kullanılması uzaktan eğitimin avantaj kısmını oluşturuyor. Teknoloji kullanımı konusunda öğretmenler bu süreçte kendilerini geliştirmek zorunda kaldı” ifadelerini kullanırken zamandan tasarruf bağlamına vurgu yapan Ö28: “Öğrencilerle içerik sunma bakımından belirli avantajları var. Çok hızlı şekilde video, görsel, test gibi içerikleri anında paylaşabiliyoruz” değerlendirmesinde bulunmuştur.

Tablo 5. Uzaktan Eğitimle Yürütülen Sosyal Bilgiler Derslerinde Kullanılan Yöntem ve Tekniklerin Dezavantajlarına İlişkin Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|--|---|
| Dersin anlaşılma/öğrenilme durumunun bilinmemesi | 9 |
| Etkileşim eksikliği | 7 |
| Dönüt/geri bildirim problemleri | 6 |
| Öğrencilerin pasif kalması | 5 |
| Öğrencilerin ilgi/motivasyon düşüklüğü | 5 |
| Öğrenme eksiklikleri | 5 |
| Ders süresinin yeterli olmaması | 4 |
| Derse devam problemleri | 4 |
| Uygulamanın olanaksız oluşu | 4 |
| Sınıf yönetiminde yaşanan sorunlar | 3 |
| Ses ve bağlantı problemleri | 3 |
| Öğrencilerin dikkat dağınıklığı yaşaması | 3 |
| Somutlaştırma eksikliği | 2 |
| Teknoloji kullanımında yaşanan sorunlar | 1 |
| Not kaygısı | 1 |
| Ödevlendirme yaşanan sorunlar | 1 |

Tablo 5'de görüldüğü gibi “dersin anlaşılma durumunun bilinmemesi” sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından dile getirilen dezavantajların başında gelmektedir. Bu temayı, etkileşim eksikliği ve dönüt/geri bildirim problemleri temaları takip etmektedir. Birinci tema çerçevesinde değerlendirmelerde bulunan Ö26: “*Dezavantajı öğrencinin genel durumunu bilemiyoruz. Konuyu öğrenme durumu muallak. Ses ve senkron problemleri de olabiliyor*” ifadelerini kullanırken Ö39: “*öğrencilerin dersi öğrenme durumunu tam olarak bilemiyoruz*” değerlendirmesinde bulunmuştur. Konu bağlamında daha geniş bir perspektifte değerlendirmelerde bulunan Ö17:

“Öğrencileri görsem ve ders sonunda konu ile ilgili sınav veya değerlendirme yapabilesem bir fark olmayacak. Hatta daha iyi bile olabilir. Ancak durum kesinlikle öğrenciyi motive etmiyor. Öğretmen açısından teknoloji ile arası kötü ise sorun büyüyor. 25 yıldan fazla olanlar daha fazla zorlanıyorlar. Soru cevap ve dönütte ciddi sorun yaşıyoruz canlı derslerde”

ifadelerini kullanırken Ö3:

“Derse katılmak istemeyen öğrencileri derse katmakta güçlük çekiyorum maalesef katılmak istemeyenler mikrofonu açık olsa da konuşmamayı tercih ediyorlar. Derste çözdüğüm sorular dışında öğrencinin konuyu anlayıp anlayamadığını tam anlamıyla keşfedemiyorum. Derse devam konusunda sıkıntılar olduğu için gelmeyenler için ekstra konuyu tekrar ediyorum bu da etkinliklere daha az zaman ayırmama sebep oluyor”

değerlendirmesinde bulunmuştur.

3.5. Araştırmanın beşinci alt problemine ilişkin bulgular

Bu bölümde uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerini daha etkili kullanabilmek için neler yapılabileceği sorusuna yanıt aranmıştır. Elde edilen veriler Tablo 6, Tablo 7 ve Tablo 8'de kodlar/temalar haline getirilerek sunulmuştur.

Tablo 6. Dersin İşleniş Bağlamında Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|---|----|
| Öğrenciyi aktif hale getirecek yöntemler/uygulamalar kullanılmalı | 12 |
| Dersler video/görsellerle desteklenmeli | 6 |
| Derslerde farklı yöntem ve teknikler kullanılmalı | 5 |
| Derse katılım durumu artırılmalı | 4 |
| Öğrenci merkezli oyunlar oynanmalı | 3 |
| Derslerde animasyon ve harita kullanılmalı | 2 |
| Ders içeriği zenginleştirilmeli | 2 |
| Öğrencilerin kamera ve mikrofonu çalışır durumda olmalı | 2 |
| Öğrencilere araştırma/uygulama ödevleri verilmeli | 2 |
| Soru-cevap kâğıtları hazırlanmalı | 1 |
| Soru çözümü yapılmalı | 1 |
| Anekdotlar kullanılmalı | 1 |
| Öğrencilere dönüt/düzeltilme verilmeli | 1 |
| Z Kitaplar kullanılmalı | 1 |

Tablo 6'da “öğrenciyi aktif hale getirecek yöntemler/uygulamalar kullanılmalı” temasının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu temayı; dersler video/görsellerle desteklenmeli, derslerde farklı yöntem ve teknikler kullanılmalı ve derse katılım durumu artırılmalı temaları takip etmektedir. Birinci tema çerçevesinde değerlendirmelerde bulunan Ö6: “*Öğrencilerin daha aktifleşeceği yöntemler kullanılabilir*” yorumunda bulunurken Ö39 ise: “*Öğrencileri aktif hale getirecek yöntemleri kullanarak onları derse dâhil etmek gerekir*” ifadelerini kullanmıştır. Konu bağlamında daha geniş bir perspektifte değerlendirmelerde bulunan Ö31:

“Bulduğum bölge için öncelikle internet alt yapısı şart ve dersler telefonda değil de en azından tablet üzerinden olması lazım. 46 öğrencim var bilgisayar ve tablet üzerinden bağlanan 1 öğrenci var. Genel olarak bakarsak: Ders videolarla desteklenmeli. Harita ve görsellere ağırlık verilmeli. Öğrenci mümkün olduğunca aktif taraf olmalı. Tabi bunlar içinde alt yapı şart.”

ifadelerini kullanmıştır.

Tablo 7. Teknoloji Bağlamında Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|--|---|
| İnternet/teknoloji altyapısı güçlendirilmeli | 5 |
| Çocuklarda teknoloji okuryazarlığı geliştirilmeli | 1 |
| Whatsapp üzerinden ses kaydı gönderilmeli | 1 |
| Sanal müze gezileri yapılmalı | 1 |
| EBA altyapısı güçlendirilmeli | 1 |
| EBA'da yer alan etkinlik ve çalışmalar çeşitlendirilmeli | 1 |

Tablo 7'de "internet altyapısı güçlendirilmeli" temasının ön plana çıktığı görülmektedir. Konu bağlamında değerlendirmede bulunan Ö20: "İnternet alt yapısı iyileştirilmeli, her çocuğa cihaz sağlanabilmeli ki, sonra ders bazında düşünelim neler yapılabileceğini" ifadelerini kullanırken Ö48: "Teknolojik altyapı geliştirilebilir" değerlendirmesinde bulunmuştur.

Tablo 8. Öğretmenlerin Görüş Bildirdiği Diğer Bulguların Dağılımı

| Temalar | f |
|--|---|
| Öğretmenlere bu bağlamda hizmet içi eğitim/seminer verilmeli | 3 |
| Öğrencilere gerekli imkân ve altyapı sağlanmalı | 3 |
| Öğrenci velileri süreç içinde aktif olmalı | 3 |
| Ders süresi artırılmalı | 3 |
| Çocuklara etik davranış ilkeleri eğitimi verilmeli | 1 |
| Ders süresi verimli kullanılmalı | 1 |
| Ödevlendirme yapılmalı | 1 |

Tablo 8'de öğretmenlere bu bağlamda hizmet içi eğitim/seminer verilmeli, öğrencilere gerekli imkân ve altyapı sağlanmalı, öğrenci velileri süreç içinde aktif olmalı ve ders süresi artırılmalı temalarının ön plana çıktığı görülmektedir. Konu bağlamında değerlendirmede bulunan Ö30: "Öğretmenlere bu konular hakkında hizmet içi eğitim verilmeli" ifadesini kullanırken Ö43: "Bu konuda mutlaka uzaktan eğitime uygun yöntem- teknik kullanabilme konusunda bir online seminer çalışması yapılmalı" değerlendirmesinde bulunmuştur. Konu bağlamında daha geniş bir perspektifte değerlendirmelerde bulunan Ö21: "Velinin süreçte daha aktif rol oynaması gerekiyor. Velinin dersleri takip edip öğrenciyi derse katma konusunda teşvik etmesi gerekiyor. Fırsat eşitliği açısından öğrenciye gerekli imkânın ve altyapının sağlanması gerekiyor. Öğrenci, veli öğretmen işbirliğinin her zamankinden daha güçlü olması gerekiyor" ifadelerini kullanmıştır.

3.6. Araştırmanın altıncı alt problemine ilişkin bulgular

Bu bölümde uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde konuların aktarımı, öğretimi ya da pekiştirilmesi için nasıl bir yol izlenmeli sorusuna yanıt aranmıştır. Elde edilen veriler "konuların aktarımı ve öğretimi bağlamında ve konuların pekiştirilmesi bağlamında" iki ayrı kategoriye ayrılmış, Tablo 9 ve Tablo 10'da kodlar/temalar haline getirilerek sunulmuştur.

Tablo 9. Konuların Aktarımı ve Öğretimi Bakımından Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|--|----|
| Görseller ve videolar kullanılmalı | 12 |
| Soru-cevap yapılmalı | 11 |
| Konu tekrarı yapılmalı | 6 |
| Etkinlikler kullanılmalı | 5 |
| Derste soru çözülmeli | 5 |
| Tartışma yöntemi kullanılmalı | 4 |
| Slayt/sunumlar kullanılmalı | 3 |
| Konuyla ilgili yarışmalar yapılmalı | 2 |
| Öğrenciler aktif olarak derse katılmalı | 2 |
| Haritalar kullanılmalı | 2 |
| EBA etkili kullanılmalı | 2 |
| İlgi ve dikkat çekecek hikâyeler anlatılmalı | 1 |
| Farklı kaynaklara başvurulmalı | 1 |

| | |
|---|---|
| Ders kitabı etkin olarak kullanılmalı | 1 |
| Konular özetlenmeli | 1 |
| Etkileşimli eğitim siteleri kullanılmalı: | 1 |
| Örnek olaylar kullanılmalı | 1 |

Tablo 9’da görüldüğü gibi uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde konuların aktarımı ve öğretimi bağlamında görseller ve videolar kullanılmalı ve soru-cevap yapılmalı temalarının ön plana çıktığı görülmektedir. Konuların aktarımı ve öğretimi bağlamında değerlendirmelerde bulunan Ö20: “*Ekranında muhakkak bir görsel olmalı, dikkat çekmek için. Düz anlatım yönteminden ziyade video, slayt ve etkileşimli çeşitli eğitim siteleri kullanılabilir*” ifadelerini kullanırken Ö41:

“Uzaktan eğitimde kavramlar arasındaki ilişkileri açıklayarak içeriği görselleştirme ve anlık geri bildirim vermeye yönelik etkinliklere yer verilebilir. Öğrencilerin derse ilgilerini çekecek çeşitli aktiviteler ve etkileşimli çalışmalar yapılırsa öğrencilerin aktif katılımları artacaktır. İçerikler görsel destekli ve eğlenceli olursa dersin kalitesini ve verimini artırmak için etkili olacaktır”

değerlendirmesinde bulunmuştur. Konu bağlamında değerlendirmelerde bulunan Ö21 ise: “*Konuları aktarırken bol bol soru cevap yaparak öğrencinin dikkatinin derse çekilmesi gerekir. Öğrenciyi aktif edecek, dikkatlerini derse çekecek yöntem ve tekniklere ağırlık verilmesi gerekiyor. Konuları daha açık ve net bir şekilde akademik bilgi yoğunluğundan arındırarak sadeleştirip vermek gerekiyor*” ifadelerini kullanmıştır.

Tablo 10. Konuların Pekiştirilmesi Bağlamında Öğretmen Görüşlerinin Dağılımı

| Temalar | f |
|---|---|
| Konuyla ilgili test verilmeli | 9 |
| Ödev verilmeli | 8 |
| Öğrenciler takip edilmeli | 5 |
| Velilerle irtibat kurulmalı | 2 |
| Ödev kontrolü yapılmalı | 2 |
| Öğrencilere konu ile ilgili notlar gönderilmeli | 2 |
| Oyunla pekiştirme yapılmalı | 2 |
| Koçluk sistemi üzerinde durulmalı: | 1 |
| Öğrencilere online çalışma yaprakları verilmeli | 1 |
| Yazma ödevleri verilmeli | 1 |
| Online takdir belgeleri verilmeli | 1 |
| Tebrik kartları verilmeli | 1 |

Tablo 10’da görüldüğü gibi uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde konuların pekiştirilmesi bağlamında konu ile ilgili test verilmeli, ödev verilmeli ve öğrenciler takip edilmeli temalarının ön plana çıktığı görülmektedir. Konuların pekiştirilmesi bağlamında değerlendirmelerde bulunan Ö23: “*Konuların pekiştirilmesi için her derste bir önceki öğrenmenin öğrenciler tarafından tekrar edilmesi sağlanabilir. Ders sonunda kazanımı ölçen test ve sorular çözülebilir. Anlatılan konular öğrencilere kısa notlar halinde dersten önce öğrenci gruplarına gönderilebilir ve öğrencilerin derse hazırlıklı ve ön bilgi ile gelmesi sağlanabilir*” ifadelerini kullanırken Ö25: “*Ders sonunda soru cevap yaptırılmalı. Haftalık dersimizin bir saatini soru çözümüne ayırmalı. Ödevler özenle kontrol edilmeli*” değerlendirmesinde bulunmuştur.

Uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerine ilişkin görüş, fikir ve önerileriniz nelerdir?

Bu bölümde sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerine ilişkin görüş, fikir ve önerileri tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler Tablo 11’de kodlar/temalar haline getirilerek sunulmuştur.

Tablo 11. Öğretmenlerin Dersin İşlenişine İlişkin Görüş Belirttikleri Önerilerin Dağılımı

| Temalar | f |
|--|---|
| Eğitim teknolojileri etkin bir şekilde kullanılmalı | 4 |
| Öğrencilerin aktif olmaları sağlanmalı | 4 |
| Ders konuları somutlaştırılmalı | 3 |
| Öğrencilerin derse ilgisi çekilmeli | 3 |
| Dersler görsellerle zenginleştirilmeli | 3 |
| Öğrencilerin merak duyacağı içerikler seçilmeli | 3 |
| Sanal müze gezileri yapılmalı | 2 |
| Ders tekrarı yapılmalı | 1 |
| Öğrencilere etkin dönütler verilmeli | 1 |
| Derslerde farklı yöntem ve teknikler kullanılmalı | 1 |
| Okulistik ve morpa gibi programlar kullanılmalı | 1 |
| Derslerde sunu ve slaytlar kullanılmalı: | 1 |
| Soru çözümüne ağır verilmeli | 1 |
| Öğrencilerin kendilerini ifade etmelerine izin verilmeli | 1 |

Tablo 11’de görüldüğü üzere sosyal bilgiler öğretmenleri dersin işlenişine ilişkin olarak eğitim teknolojileri etkin bir şekilde kullanılmalı ve öğrencilerin aktif olmaları sağlanmalı temalarını ön plana çıkartmışlardır. Konu bağlamında değerlendirmelerde bulunan Ö41: *“Uzaktan eğitim sürecinde teknoloji kullanımı önemli yere sahiptir. Dolayısıyla sosyal bilgiler derslerinde farklı teknolojik uygulamalara yer verilmeli. Sunu içeriklerinde düz yazıdan daha çok görsellere, animasyonlara ve videolara yer verilmeli. Google eart, sanal müze gezileri, padlet gibi teknolojik uygulamalarla ders içerikleri zenginleştirilebilir”* ifadelerini kullanırken Ö10 ise öğrencilerin bu süreçte aktif olması gerektiğine vurgu yaparak: *“Bu süreçte derslerde farklı yöntem ve teknikler kullanılarak derslerde öğrencilerin daha aktif olması sağlanarak derslerin yönetilmesi ve başarı düzeyinin artacağını düşünüyorum”* değerlendirmesinde bulunmuştur.

Tablo 12. Öğretmenlerin Görüş Belirttiği Diğer Önerilerin Dağılımı

| Temalar | f |
|--|---|
| Öğretmenler uzaktan eğitim konusunda eğitim/seminer/hizmet içi eğitim almalı | 4 |
| Öğrencilere gerekli imkân ve altyapı sağlanmalı | 4 |
| Eğitimde fırsat eşitliği sağlanmalı | 2 |
| Müfredat canlı derslere göre ayarlanmalı | 2 |
| İnternet altyapısı geliştirilmeli | 2 |
| Eğitimde devamlılık sağlanmalı | 1 |
| Öğrencilerin derslere erişimi sağlanmalı | 1 |
| Uzaktan eğitimin zorunluluğu velilere daha iyi anlatılmalı | 1 |
| Konular sadeleştirilebilir | 1 |
| Canlı dersler kayıt altına alınabilir | 1 |
| Kazanımlar azaltılmalı | 1 |
| Veliler öğrencileri takip etmeli | 1 |
| Okuldaki diğer branş öğretmenleriyle fikir alışverişi yapılmalı: | 1 |

Tablo 12’de görüldüğü üzere öğretmenler uzaktan eğitim konusunda eğitim/seminer/hizmet içi eğitim almalı ve öğrencilere gerekli imkân ve altyapı sağlanmalı temalarının ön plana çıktığı görülmektedir. Sosyal bilgiler öğretmenlerinin bu süreçte hizmet içi eğitim almaları gerektiğini vurgulayan Ö26: *“Eğitimde hangi teknolojik araçlar kullanılmalı bu konuda öğretmenler olarak hizmet içi eğitim almalıyız”* ifadelerini kullanırken Ö38: *“Teknoloji kullanımı konusunda öğretmenler seminer almalı”* almalı değerlendirmesinde bulunmuştur.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışmayla uzaktan eğitim döneminde sosyal bilgiler derslerinde kullanılan yöntem ve teknikler ile ilgili sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşlerini ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın birinci alt problemi doğrultusunda sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitim döneminde en çok kullandıkları yöntem ve tekniklerin soru-cevap (f=39) ve

düz anlatım/sunuş yoluyla öğretim (f=35), en az kullandıkları yöntem ve tekniklerin ise buluş yoluyla öğretim (f=1), problem çözme (f=1), drama (f=1), soru çözümü (f=1), not aldırma (f=1), bireysel çalışma yöntemi (f=1) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bakioglu ve Çevik (2020) araştırmalarında Fen Bilimleri öğretmenlerinin uzaktan eğitim döneminde derslerinde en çok kullandıkları yöntemlerin ilk üç sıralamasında soru-cevap ve düz anlatım yöntemlerinin olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Dolayısıyla bu araştırmadan elde edilen sonuç ile Bakioglu ve Çevik'in (2020) araştırmasının benzer sonuçlar taşıdığı söylenebilir. Ancak anılan araştırmada Fen Bilimleri öğretmenlerinin uzaktan eğitimde en çok kullandıkları yöntemlerden ikinci sırada yer alan problem çözme yöntemi bu araştırmada sosyal bilgiler öğretmenlerinin en az kullandıkları yöntemler arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda Bakioglu ve Çevik'in (2020) araştırması ile bu araştırmanın bu noktada farklılık gösterdiği ifade edilebilir. Sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitim döneminde en çok soru-cevap ve düz anlatım yöntemlerini kullanma nedenleri olarak normal yüz yüze eğitimde de bu yöntemleri benimsemiş olmaları, uzaktan eğitim döneminde bir ders saatinin (30 dakika) yüz yüze eğitime göre (40 dakika) biraz daha kısalmış ve buna karşılık sosyal bilgiler müfredatının geniş olması nedeniyle bu yöntemleri tercih etmiş olabilecekleri düşünülmektedir. Örneğin Ö10 konu ile ilgili olarak "Uzaktan eğitimle yürütülen Sosyal Bilgiler derslerinde genellikle soru-cevap, örnek olay, tartışma ve beyin fırtınası yöntem-tekniklerini kullanıyorum. Çünkü bu yöntem ve tekniklerin uzaktan eğitimle işlenen konular için daha uygun olduğunu düşünüyorum" ifadelerini kullanmıştır. Yine Ö29: "Sürenin kısıtlı konuların çok olması sebebiyle soru cevap, düz anlatım ve beyin fırtınası yöntemlerini derslerimde kullanıyorum" ifadeleriyle, Ö18 ise:

"Soru cevap, düz anlatım, beyin fırtınası gibi daha çok sunuş yöntemini tercih ettim. Bunun en büyük nedeni köy okulundayım ve sabit katılım ne yazık ki yok. Bir derse katılıp, bir sonraki derse katılmayan oldukça fazla oluyor. Bu durum konuların yetişme durumunu engelliyor. Konuların yetişmesi anlamında daha çok klasik yönetime özgü durumları tercih ettim"

ifadelerini kullanarak sürenin kısıtlı ve müfredatın geniş olması nedeniyle soru-cevap ve düz anlatım tekniğini kullanma nedenini açıklamaya çalışmışlardır. Ayrıca öğretmenlerin uzaktan eğitim döneminde soru-cevap ve düz anlatım yöntemlerini daha sık kullanmaları onların yöntemler konusundaki bilgilerinin de az olduğunu düşündürmektedir. Bu noktada Akgün (2020) bir öğretmenin çok fazla yöntem ve strateji bilmesinin dersi anlatırken kendisine o kadar çok bilgi ve beceri kazandıracağını belirtmektedir. Dolayısıyla soru-cevap ve düz anlatım gibi klasik olarak kullanılan yöntemleri daha sık kullandığını belirten öğretmenlerin bu bağlamda eksikliklerinin olduğu söylenebilir.

Araştırmanın ikinci alt problemi doğrultusunda uzaktan eğitim döneminde sosyal bilgiler derslerinde ders programına uygun yöntem ve tekniklerin tam ve nitelikli bir şekilde kullanıma durumu ile ilgili sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri ortaya çıkarılmak istenmiştir. Bu doğrultuda sosyal bilgiler öğretmenlerinin yarısına yakınının (f=24) ders programına uygun yöntem ve teknikleri tam ve nitelikli bir şekilde kullanmadığı, yaklaşık üçte birinin (f=15) de kısmen kullanabildiği sonucuna ulaşılmıştır. Yıldız (2020) çalışmasında öğretmenlerin yarısına yakınının uzaktan eğitim sürecinin kısmen başarılı geçtiği ve yüz yüze eğitim kadar başarılı geçmediği yönünde bulgulara ulaşmıştır. Dolayısıyla bu araştırmadan elde edilen bu sonucun Yıldız'ın (2020) çalışmasıyla benzerlik gösterdiği söylenebilir. Eğitimde kalitenin yakalanabilmesinin yollarından biri de derslerde uygulanacak yöntem ve tekniklerin tam ve nitelikli kullanılmasına bağlıdır (Cavanaugh, 2002'den akt. Uysal ve Kuzu, 2011; 52). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin uzaktan eğitim döneminde yöntem ve teknikleri tam ve nitelikli olarak kullanamamalarının altında uzaktan eğitim sürecinde öğrencilerin derse karşı ilgisiz olmaları, internete erişememeleri, motivasyonlarının düşük olması, internet kaynaklı sorunlar yaşanması, velilerin öğrencileri takip etmemeleri gibi nedenlerin olabileceği söylenebilir. Bakioglu ve Çevik (2020) çalışmalarında uzak eğitim sürecinde öğretmenlerin öğrenciden kaynaklı birçok sorun (internet erişiminin olmaması, ilgisizlik, motivasyon eksikliği vs.) yaşandığı noktasında görüş bildirdiklerini saptamışlardır. Bu konuda ayrıca Ö30: "Hayır kullanılmıyor çünkü öğrencinin sınıftaki hazırbuluşu ile evdeki hazırbuluşu arasındaki fark çok fazla bu aynı şekilde öğretmen için de geçerli" şeklinde görüşünü belirterek öğrencilerin derse ilgisiz bir şekilde geldiklerini ifade etmiştir. Yine Demir ve Özdaş (2020), Mailizar, Almanthari, Maulina ve Bruce (2020), Türker ve Dünder (2020) da çalışmalarında bu araştırmaya benzer bir şekilde internet erişiminde sorun yaşanması, öğrencilerin ilgisiz olmaları yönündeki öğretmen görüşlerini ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca öğretmen ve öğrenci arasındaki etkileşimin yüz yüze eğitimde olduğu kadar uzaktan eğitimde mümkün olmadığı tartışılan bir konu olmuştur. Ancak öğretmenlerin öğrencilerin öğrenme deneyimlerini göz önüne alan öğretim yöntem ve tekniklerini işe koşmaları ile bu etkileşim azlığının ortadan kaldırılmasının mümkün olduğu söylenebilir (Battal, Kukul ve Gülbahar, 2021).

Araştırmanın üçüncü alt problemi doğrultusunda Sosyal Bilgiler derslerinde yüz yüze eğitim ve uzaktan eğitimde kullanılan yöntem ve teknikler arasında farklılıkların olup olmadığı ile ilgili öğretmen görüşlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu kapsamda araştırmaya katılan öğretmenlerin üçte ikisinden fazlasının (f=39) uzaktan eğitim dönemiyle yüz yüze eğitim döneminde kullanılan yöntem ve teknikler arasında farklılık olduğu, çok az bir kısmının ise kısmen farklılık olduğu (f=7) ile ilgili görüş bildirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu durumun ortaya çıkmasında ise yine uzaktan eğitim sürecinde öğrencilerin derse karşı ilgisiz olmaları, internetten kaynaklı bağlantı problemlerinin olması, yüz yüze eğitim ile uzaktan eğitimin temel olarak birbirlerinden ayrı eğitim metotları olması gerekçe gösterilebilir. Konuyla ilgili olarak Ö9: "Yüz yüze eğitimde akıllı

tahta, materyaller ve öğretim tekniklerini rahatça kullanabiliyorken uzaktan eğitimde hem öğrencilerin tamamının derse katılmaması hem de sınıf ortamının oluşmamasından dolayı farklılık oluşuyor” ifadelerini kullanırken Ö20: “Tabii ki farklı, yüz yüze eğitim de çocuktan aldığımız tepki rasyonel bir tepki ve buna göre yöntem ve tekniği çeşitlendirebiliyoruz. Uzaktan eğitimde bu imkâna sahip değiliz, özellikle kamera açılmadığı zamanlarda” değerlendirmesinde bulunmuştur. Ö41 ise aşağıdaki görüşünde yüz yüze ve uzaktan eğitim arasında farklılıklar olmasından dolayı kullanılan yöntem ve tekniklerin de farklılaşabileceğini ifade etmiştir.

“Bazı farklılıklar var. Yüz yüze eğitimde öğrenciler için yaparak yaşayarak öğrenme ortamları sunulabilmektedir Uzaktan eğitimde ise öğrenciler bu öğrenme etkinliklerinden yoksun kalmaktadırlar. Yüz yüze eğitimde uygulamış olduğum istasyon, canlandırma, gözlem gibi teknikleri uzaktan eğitimde kullanamıyorum. Yüz yüze derslerde gözlem yaparak ve öğrencilere sorular sorarak, öğrencilerin durumunu daha kolay anlayabiliyordum ve dersin etkinliklerinde ona göre bir değişiklik yapıyordum. Fakat canlı derslerde sınıfın durumunu genel olarak gözleme şansı çok zor oluyor. Ayrıca yüz yüze eğitimde akran öğretimi gerçekleşebilirken, uzaktan eğitimde çocuklar akranlarıyla bir arada olamamaktadırlar. Bunun dışında uzaktan eğitimin bireysel öğrenmeyi daha çok desteklediğini söyleyebilirim. Uzaktan eğitim sayesinde öğrenciler kendilerine en uygun öğrenme yöntemini bulabilmektedirler. Ayrıca uzaktan eğitim çoklu ortam araçlarının kullanımına izin vermesi gibi özellikleri bakımından yüz yüze yapılan eğitimden farklılık göstermektedir.”

Salgın öncesi sınıf ortamında derslerin işlendiği yöntemler ile uzaktan eğitim süreci içerisinde derslerin işlendiği bazı yöntemlerin (işbirlikli, soru-cevap, problem çözme, gösterip yaptırma, örnek olay) benzerlik gösterdiği görülürken, yüz yüze eğitimde kullanılmayıp uzaktan eğitim döneminde tercih edilmeye başlanan yöntemlerin olduğu (whatsapp, canlı ders, EBA üzerinden çalışma gönderme, video, slayt) bulgusuna Bakioglu ve Çevik'in (2020) araştırmasında erişilmiştir. Ayrıca yüz yüze eğitimde tüm yöntemlerin kullanılmasına yönelik öğretmen görüşleri (f=6) mevcutken uzaktan eğitim döneminde bu yönde görüş belirten öğretmen bulunmamaktadır. Bu durumun ise bu çalışmada uzaktan eğitim ile yüz yüze eğitim sırasında uygulanan yöntem ve teknikler arasında bazı yöntemler için farklılık arz ettiği, bazı yönlerden ise farklılık arz etmediği sonucunu desteklediği söylenebilir.

Araştırmanın dördüncü alt problemi doğrultusunda sosyal bilgiler derslerinde uzaktan eğitim ile yüz yüze eğitimde kullanılan yöntem ve tekniklerin avantaj ve dezavantajlarına yönelik görüşlerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Araştırmaya katılan öğretmenlerin bu konuda en çok teknoloji/internet kullanımının yararları ile ekonomik/zamandan tasarruf sağlanması konusunda görüş bildirdikleri ortaya çıkmıştır. Bu durumun ortaya çıkmasına sebep olarak uzaktan eğitim döneminde yüz yüze eğitime göre öğretmenlerin internet ve bilgisayar kullanmak zorunda kalmaları gösterilebilir. Bu konuda örneğin Ö19: “Teknolojinin maksimum düzeyde kullanılması uzaktan eğitimin avantaj kısmını oluşturuyor. Teknoloji kullanımı konusunda öğretmenler bu süreçte kendilerini geliştirmek zorunda kaldı” şeklinde görüş bildirerek teknoloji kullanımının artmasının uzaktan eğitim için bir avantaj sağladığını belirtmiştir. Özönur (2021) ise uzaktan eğitimin teknolojik yararları ve ekonomik olarak birtakım avantajları olduğunu ifade etmektedir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin uzaktan eğitimin dezavantajlarına yönelik olarak en çok dersin öğrenilme/anlaşılma durumunun bilinmemesi ve etkileşim eksikliği konusunda görüş bildirdikleri saptanmıştır. Öğretmenlerin dersin anlaşılma durumunun bilinmemesi yönünde görüş bildirmelerinin altında yatan neden olarak uzaktan eğitimde yapılabilecek değerlendirme etkinlikleri ile ilgili bilgi sahibi olmamaları yönünde yorum yapılabilir. Göçer (2021) konuyla ilgili olarak uzaktan eğitimde ölçme ve değerlendirme faaliyetlerinin internet ve bilgisayar aracılığıyla yapılabileceğini, öğrencilere konularla ilgili araştırma ve inceleme ödevleri verilip bunların çevrimiçi derslerde sunulmasına imkan verilebileceğini, öğretmenlerin sunulan dokümanlara yönelik geribildirimde bulunabileceğini, öğrenci değerlendirmeleri için ayrıca Web 2.0 teknoloji araçlarından yararlanılabileceğini belirtmektedir. Dolayısıyla uzaktan eğitimde sosyal bilgiler öğretmenlerinin öğrenci öğrenmelerini tespit etmelerinin mümkün olduğu söylenebilir. Öğretmenlerin uzaktan eğitimin dezavantajlarına yönelik olarak en fazla görüş bildirdikleri etkileşim eksikliği ile ilgili olarak ise öğrencilerin kameralarını veya mikrofonlarını açmaması, derse ilgisiz olmaları, internet erişiminin sorunlu olması nedeniyle etkileşimin sekteye uğraması neden olarak belirtilebilir (Ünal ve Bulunuz, 2020).

Araştırmanın beşinci alt problemi doğrultusunda uzaktan eğitimde sosyal bilgiler derslerinin daha etkili hale getirilmesi için neler yapılabileceği konusunda öğretmen görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda öğretmenlerin dersin işleniş, teknoloji kullanımı ve diğer yöntemlere başvurulması olarak üç farklı kategoride öneri sundukları sonucuna ulaşılmıştır. Bunlar içinde ise dersin işleniş bağlamında en çok öğrencileri aktif hale getirecek yöntemlerin/uygulamaların yapılması, internet/teknoloji kullanımı bağlamında en çok internet/teknoloji altyapısının güçlendirilmesi, diğer kategorisi altında ise; öğretmenlerin hizmet içi eğitim almaları, öğrencilere gerekli imkanların sağlanması, velilerin süreç içerisinde aktif olması, ders süresinin artırılması yönünde sonuçlara erişilmiştir. Demir ve Özdaş (2020) bu çalışmadan elde edilen sonuçlara paralel olarak araştırmalarında öğrencileri aktif hale getirecek yöntemlerin uygulanması, öğretmenlere eğitim verilmesi, internet alt yapısının güçlendirilmesi yönünde bulgulara ulaşmışlardır.

Araştırmanın altıncı alt problemi doğrultusunda uzaktan eğitimle yürütülen sosyal bilgiler derslerinde konuların aktarımı, öğretimi ya da pekiştirilmesi için nasıl bir yol izlenmesi gerektiği konusunda öğretmenlerin görüşlerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda sosyal bilgiler öğretmenlerinin konuların aktarımı ve öğretimi bağlamında en çok görsel ve video kullanılması ile soru-cevap tekniğinin işe koşulması yönünde görüş bildirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin özellikle soru-cevap tekniğinin işe koşulması yönünde görüş bildirmeleri onların öğretim yöntem ve teknikler konusunda bilgi düzeylerinin zayıf olduğu yönünde yorumlanabilir. Nitekim Akgün (2020) öğretmenlerin çok sayıda öğretim yöntem ve teknikler konusunda bilgi sahibi olmalarını onların konuyla ilgili bilgi ve beceri düzeylerinin de artmasına katkı sağlayacağını belirtmektedir. Görsel ve video kullandığını belirten öğretmenler açısından bir değerlendirme yapıldığında ise uzaktan eğitimde yürütülen sosyal bilgiler derslerinde görsel ve videoların kullanılmasının öğrenciler için bir avantaj oluşturduğu söylenebilir. Derslerde görsel ve videoların kullanılması öğrenmenin daha kalıcı hale gelmesinde eğitimcilerce kabul edilen bir gerçek olmuştur. Aydın ve Çakıroğlu (2020) da uzaktan eğitim sürecinde öğretmenler tarafından kullanılacak içerikler arasında görsel ve videoların olduğunu belirtmektedirler.

Öğretmenlerin konunun pekiştirilmesi bağlamında ise en çok konuyla ilgili test ve ödev verilmesi yönündeki görüşlerinin ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Öğretmenlerin bu yönde görüş bildirmelerine neden olarak geleneksel ölçme-değerlendirme yöntemlerini yüz yüze eğitim döneminde benimsemeleri ve uzaktan eğitim döneminde de bu yöntemlere başvurmaları şeklinde yorumlamak mümkündür. Adıgüzel (2020) de araştırmasında öğretmenlerin test ve ödev verilmesi konusunda görüş bildirdiklerini tespit etmiştir. Özellikle uzaktan eğitimde ödevlerin verilmesi öğrencilerin anlatılan konunun pekiştirilmesinde öğretmenlerin işine yarayabilir. Özellikle araştırma türünde verilecek ödevlerin öğrencilerin akademik başarısının artmasına katkı sağlayacağı (Murillo ve Martinez-Gurrido, 2014; Güneş, 2014) söylenebilir. Ancak uzaktan eğitimde verilecek ödev ve testlerin iyi yapılandırılması, sanal ortamdan kaynaklı güvenlik önlemlerinin dikkate alınması gerektiği unutulmamalıdır (Adıgüzel, 2020).

Araştırmanın sonunda ise sosyal bilgiler öğretmenlerinin derslere ilişkin görüş, fikir ve önerilerinin neler olduğu ortaya çıkarılmak istenmiştir. Dersin işlenişine ilişkin önerilere bakıldığında en çok eğitim teknolojileri etkin bir şekilde kullanılmalı ve öğrencilerin aktif olmaları sağlanmalı görüşünün olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuca neden olarak uzaktan eğitimin teknoloji destekli yürütülmesi, öğretmenlerin teknoloji kullanımı konusunda gerekli yeterliğe sahip olmasının zorunlu hale gelmesi ve öğrencilerin derslerde ilgisiz olmaları nedeniyle öğretmenlerin bu yönde görüş bildirdikleri şeklinde yorum yapmak mümkündür. Bakioğlu ve Çevik (2020) araştırmalarında öğretmenlerin çoğunun uzaktan eğitim döneminde teknoloji kullanımının yüz yüze eğitime göre değiştiği yönünde görüş bildirdiklerini ortaya koymuşlardır. Anılan araştırmanın bu sonucuna da dayanarak öğretmenlerin uzaktan eğitim döneminde teknoloji konusunda yüz yüze eğitime göre biraz daha bilgi düzeylerinin artmış olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal bilgiler öğretmenleri de teknoloji kullanımının uzaktan eğitim döneminde daha önemli hale geldiğini anlamış olmalı ki derslerin teknoloji destekli yürütülmesi yönünde görüş bildirmişlerdir. Diğer bir görüş olan öğrencilerin aktif olması gerektiği görüşünü de uzaktan eğitimde öğrencilerin kendi öğrenmelerinin sorumluluklarını almaları gerekmesiyle (Kamışlı ve Özönur, 2021, Yumurtacı, 2021) açıklamak mümkündür. Çünkü uzaktan eğitimde öğrencinin kendi öğrenmelerinin sorumluluğunu almasının derslerde de aktif olmasını gerektireceği açıktır.

Diğer önerilere bakıldığında ise öğretmenler hizmetiçi eğitim almalı ve öğrencilere gerekli imkan ve altyapı sağlanmalı görüşünün ön plana çıktığı sonucuna ulaşılmıştır. Uzaktan eğitim ile birlikte teknoloji kullanımının daha yoğun hale gelmesi ve teknolojiyi kullanma konusunda kendini yetersiz gören öğretmenlerin olması (Bakioğlu ve Çevik, 2020), uzaktan eğitim sürecinde derslerin nasıl nitelikli bir şekilde işleneceği konusunda öğretmenlerin eğitim ihtiyacı hissetmesi (Ünal ve Bulunuz, 2020) bazı öğrencilerin internet ve bilgisayara erişememesi (Ünal ve Bulunuz, 2020, Fidan, 2020) nedeniyle bu araştırmadaki öğretmenlerin bu yönde görüş bildirmiş olabileceği söylenebilir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar ışığında şu önerilerde bulunulabilir:

- Uzaktan eğitim sürecinde öğretim yöntem ve tekniklerinin etkili kullanılabilmesi için sosyal bilgiler öğretmenlerine hizmet içi eğitim verilmelidir.
- Öğretim yöntem ve tekniklerinin sosyal bilgiler dersinde tam ve nitelikli kullanımını desteklemek için internet erişimi sorunun en aza indirilmesi ya da tamamen ortadan kaldırılması gereklidir.
- Sosyal bilgiler öğretmenleri uzaktan eğitim döneminde derslerini yürütürken öğretim yöntem ve tekniklerini verimli kullanabilmeleri için Web 2.0 teknoloji yöntemlerinden (kahoot, quizizz, padlet, inspiration, maphub, edmodo, mindmeister, glogster vb.), etkili sunum araçlarından (prezi, zohoshow, powtoon, zentation, keynote vb.) yararlanabilirler.
- Sosyal bilgiler derslerinin müfredatının geniş, konularının soyut olması nedeniyle uzaktan eğitim döneminde haftalık ders sayısının bir ders saati daha artırılması öğretmenlere fayda sağlayacaktır.
- Sosyal bilgiler derslerinde öğrencilerin aktif olarak derse katılabilmeleri için onları güdüleyici eğitsel oyunlar tasarlanabilir.

- Uzaktan eğitim döneminde sosyal bilgiler derslerinde öğretim yöntem ve tekniklerinin daha kaliteli uygulanabilmesi için ASSURE ve ADDIE gibi öğrenci merkezli öğretim tasarım modelleri işe koşulabilir.
- Uzaktan eğitim döneminde ölçme-değerlendirme konusunda öğretmenlerce alternatif ölçme-değerlendirme yöntemlerine başvurularak öğrenci öğrenmeleri daha verimli değerlendirilebilir.

Kaynakça

- Adnan, M. ve Anwar, K. (2020). Online learning amid the covid-19 pandemic: students' perspectives. *Journal of Pedagogical Sociology and Psychology*, 2(1), 45-51.
- Adıgüzel, A. (2020). Salgın sürecinde uzaktan eğitim ve öğrenci başarısını değerlendirmeye ilişkin öğretmen görüşleri. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 253-271.
- Akgün, Ö. E. (2020). Sosyal bilgiler öğretiminde tasarım. Y. Ayaydın (Ed.), *Sosyal bilgiler öğretiminde teknolojinin kullanımı uzaktan eğitim için alternatifler içinde* (s. 11-34). İstanbul: Yeni İnsan Yayınevi.
- Aktaş, Ö., Büyüktaş, B., Gülle, M. ve Yıldız, M. (2020). Covid-19 virüsünden kaynaklanan izolasyon günlerinde spor bilimleri öğrencilerinin uzaktan eğitime karşı tutumları. *Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 1(1), 1-9.
- Arslan, Y. ve Şumuer, E. (2020). Covid-19 döneminde sanal sınıflarda öğretmenlerin karşılaştıkları sınıf yönetimi sorunları. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 201-230.
- Aydın, M. ve Çakıroğlu, Ü. (2021). Türkçenin uzaktan öğretiminde içerik geliştiriminde ve içerik paylaşım platformları. A. Göçer (Ed.), *Türkçenin uzaktan öğretimi ve öğrenimi içinde* (s. 117-138). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Aytaçlı, B. (2012). Durum çalışmasına ayrıntılı bir bakış. *Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 3(1), 1-9.
- Bakıoğlu, B. ve Çevik, M. (2020). Covid-19 pandemi sürecinde fen bilimleri öğretmenlerinin uzaktan eğitime ilişkin görüşleri. *Turkish Studies*, 15(4), 109-129.
- Bates, A., W. (2015). *Teaching in a digital age*. Open Educational Resources Collection. 6. University of Missouri, St. Louis. <https://irl.umsl.edu/oer/6>
- Battal, A., Kukul, V. ve Gülbahar, Y. (2021). Uzaktan dil öğretimi ve e-öğrenme. A. Göçer (Ed.), *Türkçenin uzaktan öğretimi ve öğrenimi içinde* (s. 73-96). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Bozkurt, A. (2020). Koronavirüs (covid-19) pandemisi sırasında ilköğretim öğrencilerinin uzaktan eğitime yönelik imge ve algıları: bir metafor analizi. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 1-23.
- Demir, F. ve Özdaş, F. (2020). Covid-19 sürecindeki uzaktan eğitime ilişkin öğretmen görüşlerinin incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 273-292.
- Duban, N. ve Şen, F.G.(2020). Sınıf öğretmeni adaylarının covid-19 pandemi sürecine ilişkin görüşleri. *Turkish Studies*, 15(4), 357-376
- Dündar, R. ve Yeşilyurt, S. (2020). Sosyal bilgiler öğretmenlerinin eğitim bilişim ağı özelinde uzaktan eğitime bakış açılarının değerlendirilmesi. *International Journal of Social Science Research*, 9 (1), 79-95.
- Er-Türküresin, H. (2020). Covid-19 pandemi döneminde yürütülen uzaktan eğitim uygulamalarının öğretmen adaylarının görüşleri bağlamında incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 597-618.
- Erzen, E. ve Ceylan, M. (2020). Covid-19 salgını ve uzaktan eğitim: Uygulamadaki sorunlar. *EKEV Akademi Dergisi*, 84, 229-248.
- Fidan, M. (2020). Covid-19 belirsizliğinde eğitim: İlkokulda zorunlu uzaktan eğitime ilişkin öğretmen görüşleri. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 24-43.
- Göncü, A., Çetin, İ., & Ercan, T. O. P. (2019). Öğretmen Adaylarının Kodlama Eğitimine Yönelik Görüşleri: Bir Durum Çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (48), 85-110.
- Gülbahar, Y. (2009). *E-öğrenme*. Ankara: Pegem Akademi.
- Güneş, F. (2014). Eğitimde ödev tartışmaları. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 1-25

- Kaçan, A. ve Gelen, İ. (2020). Türkiyedeki uzaktan eğitim programlarına bir bakış. *Uluslararası Eğitim Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(1), 1-21.
- Kamışlı, H. ve Özonur, M. (2021). Uzaktan öğretimde özerk öğrenme ve öğrenen özerkliği. A. Göçer (Ed.), *Türkçenin uzaktan öğretimi ve öğrenimi içinde* (s. 97-116). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Karatepe, F., Küçükgençay, N. ve Peker, B. (2020). Öğretmen adayları senkron uzaktan eğitime nasıl bakıyor? Bir anket çalışması. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(53), 1262-1274.
- Koçoğlu, E., Ulu Kalın, Ö., Tekdal, D. ve Yiğen, V. (2020). Covid-19 pandemi sürecinde Türkiye'deki eğitime bakış. *International Social Sciences Studies Journal*, 6(65), 2956-2966.
- Kurnaz, A., Kaynar, H., Şentürk-Barışık, C. ve Doğrukök, B. (2020). Öğretmenlerin uzaktan eğitime ilişkin görüşleri. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 293-322.
- Külekçi-Akyavuz, E. ve Çakın, M. (2020). Covid-19 salgınının eğitime etkisi konusunda okul yöneticilerinin görüşleri. *Turkish Studies*, 15(4), 723-737.
- Mailizar, Almanthari, A., Maulina, S. ve Bruce, S. (2020). Secondary school mathematic teachers' views on e-learning implementation barriers during the covid-19 pandemic: the case of Indonesia. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 16(7), 1-9.
- Moore, M. G. ve Kearsley, G. (2005). Distance education: A systems view of online learning. Cengage Learning.
- Murillo, F. J., ve Martinez-Garrido, C. (2014). Homework and primaryschool students' academic achievement in Latin America. *International Review of Education*, 60(5), 661-681.
- Odabaş, H. (2003). İnternet tabanlı uzaktan eğitim ve bilgi ve belge yönetimi. *Türk Kütüphaneciliği*, 17(1), 22-36.
- Özonur, M. (2021). Uzaktan eğitim ve öğretim. A. Göçer (Ed.), *Türkçenin uzaktan öğretimi ve öğrenimi içinde* (s. 25-47). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Patton, M. Q. (1987). *How to use qualitative methods in evaluation* (No. 4). Sage.
- Pınar, M.A. ve Dönel-Akgül, G. (2020). Covid-19 salgını sürecinde fen bilimleri dersinin uzaktan eğitim ile verilmesine yönelik öğrenci görüşleri. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 10(2), 461-486.
- Türker, A. ve Dündar, E. (2020). Covid-19 pandemi sürecinde eğitim bilişim ağı (EBA) üzerinden yürütülen uzaktan eğitimlerle ilgili lise öğretmenlerinin görüşleri. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 323-342.
- Uluöz, E. (2020). Opinions of the faculty of sport sciences students on the changes in education system during COVID-19 pandemic: A qualitative research. *African Educational Research Journal*, 8(3), 481-490.
- UNESCO, (2020). COVID-19 educational disruption and response. Erişim Adresi: <https://en.unesco.org/covid19/educationresponse> (12.01.2021).
- UNDP, (2020). Covid-19 pandemic. Erişim adresi: <https://www.undp.org/content/undp/en/home/coronavirus.html> (12.01.2021).
- Uşun, S. (2006). Uzaktan eğitim. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, 210-228.
- Uysal, Ö. ve Kuzu, A. (2011). Çevrimiçi eğitimde kalite standartları: Amerika örnekleri. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 1(1), 49-74.
- Ünal, M. ve Bulunuz, N. (2020). Covid-19 salgını dönemi uzaktan eğitim çalışmaları ve sonraki süreçle ilgili fen bilimleri öğretmenlerinin görüş ve önerileri. *Milli Eğitim Dergisi*, 49(1), 343-369.
- Viner, R. M., Russell, S. J., Croker, H., Packer, J., Ward, J., Stansfield, C., Mytton, O., Bonell, C. & Booy, R. (2020). School closure and management practices during coronavirus outbreaks including COVID-19: a rapid systematic review. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 4, 397-404. [https://doi.org/10.1016/S2352-4642\(20\)30095-X](https://doi.org/10.1016/S2352-4642(20)30095-X) UCL
- Yadigar, G. (2010). *Uzaktan eğitim programlarının etkinliğinin değerlendirilmesi (G.Ü. bilişim sistemleri uzaktan eğitim tezsiz yüksek lisans programı örneği)*, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yıldız, V.A. (2020). Covid-19 salgını dönemi uzaktan eğitim sürecine ilişkin öğretmen ve veli görüşlerinin incelenmesi. *Uluslararası Eğitim ve Değerler Sempozyumu, Karabük, Türkiye, 24-26 Aralık 2020*, ss.841-854.

Yumurtacı, O. (2021). Öğrenen, öğreten ve teknoloji. M. Kesim ve T.V. Yüzer (Ed.), *Açık ve uzaktan öğrenmenin teknoloji boyutu içinde* (s. 1-27). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Extended Abstract

Aim and Scope

Covid-19 outbreak, which appeared in Wuhan, China and soon after affected the whole world, impacted all the aspects of life. In these days when social, cultural, economical and academical life has deeply been affected, new changes and innovations have emerged in the world. And distant education is only one of these innovations that have emerged. In distant education, the continuous and sustained exercise of education is taken as basis. The aim of this study is to determine the methods and techniques used by teachers of social studies.

Method

This study is based on case study which is one of the patterns of qualitative research. In this study, distant education was approached as a case and the opinions of the social studies teachers have on the methods and techniques used during this period was thoroughly researched. The team of this study is consisted of social studies teachers who are working in different parts of Turkey. The team was formed in accordance with typical case sampling, one of the purposive sampling methods. The team of this study consists of 50 teachers of social studies who are working in schools with different socio-economic conditions in different regions of Turkey. The data was collected by connecting with teachers who work in 20 different provinces (Trabzon, Bayburt, Kars, Iğdır, Erzurum, Hatay, Ağrı, Ankara, Manisa, İstanbul, Ordu, Bitlis, Gaziantep, Eskişehir, Giresun, İzmir, Bursa, Afyonkarahisar, Muş ve Çanakkale). As a mean of data collection for the study, an open-ended survey form was used. In this study, the data collected in online interviews and a survey form consisted of an open-ended question is used. The data collected via survey was analyzed in accordance with content analysis which is one of the qualitative analysis techniques. The data that was obtained was interpreted by dividing it into conceptual categories. The revealed themes' repetition rate was calculated, and these calculations were submitted to the tables as frequency. Also, participants' opinions were directly included under the tables.

Findings and Conclusion

As per the first sub-problem of the study, it was concluded that the methods and techniques most used by social studies teachers in the distance education period are; question-answer (f=39) and lecture/presentation teaching (f=35), and the least used methods and techniques are; teaching by invention (f=1), problem solving (f=1), drama (f=1), question solving (f=1), note taking (f=1), individual study method (f=1).

As per second sub-problem of the study, it was aimed to find out the social studies teachers' opinions on the quality and complete use of the methods and techniques viable for the curriculum. On this line it was concluded that almost half of the teachers (f=24) couldn't use the methods and techniques completely and qualified, and about one third (f=15) could partially use them.

As per third sub-problem of the study, it was aimed to find out teachers' opinions on whether there are differences between the methods and techniques used in face-to-face education and distant education. As such, it was concluded that more than two third of the teachers (f=39) participated in the study stated that there are differences between the used methods and techniques in face-to-face education and in the distant education, and very few of them (f=7) stated that there are only partial differences.

As per fourth sub-problem of the study, it was aimed to reveal the opinions of the teachers on the advantages and disadvantages between method and techniques used in face-to-face education and distant education in the social studies. It has been revealed that the teachers participating in the research mostly expressed their opinions on the benefits of technology/internet use and economically and time savings.

As per fifth sub-problem of the study, it was aimed to identify the teachers' opinions on what could be done to improve the lectures of social studies in distant education. As such, to have methods/activities which can include the students more, to mostly improve the basis of internet/technology in line of using it, and under the other category; to have teachers to get in service training, to provide the students the required opportunities, to get the parents included to the process, and to increase the time of the lectures were concluded to be the prominent ideas.

As per sixth sub-problem of the study, it was aimed to reveal the opinions of the teachers on how to conduct the conveyance, teaching or consolidation of the subjects in the social studies lectures. As such, it was concluded that social studies teachers expressed their opinions of mostly using the visual and video and question-answer technique in the context of conveying and teaching the subjects.

Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Televizyon Yarışma Programları: SURVIVOR Yarışması Üzerine Bir İnceleme

Television Competition Programs from The Perspective of Uses and Gratifications Approach: An Analysis on The SURVIVOR Challenge

Muhammet Emin Sözkesen¹, Yusuf Şahin²

Öz

Günümüzde iletişim teknolojilerindeki gelişmelere rağmen geleneksel kitle iletişim araçları insanların bilgilene, eğlenme vb, gereksinimlerinin büyük bir bölümünü halen karşılayabilir durumdadır. İnsanların gündelik yaşamında birçok gereksinimini karşılayabilir durumda olan bu geleneksel iletişim araçlarından biri de televizyondur. İnsanlar televizyonu, gündemde ne olup bittiğinden haberdar olmadan, eğlence amaçlı kullanımlara kadar birçok amaçla kullanabilmektedirler. Bu araştırmada, bir eğlence programı olan ve 2005'den bu yana televizyon ekranlarında kendisine seyirci bulan Survivor yarışmasının, yayınlandığı dönemlerde yüksek reytingler almasının altında yatan nedenler kullanımlar ve doyumlar perspektifinden değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye'de yaşayan 18 yaş ve üzeri Survivor izleyicileri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise kartopu örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmış, anket 553 kişiye uygulanmıştır. Çalışmada değişkenler arasındaki ilişkileri açığa çıkarmak için ilişkisel tarama modelinden karşılaştırılmalı tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre katılımcılar Survivor yarışma programını sırasıyla Eğlence ve rahatlama, Kaçış ve arkadaşlık, Alışkanlık ve Moral ve destek motivasyonları ile izlemektedirler. Araştırmada elde edilen bir diğer bulgu; söz konusu bu motivasyonların cinsiyet ve yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermediğidir. Diğer taraftan araştırmada elde edilen önemli bir bulgu ise; aylık geliri düşük olanların, aylık geliri yüksek olanlardan daha fazla söz konusu yarışmayı Kaçış ve arkadaşlık ve Alışkanlık motivasyonları ile izlemektedirler.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Survivor Yarışması, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı

Abstract

Despite the advancements in communication technologies today, traditional mass media can still meet most of people's needs, such as information, entertainment, etc. One of these traditional communication tools is television, which can meet many needs in people's everyday lives. People can watch television for many different purposes such as following the agenda and entertainment. In this research, it is aimed to evaluate the reasons behind the high ratings of the Survivor competition, which is an entertainment program and broadcast on television since 2005, from the perspective of uses and gratifications theory. The population of the research consists of Survivor viewers aged 18 and over living in Turkey. The sample of the research is determined by the snowball sample method. Survey was used as a data collection tool in the research, and 553 people participated in the survey. In the current study, the comparative survey model from the relational survey model was used to reveal the relationships between the variables. According to the findings obtained from the study, participants watch the Survivor competition program with the motivations of "fun and relaxation", "escape and friendship", "habit, morale and support". Another finding obtained in the research; these motivations do not show a significant difference according to gender and age variables. Another important finding obtained in the research is; those with low monthly incomes follow the competition with the motivations of "escape", "friendship" and "habit" more than those with high monthly income.

Keywords: Television, Survivor Competition, Uses and gratification theories

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 05 / 04 / 2022

Accepted: 27 / 09 / 2022

¹ YÖK 100/2000 Doktora Öğrencisi., Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Çalışmaları Bölümü, Isparta, Türkiye, muhammet_emin_52300@hotmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-0648-9498>

² YÖK 100/ 2000 Doktora Öğrencisi., Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İletişim Çalışmaları Bölümü, Isparta, Türkiye, yusufsahin89@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-3903-3366>

Giriş

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere rağmen, geleneksel iletişim araçlarından televizyon popülerliğini halen korumaktadır. Televizyon, her evde kendine başköşede yer bulan bir demirbaş konumundadır. Her evin ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olan televizyonu insanlar gündemde neler olup bittiğinden, eğlence amaçlı kullanımlara kadar birçok amaçla izlenebilmektedir.

İnsanlar tarafından birçok amaçla izlenen televizyon, Postman'ın "Televizyon Öldüren Eğlence" adlı eserinde de ifade ettiği üzere yeni bir kavramı ortaya çıkarmıştır. "Eğlence kültürü" olarak adlandırılan bu kavrama göre televizyonda anlamdan daha çok görüntü ön plana çıkmaktadır. Postman, televizyon aracılığıyla izleyicilere sunulan içeriğin anlamsızlaştığı üzerinde durmaktadır. Günümüzde televizyonun içeriğine bakıldığında bu durum açıkça görülmektedir (Postman, 1999). İzleyiciler televizyonu açtıklarında birçok televizyon programı ile karşılaşmaktadırlar. Bu programların büyük çoğunluğu insanlara bir şeyler kazandırmaktan daha çok, izlenme kaygısı taşıyan programlardan oluşmaktadır. Bu programlardan biri de yarışma formatında yayınlanan Survivor yarışma programıdır. 2005'den bu yana her yıl Türkiye'de yayınlanan söz konusu yarışma programı incelendiğinde, insanların yaşamlarına herhangi bir katkı sağlamayan, anlamın sıfır olduğu görüntünün ön planda olduğu, insanların yalnızca hoşça vakit geçirmesini sağladığı görülmektedir. Bu bağlamda söz konusu araştırma, insanların yalnızca hoşça vakit geçirmesini sağlayan bu programın seyircileri tarafından hangi motivasyonlarla izlendiği probleminden yola çıkmıştır. Yayınlandığı zamanlarda reyting sıralamalarında kendine kayda değer yer bulan bu programın, bireylerin yaşamına kayda değer herhangi bir katkı sağlamamasına rağmen yüksek oranlarda izlenme oranlarına ulaşmasının altında yatan nedenlerin kullanımlar ve doyumlar perspektifinden incelenerek ortaya konması önemlidir.

Bu araştırmanın kuramsal dayanağı olan Kullanımlar Doyumlar yaklaşımı düşüncelerini aktif izleyici tezi üzerine temellendirmiştir. Aktif izleyici tezine göre televizyon izleyicileri, medyanın sunduğu içerikleri adeta sünger gibi emen pasif alıcılar olmaktan çıkmıştır. Bu düşünceye göre televizyon izleyicileri, izleyeceği kanalın seçiminde ve hangi programları tüketeceğine kendine uygun amaçlar çerçevesinde bilinçli olarak karar verir. Aktif izleyici yaklaşımları ile medya ve izleyici tartışmaları, "medya insanlara ne yapar" sorusunu yanıt aramaktan "insanlar medya ile ne yapar" sorusuna yanıt aramaya başlamışlardır (Çakır ve Bozkurt, 2014: 62).

Kullanımlar doyumlar yaklaşımı da "medya ile insanların ne yaptığı" sorusu üzerine eğilerek, medya karşısında izleyiciye aktif bir rol vermiştir. Bu yaklaşıma göre izleyiciler aktif olarak seçmiş oldukları programlar ile birtakım gereksinimlerini doyuma ulaştırırlar. Bu bağlamda söz konusu araştırmada, 2005'den günümüze televizyon ekranlarından seyircisiyle buluşan Survivor yarışmasının, izleyicileri tarafından hangi gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için seyredildiğinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Diğer taraftan bu çalışmanın en önemli sınırlılıklarından biri, belirli bir zaman diliminde verilerin toplanmasıdır. Bir diğer önemli sınırlılık ise araştırmanın yalnızca Türkiye'deki seyirciler üzerinden gerçekleştirilmesidir.

Öte taraftan Survivor yarışma programının hangi motivasyonlarla (Eğlence ve rahatlama, Kaçış ve arkadaşlık, Alışkanlık ve Moral ve destek) izlendiğinin ortaya çıkarılmasının amaçlandığı bu araştırmada örneklem grubuna ulaşmada Kartopu örneklem yöntemi kullanılacaktır. Söz konusu motivasyonların katılımcıların cinsiyet, yaş ve aylık gelirlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak için ise ilişkisel tarama modelinden karşılaştırmalı tarama modeli kullanılacaktır. Söz konusu analizler ise SPSS veri analiz programı ile gerçekleştirilecektir.

Araştırma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde öncelikle araştırmanın kuramsal dayanağı olan kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı literatür çerçevesinde okuyuculara sunulmuştur. Ardından Survivor yarışması ve Kullanımlar doyumlar yaklaşımı ilişkisine dair kısa bir değerlendirme yapılmıştır. İkinci bölüm ise araştırmanın yöntemi ve elde edilen verilerin değerlendirilmesinden oluşmaktadır. Sonuç kısmında ise elde edilen veriler literatür sınırları çerçevesinde tartışılmıştır.

1. Kitle İletişim Araçlarından Televizyon

Günümüzde kitle iletişim araçları, içinde bulunduğumuz yüzyılda yoğun bir biçimde insanların yaşamlarına dahil olmuş ve toplumsal dönüşümün önemli dinamiklerinden biri haline gelmiştir. İçinde bulunduğumuz çağda hızla gelişim gösteren teknoloji, birçok alanda olduğu gibi kitle iletişim araçlarını da değişime uğrattırırken aynı zamanda bu araçları yaşamın her alanında etkili bir duruma getirmiş, yaşam için vazgeçilmez bir konuma ulaştırmıştır (Dilber, 2014: 60).

Yaşam için vazgeçilmez hale gelen bu kitle iletişim araçlarından bahsedildiğinde ilk akla gelen araç kuşkusuz televizyondur. Kitle iletişim kavramının bütün özelliklerini içinde bulunduran televizyon, büyük kitlelere erişebilme imkanına sahiptir. Hem inandırıcılığı, hem maddi açıdan ucuz erişimi hem de kullanıcılar tarafından kolayca tüketilebilmesi dolayısıyla insan toplulukları tarafından hızlı bir şekilde kabul görmüş ve kısa bir süre zarfında evlerde kendisine en değerli yere kurularak ev halkını etrafına toplamayı başarmıştır (Önk, 2009: 209). Her evde en değerli yere kurulan televizyon;

insanların yaşam tarzını belirlemede, düşüncelerini şekillendirmede, davranışlarını etkilemede önemli bir role sahiptir (Taylan, 2011: 27).

İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin insanların bilgilenme, eğlenme vb gereksinimlerini karşılama sürecinde yeni fırsatlar sunduğu görülmektedir. Ancak buna rağmen, insanların yaşamlarında uzun zamandır önemli bir yere sahip olan kitle iletişim araçlarından televizyonun onlara verdiği sıcaklığı hiçbir teknolojinin sağlayamadığı, halen bu aracın her evde kendisine başköşede yer buluyor olması önemli bir delil olarak gösterilebilir. Evlerin önemli bir demirbaşı olarak televizyon, günümüzde insanlar için önemli bir enformasyon kaynağı olmaya devam etmekte, onlara diğer kültürleri tanıtmakta ve boş zamanlarında onları eğlendirerek hoşça vakit sağlama gibi işlevleri ile izleyicilerinin birçok gereksinimini karşılamaktadır.

Özellikle televizyon, toplumun her kesiminden insanlar için eğlenme gereksiniminin önemli bir bölümünü karşılama aracı olarak ön plana çıkmaktadır. Toplumun alt ve orta kesimleri televizyonu en çok izleyen kitleler olarak düşünülebilir. İnsanların televizyon aracılığı ile eğlenme tercihinde bulunmalarında içerisinde buldukları sosyoekonomik durumun yanı sıra yaşamlarını sürdürdükleri alandaki ilişkiler ağının da önemli bir etkisinin olduğu söylenebilir. Örnek olarak vermek gerekirse, tüm hayatı ev ve iş arasında geçen, sınırlı bir gelire sahip olmanın dezavantajı ile yaşadığı şehrin eğlence imkanlarından faydalanamayan kişiler bu ihtiyaçlarını kitle iletişim araçlarının sunduğu imkanlar çerçevesinde karşılamaya gitmesi olası bir durum olarak görülebilir (Güngör, 2013: 124).

Bireylerin genelde kitle iletişim araçları özelde televizyon vasıtasıyla eğlenme, bilgilenme vb, gereksinimlerini karşılama sürecinde yaptıkları program seçimlerde ne kadar aktif bir role sahip olduğuna yönelik iletişim alanında birtakım araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Bilindiği üzere iletişim alanındaki ilk araştırmalar bireyi ne verilirse onu tüketen pasif alıcılar şeklinde tasvir etmekteydi. Ancak sınırlı etkiler dönemi olarak ifade edilen dönemde medya içeriğinin tüketimi sürecinde bireyin aktifliği rolüne vurgu yapılmıştır. Bu dönemde ortaya çıkan yaklaşımlardan birisi ise kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıdır.

2. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı

İlk Kullanımlar Doyumlar araştırmaları radyo dinleyicilerinin edindiği doyumlarla ilgili araştırmalar, 1950'li yılların sonlarında televizyonun yaygınlık kazanması ile birlikte bu alandaki çalışmalar televizyon üzerine odaklanmaya başlamıştır (Bulduklu, 2010: 28). Söz konusu bu araştırmalar, medyanın bireyler ve toplumdaki kullanıcılarını ve işlevlerini açıklamaya çalışmıştır (Ishii, 2008: 26). Kuramdan ilk kez makalesinde bahseden kişi ise Elihu Katz'dır. Katz 1959 yılında yazmış olduğu makalesinde, iletişim alanındaki araştırmalarının hepsinin ikna konusuna ilgi duyduğunu, "medya insanlara ne yapıyor?" sorusuna yanıt bulma arayışına girdiklerini, asıl yanıt aranması gereken sorunun "insanlar medya aracılığı ile ne yapıyor?" olduğunu ifade etmiştir (Tekinalp ve Uzun, 2009: 118).

Araştırmacılar "insanlar medya aracılığı ile ne yapıyor" sorusuna yanıt aramaya başlamaları ile birlikte bireyi medya içerikleri karşısında pasif tüketiciler olarak gören geleneksel etki araştırmalarından bir kopuş gerçekleşmiştir. Araştırmacılar izleyici kitlelerini, kişisel gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için medya içeriklerinin seçiminde bulunan, seçimde bulunduğu bu mesajları belirli gereksinimlerini karşılamak için tüketen kişiler olarak ifade ederek aktif bir rolde tanımlamışlardır. (Bulduklu, 2010: 36).

Kullanımlar doyumlar yaklaşımının da temel varsayımı olan aktif izleyici tezinin araçlarının neler olduğu 1979 yılında araştırmacı Blumler tarafından tanımlanarak bir teorik eksiklik giderilmeye çalışılmıştır. Blumler aşağıdaki tanımlarla aktif seyirci kavramını şu şekilde tanımlamıştır: Faydacı Amaç: Medya insanlar için farklı kullanımlara sahiptir ve insanlar medyayı farklı amaçlar doğrultusunda kullanabilirler. Seçicilik söz konusudur: Kişilerin medya kullanımları onların var olan ilgilerini ve tercihlerini yansıtabilir. Etkilenmeye Karşı Direnç Gösterirler: Seyirci üyeleri inatçı bir özelliğe sahiptir, onlar herhangi bir şey veya herhangi biri tarafından kontrol edilmek istemeyebilirler, hatta bu medya olsa bile. Onların belirli tür medya etkilerinden kaçınmaya çaba gösterirler (akt, Harhell, 2000: 29).

Ana hatları ile ifade edilen aktif izleyici varsayımını benimseyen kullanımlar doyumlar yaklaşımının temel amacı ise, medya tüketicilerinin medya içeriği seçimi yaparken bu seçimlerinin ardında ne tür motivasyonlara sahip olduklarını ve bireylerin bu seçimlerden elde ettikleri doyumları ortaya çıkarmaktan oluşmaktadır (akt. Basilisco, 2015: 183).

Diğer taraftan McQuail, medya/televizyon içeriklerinin tüketimindeki ortak motivasyonları dört ayrı grup şeklinde ele almıştır. 1. Enformasyon ihtiyacı: İçinde bulunulan çevre ve dünyada neler olup bittiği konusunda bilgi edinme ihtiyacı. Yaşanılan sorunlar karşısında veya karar alma sürecinde tavsiye ihtiyacı. Merak duygusunu doyuma ulaştırmak. Kendini eğitim sürecinde kullanma. Elde edilen enformasyon vasıtası ile güvenlik hissine erişme. 2. Kişisel kimlik gelişimi: Bireylerin sahip olduğu kişisel değerlere destek arama ihtiyacı. Davranış modelleri arama ihtiyacı. Medyanın değerli olarak sunmuş olduğu olanlarla insanların kendini özdeşleştirilmesi. 3. Bütünleşme ve Sosyal Etkileşim Katkı: Diğer insanlarla kendini özdeşleştirerek, ait olma hissini deneyimlemek. Diğerleri ile sosyal etkileşim için bir zemin bulma. Gerçek hayatta sahip

olunan arkadaşlığın vekilini medya aracılığı ile sağlamak. Sosyal rolleri gerçekleştirmede yardımcı olarak görmek. Medyanın arkadaşlar, aile ve toplumla ilişki kurmada güç verecek bir şey olarak görülmesi. 4. Eğlence olarak medya: Gündelik sıkıntılardan uzaklaşma. Rahatlığa erişme. Vakit geçirme. Hislerin rahatlamasını sağlama. Cinsel ereksiyon sağlama (akt. Özer, 2017: 47).

Bireyin herhangi bir medya içeriği ile gereksinimini karşılamaya çalışırken ne tür motivasyonlara sahip olduğunu anlamak için bireyin sosyal ve çevresel koşullarını da göz önünde bulundurmak gerekir. Bazı insanlar kitle iletişim araçlarından politik bilgiyi ihtiyacını sağlarken, diğerlerinin aktif olarak o içeriklerden kaçmasında motivasyonları nelerdir? Burada, kitlenin üyeleri tarafından medyanın belirli kullanımlarını belirleyen psikolojik eğilimlerin, sosyolojik faktörlerin ve çevresel koşulların birleşik ürünü olduğu ileri sürülebilir (Katz vd., 1973: 516-517). Diğer bir ifade ile söylenebilir ki bireylerin ihtiyaçlarını gidermede kitle iletişim araçlarına yönelmeleri ile onların içerisinde bulunduğu sosyoekonomik ve sosyokültürel durumu arasında çok önemli bir bağlantı söz konusudur. İhtiyaçlarını gerçek hayatlarında sahip olduğu imkanlar çerçevesinde doğrudan giderebilen kişilerin, kitle iletişim araçlarının onlara sunduğu olanaklar ile gereksinimlerini doyuma ulaştırma eğiliminde olmaları daha düşüktür. Diğer taraftan gerçek hayatlarında birçok imkansızlığa sahip olan insanların gereksinimlerini kitle iletişim araçları vasıtasıyla dolaylı bir şekilde doyuma erdirmeyi tercih edebilmektedirler. İnsanlar bunun yapay bir doyum sağladığının bilincinde olsalar dahi yine de bilinçli olarak bunları tercih etmek durumunda kalırlar (Güngör, 2013: 125). Özetle, bireylerin istediği medya içeriğini seçerek gereksinimlerini doyuma ulaştırma sürecinde, sosyolojik faktörler ve çevresel koşulların da önemli bir rolü vardır.

Bireylerin istediği medya içeriğini seçerek gereksinimlerini doyuma ulaştırma sürecini ele alan kullanımlar ve doyumlar kuramının ana çerçevesi maddeler halinde şu şekilde çizilebilir: 1. İzleyici etkin bir konumdadır. Medya da karşı karşıya kaldığı her içeriğin edilgen bir alıcısı konumunda değildir. Program tercihi yapar ve tüketir. 2. İzleyiciler, ihtiyaçlarını doyuma erdirmeye medya içeriğini dilediğince seçer. Medya içeriğini üretenler programın tüketim amacının farkında olmayabilirler ve izleyiciler aynı medya içeriğini farklı ihtiyaçlarını doyuma ulaştırmak için tercih edebilirler. 3. Kitle iletişim araçları doyum sağlamada tek araç değildir. Tatil yapmak, dans etmek vb. şeyler de medya gibi doyum sağlamada tercih edilebilir. 4. İnsanlar bazı durumlarda çıkarlarının ve onları güdüleyen şeylerin bilincindedirler veya bilincinde olmaları sağlanabilir (Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına eleştiri getirenler için en zayıf olan varsayımdır. Eleştirmenler, kişilerin ifade edilebilir olan güdülerinin genellikle en önemsiz olan güdüler olarak görürler ve bu eleştirmenlere göre, programın sahip olduğu içerik ile izleyiciyi ihtiyaçlar ve doyumlar çerçevesi ile ilişkilendirmek manayı sınırlandırmaktan öteye gidemez). 5. Kitle iletişim araçlarının kültürel önemine dair değerlendirmeler önemsenmemek zorundadır (Fiske, 1996: 200).

3. Survivor Yarışma Programı ve Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı İlişkisi

Medya, birçok kişinin aynı amaçlar doğrultusunda kullanabildiği bir araç olmakla birlikte, insanların farklı özellikleri nedeniyle medyanın farklı niyetlerle tercih edilmesini de olası kılmaktadır. İzleyici kitlesine mensup bazı seyirciler kanal veya program seçimi sürecinde kitle iletişim araçlarının eğlendirme işlevini tercihte bulunurken, bazı seyirciler ise medyayı bilgi edinmeye yönelik kullanmaktadır. Kitle iletişim araçlarını kullanan kişiler seçimde bulunurken, içinde bulunduğu koşullar doğrultusunda medyanın sunduğu imkanlara yönlerini çevirmektedirler (Karakoç ve Arklan, 2008: 412).

İçinde bulunduğu koşullar doğrultusunda gereksinimlerini karşılamak için televizyona yönelen insanlar birçok kanal arasından tercihte bulunma olanağına sahiptirler. İzleyiciler gereksinimleri doğrultusunda bu kanallar arasından seçimlerde bulunabilirler ve gereksinimlerini doyuma ulaştırabilirler. Bu süreçte televizyon, izleyici kitlesini elinde tutmak için izleyicilerinin karşısına birçok program formatı ile çıkabilmektedir. İzleyicilerin merakını ve ilgisini bu şekilde sürekli olarak üzerlerinde tutmak istemektedirler. Böylelikle gündelik yaşam rutinlerindeki sıkıcılıktan bir nebze olsun uzaklaşmak isteyen bireyler, sunulan ilgi çekici program formatları ile eğlenceli vakitler geçirebilme olanağına sahip olabilirler.

Televizyon aracılığı ile bireylere sunulan ilgi çekici program formatlarının içerikleri incelendiğinde eğlence programlarının genişçe bir yer tuttuğu görülmektedir. Bu eğlence programlarından biri de Survivor yarışma programıdır. 2005 yılından bu yana izleyiciler için vazgeçilmez bir eğlence programı olan Survivor, onların hoşça vakit geçirmesini sağlamaktadır. İzleyiciler söz konusu yarışma programını izlerken bir nebze olsun gündelik sıkıntılarını askıya almakta, eğlence gereksinimini doyuma ulaştırmaya çalışmaktadır. Birey söz konusu gereksinimlerini doyuma ulaştırma sürecinde ise pasif alıcılarından ziyade aktif bir role sahiptirler (Rubin, 2008: 165). Bireylerin medya içerikleri karşısında aktif olduğu varsayımını kabul eden kullanımlar doyumlar yaklaşımı bağlamında ele alınan Survivor yarışması, izleyicileri tarafından binlerce televizyon programı arasından aktif bir şekilde seçilmekte ve değişen gereksinimlerini söz konusu program aracılığıyla doyuma ulaştırmaya çalışmaktadırlar.

Yayınlandığı yıllarda reyting pastasında önemli bir paya sahip olmuş olan Survivor yarışma programının bu kadar geniş bir izleyici kitlesine sahip olmasında programın formatı çok önemlidir. İki grubun kıyasıya rekabet ettiği programda,

izleyicilerden bir takımı futbol takımına benzer şekilde tutması istenmektedir. İzleyicilerin tuttuğu takımın kazanması sonucunda ise seyirciler sanal bir doyuma erişmektedirler. Aynı zamanda izleyiciler yarışma programındaki yarışan oyuncular ile kendilerini özdeşleştirebilmektedirler. Bu şekilde tutukları yarışmacıların kazandıkları oyunlar ile kendilerine hiçbir getirisi olmayan sanal bir tatmin elde edebilmektedirler.

Diğer taraftan yarışma programında rakip takım (ünlüler veya gönüllüler) birbirlerini bir düşman olarak görmekte programın sonuna doğru ise en yakın arkadaşın rakibin olabilmekte sert tartışmaların geçtiği tartışmalar ortaya çıkabilmektedir. Programda rakip takıma karşı dedikodular yapılabilmekte hatta aynı takımın üyeleri birbirlerinin arkasından çok sert dedikodular yapabilmektedir. Eleme günlerinde takımlar içlerinden elenecek kurbanı rahatlıkla seçilebilmektedir. Yene programın formatında yer alan yarışmacı eleme sisteminde izleyicinin de SMS oyları değerlendirilmeye alınarak seyircinin de etkili bir konumda olduğu algısı oluşturularak programa bağlılıkları arttırılmaktadır. Görüldüğü üzere programın söz konusu formatı insanların ilgisini çekecek şekilde tasarlanmış onların hoşça vakit geçirmelerini sağlayacak şekilde kurgulanmıştır. Bireylerin hoşça vakit geçirmesi için kurgulanan yarışma programının büyük bir izleyici kitlesi tarafından hangi motivasyonlarla tüketildiğini ortaya koymak önemlidir. Söz konusu araştırma bu motivasyonları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

4. Araştırmanın Yöntemi

4.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada ilişkisel tarama modelinden karşılaştırmalı tarama modeli kullanılması uygun görülmüştür. Karasar'a göre, ilişkisel çözümlemelerde iki seçenek söz konusudur. Bunlar; değişkenler arasındaki korelasyonları ortaya çıkarma ve değişkenleri karşılaştırma vasıtasıyla elde edilen ilişkilerdir. Kıyaslama vasıtası ile korelasyon tespitinde en az iki değişken yer almaktadır. Yani, bağımlı olarak tanımlanan değişkenin bağımsız olarak tanımlanan değişken grupları bakımından anlamlı bir farklılık açığa çıkarıp çıkarmadığı, söz konusu gruplar arasındaki değişimler irdelenerek ortaya çıkarılabilir. Karşılaştırmalarda bir seviye ortaya koymadan daha ziyade ifade edilen gruplar arasında değişimler yaşanıp yaşanmadığına odaklanılır (Karasar, 2007: 79-84).

4.2. Araştırma Soruları

Survivor yarışma programını takip eden seyircilerin bu programı hangi motivasyonlarla izlediğinin ortaya çıkarılmasının amaçlandığı bu araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

1. İzleyiciler programı eğlence ve rahatlama amaçlı mı izlemektedirler?
2. İzleyiciler programı kaçış ve arkadaşlık amaçlı mı izlemektedirler?
3. İzleyiciler programı alışkanlıktan dolayı mı izlemektedirler?
4. İzleyiciler programı moral ve destek amaçlı mı izlemektedirler?
5. İzleyicilerin programı izlerken edindikleri olası eğlence ve rahatlama doyumunu cinsiyet, yaş ve gelirlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
6. İzleyicilerin programı izlerken edindikleri olası kaçış ve arkadaşlık doyumunu cinsiyet, yaş ve gelirlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
7. İzleyicilerin programı olası alışkanlıktan dolayı izlemeleri cinsiyet, yaş ve gelirlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
8. İzleyicilerin programı izlerken edindikleri olası moral ve destek doyumunu cinsiyet, yaş ve gelirlerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye sınırları içerisinde ikamet eden ve Survivor yarışmasını aktif olarak izleyen 18 yaş üzeri seyirciler olmaktadır. Örneklemde ise kartopu örneklem yöntemi kullanılmıştır. Kartopu örneklem, belirli bir konu hakkında fikirleri merak edilen kişilere ulaşarak, onlardan da daha geniş bir kesime ulaşarak konu hakkında geniş bir kesimin görüşlerinin elde edilmesidir (akt. Creswell, 2013: 158). Bu araştırmada online olarak oluşturulmuş anket formu internet üzerinden Survivor yarışmasını takip eden birkaç kişiye ulaştırılmış, onlardan da anketi yarışmayı takip eden çevresindeki diğer kişiler ile paylaşmalarını rica edilmiş, bu şekilde 553 kişiye ulaşılmıştır.

4.4. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama aracı olarak 2 bölümden oluşan (demografik bilgiler ve izleyicilerin televizyon doyumlarına ilişkin sorular) anket formu kullanılmıştır. Anket yöntemi veri elde etmede çok geniş bir alana erişmeye imkan sağlaması bakımından önemlidir. Anket yönteminin en büyük dezavantajı ise ankete dahil olanların soruları okumadan rastgele yanıtlar verme olasılıklarının yüksek olmasıdır. Katılımcılara demografik soruların sorulduğu ilk bölümde; cinsiyet, yaş, aylık gelir, televizyon izleme süreleri, eğlence araçları, takip ettikleri televizyon programları gibi sorular yöneltildi. İkinci bölümde ise Survivor yarışma programının izleyicileri tarafından hangi gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için izlendiğine dair sorular yöneltildi. Yöneltilen bu sorular daha önceden bir doktora tezi kapsamında (Koçak, 2001: "Televizyon İzleyici Davranışları Televizyon İzleyicilerinin Tercihleri ve Doyumları Üzerine Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma") geliştirilmiş olan bir ölçekten 17 soru alınmış ve araştırmanın amacına uygun olarak revize edildikten sonra kullanılmıştır. Katılımcıların Survivor yarışmasını izlerken elde ettikleri doyumları 5 li likert ölçekte yanıtlaması istenmiştir. Hazırlanan anket çalışmasındaki soruların doğru anlaşılıp anlaşılmadığını ölçmek için pilot test gerçekleştirilmiştir. Pilot test için internet üzerinden programı takip eden 30 kişiye ulaşılmış ve anlaşılmayan sorular revize edilmiştir. Ardından çevrimiçi ortamda oluşturulmuş anket formuna kartopu örneklem yöntemi aracılığı ile yanıt alınmıştır. Anket formuna yanıtlar 23-30 Eylül arasında alınmıştır. Revize edilmiş 17 soruluk ölçeğin güvenirlik katsayısı ise $\alpha = 0,964$ olarak bulunmuştur.

4.5. Verilerin Analizi ve Kullanılan Testler

Verilerin analizi sürecinde SPSS veri analiz programı kullanılmıştır. Öncelikle veri analiz programında katılımcıların yaşları, cinsiyetleri, eğitimleri, gelirleri, katılımcıların günlük televizyon izleme oranları, katılımcıların eğlenmek için yaptıkları aktiviteler, programı hangi araçlar üzerinden takip ettikleri gibi sorular frekans analizi yapılarak tablo şeklinde sunulmuştur. Daha sonra aynı program aracılığı ile katılımcıların televizyon programlarını izleme sıklıklarına dair veriler analiz edilerek her bir ifadenin ortalamaları ve standart sapmaları tablollaştırılıp sunulmuştur. Ardından yine program aracılığı ile katılımcıların Survivor yarışma programını izlerken yaşadıkları muhtemel deneyimlere ilişkin faktörlerde yer alan sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları ve standart sapmalarına dair veriler tablo haline getirilip sunulmuştur. Ardından veri analiz programı aracılığıyla katılımcıların Survivor yarışma programını izlerken yaşadıkları muhtemel deneyimlerin cinsiyetlerine, yaşlarına, aylık gelirlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığına dair veriler tablo haline getirilip sunulmuştur. Fakat bahsedilen analizler gerçekleştirilmeden önce ilk olarak verilerin normallik ve homojenlik varsayımını karşılayıp karşılamadığına bakılmıştır. Tabachnick ve Fidell'a göre çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1.5 ile -1.5 aralığında yer alması verilerin normallik varsayımını karşılamaktadır (akt, Tüfekçi ve Asıgbulmuş, 2016). Araştırmada genel olarak verilerin normallik varsayımını karşıladığı ancak, homojenlik varsayımını karşılamadığı görülmüştür. Bundan dolayı verilerin analizinde parametrik olmayan analiz yöntemlerine başvurulmuştur. İki değişkenlerin (cinsiyet) yer aldığı analizlerde Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. İki veya daha fazla değişkenin (yaş, gelir) söz konusu olduğu durumlarda ise Kruskal-Wallis H testi kullanılmıştır. Analizi gerçekleştirilen veriler %95 güven aralığında $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir.

4.6. Etik Kurul Onayı

Bu araştırma için Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulundan E-87432956-050.99-121544 sayılı ve 22.09.2021 tarihli etik kurul onayı alınmıştır.

5. Bulgular ve Yorum

5.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tablo 1. Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

| | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Toplamlı Yüzde |
|--------|---------|-------|---------------|----------------|
| Erkek | 184 | 33,3 | 33,3 | 33,3 |
| Kadın | 369 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| Toplam | 553 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 1. göre araştırmaya katılanların cinsiyetlerine dair soruya vermiş oldukları yanıtlar incelendiğinde; katılımcıların %66.7'sini (369 kişi) kadınlar, %33.3'ünü (184 kişi) ise erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların Yaşlarına Göre Dağılımı

| | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Toplamlı Yüzde |
|-----------------|---------|-------|---------------|----------------|
| 18-24 yaş arası | 238 | 43,0 | 43,0 | 43,0 |
| 25-31 yaş arası | 169 | 30,6 | 30,6 | 73,6 |
| 32-38 yaş arası | 94 | 17,0 | 17,0 | 90,6 |
| 39-45 yaş arası | 40 | 7,2 | 7,2 | 97,8 |
| 46 yaş ve üzeri | 12 | 2,2 | 2,2 | 100,0 |
| Toplam | 553 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 2. göre araştırmaya dahil olanların büyük bir bölümünü 18-24 (%43.0) yaş arası katılımcılar oluşturmaktadır. Diğer taraftan çalışmaya dahil olanların yaş gruplandırılmasında azınlığı oluşturan kesimi ise 46 yaş ve üzeri (%2.2) katılımcılar oluşturmaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların Aylık Gelir Durumuna Göre Dağılımı

| | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Toplamlı Yüzde |
|-----------------------|---------|-------|---------------|----------------|
| 1999 tl den az | 103 | 18,6 | 18,6 | 18,6 |
| 2000 tl-3999 tl arası | 87 | 15,7 | 15,7 | 34,4 |
| 4000 tl-5999 tl arası | 123 | 22,2 | 22,2 | 56,6 |
| 6000 tl ve üzeri | 240 | 43,4 | 43,4 | 100,0 |
| Toplam | 553 | 100,0 | 100,0 | |

Araştırmaya dahil olanların aylık gelir durumlarına ilişkin yanıtları Tablo 3'de görüldüğü üzere katılımcıların büyük çoğunluğunun (240 kişi, %43.4) 6000 tl ve üzeri gelire sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların azınlığı (87 kişi, %15.3) ise 2000-3999 tl arası gelire sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4. Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

| | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Toplamlı Yüzde |
|-------------|---------|-------|---------------|----------------|
| İlköğretim | 1 | 0,2 | 0,2 | 0,2 |
| Ortaöğretim | 8 | 1,4 | 1,4 | 1,6 |
| Lise | 72 | 13,0 | 13,0 | 14,6 |
| Üniversite | 301 | 54,4 | 54,4 | 69,1 |
| Lisansüstü | 171 | 30,9 | 30,9 | 100,0 |
| Toplam | 553 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 4. göre katılımcıların büyük bir bölümünün (301 kişi, %54,4) üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Diğer taraftan katılımcıların yok denecek kadar az bir bölümü (1 kişi, %0.02) ise ilköğretim mezunu olduğunu belirtmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların Günlük Televizyon İzleme Oranları

| | Frekans | Yüzde | Geçerli Yüzde | Toplamlı Yüzde |
|------------------|---------|-------|---------------|----------------|
| 1 saatten az | 285 | 51,5 | 51,5 | 51,5 |
| 1-3 saat arası | 205 | 37,1 | 37,1 | 88,6 |
| 4-6 saat arası | 48 | 8,7 | 8,7 | 97,3 |
| 7-9 saat arası | 11 | 2,0 | 2,0 | 99,3 |
| 10 saat ve üzeri | 4 | 0,7 | 0,7 | 100,0 |
| Toplam | 553 | 100,0 | 100,0 | |

Tablo 5. göre katılımcıların büyük bir bölümünün (285 kişi %51.5) 1 saatten az televizyon izledikleri görülmektedir. Katılımcıların çok küçük bir bölümünün ise (4 kişi %0.7) 10 saat ve üzeri televizyon izlediği bulgulanmıştır.

Tablo 6. Katılımcıların Eğlenmek İçin Yaptıkları Aktiviteler³

| | N | Yüzde % |
|----------------------------------|------|---------|
| Televizyon İzlerim | 157 | 10,6 |
| Arkadaşlarım İle Vakit Geçiririm | 314 | 21,1 |
| Gezerim | 275 | 18,5 |
| Sinemaya Giderim | 78 | 5,2 |
| Kitap Okurum | 215 | 14,4 |
| İnternette Sörf Yaparım | 324 | 21,8 |
| Spor Yaparım | 125 | 8,4 |
| Toplam | 1488 | 100 |

Not: Bu soruya çoklu yanıt alındığından dolayı n değeri yüksektir

Katılımcıların gündelik yaşamlarında eğlenmek için neler yaptıklarına dair soruya alınan yanıtlar Tablo 6 üzerinden incelendiğinde, katılımcıların sırasıyla; internette sörf yaparım (324 kez), arkadaşlarım ile vakit geçiririm (314 kez), gezerim (275 kez), kitap okurum (215 kez), televizyon izlerim (157 kez) seçeneklerini yoğunlukla işaretledikleri görülmüştür. Katılımcıların gündelik yaşamda en az yaptıkları aktivite olarak sinemaya giderim seçeneğini işaretledikleri bulgulanmıştır (78 kez).

Tablo 7. Katılımcıların Televizyon Program Türlerini İzleme Sıklıklarına Dair Verdikleri Yanıtların Ortalamaları ve Standart Sapmaları

| | N | Min. | Max. | Ort. | S.s. |
|---------------------|-----|-------|-------|------|-------|
| Yarışma Programları | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,16 | 1,142 |

³ **Not:** Bu soruya çoklu yanıt alındığından dolayı n değeri yüksektir

| | | | | | |
|-----------------------|-----|-------|-------|------|-------|
| Ana Haber Bülteni | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,15 | 1,148 |
| Diziler | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,66 | 1,086 |
| Kadın Programları | 553 | 1,000 | 5,000 | 1,75 | 0,889 |
| Eğlence Programları | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,63 | 1,121 |
| Belgeseller | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,94 | 1,195 |
| Talk Show Programları | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,64 | 1,202 |

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Araştırmaya dahil olan katılımcıların televizyonda ne tür programları ne kadar sıklıkla takip ettiklerine dair veriler Tablo 7. üzerinden incelendiğinde; katılımcıların en çok takip ettikleri programların sırasıyla yarışma programları (ortalama: 3.16), ana haber bülteni (ortalama: 3.15), belgeseller (ortalama: 2,94) olduğu görülmüştür. Katılımcılar en az takip ettikleri program olarak ise kadın programlarını (ortalama: 1,75) takip ettiklerini belirtmişlerdir

Tablo 8. Katılımcıların Survivor Yarışma Programını Hangi Araçlar Üzerinden Takip Ettiklerine Dair Bulgular⁴

| | N | Yüzde % |
|-------------------|-----|---------|
| Televizyon | 420 | 68.1 |
| Tablet/Bilgisayar | 61 | 9.9 |
| Telefon | 136 | 22.0 |
| Toplam | 617 | 100 |

Araştırmaya katılanların Survivor yarışma programını hangi araçlar üzerinden takip ettiklerine dair veriler Tablo 8. üzerinden incelendiğinde; katılımcıların programı büyük çoğunlukla televizyon üzerinden takip ettikleri görülmektedir. Programı takip etmek için en az kullanılan aracın ise tablet/bilgisayar olduğu görülmektedir.

5.2. Katılımcıların Survivor Yarışma Programını İzlerken Yaşadıkları Muhtemel Deneyimlere İlişkin Faktörlerde Yer Alan Sorulara İlişkin Verdikleri Yanıtların Ortalamalarına Dair Bulgular

Tablo 9. Katılımcıların Survivor Yarışma Programını İzlerken Yaşadıkları Muhtemel Deneyimlere İlişkin Sorulara Verdikleri Yanıtların Ortalamaları ve Standart Sapmaları

| Eğlence ve Rahatlama Faktörü | N | Min. | Max. | Ort. | S.s |
|---|-----|-------|-------|------|-------|
| Beni neşelendiriyor güldürüyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,15 | 1,329 |
| Beni eğlendiriyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,22 | 1,310 |
| Bu programı izlemek hoşuma gidiyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,28 | 1,319 |
| Hoşça vakit geçirmemi sağlıyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,10 | 1,316 |
| Rahatlamamı sağlıyor | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,78 | 1,315 |
| Farklı eğlence araçlarına olan gereksinimimi azaltıyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,78 | 1,336 |

⁴ Not: Bu soruya çoklu yanıt alındığından dolayı n değeri yüksektir

| | | | | | |
|--|----------|-------------|-------------|-------------|------------|
| İzlerken heyecanlandırıyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,49 | 1,386 |
| Kaçış ve Arkadaşlık Faktörü | N | Min. | Max. | Ort. | S.s |
| Konuşacak biri olmadığında bana arkadaşlık ediyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,64 | 1,421 |
| Yalnızlığımı gideriyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,56 | 1,412 |
| Günlük hayattaki sıkıntılarımı unutmamı sağlıyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,76 | 1,403 |
| Beni sıkı insanlardan kurtulmamı sağlıyor | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,60 | 1,409 |
| Yapacak daha iyi bir etkinliğe sahip değilim | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,56 | 1,436 |
| Boş zamanlarımı bu program ile değerlendiriyorum | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,72 | 1,402 |
| Alışkanlık Faktörü | N | Min. | Max. | Ort. | S.s |
| Her zaman karşımda açık duruyor ve izleniyor | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,48 | 1,431 |
| Bu programı izlemek artık benim için alışkanlık haline geldi | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,47 | 1,418 |
| Moral Destek Faktörü | N | Min. | Max. | Ort. | S.s |
| İnsanlarla konuşacak ortak sohbet konuları bulmamı sağlıyor. | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,42 | 1,409 |
| Beni spor yapmaya yönlendiriyor | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,36 | 1,422 |

(1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum)

Katılımcıların Survivor yarışma programını izlerken yaşadıkları muhtemel deneyimlere ilişkin sorulara verdikleri yanıtların ortalamaları Tablo 9. Üzerinden incelendiğinde; ortalaması en yüksek maddenin “İzlerken heyecanlandırıyor” (ortalama= 3,49) maddesi olduğu görülmektedir. Bu madde Eğlence ve rahatlama faktörü altında yer almaktadır. Diğer taraftan tabloda ortalaması en düşük maddenin “Beni spor yapmaya yönlendiriyor” (ortalama= 2,36) maddesi olduğu görülmektedir. Bu madde ise Moral ve destek faktörü altında yer almaktadır.

Tablo 10. Katılımcıların Survivor Yarışma Programını İzlerken Yaşadıkları Deneyimlerin Faktör Ortalamaları

| | N | Min. | Max. | Ort. | S.s |
|------------------------------|-----|-------|-------|--------|---------|
| Eğlence ve Rahatlama Faktörü | 553 | 1,000 | 5,000 | 3,1160 | 1,19502 |
| Kaçış ve Arkadaşlık Faktörü | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,6420 | 1,21869 |
| Alışkanlık Faktörü | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,4738 | 1,33030 |
| Moral ve Destek Faktörü | 553 | 1,000 | 5,000 | 2,3933 | 1,25413 |

(1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum)

Tablo 10.'a göre katılımcıların Survivor yarışma programını izlerken yaşamış oldukları muhtemel deneyimlere ilişkin sorulara vermiş oldukları yanıtlar 4 faktör üzerinden incelendiğinde, katılımcıların yarışmayı en çok eğlence ve rahatlama amaçlı izledikleri görülmektedir (ortalama= 3,1160). Diğer taraftan katılımcıların yarışmayı en az ise moral ve destek amaçlı izledikleri görülmektedir (ortalama= 2,3933).

5.3. Katılımcıların Survivor Yarışma Programını İzlerken Yaşadıkları Muhtemel Deneyimlerin Cinsiyetlerine, Yaşlarına ve Eğitimlerine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Dair Bulgular

Tablo 11. Katılımcıların Survivor Yarışma Programını İzlerken Yaşadıkları Muhtemel Deneyimlerin Cinsiyetlerine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Dair Bulgular

| | Grup | N | Sıra Ortalaması | Sıra Toplamı | U | P |
|----------------------|-------|-----|-----------------|--------------|-----------|-------|
| Eğlence ve Rahatlama | Erkek | 184 | 273,95 | 50406,00 | | |
| | | | | | 33386,000 | 0,750 |
| | Kadın | 369 | 278,52 | 102775,00 | | |
| | | | | | | |
| Kaçış ve Arkadaşlık | Erkek | 184 | 267,73 | 49263,00 | | |
| | | | | | 32243,000 | 0,334 |
| | Kadın | 369 | 281,62 | 103918,00 | | |
| | | | | | | |
| Alışkanlık | Erkek | 184 | 264,60 | 48687,00 | | |
| | | | | | 31667,000 | 0,189 |
| | Kadın | 369 | 283,18 | 104494,00 | | |
| | | | | | | |
| Moral ve Destek | Erkek | 184 | 267,40 | 49202,00 | | |
| | | | | | 32182,000 | 0,310 |
| | Kadın | 369 | 281,79 | 103979,00 | | |
| | | | | | | |

* $p < 0.05$ anlamlılık düzeyi

Katılımcıların Survivor yarışma programını izlerken yaşadıkları *Eğlence ve rahatlama*, *Kaçış ve arkadaşlık*, *Alışkanlık ve Moral ve destek* deneyimlerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmeden önce ilk olarak verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakıldı. Her 4 boyutun da normallik varsayımını sağladığı ancak homojenlik varsayımını sağlamadığı görüldüğünden verilerin analizinde Parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U kullanılmıştır. Tablo 11.'de katılımcıların söz konusu yarışmayı izlerken yaşadığı muhtemel deneyimlerin (Eğlence ve rahatlama, Kaçış ve arkadaşlık, alışkanlık ve Moral ve destek) cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair analizler incelendiğinde, her 4 boyutun da (Eğlence ve rahatlama, $U=33386,000$; $p= 0,750$; $p > 0,05$), (Kaçış ve arkadaşlık, $U=32243,000$; $p= 0,334$; $p > 0,05$), (Alışkanlık, $U=31667,000$; $p= 0,189$; $p > 0,05$), Moral ve destek ($U= 32182,000$; $p= 0,310$; $p > 0,05$), cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği bulgulanmıştır.

Tablo 12. Katılımcıların Survivor Yarışma Programını İzlerken Yaşadıkları Muhtemel Deneyimlerin Aylık Gelirlerine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığına Dair Bulgular

| Boyut | Aylık Gelir | N | X | SD | χ^2 | P |
|----------------------|-----------------------|-----|--------|----|----------|-------|
| Eğlence ve rahatlama | 1999 tl den az | 103 | 270,10 | | | |
| | 2000 tl-3999 tl arası | 87 | 310,78 | | | |
| | 4000-5999 tl arası | 123 | 282,54 | 3 | 5,635 | 0,131 |
| | 6000 tl ve üzeri | 240 | 264,88 | | | |

| | | | | | | |
|----------------------------|-----------------------|-----|--------|---|-------|--------------|
| Kaçış ve arkadaşlık | 1999 tl den az | 103 | 275,36 | | | |
| | 2000 tl-3999 tl arası | 87 | 316,07 | 3 | 8,162 | 0,043 |
| | 4000-5999 tl arası | 123 | 283,65 | | | |
| | 6000 tl ve üzeri | 240 | 260,13 | | | |
| Alışkanlık | 1999 tl den az | 103 | 290,33 | | | |
| | 2000 tl-3999 tl arası | 87 | 307,97 | | | |
| | 4000-5999 tl arası | 123 | 288,28 | 3 | 9,822 | 0,020 |
| | 6000 tl ve üzeri | 240 | 254,27 | | | |
| Moral ve destek | 1999 tl den az | 103 | 286,80 | | | |
| | 2000 tl-3999 tl arası | 87 | 274,10 | | | |
| | 4000-5999 tl arası | 123 | 292,21 | 3 | 2,755 | 0,431 |
| | 6000 tl ve üzeri | 240 | 266,05 | | | |

* $p < 0.05$ anlamlılık düzeyi

Katılımcıların Survivor yarışma programını izlerken yaşadıkları *Eğlence ve rahatlama*, *Kaçış ve arkadaşlık*, *Alışkanlık ve Moral ve destek* deneyimlerinin aylık gelir değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmeden önce ilk olarak verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakıldı. Her 4 boyutun da normallik varsayımını sağladığı ancak homojenlik varsayımını sağlamadığı görüldüğünden verilerin analizinde Parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis testi kullanıldı. Tablo 12.'de katılımcıların söz konusu yarışmayı izlerken deneyimlediği *Eğlence ve rahatlama*, *Kaçış ve arkadaşlık*, *alışkanlık* ve *Moral ve destek* aylık gelir değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair analizler incelendiğinde, iki boyutun (*Eğlence ve rahatlama*, $p = 0,131$; $p > 0,05$), (*Moral ve destek*, $p = 0,431$; $p > 0,05$) aylık gelir özelinde anlamlı bir farklılık göstermediği bulgulanmıştır. Diğer iki boyutun ise (*Kaçış ve arkadaşlık*, $p = 0,043$; $p < 0,05$), (*alışkanlık*, $p = 0,020$; $p < 0,05$) aylık gelir özelinde anlamlı bir farklılık gösterdiği bulgulanmıştır. *Kaçış ve arkadaşlık boyutu* $p < 0,05$ anlamlılık düzeyine sahip olduğundan dolayı, hangi gelir grupları arasında anlamlı farklılıklar olduğunu ölçmek için parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Gelir grupları karşılaştırmalı olarak incelendiğinde; 1999 tl altı gelire (ortalama=88,89) sahip olanlar ile 2000 tl-3999 tl arası gelire (ortalama=103,21) sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık $p = 0,075$ olduğu bulgulanmıştır. Buna göre 2000 tl-3999 tl arası gelire sahip olanlar 1999 tl ve altı gelire sahip olanlardan daha çok Survivor yarışma programını kaçış ve arkadaşlık amaçlı izlemektedirler. Diğer taraftan 1999 tl altı gelire (ortalama= 111,71) sahip olanlar ile 4000 tl- 5999 tl arası (ortalama= 115,00) gelire sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında anlamlı bir farklılık $p = 0,705$ olmadığı bulgulanmıştır. Öte yandan 1999 tl altı (ortalama= 178,67) gelire sahip olanlar ile 6000 tl ve üzeri gelire (ortalama= 169,14) sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında anlamlı bir farklılık olmadığı $p = 0,412$ bulgulanmıştır. Diğer taraftan 2000 tl- 3999 tl arası gelire (ortalama= 113,14) sahip olanlar ile 4000 tl- 5999 tl arası gelire (ortalama= 100,10) sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında ise anlamlı bir farklılık olmadığı $p = 0,125$ bulgulanmıştır. Öte yandan 2000 tl-3999 tl arası gelire (ortalama= 187,72) sahip olanlar ile 6000 tl ve üzeri gelire sahip olanlar (ortalama= 155,40) arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında ise anlamlı bir farklılık olduğu $p = 0,006$ bulgulanmıştır. Buna göre 2000 tl- 3999 tl arası gelire sahip olanlar, 6000 tl ve üzeri gelire sahip olanlardan daha çok söz konusu yarışmayı kaçış ve arkadaşlık motivasyonu için izlemektedirler. Öte yandan 4000 tl- 5999 tl arası gelire (ortalama= 192,56) sahip olanlar ile 6000 tl ve üzeri gelire (ortalama= 176,59) sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında ise anlamlı bir farklılık olmadığı $p = 0,168$ bulgulanmıştır. Diğer taraftan *Alışkanlık boyutu* $p < 0,05$ anlamlılık düzeyine sahip olduğundan dolayı, hangi gelir grupları arasında anlamlı farklılıklar olduğunu ölçmek için parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Söz konusu boyut özelinde gelir grupları karşılaştırmalı olarak incelendiğinde; 1999 tl ve altı gelire (ortalama= 92,88) sahip olanlar ile 2000

tl- 3999 tl arası gelire (ortalama= 98,60) sahip olanlar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı $p= 0,468$ bulgulanmıştır. Öte yandan 1999 tl altı (ortalama= 114,63) gelire sahip olanlar ile 4000 tl- 5999 tl arası gelire (ortalama= 112,56) sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında ise anlamlı bir farklılık $p= 0,810$ olmadığı bulgulanmamıştır. Diğer taraftan 1999 tl altı gelire (ortalama= 186, 83) sahip olanlar ile 6000 tl üzeri gelire (ortalama= 165,64) sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında anlamlı bir farklılık $p= 0,063$ olmadığı bulgulanmamıştır. Öte yandan 2000 tl- 3999 tl arası (ortalama= 110,68) gelire sahip olanlar ile 4000 tl- 5999 tl arası gelire (ortalama= 101,83) sahip olanlar söz konusu boyut özelinde karşılaştırıldığında ise anlamlı bir farklılık $p= 0,292$ olmadığı bulgulanmıştır. Diğer taraftan 2000 tl- 3999 tl arası gelire (ortalama= 186,68) sahip olanlar ile 6000 tl üzeri gelire (ortalama= 155,78) sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılık $p= 0,007$ olduğu bulgulanmıştır. Buna göre 2000 tl- 3999 tl arası gelire sahip olanlar, 6000 tl üzeri gelire sahip olanlardan daha fazla söz konusu yarışmayı alışkanlık motivasyonu ile izlemektedirler. Öte yandan 4000 tl- 5999 tl arası (ortalama= 197,89) gelire sahip olanlar ile 6000 tl üzeri (ortalama= 173,85) gelire sahip olanlar arasında söz konusu boyut özelinde bir karşılaştırma yapıldığında gruplar arasında anlamlı bir farklılık $p=0,035$ olduğu bulgulanmıştır. Buna göre 4000 tl- 5999 tl üzeri gelire sahip olanlar, 6000 tl üzeri gelire sahip olanlardan daha fazla söz konusu yarışmayı alışkanlık motivasyonu ile izlemektedirler.

Tablo 13. Katılımcıların Survivor Yarışmasını İzlerken Yaşadıkları Muhtemel Deneyimlerin Yaşlarına Göre Anlamlı Bir Farklılık Gösterip Göstermediğine Dair Bulgular

| Boyut | Katılımcıların Yaşları | N | X | SD | χ^2 | P |
|----------------------|------------------------|-----------------|--------|--------|----------|-------|
| Eğlence ve rahatlama | 18-24 yaş arası | 238 | 285,90 | | | |
| | 25-31 yaş arası | 169 | 264,97 | | | |
| | 32-38 yaş arası | 94 | 261,44 | 4 | 4,406 | 0,356 |
| | 39-45 yaş arası | 40 | 296,13 | | | |
| | 46 yaş ve üzeri | 12 | 328,04 | | | |
| | Kaçış ve arkadaşlık | 18-24 yaş arası | 238 | 287,61 | | |
| 25-31 yaş arası | | 169 | 264,62 | | | |
| 32-38 yaş arası | | 94 | 265,40 | 4 | 3,033 | 0,552 |
| 39-45 yaş arası | | 40 | 285,34 | | | |
| 46 yaş ve üzeri | | 12 | 303,96 | | | |
| Alışkanlık | 18-24 yaş arası | 238 | 290,05 | | | |
| | 25-31 yaş arası | 169 | 266,10 | | | |
| | 32-38 yaş arası | 94 | 269,05 | 4 | 2,917 | 0,572 |
| | 39-45 yaş arası | 40 | 266,64 | | | |
| | 46 yaş ve üzeri | 12 | 268,54 | | | |

| | | | | | | |
|------------------------|-----------------|-----|--------|---|-------|-------|
| | | | | | | |
| Moral ve Destek | 18-24 yaş arası | 238 | 289,06 | | | |
| | 25-31 yaş arası | 169 | 264,93 | | | |
| | 32-38 yaş arası | 94 | 257,73 | 4 | 4,574 | 0,334 |
| | 39-45 yaş arası | 40 | 295,36 | | | |
| | 46 yaş ve üzeri | 12 | 297,42 | | | |

* $p < 0.05$ anlamlılık düzeyi

Katılımcıların Survivor yarışma programını izlerken yaşadıkları *Eğlence ve rahatlama*, *Kaçış ve arkadaşlık*, *Alışkanlık ve Moral ve destek* deneyimlerinin yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini test etmeden önce ilk olarak verilerin normallik ve homojenlik varsayımını sağlayıp sağlamadığına bakıldı. Her 4 boyutun da normallik varsayımını sağladığı ancak homojenlik varsayımını sağlamadığı görüldüğünden verilerin analizinde Parametrik olmayan testlerden Kruskal Wallis testi kullanıldı. Tablo 13.'de katılımcıların söz konusu yarışmayı izlerken deneyimlediği *Eğlence ve rahatlama*, *Kaçış ve arkadaşlık*, *alışkanlık ve Moral ve destek* yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğine dair analizler incelendiğinde, dört boyutun (*Eğlence ve rahatlama*, $p = 0,356$; $p > 0,05$), (*Kaçış ve arkadaşlık*, $p = 0,552$; $p > 0,05$), (*Alışkanlık*, $p = 0,572$; $p > 0,05$), (*Moral ve destek*, $p = 0,334$; $p > 0,05$) yaş değişkeni özelinde anlamlı bir farklılık göstermediği bulgulanmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Televizyon icat edildiğinden bu yana insanların yaşamları için vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. İnsanların yaşamları için vazgeçilmez bir araç haline gelen televizyon, her ailenin evinde kendine başköşede bir yer edinmiş ve onların bilgilenme, eğlenme ve daha birçok gereksinimi karşılama konusunda önemli bir araç olmuştur. Bireyler söz konusu araç ile gereksinimlerini karşılama sürecinde ise her zaman aktif bir konuma sahip olmuşlardır. Çünkü hangi programı izleyecekleri konusunda aktif bir şekilde seçim yapma özgürlüğüne sahiptirler. Bireylere televizyon karşısında aktif bir konum kazandıran bu düşünce, kullanımlar doyumlar yaklaşımının temel tezini oluşturmaktadır. Bu noktada söz konusu araştırmada, 2005 yılından günümüze televizyon ekranlarından seyircisiyle buluşan Survivor yarışmasının, izleyicileri tarafından hangi gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için seyredildiğinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre katılımcıların büyük çoğunluğu üniversite mezunlarından oluşmaktadır. Diğer taraftan katılımcılara eğlenmek için en çok ne yaptıkları sorulduğunda, katılımcıların büyük bir bölümü internette sörf yaptıklarını belirtmişlerdir. Eğlenmek için en çok yaptıkları aktivitelerde televizyon 5. Sırada yer almaktadır. Öte yandan katılımcılara ne kadar süre ile televizyon izledikleri sorulduğunda ise büyük bir bölümü bir saatten az televizyon karşısında vakit geçirdiklerini belirtmişlerdir. Diğer taraftan katılımcıların büyük çoğunluğu Survivor yarışma programını televizyondan takip ettiklerini belirtmişlerdir.

Öte yandan araştırmadan elde edilen bulgulara göre Survivor yarışma programının izleyicileri tarafından sırasıyla *Eğlence ve rahatlama*, *Kaçış ve arkadaşlık*, *Alışkanlık ve Moral ve destek* gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için izlendiği görülmüştür. Katılımcıların *Eğlence ve rahatlama* motivasyonu içerisinde en çok onayladıkları ifade "İzlerken heyecanlandırıyor" dur. Programın yarışma formatına sahip olması doğal olarak seyircinin heyecan duygularını harekete geçirme noktasında önemli bir role sahiptir. Katılımcıların *Kaçış ve arkadaşlık* motivasyonu içerisinde en çok onayladıkları ifade ise "Günlük hayattaki sıkıntılarımı unutmamı sağlıyor" dur. Bireyler söz konusu program aracılığı ile gündelik yaşamlarındaki sıkıntılardan bir nebze olsun kaçma fırsatına sahip olmaktadır. Diğer taraftan katılımcıların *Alışkanlık* motivasyonu içerisinde en çok onayladıkları ifade ise "Her zaman karşımda açık duruyor ve izleniyor"dur. Bireyler söz konusu programı gündelik yaşam rutinlerinin bir parçası olarak görmekte ve alışkanlık boyutunda izlemektedirler. Öte yandan katılımcıların *Moral ve destek* motivasyonunda en çok onayladıkları ifade ise "İnsanlarla konuşacak ortak konu bulmamı sağlıyor"dur. Bireyler bahsi geçen programı gündelik yaşamlarında arkadaşları ile iletişimlerinde sohbet konuları içerisine dahil etmektedirler.

Literatürde de televizyon programlarının bahsedilen benzer motivasyonlarla kullanıldığına dair araştırma bulguları söz konusudur. Bu araştırmalardan biri Kayseri ilinde yaşayan 1017 kişi üzerinden gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araştırma televizyon programların ne tür motivasyonlarla izlendiğini ortaya çıkarmayı amaçlamıştır. Araştırmaya katılanların televizyonu dinlenme ve eğlenme, arkadaşlık ve kaçış, sosyalleşme ve haberdar olma gibi motivasyonlarla takip ettikleri bulgulanmıştır (Koçer, 2013)

Araştırmada elde edilen diğer bir bulgu; programın takipçilerinin Eğlence ve rahatlama, Kaçış ve arkadaşlık, Alışkanlık, Moral ve destek gereksinimlerini doyuma ulaştırmada cinsiyete göre anlamlı bir farklılık bulunamadığıdır. Yani araştırmaya dahil olan kadın ve erkekler programı izlerken söz konusu gereksinimlerini gidermede benzer eğilimler göstermektedirler.

Diğer taraftan araştırmaya katılanların programı izlerken deneyimledikleri Eğlence ve rahatlama, Kaçış ve arkadaşlık, Alışkanlık, Moral ve destek doyumlarının aylık gelirlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelendiğinde, Eğlence ve rahatlama ile Moral ve destek boyutları özelinde anlamlı bir farklılık bulgulanmamıştır. Öte taraftan Kaçış ve arkadaşlık ile Alışkanlık boyutlarının ise katılımcıların aylık gelirlerine göre anlamlı farklılıklar gösterdiği bulgulanmıştır. Buna göre Kaçış ve arkadaşlık boyutu özelinde hangi gelir grupları arasında anlamlı farklılıklar olduğuna bakıldığında; 2000 tl-3999 tl arası gelire sahip olanların 6000 tl üzeri gelire sahip olanlardan daha çok programı Kaçış ve arkadaşlık gereksinimlerini doyuma ulaştırmak için takip ettikleri bulgulanmıştır. Diğer taraftan Alışkanlık boyutunun hangi gelir grupları arasında anlamlı farklılık gösterdiği incelendiğinde; 2000 tl- 3999 tl arası gelire sahip olanların 6000 tl üzeri gelire sahip olanlardan daha fazla söz konusu programı Alışkanlıktan dolayı takip ettikleri bulgulanmıştır. Alışkanlık boyutu özelinde anlamlı bir farklılık gösteren bir diğer gelir grupları ise 4000 tl- 5999 tl arası gelire sahip olanlar ile 6000 tl üzeri gelire sahip olanlar arasındadır. 4000 tl- 5999 tl arası gelire sahip olanların programı daha çok alışkanlık boyutu ile takip ettikleri bulgulanmıştır. Genel bir değerlendirme yapıldığında, gelir seviyesi düşük olan katılımcıların bahsi geçen yarışma programını Kaçış ve arkadaşlık ve Alışkanlık motivasyonları ile izleme konusunda daha ilgili oldukları söylenebilir.

Araştırmada elde edilen diğer bir bulgu; programın takipçilerinin Eğlence ve rahatlama, Kaçış ve arkadaşlık, Alışkanlık, Moral ve destek gereksinimlerini doyuma ulaştırmada yaşlarına göre anlamlı bir farklılık bulunamadığıdır.

Genel olarak ifade edilebilir ki; katılımcılar Survivor yarışma programını büyük bir ilgiyle izlemekte, gündelik yaşamında eksikliğini hissedebileceği eğlenme ve rahatlama gereksinimini doyuma ulaştırabilmekte, gündelik yaşamında karşılaştığı sıkıntılardan uzaklaşabilmek için önemli bir araç olarak görebilmekte, bazen de alışkanlık düzeyinde izleyebilmekte, bazı zamanlarda ise arkadaşları ile ortak sohbet konuları bulmada bir araç olarak görebilmektedir.

Bu çalışma Survivor yarışma programını takip eden Türkiye'de yaşayan 18 yaş üzeri izleyiciler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sonraki araştırmaların farklı kuşakların söz konusu programı hangi motivasyonlarla izlediğini karşılaştırmalı olarak ortaya koymak için çalışmalarda bulunması daha zengin sonuçlar ortaya koyacağı açıktır.

Kaynakça

- Basilisco, R. & Jin, C.K. (2015). Uses and gratification motivation for using Facebook and the impact of Facebook usage on social capital and Life satisfaction among Filipino users. *International Journal of Software Engineering and Its Applications*. 9 (4), s. 181-194.
- Bulduklı, Y. (2010). Televizyonda yayınlanan sağlık programları ve izleyicileri üzerine ampirik bir çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Creswell, J. W. (2013). Nitel araştırma yöntemleri beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (3. Baskıdan Çeviri). (Çeviri Editörleri: M. Bütün & SB Demir) Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çakır, V. ve Bozkurt, Ö. (2014). Televizyon izleme alışkanlıkları, motivasyonları ve Trt 6: Hakkari örneği. *Global Meida Journal: Tr Edition*, 4 (8), s.61-81.
- Dilber, F. (2014). Kitle iletişim araçları ve suç olgusu. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16 (1), s.60-66
- Fiske, J., (1996). İletişim çalışmalarına giriş. Süleyman İrvan (çev.). Ankara: Ark Yayınları.
- Güngör, N. (2013). İletişim kuram ve yaklaşımlar. (2. Baskı). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Harhell, S. (2000). Uses and gratification of the internet by Blythe Suezann Harhell. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Birleşik Devletler: Teksas Teknik Üniversitesi
- Ishii, K. (2008). Uses and gratifications of online communities in Japan. *Observatorio*, 2(3), 25-37.
- Karakoç, E. ve Arklan, Ü. (2008). Eğitim düzeyinin medya kullanımına etkisi: gazete ve televizyon karşılaştırması. 9-13 Haziran 2008 Moskova kentinde 4th International Conference of the Russian Communication Association sunulan bildiri: Rusya: Moskova.
- Karasar, N. (2007). Bilimsel araştırma yöntemi. (1. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.
- Katz, E., Blumler, J.G. ve Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*. 37 (4), s.509-523

- Koçak, A. (2001). Televizyon izleyici davranışları televizyon izleyicilerinin tercihleri ve doyumları üzerine teorik ve uygulamalı bir çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Koçer, M. (2013). Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Motivasyonları: Kayseri Örneği. *Humanities Sciences*, 8(2), 207-225.
- Postman, N. (2014). Televizyon öldüren eğlence. (5. Baskı). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rubin, A. M. (2008). Uses and gratifications perspective on media effects. Kent State University.
- Önk, Ü.Y. (2009). Baudrillard perspektifinden bir kitle iletişim ve sanat aracı olarak simülasyon evreninde televizyon. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5 (4), s.201-218
- Özer, Ö. (2017). Kullanımlar ve doyumlar kuramı çerçevesinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. öğrencilerinin Twitter kullanımı üzerine bir analiz. *Intermedia International e-Journal*, 4(6), s.40-58.
- Taylan, H.H. (2011). Televizyonla yetişmek. (1. Baskı). Konya: Çizgi Kitapevi Yayınları.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, E. (2009). İletişim araştırmaları ve kuramları (3. Baskı). İstanbul: Beta Yayınları
- Tüfekçi, N. ve Asıgbulmuş, H. (2016). The factors that effective in the choice of hospital and patient satisfaction: The sample of Isparta. *Journal of Current Researches on Health Sector*, 6 (2), s.72-92.

Extended Abstract

Aim and Scope

The approach to use gratifications has been given an active role to the audience in the face of the media by bending over the question "What people do with the media". Based on this approach, viewers are able to saturate a number of their needs with programs they have actively selected. In this context, the research aims to reveal what needs of the Survivor competition, which has been seen by its audience from 2005 to present, from television screens to audience. On the other hand, one of the most important limitations of this study is the collection of data in a given time period. Another important limitation is that the investigation is carried out only through the audience in Turkey. On the other hand, the scope of the study is the uncovering motivations for users who follow the Survivor competition program in Turkey to follow the program.

Methods

This study found it appropriate to use a comparative scan model from the relational scan model. In the study, the sample method for Snowball sampling was used to determine the sample. The data was collected through the online survey from September 23-30, 2021, reaching 553 people. In the first part of the questionnaire where participants are asked about demographic questions, gender, age, monthly income, television viewing times, entertainment tools they use, they were asked questions like TV shows they were following. In the second part, questions were asked by the viewers of the Survivor competition program about what requirements they were being monitored to satisfy.

Findings

According to the findings obtained from the study, the majority of the participants are university graduates. On the other hand, when asked what they do most to have fun, most of the participants said they surf the Internet. TV 5 in the activities they do most for fun. It is in the order. On the other hand, when the participants were asked how long they watched TV with, most of them stated that they spent less than an hour in front of the TV. On the other hand, the majority of the participants have indicated that they have been monitoring the Survivor competition program on TV.

On the other hand, the findings from the survey show that Survivor was followed by the audiences of the competition program to satisfy the needs of Entertainment and relaxation, Escape and friendship, Habit and moral and support respectively. The most approved statement in the participants' motivation for fun and relaxation is "exciting while watching". The program has a competition format, which naturally has a significant role in stimulating the audience's emotions of excitement. The statement that participants most approve of in the motivation of escape and friendship is "helps me forget my daily problems". Individuals have the opportunity to escape from the problems of their daily lives through the program. On the other hand, the most approved statement from participants in the motivation of habit is "always standing and being watched". Individuals see the program as part of their daily routine and follow it in the form of habit. On the other hand, the statement that the participants most approve of in their moral and support motivation is "helps me find a common topic to talk to people". Individuals include the program in conversation with their friends in their daily lives. Another finding found in the study is that there is no significant difference in gender in the pursuit of the program's followers to satisfy the needs of Entertainment and relaxation, Escape and friendship, Habit, morale and support. So while the women and men involved in the study are watching the program, they tend to have similar tendencies in meeting their needs.

On the other hand, when reviewing whether the Infotainment and relaxation, Escape and Friendship, Habit, moral and support gratifications vary significantly according to their monthly income, there was no significant difference in the size of fun and relaxation and moral and support. On the other hand, it was found that the dimensions of Escape and friendship and Habit differ significantly from the participants' monthly income. According to this, when we look at which income groups differ significantly in relation to the size of the Escape and friendship, it is found that those with income from 2000 tl to 3999 tl follow more programs to satisfy the needs of Escape and friendship than those with income of 6000 tl. On the other hand, when assessing which income groups differ significantly between the size of the habit, it was found that those who had income between 2000 tl and 3999 tl had more income than those with income of over 6000 tl. Another income group that makes a significant difference in habit size is among those with income from 4000 tl to 5999 tl and income of over 6000 tl. It has been found that those who have income from 4000 tl to 5999 tl follow the program with more habit size. When an overall assessment is made, participants with low income levels may be more interested in following the competition program mentioned with the Escape and Friendship and Habit motivations. Another finding found in the study is that the program's followers have no significant age-to-age variation in the need for Entertainment and relaxation, Escape and friendship, Habit, morale and support.

Conclusion

It can be expressed as a result: Participants are watching the Survivor competition program with great interest, and through this program, they are able to satisfy the need for fun and relaxation that they lack in their daily life, and see it as an important tool to get away from the problems they face in their daily life, and sometimes follow it at the level of habit. in some cases, he can see it as a tool for finding common conversation topics with his friends. This study was carried out by viewers over the age of 18 who live in Turkey following the Survivor competition program. It is clear that the next research will produce richer results to compare the motivations of the different generations to which they follow the program.

Sanal Müze Turlarının Covid-19 Pandemi Sürecinde Eğitsel Amaçlı Kullanılması Üzerine Nitel Bir Araştırma

A Qualitative Research on The Educational Use of Virtual Museum Tours during The Covid-19 Pandemic

Mehmet Ada¹, Ercan İnce², Atınç Olcay³

Öz

2020 yılındaki Covid-19 salgını ile birlikte kamuya ait birçok alanda güvenlik tedbirleri doğrultusunda geçici olarak kapamaya gidilmiştir. Turizm hareketliliğinin devamında önemli bir unsur olan müzeler ise bu durumdan olumsuz etkilenmiştir. Mevcut duruma yanıt olarak müzeler sosyal, kültürel ve eğitsel işlevlerini yerine getirmeye devam edebilmek için ziyaretçilerle diyalog, içeriğin yayılması ve fiziksel olarak düzenlenemeyen etkinliklerin sunumu için internet ve sosyal ağlara yönelmiştir. Birçok müze dijital sergiler, sanal turlar, e-öğrenme materyalleri, internet konferanslarıyla farklı şekillerde ve farklı platformlarda ziyaretçileri ile bağlantı kurmaya çalışmıştır. Bilgi teknolojilerini kullanarak müzelere erişim sağlama sanal müze kavramı olarak tanımlanmaktadır. Teknolojinin gelişmesine bağlı olarak günümüzde birçok müze, ziyaretçilere fiziksel nesnelere ve ortamlarla birlikte artırılmış sanal gerçekliği sunmaya başlamıştır. Ancak, siteler içinde veya müze sergilerinin bir parçası olarak kurulan sistemlerin erişilebilirliği ile sınırlı kalmıştır. Bu çalışmada Gaziantep İli Şahinbey ilçesinde görev yapan ve eğitim faaliyetlerinde sanal müze kullanan öğretmenlerin sanal müze turlarının eğitsel amaçlı kullanılması konusundaki düşüncelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında 10 öğretmene ulaşılmış ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış form iki bölüm ve on bir sorudan oluşmaktadır. Form alanında uzman kişiler tarafından oluşturulmuştur. Yapılan incelemeler doğrultusunda; sanal müzelerin eğitimdeki öneminin giderek arttığı, sanal müze turlarının eğitim-öğretim süreçlerine daha fazla dâhil olmasının öğrenme süreçlerine olumlu yansımalarının olacağı ve öğretmenlerin genel olarak sanal müzeleri birer eğitim materyali olarak kabul ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Sanal Müze, Covid-19, Eğitsel Aktiviteler, Artırılmış Gerçeklik

Abstract

With the Covid-19 outbreak in 2020, many public areas were temporarily closed in line with security measures. Museums, which are an important factor in the continuation of tourism mobility, have been adversely affected by this situation. In response to the current situation, museums have turned to the internet and social networks for dialogue with visitors, dissemination of content and presentation of events that cannot be physically organized, in order to continue to fulfill their social, cultural and educational functions. Many museums have tried to connect with their visitors in different ways and on different platforms through digital exhibitions, virtual tours, e-learning materials, internet conferences. Providing access to museums using information technologies is defined as the concept of virtual museums. Due to the development of technology, many museums have started to offer augmented virtual reality together with physical objects and environments to visitors. However, it has been limited by the accessibility of systems installed within sites or as part of museum exhibits. In this study, it is aimed to determine the experiences and perspectives of teachers who use virtual museums in educational activities on the use of virtual museum tours for educational purposes. Within the scope of the research, 10 teachers were reached and a semi-structured interview form was used. The semi-structured form consists of two parts and eleven questions. The form was created by experts in the field. In line with the investigations; It has been concluded that the importance of virtual museums in education is increasing gradually, that the inclusion of virtual museum tours in the education-teaching processes will have positive reflections on the learning processes, and that teachers generally accept virtual museums as educational materials.

Keywords: Tourism, virtual museum, Covid-19, Educational Activities, Augmented Reality

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: I20, M40, Z31

Submitted: 12 / 04 / 2022

Accepted: 27 / 09 / 2022

¹ Uzman, Akşemseddin Anadolu Lisesi, solyongoz@hotmail.com, Gaziantep / Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5004-674X>

² Dr. Öğr., Üyesi, Ercan İnce. İğdır Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, ercan.ince@igdir.edu.tr, İğdır, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4821-8140>

³ Doç.Dr., Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik MYO, olcay@gantep.edu.tr, Gaziantep, Türkiye, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0407-5467>

Giriş

Çin'in Wuhan şehrinde ortaya çıkmasının ardından kısa sürede dünya geneline yayılan Covid- 19 virüsünün neden olduğu solunum yolu hastalığı, 2020 Mart ayı itibariyle tüm dünyada ölümlere yol açan pandemi haline dönüşmüştür (Fırat ve Sezgin, 2020). 2019 yılında ortaya çıkan Covid 19 dünyada ve Türkiye'de hızla yayılarak pek çok sektörü derinden etkilemiştir. Dünya genelinde alınan seyahat kısıtlamaları ve önlemler nedeniyle turizm ve eğitim alanları pandemi sürecinde en fazla etkilenen sektörlerden olmuştur. Bu olumsuz etkileri en aza indirmek ve insanların pandemi süresince merak edip de gidemedikleri müze ve ören yerleri gibi turistik değer taşıyan mekânları görmeleri, teknoloji sayesinde daha mümkün hale gelmiştir. Artırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik veya internet yardımıyla ziyaret edip farklı deneyimler yaşamalarını sağlamak amacıyla kullanılan sanal müzeler bu süreçte ön plana çıkmıştır. Bununla birlikte, her geçen gün bilgisayarla simülasyon, çoklu-medya ve bilgi işlem teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte günlük hayatımıza yerleşen "sanal gerçeklik" kavramının sanal müzelerin temelini oluşturduğu söylenebilir. Sanal gerçeklik kavramı ilk defa 1980'lerde kullanılmış ve örnekleri 1992 yılında sanal gerçeklik tabanlı sistemsel gelişim araçları olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise daha çok eğlence, eğitim, görsel-işitsel sanatlar, askeri eğitim ve havacılık eğitimleri başta olmak üzere hayatımızın merkezine yerleşmekte olduğu söylenebilir.

Tüm bu gelişmelere bağlı olarak sanal müzelerin, okulların eğitim faaliyetlerinde pedagojik amaçlar doğrultusunda etkili bir şekilde kullanılması önemli hale gelmiştir. Sanal müzelerin eğitim faaliyetlerinde kullanılmasında öğretmenlerin sanal müzeler hakkında bilinçli, faydacı ve olumlu tutumlara sahip olması önem arz etmektedir. Çünkü sanal müzelerin ve sanal müze turlarının birinci elden kaynak temini, derslere görsel zenginlik katma, öğrencilerin dikkatini çekme ve akılda kalıcılığı arttırmada eğitimsel değer taşıdıkları düşünülmektedir. Bu araştırmanın problemini, Covid-19 pandemisi sürecinde Gaziantep İli Şahinbey ilçesinde görev yapan çeşitli branşlardan öğretmenlerin eğitim faaliyetlerinde sanal müzeler hakkındaki görüşlerinin neler olduğunun ortaya konulması oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırmada nitel yöntem kullanılmış olup alanında uzman öğretmenlere yarı yapılandırılmış mülakat formu uygulanmıştır.

1. Kavramsal Çerçeve

Tarihte ilk müze örneklerine Mısır ve Mezopotamya medeniyetlerinde rastlanılmaktadır. Bu medeniyetlerde, savaşlardan galip çıkan liderlerin değerli eşyaların müzelerde sergilenmesi geleneğinin ilk olarak antik yunan medeniyetinde başladığı bilinilmektedir. Helenistik dönemde müzelerin, sosyal faaliyet veya felsefi konuşmaların gerçekleşmesi amacıyla kullanıldığı görülmektedir (Maryse, 2015). Sanal müze kavramı 18. Yüzyılda ortaya çıkmış ve yaygınlaşmış bir kavram olmakla birlikte "Uluslararası Müze Konseyi'nin temellerinin atılmasına da katkı sağlamıştır (Maryse, 2015). Schweibenz (2004) sanal müzeleri medya araçlarıyla toplanmış ve mantıklı bir sıralama ile derlenmiş dijital nesnelere tanımlarken, sanal müzelerin herhangi bir mekân ile sınırlı olmadığı için sunulan görsellerin tüm dünyaya hızlıca yayılabildiği vurgusunu yapmaktadır. Bunun yanı sıra "sanal müze ortamları, ziyaretçilerin sanal görüntüleri o antik olarak algılamasına ve koleksiyonlar hakkında keyifli bir şekilde bilgi edinmesine olanak tanımaktadır" (Sürme ve Atılğan, 2020). Ancak bazı araştırmacılar bir müzenin sanal müze sayılması için bazı özellikleri taşıması gerektiğini belirtmektedirler. Müzenin bütün unsurlarının internet ortamında yer alması, ziyaret edenler için özel bağlantılara yer verilmesi ve ziyaret eden eğitimci ve öğrenciler için hizmet sayfalarının bulunması bu özelliklerden bazılarıdır (Tepecik, 2007). Bu açıdan sanal müzelerin alan yazında internet sitesi veya sanal gezi gibi kavramlardan farklı bir anlam ve değer taşıdığı görülmektedir. Günümüzde sanal müze turlarının eğitimde pedagojik amaçlar doğrultusunda kullanılması sanal gerçeklik ve teknolojinin hızla önem kazandığı günümüz dünyasında kritik öneme sahiptir. Birçok sanal müze uygulaması eğitim amaçlı kullanılmaktadır (Utkan, 2019). Sanal müze turları ziyaretçilere aşağıda belirtilen şu faydaları sağlamaktadır (Travkina,2019);

- Yeni teknolojilerin yaygınlaşmasına katkıda bulunma
- Yaratıcılığın desteklenmesinin yanı sıra yeni ürün ve hizmetlerin oluşturulmasını sağlama
- Uluslararası markalaşmayı destekleme ve bölgesel cazibeyi artırma
- Ekonomik çeşitlendirme, yeni iş imkânları ve kültürel gelişim sayesinde yeni gelir kaynakları sağlama
- Daha iyi bir hayat kalitesi sağlama
- Daha yüksek bir sosyal sermaye sağlama
- Becerilerin yükseltilerek bilgi gelişimi sağlama
- Açık kültürlü ve kültürel farkındalığı sağlanmış toplum sayısını artırma
- Yaratıcılığın yayılması

- Eğitim sürecinde bir ortak rolü üstlenme

Genel olarak, "sanal müzelerin hem tarih dersi hem de sosyal bilgiler dersi tarih konularının işlenişinde önemli bir yeri olan kanıt kullanımı ile değişim ve süreklilik kavramlarının öğretiminde büyük kolaylıklar sağlayan bir uygulama olduğu düşünülmektedir" (Ustaoglu, 2012)

1.1. Literatür Taraması

Literatürde yapılan sanal müze ile ilgili çalışmaların genellikle eğitimsel olarak tutum ve algıların ölçülmesi ekseninde yapıldığı görülmektedir. Yapılan çalışmaların incelenmesi ile mevcut çalışmanın diğer çalışmalardan farklı yönlerinin bilimsel olarak ortaya konulması amaçlanmaktadır. Konu ile ilgili benzer çalışmalar aşağıda sıralanmıştır.

Yıldırım ve Tahiroğlu (2012), sosyal bilgiler dersinde sanal müzelerin öğrenci tutumlarını ne ölçüde etkilediğini ortaya koymak amacı ile yapmış olduğu çalışmada 32 öğrenciye anket uygulamıştır. Anket ile öğrencilerin öntest-sontest durumları karşılaştırılmış ve sanal müzeleri ziyaret eden öğrencilerin derse olan tutumlarının daha olumlu olduğu sonucuna varılmıştır.

Şahin (2019), sosyal bilgiler dersi öğretiminde sanal müze kullanımına ilişkin öğrenci tutumlarını ortaya koymak amacı ile yapmış olduğu çalışmada 222 ortaokul öğrencisine D'Alba (2012) tarafından geliştirilen "sanal müze sanal tur memnuniyet" anketini uygulamıştır. Araştırma sonucuna göre sanal müzelerden faydalanan öğrencilerin sosyal bilgiler dersine olum tutum geliştirdiğini ortaya konmuştur.

Schaller ve Allison-Bunnell (2003), sanal müzelerin eğitimdeki yerini ortaya koymak amacı ile yapmış oldukları çalışmada internet sitelerinin içerik analizlerini yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre eğitimde müzelerden faydalanmanın aslında yapılandırıcı eğitim anlayış ile bağdaştığını ve bu durumun sanal müzelerin önemini artırdığını vurgulamışlardır.

Paguin (2015) Kanada Sanal Müzesi'nin öğretici unsurlarının neler olduğu ve öğretmenler tarafından neden yeterli düzeyde eğitimde kullanılmadığı konusunda bir araştırma gerçekleştirmiş ve araştırmada öğretmenlerin teknoloji kullanımının öğrencilerin öğrenme şekillerine olumlu yansımalarının olduğunu kabul etmelerine rağmen Kanada Sanal Müzesi'ni yeterli düzeyde kullanmadıkları sonucuna varmıştır.

Maryse ve Marion (2007), Kanada'da 125 öğretmen ile sanal müzelerin eğitimdeki kullanımı hakkında yaptıkları araştırmada ilkökul ve lise öğrencilerinin tarih ve sosyal bilgiler derslerine olumlu tutum oluşturmalarına yardımcı olduğu sonucuna varmışlardır. Ayrıca aynı araştırmanın sonuçlarına göre ülke genelinde sanal müzelerin sağladıkları öğrenme kaynakları ve öğrenme ortamlarının çeşitli eğitim programlarındaki öğrenci kazanımlarını destekler nitelikte olduğu vurgulanmıştır.

Ulusoy (2010), benzer konuda yaptığı çalışmada öğrencilerin tarih derslerinde sanal müzelerin kullanılmasının öğrenme sürecini olumlu etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Ulusoy (2010) tarafından Açık Öğretim Fakültesi öğrencileriyle yapılan çalışmada; sanal müze uygulamasının öğrencilerin tarih dersine yönelik tutumlarını olumlu etkilediği görülmüştür.

Kaya ve Okumuş (2018) tarafından sanal müzelerin tarih derslerindeki kullanımı konusundaki öğrenci görüşlerinin araştırıldığı bir çalışmada, öğrencilere daha önce bir sanal müze deneyimi yaşayıp yaşamadıkları sorulmuş ve öğrencilerin yüzde 85'i daha önce herhangi bir sanal müze deneyimi yaşamadıklarını belirtmişlerdir. Bu durumun öğrencilerin sanal müzelerden eğitim amaçlı olarak yeterince yararlanmadıklarının veya derslerde sanal müzelere yeterince yer verilmediğinin bir göstergesi olduğu söylenebilir.

Alan yazında sanal müzenin çoğunlukla sosyal bilgiler ve tarih derslerindeki etkileri üzerine çalışmalara rastlanmaktadır. Hâlbuki özellikle korona virüs pandemisi süreci ve hızla gelişen eğitim teknolojileri dünyası göz önüne alındığında sanal müzelerin olumlu etkileri tüm branşlardaki eğitimsel faaliyetlerde gözlenebilir.

2. Yöntem

Bu bölümde araştırma yöntemi, çalışma grubu, veri toplama tekniği ve aracı, veri toplama aracının hazırlanması ve toplanan verilerin analiz edilmesine ilişkin açıklayıcı bilgiler yer almaktadır.

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik araştırma deseni kullanılmıştır. Nitel araştırma, birden fazla disiplin dalının aynı ve farklı konu alanlarının kesişim yerinde bulunur (Cresswell,1998). Bu yaklaşımda araştırmaya konu olan kişilerin, olayların ve durumların doğal durumlarında olması gerekmektedir. Böylece araştırmacı karmaşık ve bütüncül bir portre oluşturabilir (Cresswell,1998). Fenomenoloji Kişinin deneyimine dayalı olarak dış dünyada ki olguları yorumlaya çalışır. Fenomenolojik araştırma ise bireyin yaşamış olduğu deneyimlerde ortaya konulan toplumsal olguları yorumlamaya çalışan güçlü bir nitel araştırma desenidir (Cresswell, 2018).

2.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma kapsamında ilin önde gelen 3 pilot okulu seçilmiş, 87 öğretmen arasından 10 öğretmene ulaşılmıştır. Gaziantep ilinde okullarda çalışan 2020-2021 eğitim-öğretim yılında uzaktan eğitim sürecinde sanal müze olgusunu deneyimlemiş, çalıştıkları kurumlarda pedagojik amaçlar doğrultusunda sanal müzelere derslerinde yer veren toplam 10 öğretmen araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Fenomenolojik araştırmalarda genellikle ölçüt ve kartopu örnekleme tekniği kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Fenomenolojik araştırmalarda belirli ve sınırlı bir sayıda katılımcı sayısı olmasa da ağırlıklı olarak 1 ile 10 kişi arasında değişen katılımcılardan oluşur (Starks ve Brown Trinidad, 2008). Bu bilgiler ışığında örneklemin evreni temsil ettiği söylenebilir.

2.3. Verilerin Toplanması ve Geçerlilik

Bu çalışmada veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmeler sahip olduğu standartlığı ve esnekliğinden dolayı araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. Bunun nedeni ise anketlerde ki sınırlılığı ortadan kaldırması ve belirli bir konu hakkında derinlemesine bilgi edinmeye olanak sağlamasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış formu eğitim teknolojileri alanında uzman bir öğretim görevlisi ile yapılan ön görüşme ve alan yazın taraması ışığında araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Oluşturulan 25 adet soru alanında uzman 1 profesör, 2 öğretim görevlisi, 2 psikolog tarafından değerlendirilmiş, hatalı ve yanlış bulunan 14 soru görüşme formundan çıkartılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu, demografik bilgiler ve on bir adet açık uçlu soru olmak üzere iki bölümden oluşmaktadır. Veri toplama aracı uygulanmadan önce Turizm İşletmeciliği alanından bir öğretim üyesi tarafından incelenmiş, Gaziantep ilinde görev yapan bir İngilizce öğretmeni ile ön uygulaması yapılarak veri toplama aracına son şekli verilmiştir. Araştırmada iç geçerliğin sağlanabilmesi adına katılımcılarla yapılan görüşme süreleri uzun tutulmuştur. Araştırma kapsamında elde edilen veriler ile bulguların tutarlılığı gözden geçirilmiş, kavramsal çerçeve ile uyumluluğuna dikkat edilmiştir. Araştırmacı görüşmenin her safhasında gerektiğinde katılımcıya ek sorular sormuş ve gerekli açıklamalar yapılmasını istemiştir. Yine Araştırmanın geçerliliği kapsamında alanında uzman iki öğretim üyesi yarı yapılandırılmış görüşme formunu birbirinden habersiz ayrı ayrı analiz etmiş, bulguların birbirleri ile uyduğu tespit edilmiştir.

3. Bulgular

Bu bölümde Covid-19 pandemisi döneminde sanal müze turlarından eğitsel amaçlı faydalanan öğretmenlerin görüşlerinin incelenmesi amacıyla oluşturulmuş yarı yapılandırılmış görüşme formundaki veriler analiz edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS-23 programında frekans tabloları detaylı olarak sunulmuştur.

3.1. Görüşme Formundaki Sorulara Verilen Cevaplar

Bu bölümde katılımcı öğretmenlerin veri toplama aracında ikinci bölümde yer alan Covid-19 pandemisi sürecinde sanal müze turlarını eğitimsel amaçlarla kullanmaları konusundaki deneyimlerin ve bakış açıların belirlenmesi amacıyla oluşturulmuş sorulara verilen cevaplar yer almaktadır.

“Sanal müzeleri dersinizde kullandınız mı ?” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde; Araştırmaya gönüllü olarak katılan öğretmenlerin tamamının bu soruya “Evet” yanıtı verdikleri gözlenmiştir. Bu sorunun sorulmasındaki temel amaç içsel geçerliğin artırılmasının sağlanmasıdır. Aynı zamanda bu durumun araştırmanın alt amaçlarından biri olan sanal müzelerin pedagojik amaçlar doğrultusunda öğretmenler tarafından kullanılması konusunda farkındalık oluşturulmasına da olumlu yönde etki ettiği düşünülmektedir.

“Sanal müzeyi tek cümle ile tanımlayınız” sorusuna verilen cevaplar incelendiğinde; öğretmenlerin sanal müze tanımlarını yaparken çoğunlukla “teknoloji”, “dijital”, “fırsat”, “imkân” , “görsellik” kelimelerini kullanarak bu soruya yanıt verdikleri görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan öğretmenlerin çoğunluğunun bu soruyu cevaplarırken sanal müzelerin derslerde görselliği zenginleştiren teknolojik ve dijital boyutuna vurgu yaptıkları gözlenmiştir. Öte yandan, diğer yüzde yirmilik dilimdeki öğretmenleri sanal müzeleri derslerinde geçmişe yolculuk yapabilecekleri bir araç ve aynı zamanda pandemi döneminde öğrencilerin gezip göremedikleri müzeleri sanal ortamda deneyimleyebilme fırsatı olarak tanımladıkları gözlenmiştir. Ayrıca bazı katılımcı öğretmenler sanal müze tanımlarını yaparken bu bölüme sanal müzeler hakkındaki eleştirileri ve yorumlarını da eklemişlerdir. Örneğin öğretmen 1 sanal müzeler tanımını şu şekilde yapmıştır. *“Teknolojinin hayatımıza sağladığı kolaylıkları biri, evlerde olup müze kültüründen uzak kalmamak adına güzel bir uygulama, yine de dokunmanın, birinci elden bilgi edinmenin yerini tutamıyor.”*

“Pandemi döneminde derslerinizde sanal müzeleri ne sıklıkla kullandınız” sorusuna verilen cevaplar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

| Tablo 2. Sanal Müze Kullanma Sıklığı | f |
|--|---|
| Çok az sıklıkla | 3 |
| Az sıklıkla | 4 |
| Bazen | 1 |
| Konuların uygunluğuna göre orta derecede | 1 |
| Sık sık | 1 |

Tablo 2'e göre katılımcı öğretmenlerin çoğunluğunun pandemi döneminde derslerinde sanal müzelere çok az sıklıkla ve az sıklıkla yer verdikleri görülmektedir. Bu soruya sadece 1 öğretmenin "sık sık" cevabını vermiştir.

"Pandemi döneminde hangi sanal müzeyi /müzeleri derslerinizde kullandınız" sorusuna verilen katılımcı cevapları Tablo 3'te sunulmuştur.

| Tablo 3. Kullanılan Sanal Müze | f |
|---|---|
| Gaziantep Zeugma Müzesi | 7 |
| Atatürk ve Kurtuluş Savaşı Müzesi | 7 |
| Ankara Cumhuriyet Müzesi | 4 |
| İzmir Atatürk Müzesi | 4 |
| İbrahim Tatlıses Sanal Müzesi | 1 |
| Klasik Müzik Enstrümanları Sanal Müzesi | 1 |
| Adana Arkeoloji Müzesi | 1 |
| Edebiyat Müzesi | 1 |
| İstanbul Oyuncak Müzesi | 1 |
| Arkeoloji Müzesi | 1 |
| Pera Müzesi | 1 |
| Artsteps | 1 |
| Nilüfer Belediyesi Edebiyat Müzesi | 1 |

Tablo 3'e göre katılımcılar derslerinde birden fazla sanal müze kullanmışlardır. Buna göre en fazla kullanılan müzelerin Gaziantep Zeugma müzesi ile Atatürk ve kurtuluş savaşı müzelerinin olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra bu soruya katılımcıların toplamda 12 farklı sanal müze ismi vererek cevap vermeleri, sanal müzeyi eğitsel amaçlı kullanan öğretmenlerin bu konuda yeterli bilgiye sahip olduklarını göstermektedir.

"Sanal müze gezilerini müfredatla nasıl ilişkilendirdiniz?" sorusuna verilen katılımcı cevapları Tablo 4'te sunulmuştur.

| Tablo 4. Müfredatla İlişkisi | f |
|--|---|
| Belirli gün ve haftalar ile | 7 |
| Kültür ile ilgili konular ile | 6 |
| Görselliği desteklemek amacı ile | 4 |
| 11.sınıf ünitesindeki oyuncak müzesi metni ile | 1 |
| Şiir ve roman ünitesi ile | 1 |
| Etwinning projesi ile | 1 |

Tablo 4'e göre katılımcılar bu soruya birden fazla cevap vermişlerdir. Verilen cevaplara bakıldığında katılımcıların derslerde sanal müzeleri müfredatla ilişkilendirirken en fazla belirli gün haftalardan yola çıktıkları görülmektedir. Bunu toplamda 6 frekans ile hemen hemen her ders branşında yer alan kültür ile ilgili üniteler takip etmektedir. Ayrıca sanal müzelerin görselliği destekleyici özelliği de katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Katılımcı öğretmen 9, sanal müzelerin görselliği destekleyici yönünden söz ederken şu ifadeleri kullanmıştır:

"Görsellik yani öğrencilerin mümkün olduğunca 5 duyu organına hitap ederek derslerin işlenmesi, öğrenme-öğretmen sürecini büyük ölçüde kolaylaştırıyor ve daha etkili hale getiriyor. Sanal müzeler görsellik açısından oldukça etkili oluyor."

"Sanal müzeleri dersinizin hangi bölümünde kullanmayı tercih ettiniz" sorusuna verilen katılımcı cevapları Tablo 5'de sunulmuştur.

Tablo 5. Sanal Müzeyi Kullanma Durumu

f

| | |
|--|---|
| Dersin ortasında pekiştirme amaçlı | 5 |
| Dersin sonunda öğrenme çıktısı olarak | 4 |
| Dersin giriş kısmında dikkat çekme amaçlı | 4 |
| Dersin derinleştirme bölümünde araştırma ve sunum yapma amacıyla | 2 |
| Dersin sonunda ödevlendirme amaçlı | 2 |
| Dersin ortasında soru-cevap etkinliği yapmak amacıyla | 2 |

Tablo 5'e göre katılımcılar bu soruya birden fazla cevap vermişlerdir. Katılımcıların çoğunluğu sanal müzeyi, ders planı türüne göre derslerinin ortasında pekiştirme amaçlı kullandıkları görülmektedir. Ders sonunda öğrenme çıktısı olarak kullandıklarını ifade eden katılımcıların sayısı 4'tür. Bir öğretmen dersin sonunda öğrenme çıktısı yerine dersin sonunda "soyut çıktı" olarak kullandığını ifade etmiştir. Bu cevap da frekans tablosu oluştururken "dersin sonunda öğrenme çıktısı olarak" cevapları arasına eklenmiştir.

Sanal müze gezilerinin yapılmasının ders kazanımlarınıza doğrudan katkısı olduğunu düşünüyor musunuz? Kısaca nedenini belirtiniz " sorusuna verilen katılımcı cevapları Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Sanal Müzenin Ders Kazanımlarına Katkısı

f

| | |
|--|---|
| Kesinlikle evet çünkü görsel zenginlik katması faydalı. | 5 |
| Evet, düşünüyorum çünkü kültürel birikimin desteklenmesini sağlıyor. | 3 |
| Evet, çünkü kültür üzerinden yabancı dil pratiğine imkân veriyor. | 1 |
| Evet, çünkü müze kültürü oluşmasına katkı sağlıyor. | 1 |

Tablo 6'a göre katılımcıların büyük bir çoğunluğunun sanal müzelerin görsel zenginlik taşımaya vurgu yaparken, geri kalanların ise kültürel birikimin desteklenmesinde sanal müzelerin etkili bir öğrenme-öğretme aracı olduğunu ifade ettikleri görülmektedir.

"Sanal müze gezilerinin dersinize olumlu etkileri sizce nelerdir?" sorusuna verilen katılımcı cevapları Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. Sanal Müzenin Derse Katkısı

f

| | |
|---|---|
| Her an erişilebilirlik imkânı sayesinde öğrenmeyi destekler | 5 |
| Araştırma ve görsellik açısından faydalı | 4 |
| Müze bilinci oluşturmak için faydalı | 3 |
| Birinci elden belge ve fotoğraflara ulaşma imkânı sağlar | 3 |
| Eğitici ve etkileyici | 3 |
| Öğrencinin bizzat deneyimlemesi sayesinde akılda kalıcılığı artırır | 2 |
| Somut nesnelere aracılığıyla öğrenmeyi kolaylaştırır | 2 |

Tablo 7'e göre katılımcıların bu soruya birden fazla cevap niteliği taşıyan ifadeler kullandıkları görülmüştür. Katılımcı cevaplarında istenildiğinde her an evden erişilebilirlik özelliğinin öğrenme üzerinde olumlu etkisinin ifade edilmiş olması göze çarpmaktadır. Aynı zamanda araştırma ve görsellik açısından faydalı cevabının da katılımcılar tarafından çok şekilde söylendiğinde görülmektedir.

"Sanal müze gezilerinin dersinize olumsuz etkileri sizce nelerdir?" sorusuna verilen katılımcı cevapları Tablo 8'de sunulmuştur

Tablo 8. Sanal Müzenin Olumsuz Etkileri

f

| | |
|---|---|
| Olumsuz etkileri olduğunu düşünmüyorum | 6 |
| Gerçek bir müzenin ziyaretinin tadını veremeyebilir | 2 |
| Öğretmenin dersten önce daha dikkatli ön hazırlık yapması gerekebilir | 1 |

Tablo 8'e göre katılımcıların çoğunluğunun sanal müzelerin olumsuz etkilerinin olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca bazı katılımcıların bu soruya gerçek bir müzenin tadını vermeyebilir şeklinde cevap verdikleri görülmektedir.

Pandemi dönemi sonlandığında sanal müzeleri derslerinizde kullanmaya devam edecek misiniz?" sorusuna katılımcıların çoğunluğunun evet neden olmasının şeklinde cevap verdikleri görülmektedir. Aynı zamanda bazı katılımcıların, *"Evet, neden olmasın?"*, *"Evet, gayet faydalı bulduğum için kullanmamak için bir neden görmüyorum"* Evet, öğrencilerimin ilgisini çektiği için kullanmaya devam edeceğim" şeklinde yorumlar katarak cevaplarını verdikleri görülmüştür.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırma Gaziantep ilinde çalışan öğretmenlerin Covid-19 pandemisi sürecinde sanal müze turlarının eğitsel amaçlı kullanılması konusundaki deneyimlerinin ve bakış açılarının belirlenmesi amacıyla nitel araştırma yöntemleri izlenerek yapılmıştır. Katılımcı 10 öğretmen tarafından görüşme sırasında verilen cevaplar araştırmanın bulguları olarak araştırmacı tarafından titizlikle incelenmiştir.

Öncelikle araştırmanın güvenilirliğini artırması amacıyla öğretmenlere pandemi döneminde sanal müzelerden derslerinde faydalanıp faydalanmadıkları sorulmuş ve tüm katılımcıların sanal müzelerden Covid-19 sürecinde faydalandıkları cevabı alınmıştır. Araştırma soruları ile katılımcıların sanal müzeleri nasıl tanımladıkları incelenip aynı zamanda sanal müzeler hakkındaki ön bilgileri değerlendirilmiştir. Katılımcıların genel olarak sanal müzelerin tanımını yaparken fazla zorlanmadıkları ve "teknoloji", "fırsat", "dijital" gibi ortak kelime tercihlerinde bulunarak alan yazında yer alan diğer tanımlara yakın tanımlar yaptıkları gözlenmiştir. Bu durum sanal müze deneyimi yaşayan öğretmenlerin eğitim alanında yaşanan teknolojik gelişmeleri yakından takip ettiklerini ve bunun eğitime yansımalarını da fırsat olarak gördüklerini belirtmektedir. Ayrıca bu tanımlarla öğretmenlerin teknolojik değişime uyum sağlayıp, direnç göstermedikleri sonucu çıkarılabilir. Sanal müzelerin en önemli özelliklerinden biride, her istendiğinde ziyaret edilme imkânı bulunmayan veya ziyaret etmesi oldukça masraflı ve güç olan müzelerin internet ağları sayesinde zengin görsel içerikler ile desteklenmiş şekilde ziyaret etmeyi her an mümkün kılabilmesidir. Bu özelliğin katılımcılar tarafından belirtilmiş olması, sanal müzeleri derslerinde genel olarak amacına uygun şekilde kullandıklarının göstergesi olarak düşünülebilir.

Araştırma bulgularında katılımcıların sanal müzeleri derslerinde az veya çok sıklıkla kullandıkları görülmüş ve bu durumun Paguin'ın (2015) yaptığı çalışmada öğretmenlerin sanal müzeleri ve teknoloji kullanımını faydalı bulmalarına rağmen derslerinde pedagojik amaçlar doğrultusunda istenen düzeyde sanal müzeyi kullanmadıklarını sonucu ile örtüşmediği görülmüştür. Bu durumun farklı çıkmasında ki en önemli neden Covid-19 salgını ile birlikte sanal müzelere olan ilginin artması ve öğretmenlerin sanal müzeyi ders argümanı olarak görmesinden kaynaklanmasındandır. Sanal müzelerin başta sosyal bilimler dersleri olmak üzere eğitim kurumlarının tüm kademe ve branşlarında özellikle kültür ile ilgili konu ve üniteler ile ilişkilendirilerek kullanılması faydalı olduğu söylenebilir.

Araştırma bulgularına göre katılımcıların en fazla Gaziantep Zeugma Sanal Müzesini ziyaret ettikleri bunu, Atatürk ve Cumhuriyet ile ilgili içeriklere sahip diğer müzelerin takip ettiği görülmüştür. Bu durumun öğretmenlerin sanal müzeleri Gaziantep'in Kurtuluşu, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı veya 10 Kasım Atatürk'ü Anma Günü gibi belirli ve gün haftalarda daha fazla ziyaret ettiklerinden kaynaklandığı düşünülebilir. Bu açıdan bu sonucun Yavuzoğlu (1999)' nun çalışmasında ortaya koyduğu sanal müze kullanımlarının okullarda Müze Haftası ile sınırlı kaldığı sonucu ile benzeştiği düşünülmektedir. Öte yandan araştırmaya katılan öğretmenlerin müzik, edebiyat ve yabancı dil gibi alanlara da hitap eden sanal müze turlarından faydalanmış olduklarını belirtmeleri de öğretmenlerin kendi alanlarıyla ilgili olan sanal müzeleri keşfedip bunlardan faydalandıklarını ortaya koymaktadır. Araştırma bulgularından bir katılımcının sanal müzeleri ders içeriğiyle ilişkilendirirken bunu katılmış olduğu bir Etwinning Projesi üzerinden gerçekleştirmiş olması, sanal müze turlarının yalnızca ders esnasında değil ders dışında öğrenci ödevlendirilmelerinde, proje ve performans değerlendirmelerinde hatta portfolyo / ürün dosyası değerlendirilmelerinde de kullanımının sağlanabileceği tezini destekler niteliktedir. Bilindiği üzere proje ve performans değerlendirilmeleri ile portfolyo/ürün dosyası değerlendirmeleri öğrencilerin kendi öğrenme ve kendi eğitimsel gelişimlerinden sorumlu oldukları ve bu sorumluluğu gerçek anlamda üstlenerek aynı zamanda kendilerinin de bu gelişimsel süreci izleyebildikleri çağdaş ve yenilikçi değerlendirme türlerindedir. Eğitimde işitsel ve görsel faktörlerin bir arada verilmesinin öğrenmeyi artırıcı olarak görülmesi ve sanal müzelerde görselliğin ön planda tutulması, öğrencilerin zihin dünyasını geliştirerek yaratıcı kişilik kazanması açısından önem arz etmektedir. Bu sonucun Schaller ve Allison-Bunnell'in (2003), sanal müzelerin yapılandırmacı eğitim anlayışı ile bağdaştığı ve bu bakımdan sanal müzelerin eğitimdeki öneminin giderek arttığı sonucuna vardığı çalışmalarının sonucuyla örtüştüğü görülmektedir.

Araştırma bulguları ilgili olarak katılımcıların sanal müzeleri görsel zenginlik açısından değerli bulmaları Kaya ve Okumuş (2018) tarafından yapılan öğrencilerin de sanal müzeleri tercih etmelerinde sanal müzelerin görsel açıdan zengin olması faktörünün önemli rol oynadığı sonucunu ortaya koydukları araştırmalarıyla örtüştüğü görülmektedir. Bilindiği üzere bireylerin öğrenmesinin gerçekleşmesi ile öğrenilecek konunun görsel algımıza ve mümkün olduğu kadar beş duyumuza hitap etmesi arasında doğru bir orantı söz konusudur. Bu bakımdan son yıllarda gelişen teknoloji ve hayatımıza giren sanal gerçeklik kavramı ile birlikte sanal müze turlarının eğitim-öğretim süreçlerine daha fazla dâhil olmasının öğrenme süreçlerine olumlu yansımalarının olacağı düşünülmektedir.

Araştırma bulguları içerisinde katılımcıların sanal müzelerin “her an erişim sağlayabilme kolaylığına” vurgu yaptıkları görülmektedir. Bu durumun Aladağ vd. (2014) yaptıkları benzer konulu çalışmalarındaki öğretmen görüşleri ile uyduğu görülmektedir. Öğretmenler için bir eğitim materyalinin ekonomikliği ve kullanılabilirliği de önemli bir kriter olarak bilinmektedir. Bu bakımdan sanal müze turlarının internet imkânı olan her ortamda kolayca erişilebilme özelliğinin öğretmen ve öğrencileri tarafından olumlu bir özellik olarak görüldüğü söylenebilir. Ayrıca yerel yönetimlerin internete ulaşma ve internet hızı gibi konularında eğitim alanına öncelik vermesi, internete ulaşımında zorluk çeken bölgelere ise ücretsiz internet hizmeti sunması öğrenmenin sürdürülebilir hale getirilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Katılımcıların büyük bir kısmı sanal müzelerdeki sanal turları esnasında herhangi bir sorun yaşamadıklarını ancak bazı olumsuz birtakım deneyimler yaşadıkları gözlenmiştir. Bu olumsuz deneyimlerin başında yaşanan teknik problemler ve bazı sanal müze turlarının kullanımın zor olması gelmektedir. Belirtilen bu olumsuz görüşlerin üzerine gidilerek gerekli düzenlemelerin yapılması sanal müze turlarının eğitim-öğretim süreçlerine dahil olması sürecini hızlandıracağı düşünülmektedir. Ayrıca görüşme formunun son sorusunda çalışmaya katılan katılımcıların tamamının pandemi dönemi sonrasında da sanal müzelerin sanal turlarından derslerinde faydalanacağını belirtmiş olması öğretmenlerin genel olarak sanal müzeleri ve sanal turları birer eğitim materyali olarak kabul ettiklerinin bir göstergesi olduğu düşünülmektedir.

Öneriler

Araştırmanın sonuçlarına yönelik olarak öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Kültür ve Turizm Bakanlığınca desteklenen sanalmuze.gov.tr internet adresindeki sanal müzeler farklı ders alanları da temel alınarak çeşitlendirilmeli ve geliştirilmeli bu sayede eğitime daha fazla hizmet eder hale getirilmeli,
- Milli Eğitim Bakanlığı tarafından öğretmenlere sanal müze turlarının faydaları ve kullanılabilirliği hakkında mahalli ve merkezi hizmet içi seminerler verilmeli,
- Sanal müze turlarının sözel branşlarda ve belirli gün ve haftalarla sınırlı kalmaması adına Milli Eğitim Bakanlığınca zengin içerikli sanal müzeler oluşturulması için yeni girişimlerde bulunulmalı,
- Sanal müze turları esnasında teknik problemler yaşanmaması için teknik altyapı güçlendirilmeli,
- Sanal müze turlarında verilen bilgilerin daha geniş çaplı ve daha zengin görsellerle desteklenmesi adına yetkili makamlarca gerekli çalışmalar yapılmalı; gerektiğinde ziyaretçinin konu ile ilgili daha fazla bilgi edinebileceği linkler verilmeli,
- Öğretmen yetiştiren üniversitelerin son sınıfındaki aday öğretmenlere artırılmış gerçeklikle desteklenmiş sanal müze turlarının önemi ve değeri hakkında dersler veya çalışmalar verilmeli,
- TÜBİTAK, Erasmus+ ve eTwinning gibi okulların yaygın olarak katıldığı ve öğrencilerin aktif rol aldığı projelerde sanal müze turlarına daha fazla yer verilerek sanal müze turlarının eğitimdeki yeri perçinlenmeli.
- Bu araştırma alan yazındaki diğer araştırmalardan farklı olarak Covid-19 pandemisi döneminde sanal müze turlarından derslerinde eğitimsel amaçlarla yararlanan çeşitli branşlardan öğretmenlerin deneyim ve görüşlerini incelemek amacıyla yapılmıştır ancak katılımcılar 2021 yılı bahar döneminde Gaziantep ili Şahinbey ilçesinde görev yapmakta 10 öğretmen ile sınırlı olduğundan araştırma sonuçlarının ileride yapılacak daha kapsamlı ve daha fazla katılımcının yer alacağı başka çalışmalar ile desteklenmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Aladağ, E., Akkaya, D., Şensöz, G. (2014). Sosyal Bilgiler Dersinde Sanal Müze Kullanımının Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2) , 199-217.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*. Thousand Oaks: Sage.
- Cresswell, J. W. (2018). Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni. (Çev: M. Bütün ve S. B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kaya, R., Okumuş, O. (2018). Sanal müzelerin tarih derslerinde kullanımının öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Turkish History Education Journal*, 7(1), 113-153.

- Kocabıyık, O. (2016). Olgubilim ve Gömülü Kuram: Bazı Özellikler Açısından Karşılaştırma *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 55-66.
- Maryse, P. (2015) The Virtual Museum of Canada's Learning Objects: Why do French Canadian Teachers and Their Students Use Them so Little?, *Museum Management and Curatorship*, 2(30), 100-116. DOI: 10.1080/09647775.2015.1008739
- Patton M. Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. California: 3rd Sage Publications.
- G. Paquin (2015) *The Virtual Museum of Canada's learning objects: why do French Canadian teachers and their students use them so little?*, *Museum Management and Curatorship*, 30:2, 100-116, DOI: 10.1080/09647775.2015.1008739
- Schaller, D. T., Allison-Bunnell, S. (2003). Practicing What We Teach: How Learning Theory Can Guide Development of Online Educational Activities. *Educational Web Adventures*(Eduweb),USA.<http://www.archimuse.com/mw2003/papers/schaller/schaller.html> (Erişim tarihi: 04.04.2021)
- Sezgin, S., Fırat M. (2020). Covid-19 pandemisinde uzaktan eğitime geçiş ve dijital uçurum tehlikesi *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*.
- Starks, H. ve Brown Trinidad, S. (2017). *Choose your method: Phenomenology, discourse analysis, and grounded theory*. *Qualitative Health Research*, 17(10), 1372-1380.
- Sürme, M., Atılğan, E. (2020). Sanal Müzede Sanal Tur Yapan Bireylerin Memnuniyet Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3): 1794-1805.
- Schweibenz, W. (2004). The development of virtual museums. *International Council of Museums News*,2.
- Şahin, K. (2019). Sosyal bilgiler dersi öğretiminde sanal müze kullanımına ilişkin öğrenci tutumlarının belirlenmesi. *International Congresses on Education 19-22 Temmuz, Sakarya, Türkiye*.
- Tepecik, A. (2007). Sanat eğitimi ve sanal müze. *Geçmişten Geleceğe Türkiye'de Müzecilik I. Sempozyumu 21-22 Mayıs* (ss. 233-240). Ankara: VEKAM
- Travkina, E., Murzyn-Kupisz, M. (2019). Museums and Local Development in Poland. *OECD local economic and employment development report*.
- Ulusoy, K. (2010). Open education students perspectives on using virtual museums application in teaching history subjects. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*. 11(4)
- Ustaoglu, A. (2012). *İlköğretim 7. sınıf sosyal bilgiler dersi Türk tarihinde yolculuk ünitesinde sanal müzelerin kullanımının öğrenci başarısına etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yavuzoğlu, A., N. (1999). Çağdaş Eğitimde Muzenin İşlevi. T. Atagok (Ed.), *Yeniden Müzeciliği Düşünmek*. (s.147-153). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Yayınları
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Extended Abstract

Aim and Scope

It is important for teachers to have conscious, utilitarian and positive attitudes about virtual museums in the use of virtual museums in educational activities. Because virtual museums and virtual museum tours are thought to have educational value in providing first-hand resources, adding visual richness to lessons, attracting students' attention and increasing retention. This research has been prepared with the aim of seeking an answer to the question "What are the opinions of teachers from various branches working in Gaziantep Province Şahinbey district about virtual museums in their educational activities during the Covid-19 pandemic process".

Methods

This study, which aims to determine the experiences and perspectives of teachers who have experienced the virtual museum phenomenon in their courses in the distance education process in the 2020-2021 academic year and who have benefited from virtual museums for pedagogical purposes in the institutions they work, was carried out in the phenomenology design, which is a qualitative research method. "The aim of phenomenological research is to describe the

world experienced by the participants in order to discover the common meanings underlying the given phenomenon. The interview technique, which is one of the qualitative data collection methods, and the semi-structured interview type among the interview types were used. The interview form was created by the researcher in the light of a preliminary interview with an expert in the field of educational technologies and a literature review. It consists of two parts, personal information and eleven open-ended questions. Before the data collection tool was applied, it was examined by a faculty member from the field of Tourism Management. The data collection tool was given its final shape by making a preliminary application with an English teacher working in Gaziantep.

Findings

It is seen that teachers mostly respond to this question by using the words "technology", "digital", "opportunity", "opportunity", "visuality" when defining virtual museums. In addition, it was observed that the majority of the teachers participating in the research emphasized the technological and digital dimension of virtual museums that enrich the visuality in the lessons while answering this question. It is seen that the majority of the participating teachers included virtual museums very little and less frequently in their lessons during the pandemic period. Only one teacher gave the answer "often" to this question. participants used more than one virtual museum in their lessons. According to this, it is seen that the most used museums are Gaziantep Zeugma Museum and Atatürk and War of Independence museums. In addition, it is seen as another remarkable finding that the participants answered this question by naming 12 different virtual museums in total. It is seen that the majority of the participants use the virtual museum for reinforcement purposes in the middle of their lessons, depending on the lesson plan type.

Conclusion

It was observed that the participants generally did not have much difficulty in defining virtual museums and they made definitions close to other definitions in the literature by choosing common words such as "technology", "opportunity", "digital". In addition, the most important feature of virtual museums is that, thanks to internet networks, it is possible to visit museums that cannot be visited when desired or that are very expensive and difficult to visit, supported by rich visual content. The fact that this feature was stated by the participants can be considered as an indication that they generally use virtual museums in their courses in accordance with their purpose. In the research findings, it was seen that the participants used virtual museums more or less frequently in their lessons, and this situation coincided with the result of Paguin's (2015) study that although teachers found virtual museums and the use of technology useful, they did not use virtual museums at the desired level in line with pedagogical purposes in their lessons. Among the research findings, it is seen that the participants emphasized the "ease of accessing virtual museums at any time". This situation, Aladag et al. (2014) seem to agree with the opinions of teachers in their studies on similar topics. For teachers, the economy and usefulness of an educational material is also known as an important criterion. In this respect, it can be said that the easy accessibility of virtual museum tours in any environment with internet is seen as a positive feature by teachers and students.

Risk Yönetim Komitesi Özelliklerinin Firma Performansına Etkisi Üzerine BIST'te Bir Araştırma

A Research in BIST on The Effect of Risk Management Committee Features on Firm Performance

Cennet Gürbüz¹, Eda Köse², İsmail Bekci³

Öz

Firmaların kurumsal hedeflerine ulaşması ve başarılı bir finansal performans sergilemeleri kurumsal bir yönetim anlayışını gerektirmektedir. Kurumsal yönetim için Risk Yönetim Komitesi (RMC) oluşturulması ve firmaların risk yönetim ilkelerinin belirlenmesi, güçlü bir risk yönetimi için ilgili süreçlerin ve sistemlerin düzenlenerek izlenmesi önem taşır. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, risk yönetim komitesi özelliklerinin firma performansına olan etkilerini belirlemektir. Bu amaçla, BIST100 endeksinde yer alan 48 firmadan oluşan bir örneklem için 2014-2021 yılları arası finansal verileri panel veri yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma sonucunda risk komitesi cinsiyet dağılımı ve risk yönetim komitesi bağımsız üye oranı ile finansal performans arasında anlamlı ve olumlu yönde bir etkinin olduğu belirlenmiştir. Araştırmada kullanılan diğer değişkenler; risk yönetim komitesinin büyüklüğü, risk komitesi kompozisyonu, risk yönetim komitesi toplantı sayısı ve risk yönetim komitesi rapor sayısı ile finansal performans arasında herhangi anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Risk Yönetim Komitesi, Finansal Performans, Kurumsal Yönetim.

Abstract

The firms are required to perceive a corporate management approach to achieve corporate goals and successful financial performance. It is essential to establish a Risk Management Committee (RMC) for corporate governance to determine the risk management principles of firms and gain strong risk management regulation and monitoring of the related processes and systems. Therefore, the research aims at revealing the effects of risk management committee features on firm performance. For this purpose, the financial data of a sample of 48 companies in the BIST100 index for the years 2014-2021 were analyzed using the panel data method. As a result of the research, it has been determined that there has been a significant and positive effect between the gender distribution of the risk management committee and the ratio of independent members of the risk management committee and financial performance. The other variables used in the research have indicated an insignificant relationship between the size of the risk management committee, the composition of the risk committee, the number of risk management committee meetings, and the number of risk management committee reports and financial performance.

Keywords: Risk Management Committee, Financial Performance, Corporate Governance

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: G32, G34, M49,

Submitted: 13 / 04 / 2022

Accepted: 27 / 09 / 2022

¹ Dr., Milli Eğitim Bakanlığı, Muhasebe Finansman Öğretmeni, Isparta, Türkiye, cnntgrbz01@gmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0279-3214>

² Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Nevşehir, Türkiye, edakose@nevsehir.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9537-3672>.

³ Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Isparta, Türkiye, ismailbekci@sdu.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9861-737X>.

Giriş

Firmalar, yaşanabilecek ulusal veya uluslararası finansal krizlerle başa çıkabilmek veya önceden öngörülerde bulunabilmek için çeşitli yöntemlere başvurmak durumunda kalmaktadırlar. Firmalar, çevreleriyle olan etkileşimleri nedeniyle daha fazla riskle karşı karşıya kaldıklarından dolayı yalnızca kendilerini ilgilendiren ekonomik olaylara değil, tüm sosyal, çevresel ve ekonomik olaylara ilişkin oluşabilecek risklere karşı hazırlıklı olmalıdırlar.

Risklere hazırlıksız yakalanan firmaların düşük performanslarla çalışması, yatırım hedeflerini küçültülmesi, ihracatını azaltması, finansal kaynaklara erişimde aksaklıklar yaşaması veya iflas gibi önemli risklerle karşılaşabilmelerine yol açabilir. Artan işsizlik, lojistik ve kur riskleri, kötü yönetilme gibi farklı stratejik ve ekonomik riskler de firmaları tehdit etmektedir. Firma iflaslarının önlenmesi için muhtemel risklerin erken teşhis edilerek, önlemler alınması gerekir.

Artan riskler karşısında kurumsallaşmanın önemi gittikçe artırmakta ve yönetim kurulları bünyesinde farklı komiteler kurularak daha uzman bir yapı oluşturulmaktadır. Kurulan komiteler hem acil önlem gerektiren hem de gelecekte oluşabilecek faktörleri incelemektedir (Kallamu, 2015:2). Risk yönetimi, firmaların risk politikasını ve risk iştahını belirlemek, uygulamak, düzenlemek ve değerlendirmekten sorumlu olan kurumsal yönetimin önemli bir parçasıdır (Chukwujekwu vd., 2020:106). Kurumsal risk yönetimi bir şirketin karşılaşabileceği toplam risklerin yönetimine dair sistematik ve bütünlük bir yaklaşımdır (Dickinson, 2001).

Kurumsal risk yönetimi bir firmanın riskini yönetmeye yönelik bütünsel bir yaklaşımı ifade etmektedir (Gordon vd., 2009). Başarılı bir kurumsal yönetim, bilgi kullanıcıları ve şirket hissedarları tarafından yönetim kurulunun izlenmesine imkân tanıyarak firma kaynaklarının daha etkin kullanılmasını teşvik eder. Risk yönetimi ise firma varlıklarını, kaynaklarını veya kazanma kapasitesini tehdit edebilecek tüm risklerin analizi ve ekonomik kontrolünü ifade eder (Chatterjee ve Bose, 2007:515).

Risk Yönetim Komitesi, şirketin küresel operasyonlarının risk yönetimi politikalarından sorumlu olan ve kuruluşun küresel risk yönetim sisteminin uygulanmasını denetleyen özerk bir yönetim kurulu komitesidir. Risk Yönetim Komitesi, şirketin risk toleransı, risklerin kontrol ve uygulama süreci ile ilgili konularda yönetim kurulunun görevlerini yerine getirmesinde yardımcı olmaktadır. Risk toleransı, bir şirketin kurumsal öncelikleri ve paydaş sorumluluklarına rağmen riskleri ve piyasa uygulamalarında üstlenebilecek ve almaya hazır olunan risk türünü ve miktarını belirtmektedir (Fali vd., 2020:313). Risk yönetim komitesi, riskleri erken teşhis etmek, belirlenen riskler için önceden gerekli tedbirleri almak ve alınan tedbirlerin en doğru şekilde ve zamanda uygulanmasını sağlamakla görevlidir.

Risk Yönetim Komitesi, şirketin kurumsal hedeflerine ulaşmasına ve şirketin bütünlüğü için bir kalkan olarak mali tabloların daha yüksek standartlarda sunulmasını şirketin verimliliğinin artırılmasına katkı sağlar. Risk Yönetim Komitesi, risk yönetiminin ilkelerini, uygulamalarını, prosedürlerini, sistemlerini ve düzenlemelerini gözden geçirme, izleme ve değerlendirme sorumluluğunu yerine getirirken daha güçlü bir risk yönetimi çerçevesi oluşturur. Böylelikle muhtemel risklerin azaltılması hatta bazı risklerden kaçınılması söz konusu olacağından, firma performansının iyileşmesine de katkı sağlayacaktır (Fali vd., 2020:314). Bu nedenle, doğru ve etkin kullanılmayan bir risk yönetimi, kötü firma performansına ve başarısızlığa neden olabilecektir. Risk yönetim komitesi üyelerinin risk yönetimini daha etkin bir şekilde gerçekleştirmelerine imkan sağlayan bilgi, beceri ve uzmanlığa sahip olmaları risk yönetim komitelerinin etkinliğini ifade etmektedir (Jia ve Li, 2022).

Türkiye’de anonim ve limited şirketler için “6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu’nun (TTK) 378. ve 625.” maddeleri ile riskin erken saptanması ve yönetimi için komite kurulması zorunluluğu getirilmiştir. Bu bağlamda, halka açık şirketler için riskin erken saptanması ve yönetimi için komite kurulması zorunluluğu bulunmaktadır. Araştırma halka açık şirketlerde riskin erken saptanması ve yönetimi için kurulan komitelerin etkinliğini, risklerin önceden belirlenerek gerekli tedbirlerin alınmasında ve uygulanmasında ne kadar başarılı olduklarını, bu etkin yönetimin firma performansına olumlu bir katkı sağlayıp sağlamadığını incelemektedir. Başarılı bir risk yönetimi ile firma performanslarının artmasına neden olun komitelerin sahip oldukları özelliklerden hangilerinin bu başarıda daha anlamlı olduğu belirlenmeye çalışılmaktadır. Risk yönetim komitelerinin risk iştahını oluşmasında ve risk politikalarından belirlenmesinde kurul üyelerinin bağımsızlığı, icracı veya kadın üye bulundurmaları, toplam üye sayısı, toplantı ve rapor sayılarının etkileri ve bu etkilerin firma performansına yansımaları incelenmektedir.

Araştırma, BIST100 endeksinde işlem gören firmaların risk yönetim özelliklerinin finansal performansa etkisini panel veri analizi ile inceleyerek literatüre katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Türkiye’de yapılan çalışmaların bir kısmında kurumsal risk yönetiminin kavramsal nitelikte ele alındığı görülmektedir (Aydın vd., 2017; Köse ve Ağdeniz, 2019; Özer ve Erdem, 2022; Kırıl, 2018). Ayrıca içerik analizine yer veren çalışmalara da rastlanılmaktadır (Gacar, 2020). Ulusal çalışmalarda genel olarak risk yönetimi konusuna dair çalışmalar bulunmasına karşın risk yönetim komitesinin özellikleri, etkinliği ve firma performansı ile ilişkisinin incelendiği çalışmalara ilişkin bir boşluk olduğu belirlenmiştir. Araştırma, risk yönetimi ve firma performansına ilişkin özellikle belirlenen boşluğun giderilmesine öncülük ederek Türkiye’de yapılan çalışmalara katkı

sunmaktadır. Araştırma kurumsal risk yönetiminden ziyade özellikle firmaların risk yönetim komitelerine odaklanmakta ve risk yönetim komitesinin büyüklüğünü, kompozisyonunu, cinsiyet dağılımını, bağımsız üye oranını, toplantı ve rapor sayısı panel veri analizi ile inceleyerek gelecek çalışmalar için ampirik sonuçlar ortaya koymaktadır.

1. Literatür Taraması

Literatürde risk yönetim konusunda yapılan çalışmaların bir kısmı, risk yönetim komitesi özelliklerinin finansal performansa olan etkilerin belirlenmesi için yapılmıştır. Yapılan çalışmaların önemli bir kısmının risk yönetiminin daha ön planda olduğu mali sektörler için yapıldığı görülmektedir. Ayrıca, mali sektörde gerçekleşecek finansal başarısızlıkların küresel krizleri tetikleyebilecek nitelikte olması nedeniyle çalışmaların mali sektörler için yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak, yaşanan ekonomik gelişmeler tüm firmalar açısından risk yönetimini kaçınılmaz kılmaktadır. Bu doğrultuda Risk yönetimi konusunda yapılan çalışmalar aşağıdaki gibi sıralanabilir.

Tahir ve Razali (2011), kurumsal risk yönetimi ve firma değeri arasındaki ilişkiyi Malezya'da halka açık şirketler üzerinde inceledikleri çalışmada firma değeri olarak Tobin's Q değeri ile inceleme yapmışlardır. Çalışmada firma değeri ile kurumsal risk yönetimi arasında pozitif ilişki olduğuna dair anlamlı sonuçlar ortaya konmaktadır.

Önder ve Ergin (2012), İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören firmaların finansal performansları ile kurumsal yönetim puanları arasındaki ilişkiyi belirlemek için 2007-2013 yılları arasında kurumsal yönetim endeksinde yer alan firma verileri ile çalışmıştır. Çalışma sonuçları firmaların kurumsal yönetim puanlarının finansal performans açısından istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığını göstermektedir. Ayrıca yüksek yatırımcı puanına sahip firmalar için daha yüksek finansal performans olduğu görülmektedir.

Tao ve Hutchinson (2013) çalışması Avustralya'nın finansal firmalarının finansal kriz dönemlerinde (2006-2008), risk davranışlarının yönetilmesini ve risk komitelerinin rolünü araştırmaktadır. Yapılan ampirik çalışmada risk ve ücret komitelerinin bileşiminin risk ve firma performansı ile pozitif ilişkili olduğu ortaya konmaktadır.

Ahmad, Ng ve McManus (2014) çalışması Avustralya Menkul Kıymetler Borsası (ASX) 300'de listelenen şirketlerin kurumsal risk yönetimi uygulamalarını araştırmaktadır. Çalışma sonuçları ankete katılan firmaların kurumsal risk yönetimini kurumsal stratejik süreçlere yerleştirerek ve kapsamlı bir şekilde uyguladıklarını göstermektedir.

Kallamu (2015), risk yönetim komitesi özelliklerinin firma performansına etkilerini araştırmak için yapılan çalışmada 2007-2011 yıllarına ilişkin Malezya borsasında işlem gören 37 finans şirketi incelenmektedir. Sonuçlar, çoğunluğu bağımsız yöneticilerden oluşan bir komitenin firma piyasa değerlemesini olumlu yönde geliştirdiğini ancak aktif karlılığı olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir.

Aydın, Yanık ve Akdoğan (2017) çalışması 2015- 2016 yıllarında BİST100 endeksinde dahil olan üretim işletmelerinin faaliyet raporlarında açıkladıkları risk tanımları, risk yönetim politikaları ve risk komitesi hakkında bilgi vermek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Yapılan analizler sonucunda işletmelerin en çok döviz kuru riski ve faiz oranı riski tanımlamaları yaptıklarını ortaya koymaktadır. Ayrıca, finansal risk dışındaki diğer riskler için herhangi bir tutar açıklaması yapılmadığı ve risklerden korunmak için türev araçların kullanıma yönelik açıklamalar yapıldığı tespit edilmiştir.

Erdoğan ve Coşkun Erdoğan (2017), Türkiye'de kurumsal yönetim ve alt-kategori skorlarının firmaların finansal performansları üzerindeki etkisini incelemektedir. Çalışma 2007-2013 yılları arasında BİST100 endeksinde ve kurumsal yönetim endeksinde yer alan firmalarla oluşturulan örneklem üzerinden tüm veri seti ve finansal olmayan firmalardan oluşan iki ayrı veri seti ile yapılmıştır. Her iki veri seti için, kurumsal yönetim notları için anlamlı bir etkisi tespit edilememiştir. Ancak, Daha yüksek paydaş notuna bulunan firmalar daha iyi finansal performans gösterdiği belirtilmiştir.

Gacar (2017), Borsa İstanbul'da 2015 yılında yer alan işletmelerde riskin erken saptanması komiteleri ile ilgili olarak içerik analizi yaparak mevcut şirketler arasında riskin erken saptanması ve yönetimi komitesine sahip olan olmayan şirket sayılarını belirlemektedir. Çalışma sonunda riskin erken saptanması ve yönetimi komitesine ilişkin toplantı sayısını faaliyet raporlarında açıklayan ve kurumsal risk yönetim sistemine sahip işletme sayıları verilmiştir.

Abdullah, Janor, Hamid ve Yatim (2017), Malezya'daki teknoloji firmalarında kurumsal risk yönetimi ile firma performansı arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında 2004-2012 yıllarına ait verilerle panel veri analizi kullanılmıştır. Sonuçlar kurumsal risk yönetim uygulamalarının bir sonraki yıl firma değerini negatif yönde etkilediğini göstermektedir. Çalışma özellikle sürekli yenilik ve değişen bir sektör olarak teknoloji firmalarını ele almakta ve bulgular kurumsal risk yönetim etkilerinin hemen gerçekleşmediğini desteklemektedir.

Florio ve Leoni (2017) çalışması İtalyan borsasında işlem gören firmaların performansı ile kurumsal risk yönetimi sistemlerinin bir ilişkisi olup olmadığı incelemektedir. Sonuçlar yüksek düzeyde kurumsal risk yönetimi sergileyen firmaların finansal performans ve piyasa değerlendirmesi açısından daha yüksek performans sergilediklerini ortaya koymaktadır.

Kakanda, Salim ve Chandren (2018), Nijerya borsasında işlem gören finansal hizmet firmalarının piyasa performansı ile risk yönetimi komitesi özelliklerinin etkisini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda, risk yönetim komitesi kompozisyonu ve risk yönetim komitesi toplantılarının firma performansı üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte risk yönetim komitesi büyüklüğünün firma performansı üzerinde önemli fakat negatif bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur.

Abubakar, Ado, Mohamed ve Mustapha (2018), Nijerya'da borsada işlem gören bankaların finansal performansı üzerindeki risk yönetim komitesi niteliklerinin ve yönetim kurulu finansal bilgisinin etkisini araştırmışlardır. Nijerya borsasında işlem gören on dört (14) bankanın 2014-2016 yılları için oluşturulan verileri ile yapılan panel veri tahminleri risk yönetim komitesinin bağımsızlığı ve yönetim kurulunun finansal bilgiye hâkim olmasının, aktif kârlılığını negatif yönlü olarak etkilediği ortaya konulmuştur. Risk yönetim komitesinin büyüklüğü ile aktif karlılık arasında ise pozitif ve önemsiz bir ilişki belirlenmiştir.

Elamer ve Benyazid (2018) firma bünyesinde ayrı risk komitesi oluşturulmasının finansal performanslara etkisini inceledikleri çalışmada 2010-2014 dönemine ilişkin FTSE100 endeksinde yer alan finans kuruluşlarına ait verilerle panel veri analizi kullanılmıştır. Sonuçlar, risk komitesinin varlığının, büyüklüğünün, bağımsızlığının ve toplantı sıklığının finansal performansları negatif yönlü olarak etkilediğini ortaya koymaktadır. Ortaya konan sonuçlar güçlü bir risk yönetimi oluşturulmasının, finansal performansları olumlu yönde etkileyebilecek aşırı risk alma davranışlara yönelimleri kısıtlayacağına dair görüşleri desteklemektedir.

Chukwujekwu, Theresa ve Vincent (2020), Nijerya'daki bankaların risk yönetim komitesi özelliklerinin finansal performans üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. 2009-2018 yılları için oluşturulan örneklem ile yapılan analiz sonuçları, risk yönetim komitesi büyüklüğü ve kompozisyonunun bankaların finansal performansı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını, komitenin cinsiyet çeşitliliğinin ise istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır.

Malik, Zaman ve Buckby (2020), Birleşik Krallık'ta FTSE350 listesinde yer alan firmalara ilişkin 2012-2015 yıllarına ait oluşturulan örneklem seti ile kurumsal risk yönetiminin firma performansına etkisini incelemişlerdir. Kurumsal Risk Yönetiminin, firma performansını önemli ölçüde olumlu etkilediği görülmüştür. Ayrıca, yönetim kurulu bünyesinde güçlü bir risk komitesinin kurulmasının firma performansına olan etkiyi artırdığı tespit edilmiştir.

Fali, Philomena, Ibrahim ve Amos (2020), Nijerya'daki borsada işlem gören 27 sigorta şirketinin 2012-2018 yılları arasında risk yönetim komitesi özellikleri ile finansal performans arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmada, risk yönetim komitesinin büyüklüğü, bağımsızlığı ve uzmanlığının etkilerini değerlendirmek için panel veri analizini kullanmıştır. Çalışma sonuçlarına göre risk yönetimi komitesi uzmanlığının finansal performans üzerinde negatif ve anlamlı etkisi belirlenmiştir. Ayrıca risk yönetimi komitesinin büyüklüğü ve bağımsızlığı ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişkiye dair anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır.

González, Santomil, ve Herrera (2020), İspanyol borsasında işlem gören finansal olmayan firmalardan oluşan bir örneklem ile 2012-2015 yıllarına ilişkin kurumsal risk yönetiminin risk ve performansa etkileri incelenmektedir. Sonuçlar kurumsal risk yönetiminin benimsenmesinin İspanyol firmaların performanslarında bir değişiklik ile ilişkili olmadığını ortaya koymaktadır. Firma performans göstergesi olarak özsermaye karlılığı, varlık karlılığı ve Tobin'in Q ile ölçülen performans değişkenleri kullanılmıştır. Ayrıca bulgular kurumsal risk yönetiminin iflas ihtimalini de azaltmadığını göstermektedir.

Jia ve Bradbury (2020) çalışması risk yönetim komitesi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çalışmada 2007-2014 yıllarına ilişkin Avustralya borsasında işlem gören 368 firmadan oluşan bir örneklem ile risk yönetim komitesinin gönüllü olarak benimseneyen firmaların diğer firmalara göre daha iyi performanslar sergilediği ortaya konmaktadır. Ayrıca çalışmadan en iyi risk yönetim komitesi özelliği olarak risk yönetim komitesinin insan sermayesi olduğunu göstermektedir. risk yönetim komitesinin insan sermayesini oluşturan bu özellikler; risk yönetimi komite başkanının bağımsızlığı, risk yönetim komitesi üyelerinin bağımsızlığı, risk yönetim komitesi büyüklüğü ve risk yönetim komitesi insan sermayesi şeklinde sıralanmaktadır.

Bourib ve Boudiab (2021), Malezya borsasında işlem gören finansal olmayan şirketlerin Risk Yönetim Komitesi'nin özellikleri ile finansal performansı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Araştırma için 2016-2018 yılları için 1.728 firma yılı gözlemi kullanılarak çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar, risk yönetim komitesi büyüklüğü ve eğitim alanlarının finansal performansı ile pozitif ve anlamlı ilişki düzeyi ifade etmiştir. Risk yönetim komitesi ile cinsiyet çeşitliliği arasından anlamlı bir ilişki görülmemiştir. Ayrıca, risk yönetim komitelerine ilişkin toplantı ve kurumsal yönetim komitesinden ayrı bir risk yönetim komitesinin oluşturulmasının ise olumsuz etkisinin olduğu ortaya konulmuştur.

Malik, Nowland ve Buckby (2021), firma yönetimleri tarafından risk yönetim kurullarının benimsenmesinin firmaların finansal kısıtlama risklerini azaltma ve sermaye erişimlerinin iyileştirilmesine katkı sunma ihtimali incelenmiştir. 2005-2017 yılları arasında ABD'de borsaya kayıtlı firmalardan oluşturulan bir örneklem kullanılarak, risk yönetim kurullarının gönüllü olarak benimsenmesinin finansal kısıtlama riskini önemli ölçüde azalttığı sonuç olarak ortaya konulmuştur. Risk yönetim

komitesinin büyüklük, finansal uzmanlar ve kadın yöneticiler gibi özelliklerinin finansal kısıtlama riskiyle negatif ilişkili olduğu gösterilmiş ve bilgi asimetrisi kapsamında risk yönetim komitesinin finansal kısıtlama riski üzerindeki önemli etkileri de belirtilmiştir.

Villiers, Jia ve Li (2022), risk yönetim komitelerinin firmaların çevresel performanslarına etkisini inceledikleri çalışmada 2007-2015 yıllarına ilişkin oluşturulan örnekleme 1466 firma yılı gözlemi kullanılmaktadır. Çalışmada risk yönetim komitelerinin için yönetim kurulu üyelerinin görev süreleri ve risk komitesindeki görev süreleri, deneyimleri ve nitelikleri ile çevresel performanslar incelenmektedir. Sonuçlar çevresel performans gibi finansal olmayan konuların da risk yönetim komitelerinin faydalarına işaret etmektedir. Ayrıca risk yönetim kurullarının risk değerlendirmesine ilgi gösteren yatırımcılar, borç verenler ve denetçilerin de ilgisini çektiğini göstermektedir.

2. Metodoloji

2.1. Araştırmanın Amacı

Risk yönetim kurullarının doğru bir şekilde oluşturularak kullanılması, finansal performanstaki başarısızlıkların önceden öngörülerek önlenmesi noktasında katkı sağlaması beklenmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı, BIST100 endeksinde işlem gören firmaların risk yönetim özelliklerinin finansal performansa etkisini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda yapılan araştırma sonuçlarının, özellikle Türkiye’de risk yönetimi ve firma performansına ilişkin yapılan çalışmalara katkı sunması beklenmektedir.

Araştırma etkin bir risk yönetim komitesinin varlığının finansal performansı artıracağını varsaymaktadır. Risklerin önceden tahmin edilip gerekli önlemlerin alınmasını sağlayacak etkin ve disiplinli bir çalışma yapısına sahip komiteler buldukları firmaların daha fazla karlılık hedeflerine ulaşmalarında olumlu katkı sağlayacaktır. Bu varsayımdan hareketle risk yönetim komitelerine ilişkin bazı özelliklerin komitelerin daha etkin olmasında ve dolayısıyla firma performansının artmasında etkili olduğunu varsayarak araştırma hipotezleri ve modelleri oluşturulmuştur.

2.2. Araştırmada Kullanılan Hipotezler

Risk yönetim komitesi özelliklerinin finansal performansa etkisini belirlemek amacı ile literatürdeki çalışmalar da dikkate alınarak oluşturulacak modelde test edilmek üzere belirlenen hipotezler şu şekildedir.

H₁: Risk Yönetim Komitesinin Büyüklüğü (RMCS), BIST100’de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₂: Risk Yönetim Komitesi Kompozisyonu (RMCC), BIST100’de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₃: Risk Yönetim Komitesindeki Cinsiyet Dağılımı (RMCG), BIST100’de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₄: Risk Yönetim Komitesi Bağımsız Üye oranı (RMIM), BIST100’de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₅: Risk Yönetim Komitesi Toplantı Sayısı (RMMN), BIST100’de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

H₆: Risk Yönetim Komitesi Rapor Sayısı (RMRN), BIST100’de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda, risk yönetim komitesi özelliklerinin firma performansına olan etkilerini belirlenmesi için oluşturulan model ve hipotezler için hem zaman boyutunu hem de yatay kesit boyutunu dikkate alan panel veri analizi kullanılmıştır. Sabit ve tesadüfi etki modelleri arasında en iyi seçimin yapılarak yorumlanması amacıyla da Hausman testi kullanılmıştır.

2.3. Araştırma Örnekleme ve Modeli

Araştırmada, Borsa İstanbul’da işlem gören ve 2021 yılında BIST100 endeksinde yer alan kırk sekiz firma verisi kullanılmaktadır. Örneklem seçiminde yargısal örnekleme tekniği uygulanarak 2014-2021 yıllarına ilişkin bir veri seti oluşturulmuştur. Veri seti oluşturulurken 2014 yılından itibaren kesintisiz işlem gören ve risk yönetim komitesi ile ilgili verilerine ulaşılabilen firmalar dikkate alınmıştır. Verilerine ulaşılamayan firmalar, holding ve mali kuruluşlar analizde kapsam dışı tutulmuştur. Sonuç olarak modele ilişkin risk yönetim komitesi ile ilgili değişkenlere ilişkin eksik verisi olmayan kırk sekiz firma ile bir örneklem oluşturularak kullanılmıştır.

Oluşturulan örneklem için uygulanacak model, araştırma amacına uygun olarak belirlenmiş olup aşağıdaki gösterilmiştir.

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 RMCS_{it} + \beta_2 RMCC_{it} + \beta_3 RMCG_{it} + \beta_4 RMIM_{it} + \beta_5 RMMN_{it} + \beta_6 RMRN_{it} + \beta_7 LEV_{it} + \beta_8 SIZE_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Oluşturulan modelde kullanılan değişkenler, bu konudaki benzer çalışmalar; Kallamu (2015), Kakanda, vd. (2018), Abubakar, vd. (2018), Chukwujekwu, vd. (2020), Malik, vd. (2020), Fali, vd. (2020), Bourib ve Boudiab (2021) ve Malik, vd. (2021) dikkate alınarak belirlenmiştir. Ayrıca, yukarıdaki çalışmalarda kullanılan değişkenlere ilave olarak risk yönetim komitesi toplantı sayıları ve toplantı kararlarının yönetim kuruluna sunulduğu rapor sayıları da araştırmamızda dikkate alınmıştır. Modelde kullanılan değişkenlere ait tanımlamalar aşağıdaki gibidir.

RMCS = Risk Yönetim Komitesi Büyüklüğü, (Risk Management Committee Size)

RMCC = Risk Yönetim Komitesi Kompozisyonu, (Risk Management Committee Composition) (İcracı olan üyelerin toplam üyelere oranı)

RMCG = Risk Yönetim Komitesi Cinsiyet Dağılımı, (Risk Management Committee Gender Distribution) (Kadın üye varsa 1, yoksa 0 olan kukla değişkeni)

RMIM = Risk Yönetim Komitesi Bağımsız Üye Oranı (Risk Management Committee Independent Member Ratio) (Bağımsız üyelerin toplam üyelere oranı)

RMMN = Risk Yönetim Komitesi Toplantı Sayısı (Number Of Risk Management Committee Meetings)

RMRN = Risk Yönetim Komitesi Rapor Sayısı (Number Of Risk Management Committee Reports)

LEV = Finansal Kaldıraç (Toplam Borçlar/Özkaynak)

SIZE = Firma Büyüklüğü (Toplam Varlıkların Logaritması)

Araştırmada, aktif karlılık (ROA) bağımlı değişkeni iken, risk yönetim komitesi büyüklüğü, risk yönetim komitesi kompozisyonu, risk yönetim komitesi cinsiyet dağılımı, risk yönetim komitesi bağımsız üye oranı, risk yönetim komitesi toplantı sayısı, risk yönetim komitesi rapor sayısı ise bağımsız değişkenler olarak belirlenmiştir. Finansal kaldıraç ve firma büyüklüğü kontrol değişkenleri olarak modele ilave edilmiştir.

3. Bulgular

Risk yönetim komitesi özellikleri ile finansal performans arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan panel veri analizine ilişkin elde edilen bulgular şu şekildedir.

Araştırmanın bulguları için öncelikli olarak değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler incelenmiştir. 2014-2021 yılları için oluşturulan veri setinden analiz için oluşturulan model değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistik bilgileri aşağıda yer alan Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler

| Değişkenler | Mean | Std. Sapma | Min. | Maks. |
|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| ROA | 0,0613588 | 0,0789549 | -0,2106903 | 0,596404 |
| RMCS | 2,4166670 | 0,6285906 | 1 | 5 |
| RMCC | 93,5130200 | 14,6674100 | 33 | 100 |
| RMCG | 0,2526042 | 0,4350727 | 0 | 1 |
| RMIM | 0,6326389 | 0,2674371 | 0 | 1 |
| RMMN | 5,5677080 | 1,4272980 | 1 | 12 |
| RMRN | 5,5416670 | 1,6677980 | 0 | 12 |
| LEV | 9,6596800 | 0,7021730 | 7,6905720 | 11,548640 |
| SIZE | 11,1253900 | 217,1176000 | -4,0141160 | 4254,661000 |

Tablo 1'de 384 gözlemden elde edilen istatistik bilgileri sunulmakta olup BIST 100 endeksinde yer alan firmaların %6 aktif karlılık oranına sahip olduğu görülmektedir. Bundan dolayı aktif karlılığı %6'nın altında kalan firmaların düşük performans sergilediği kabul edilebilir. Örneklem kapsamında yer alan firmaların ortalama risk komite üye sayısı yaklaşık 3 (RMCS ortalaması 2,416667), en az üye sayısı 1 iken, en fazla komite sayısının ise 5 olduğu görülmektedir. Risk yönetim komitelerinde icracı görevi bulunmayan üyelerin 93,51302 gibi yüksek bir oranda olduğu, risk yönetim komitesinde yer alan üyelerin genellikle icracı olmayan üyelerden oluştuğu görülmektedir. Ayrıca, risk yönetim komitelerinde kadın üye bulunma oranının yaklaşık %25 civarında bir ortalamaya sahip olduğu, risk yönetim komitelerinin bağımsız üyelerinin toplam üye sayısına ilişkin ortalamasının ise %63 civarında olduğu görülmektedir. Bununla birlikte risk yönetim

komitelerinin toplantı sayılarına ilişkin yaklaşık 5,56, sunulan rapor sayılarına ilişkin ise 5,54 civarında anlam ifade ettiği belirlenmiştir.

Araştırmada normallik dağılımını belirlemek amacıyla uygulanan Skewness ve Kurtosis Tapılan test sonuçları aşağıdaki Tablo 2 ile gösterilmektedir.

Tablo 2. Skewness ve Kurtosis Normallik Testleri

| Değişkenler | Obs | Pr(Skewness) | Pr(Kurtosis) | Adj chi2(2) | Prob>chi2 |
|-------------|-----|--------------|--------------|-------------|-----------|
| ROA | 384 | 0,0000 | 0,0000 | | 0,0000* |
| RMCS | 384 | 0,0000 | 0,0131 | 51,44 | 0,0000* |
| RMCC | 384 | 0,0000 | 0,0000 | | 0,0000* |
| RMCG | 384 | 0,0000 | 0,0000 | 58,81 | 0,0000* |
| RMIM | 384 | 0,0215 | 0,0000 | | 0,0000* |
| RMMN | 384 | 0,0000 | 0,0000 | 73,47 | 0,0000* |
| RMRN | 384 | 0,0000 | 0,0000 | 69,89 | 0,0000* |
| LEV | 384 | 0,0563 | 0,2214 | 5,15 | 0,0762*** |
| SIZE | 384 | 0,0000 | 0,0000 | | 0,0000* |

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

Yukarıdaki normallik tablosu, aktif kârlılık (ROA), risk yönetim komitesi büyüklüğü (RMCS), risk yönetim komitesi kompozisyonu (RMCC), risk yönetimi komitesi cinsiyet çeşitliliği (RMCG), risk yönetim komitesi bağımsız üye oranı (RMIM), risk yönetim komitesi toplantı sayısı (RMMN), risk yönetim komitesi rapor sayısı (RMRN) ve firma büyüklüğü (SIZE) değişkenlerinin %1 anlam düzeyinde normal dağıldığını göstermektedir. Yalnızca finansal kaldıraç (LEV) değişkeninin %10 anlam düzeyinde normal dağıldığı görülmektedir.

Değişkenlere ait korelasyon sonuçları aşağıdaki Tablo 3 ile gösterilmektedir.

Tablo 3. Korelasyon sonuçları

| | ROA | RMCS | RMCC | RMCG | RMIM | RMMN | RMRN | LEV | SIZE |
|------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|
| ROA | 1,0000 | | | | | | | | |
| RMCS | 0,0146 | 1,0000 | | | | | | | |
| RMCC | 0,0779 | -0,2269 | 1,0000 | | | | | | |
| RMCG | 0,2006 | 0,0819 | -0,1775 | 1,0000 | | | | | |
| RMIM | 0,0418 | -0,4052 | 0,1656 | -0,1728 | 1,0000 | | | | |
| RMMN | 0,0828 | -0,0635 | 0,0874 | 0,0418 | 0,0697 | 1,0000 | | | |
| RMRN | 0,0465 | -0,0764 | -0,0117 | 0,0304 | 0,0532 | 0,6679 | 1,0000 | | |
| LEV | -0,0970 | -0,0265 | 0,1076 | -0,1109 | -0,1149 | 0,0513 | 0,1338 | 1,0000 | |
| SIZE | 0,0454 | -0,0340 | 0,0226 | -0,0296 | -0,0254 | 0,0155 | 0,0447 | 0,0545 | 1,0000 |

Yukarıdaki korelasyon tablosu, aslında tüm değişkenlerin birbirleriyle güçlü bir ilişki içinde olmadığını göstermektedir. Aktif kârlılığıyla en yüksek ilişki düzeyinin risk yönetim komitesi cinsiyet çeşitliliği (RMCG) arasında ve yalnızca %20 düzeyinde olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, diğer değişkenler ile %10 düzeyinin altında çok zayıf bir ilişki düzeyi tespit edilmiştir. Tüm değişkenler arasında en yüksek ilişki düzeyinin ise risk yönetim komitesi büyüklüğü (RMCS) ile risk yönetim komitesi bağımsız üye oranı (RMIM) arasında ve %40 düzeyinde olduğu görülmektedir.

Aşağıdaki Tablo 4'te Çoklu Doğrusallık Testi sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 4. Multicollinearity (Çoklu Doğrusallık) Test

| Değişkenler | VIF | 1/VIF |
|-------------|------|----------|
| RMCS | 1,25 | 0,802264 |
| RMCC | 1,12 | 0,892128 |
| RMCG | 1,08 | 0,928366 |
| RMIM | 1,27 | 0,787053 |
| RMMN | 1,85 | 0,540559 |
| RMRN | 1,87 | 0,533689 |
| LEV | 1,01 | 0,992001 |
| SIZE | 1,08 | 0,928890 |
| Mean VIF | 1,32 | |

Yapılan çoklu doğrusallık testi sonucunda ortalama VIF değeri 1,64 olarak hesaplanmıştır. Bulunan VIF değerinin kabul edilebilir kıyaslama noktası olan 10'dan daha az olması nedeniyle bağımsız değişkenlerin yüksek düzeyde korelasyon göstermediğini söylemek mümkündür.

Kurulan regresyon modeli için hangi panel veri regresyon yönteminin tahminleme için kullanılacağını belirlemek amacıyla Breusch Pagan testi, F testi ve Hausman testi yapılmıştır. Yapılan panel regresyon sonuçları aşağıdaki Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Panel Regresyon

| Değişkenler | Fixed Effect | | Random Effect | |
|--|--------------|---------|---------------|-----------------|
| | Coef | P-value | Coef | P-value |
| RMCS | -0,0057677 | 0,560 | -0,0018036 | 0,833 |
| RMCC | 0,0004093 | 0,258 | 0,0004351 | 0,177 |
| RMCG | 0,0156666 | 0,153 | 0,0241724 | 0,016** |
| RMIM | 0,0376726 | 0,099 | 0,0334578 | 0,090*** |
| RMMN | -0,0004701 | 0,893 | 0,000621 | 0,853 |
| RMRN | 0,0022783 | 0,463 | 0,0018661 | 0,531 |
| LEV | 1,33e-06 | 0,926 | 4,84e-06 | 0,314 |
| SIZE | 0,0243465 | 0,025** | 0,0083936 | 0,733 |
| R-squared | 0,0061 | | 0,0209 | |
| F-istatistik | 7,83 | | 0,0000* | |
| Hausman Test | 12,61 | | 0,1260 | |
| Breusch and Pagan Testi | 246,05 | | 0,0000 | |
| Not: *, ** ve *** işaretleri sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir. | | | | |

Yukarıdaki tabloda yer alan sonuçlar, yapılan F-istatistik ve Breusch Pagan testlerine ilişkin sonuçlar sabit ve tesadüfi etkiler modelleri arasında seçim yapılması ve bunun için Hausman Testine başvurulması gerektiğini göstermektedir. Sabit ve tesadüfi etkiler modelleri arasında seçim yapmak için kullanılan Hausman Testine ilişkin sonuçlar tesadüfi etkiler modeline ait tahminlerin daha anlamlı olduğunu göstermektedir. Tesadüfi etkiler modeline ilişkin R² değeri ise %2 olarak belirlenmiştir.

Tesadüfi etkiler modeline ilişkin sonuçların anlamlılığına göre hipotezlerin değerlendirilmesi aşağıdaki gibidir.

H₁: Risk Yönetim Komitesinin Büyüklüğü (RMCS), BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Tablo 5, risk komitesi büyüklüğünün (RMCS) -0,0018036 katsayısına ve 0.83'lük p-value değerine sahip olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, risk komitesi büyüklüğünün Türkiye'deki BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı (ROA) üzerinde negatif ancak anlamlı bir etkisi olmadığı anlamına gelmektedir. Araştırma sonucu, risk komitesi boyutunun firmaların aktif kârlılığı üzerinde negatif ve anlamlı bir etkisinin olmadığını gösteren Fali vd. (2020) ile uyumludur. Bu bağlamda risk yönetim komitesinin büyüklüğü (RMCS) ile aktif kârlılığı arasındaki negatif yönlü ancak anlamlı olmadığı belirlenen ilişki düzeyinden dolayı **H₁ hipotezi reddedilmiştir.**

H₂: Risk Yönetim Komitesi Kompozisyonu (RMCC), BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Tablo 5'te risk yönetim komitesi kompozisyonu (RMCC) 0,0004351 katsayısı ve 0,177'lik bir p-value değerine sahip olup pozitif ancak anlamlı olmayan bir sonuç yer almaktadır. Risk yönetim komitesi kompozisyonu (RMCC) ve aktif kârlılığı arasında pozitif yönlü ancak anlamlı olmayan bir ilişki belirlendiği için **H₂ hipotezi reddedilmiştir.** Araştırma sonucu, risk yönetim komitesi büyüklüğü ve kompozisyonu ile finansal performans arasında anlamlı bir etkinin olmadığını gösteren Chukwujekwu vd. (2020) çalışma sonuçları ile uyumludur.

H₃: Risk Yönetim Komitesindeki Cinsiyet Dağılımı (RMCG), BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Risk yönetim komitesi cinsiyet dağılımı (RMCG) ile firmaların aktif kârlılığı arasında %5 düzeyinde anlamlı kabul edilen bir ilişki düzeyi belirlenmiştir. Tablodaki RMCG sonucu, Risk Yönetim Komitesi Cinsiyet Dağılımının 0,0230258 katsayısına ve 0,016'lık p-value değerine sahip olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu sonuç risk yönetim komitesinde kadın üye bulundurulmasının aktif kârlılığı pozitif yönde etkilediğine dair anlamlı sonuç ortaya koyduğundan dolayı **H₃ hipotezi kabul edilmiştir.** Sonuç kadın üye bulunduran risk komitelerinde oluşan cinsiyet çeşitliliğinin aktif kârlılığı pozitif yönde anlamlı bir şekilde etkilediğini gösteren Chukwujekwu vd. (2020) çalışma sonuçları ile uyumludur.

H₄: Risk Yönetim Komitesi Bağımsız Üye Oranı (RMIM), BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Tablo 5, risk yönetim komitesi bağımsız üye oranı (RMIM) ve aktif kârlılık arasında %10 düzeyinde anlamlı kabul edilen bir ilişki düzeyini göstermektedir. Risk yönetim komitesi bağımsız üye oranının 0,0334578 katsayısı ve 0,090 oranında p-value değerine sahip olması aktif kârlılığı üzerinde pozitif yönde etkiye sahip olduğunu gösterdiğinden **H₄ hipotezi kabul edilmiştir.**

H₅: Risk Yönetim Komitesi Toplantı Sayısı (RMMN), BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Risk yönetim komitesi toplantı sayısı (RMMN) ve aktif kârlılık arasında pozitif yönlü ancak anlamlı olmayan bir ilişki seviyesi belirlendiğinden **H₅ hipotezi reddedilmiştir.** Araştırma sonucu, risk yönetim komitesi toplantılarının firma performansı üzerinde pozitif etkili olduğunu belirten Kakanda vd. (2018) çalışmasının aksine, risk yönetim komitesi toplantılarının firma performansına herhangi bir etkisinin bulunmadığını göstermektedir.

H₆: Risk Yönetim Komitesi Rapor Sayısı (RMRN), BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı üzerinde anlamlı bir etkiye sahiptir.

Risk yönetim komitesi rapor sayısı (RMRN), 0,0018661 katsayısı ve 0,531 oranında p-value değerine sahip olması pozitif ancak anlamlı olmayan bir sonuç ortaya koymaktadır. Risk yönetim komitesi rapor sayısı (RMRN) ile BIST100'de yer alan firmaların aktif kârlılığı arasında pozitif ancak anlamlı olmayan bir ilişki düzeyi belirlendiğinden dolayı **H₆ hipotezi reddedilmiştir.**

Sonuç ve Değerlendirme

Risk yönetim komitesinin özellikleri ile firmaların aktif kârlılıkları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacı ile yapılan bu araştırma sonuçları, risk yönetim komitesine kadın üyelerin ve bağımsız üyelerin katılım sağlamanın firma performanslarına daha isabetli katkı sağladıklarını göstermektedir. Araştırma kapsamında risk yönetim komitesinin özellikleri olarak kullanılan altı adet değişkenden yalnızca risk komitesi cinsiyet dağılımı ve risk yönetim komitesi bağımsız üye oranının aktif kârlılığı açısından etkili olduğu ortaya konulmaktadır. Risk yönetim komitesi cinsiyet dağılımının 0,0230258 oranında ve risk yönetim komitesi bağımsız üye oranının ise 0,0334578 oranında aktif kârlılıkları olumlu yönde etkilemektedir. Kadın üyelerin iş yaşamında daha özverili, kararlı ve çalışkan olması nedeniyle risk yönetim komitelerinde kadın üyelerin bulundurulmasının hem komite çalışmalarını hem de finansal performans sonuçlarına olumlu yönde katkı sağlanması söz konusudur (Chukwujekwu vd., 2020; Zemzem ve Kacem, 2014). Bu nedenle sonuçlarımız risk yönetim komitelerinde kadın üyelerinin yer alması ile oluşturulacak cinsiyet dağılımının önemli olduğunu göstermektedir. Ayrıca güçlü bir yönetim komitesi ve kurumsal verimliliğin artırılmasında önemli bir etken olan uzman, akademisyen veya yönetim dışından bağımsız üyelerin risk yönetim komitelerinde yer alması ile daha kurumsal bir risk kontrolü gerçekleştirilebilir (Fali vd., 2020). Bu kapsamda risk yönetim komitesi bağımsız üye oranının yüksek olması da finansal performans açısından önemli bir etken olduğu belirtilebilir.

Araştırma, literatür çalışmalarında da yer alan, benzer konularda kullanılan risk yönetim komitesinin özelliklerinden risk komitesinin büyüklüğü, risk komitesinin kompozisyonu, risk komitesi cinsiyet çeşitliliği değişkenlerini incelemektedir. Ayrıca, araştırmada diğer çalışmalardan farklı olarak *risk komitesinin bağımsız üyelerinin oranı* ile *risk komitesinin toplantı ve rapor sayıları* da modele dahil edilerek incelenmektedir. Risk komitesinde cinsiyet çeşitliliği ile finansal performans arasında belirlenen anlamlı etki literatür çalışmaları ile uyumlu sonuçlar ortaya koymaktadır. Ayrıca, komitedeki bağımsız üye oranı ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Fakat risk yönetim komitelerinin büyüklükleri, kompozisyonu, toplantı sayıları ve yönetim kuruluna sunulan rapor sayılarına ilişkin anlamlı bir ilişki düzeyi belirlenmemiştir. Risk yönetim komitelerinin büyüklüğü, komitede yer alan icracı olmayan üyelerinin oranları, yapılan toplantı sayıları veya çalışmaları ilişkin yönetim kurullarına sunulan rapor sayılarının önemli bir etkiye sahip olmadığı belirlenmiştir. Risk yönetim komitelerinin büyüklüğü ve toplantı veya karar sayılarından ziyade daha etkin bir şekilde risklerin yönetilmesinin önemli olduğu görülmektedir. Daha etkin ve uzman bir şekilde bağımsız kararlara alabilme kabiliyetine sahip bir risk yönetim komitesinin oluşturulmasının öncelikli olduğu belirlenmektedir. Sık sık toplanan veya daha fazla üye bulunduran bir risk yönetim kurulu oluşturulmasından ziyade riskleri zamanında görebilen ve gerekli tedbirleri doğru bir şekilde alabilen bir risk yönetim ekibi oluşturulması önem arz etmektedir. Sonuçlar, risk komitesinin varlığının, büyüklüğünün, toplantı ve rapor sıklığının yerine doğru risk alma davranışları sergileyecek sorumluluğu sahip bayan veya bağımsız üyelere sahip etkin bir risk yönetim komitesinin varlığını desteklemektedir.

Firma performansları açısından firma yönetimlerinin daha büyük bir risk komitesi oluşturmak veya sık sık toplantı ve raporlamaya yönelik bir risk yönetim ekibi oluşturmaktan ziyade gelecek öngörülerini yüksek, yönetimden bağımsız hareket

edebilme yeterliğine sahip, işini daha ciddiye alıp riskleri önceden tespit edebilecek bir ekip kurmaya yönelmeleri önerilir. Araştırmanın risk yönetimi ve risk yönetim komitelerinin oluşturulmasının ve bilgi kullanıcıları açısından önemini ortaya koymak açısından sonraki çalışmalara katkı sunması beklenmektedir. Risk yönetiminin kritik olduğu sektörler ve ek değişkenler ile konunun geliştirebileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abdullah, M.H.S.B, Janor, H., Hamid, A.M. ve Yatim, P. (2017). The effect of enterprise risk management on firm value: evidence from Malaysian technology firms. *Jurnal Pengurusan*, 49, 1-15.
- Abubakar, A. H., Ado, A. B., Mohamed, M. I., ve Mustapha, U. A. (2018). The effect of risk management committee attributes and board financial knowledge on the financial performance of listed banks in Nigeria. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 1(5), 7-13.
- Ahmad, S., Ng, C., ve McManus L.A. (2014). Enterprise risk management (ERM) implementation: some empirical evidence from large Australian companies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 164, 541-547.
- Aydın, O., Yanık, S., ve Akdoğan, N. (2017). Analysis of disclosures about risk management and risk measures within the annual reports of manufacturing companies listed on Borsa İstanbul 100 index. *Muhasebe ve Bilim Dünyası*, 19(4), 1018-1033.
- Bourib, I., ve Boudiab M. (2021). The impact of risk management committee characteristics on firm performance: evidence from non-financial listed firm son Malaysia stock market. *Journal of Finance, Investment, and Sustainable Development*, 6(2), 494-513.
- Chatterjee, D., ve Bose, S. K. (2007). Corporate governance, risk management and internal audit: a case study. *Management and Labour Studies*, 32(4), 515-521.
- Chukwujekwu O. A, Theresa O. N., ve Vincent O. P. (2020). Risk management committee attributes and financial performance: empirical evidence from listed Nigeria banks. *Journal of Accounting, Business and Social Sciences*, 3(3), 106-115.
- Dickinson, G. (2001). Enterprise risk management: its origins and conceptual. *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, 26(3), 360-366.
- Elamer, A.A. ve Benyazid, I. (2018). The impact of risk committee on financial performance of UK financial institutions. *International Journal of Accounting and Finance*, Forthcoming, 1-30.
- Erdoğan S., ve Coşkun Erdoğan D. (2017). The effect of corporate governance scores on firms' financial performance: evidence on BIST100 index. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2, 33-44.
- Fali, I. M., Philomena O. N, Ibrahim Y., ve Amos, J. (2020). Risk management committee size, independence, expertise, and financial performance of listed insurance firms in Nigeria. *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*, 4(5), 313- 319.
- Florio, C. ve Leoni, G. (2017). Enterprise risk management and firm performance: The Italian case. *The British Accounting Review*, 49, 56-74.
- Gacar, A. (2017). İşletmelerde kurumsal risk yönetimi kapsamında riskin erken saptanması ve yönetimi komiteleri: Borsa İstanbul'da nitel bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 52, 123-133.
- González, L.O., Santomil, P.D.ve Herrera, A.T. (2020). The effect of enterprise risk management on the risk and the performance of Spanish listed companies. *European Research on Management and Business Economics*, 26, 111-120.
- Gordon, L.A., Loeb M.P. ve Tseng, C. (2009). Enterprise risk management and firm performance: A contingency perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 28(4), 301-327.
- Jia, J. ve Bradbury, M.E. (2020). Complying with best practice risk management committee guidance and performance. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 16(10022), 1-12.
- Jia, J. ve Li, Z. (2022). Risk management committees and readability of risk management disclosure. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 1-15.

- Kakanda, M. M., Salim, B., ve A/P Chandren, S. (2018). Risk management committee characteristics and market performance: empirical evidence from listed financial service firms in Nigeria. *International Journal of Management and Applied Science*, 4(2), 6-10.
- Kallamu B.S. (2015). Risk management committee attributes and firm performance. *International Finance and Banking*, 2(2), 1-24.
- Kıral, H. (2018). Kurumsal risk yönetiminin riskleri. *Denetim*, 8(18), 5-14.
- Köse, T. ve Ağdeniz, Ş. (2019). The role of management accounting in risk management. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Ağustos Özel Sayı, 509-526.
- Malik, M. F., Nowland, J., ve Buckby, S. (2021). Voluntary adoption of board risk committees and financial constraints risk. *International Review of Financial Analysis*, 73, 1-17.
- Malik, M. F., Zaman M., ve Buckby S. (2020). Enterprise risk management and firm performance: role of the risk committee. *Journal of Contemporary Accounting and Economics*, 16, 1-22.
- Önder, Ş., ve Ergin, H. (2012). Determiners of enterprise risk management applications in Turkey: an empirical study with logistic regression model on the companies included in ISE (Istanbul Stock Exchange). *Business and Economic Horizons*, 7(1), 19-26.
- Özer, M.A. ve Erdem, E. (2022). Kurumsal risk yönetimi: sorumlular ve başarı kriterleri üzerinden bir değerlendirme. *Denetim*, 13(25), 58-76.
- Tahir, I.M. ve Razali, A.R. (2011). The relationship between enterprise risk management (ERM) and firm value: evidence from Malaysian public listed companies. *International Journal of Economics and Management Sciences*, 1(2), 32-41.
- Tao, N.B. ve Hutchinson, M. (2013). Corporate governance and risk management: The role of risk management and compensation committees. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 9, 83-99.
- Villiers, C. De, Jia, J. ve Li, Z. (2022). Are boards' risk management committees associated with firms' environmental performance? *The British Accounting Review*, 54(101066), 1-21
- Zemzem, A., ve Kacem, O. (2014). Risk management, board characteristics and performance in the Tunisian lending institutions. *International Journal of Finance & Banking Studies*, 3(1), 186-200.

Extended Abstract

Aim and Scope

It is expected that the correct establishment and use of risk management boards will contribute to the prevention of failures in financial performance by foreseeing them. In this direction, the research aims to reveal the effect of risk management characteristics of companies traded in the BIST100 index on financial performance. It is expected that the results of the research conducted for this purpose will contribute to the studies on risk management and firm performance, especially in Turkey.

Methods

For the research, panel data analysis, which considers both the time dimension and the cross-sectional dimension, was used for the models and hypotheses created to determine the effects of risk management committee characteristics on firm performance. Hausman test was used to interpret the best choice between fixed and random effects models.

In the research, the data of forty-eight companies traded in Borsa Istanbul and included in the BIST100 index in 2021 are used. Data While creating the data set, companies that have been trading continuously since 2014 and whose data about the risk management committee can be accessed were considered. et for the years 2014–2021 was created by applying the judgmental sampling technique in the sample selection. Firms, holdings, and financial institutions whose data could not be accessed were excluded from the analysis. As a result, a sample was created with forty-eight companies that did not have missing data on the variables related to the risk management committee related to the model.

For the findings of the research, first descriptive statistics of the variables were examined. In the research, Skewness and Kurtosis tests were used to determine the normality distribution. Correlation and multicollinearity tests of the variables were performed. For the established regression model, the Breusch–Pagan test, F test, and Hausman test were performed to determine which panel data regression method would be used for estimation. The results of the F-statistics and Breusch-

Pagan tests show that it is necessary to choose between fixed and random effects models and to apply the Hausman test for this. The results of the Hausman test, which is used to choose between fixed and random effects models, show that the predictions of the random effects model are more significant.

Findings

In the research, the effect of risk management characteristics of companies traded in the BIST100 index on financial performance has been examined. The findings of the panel data analysis conducted to determine the relationship between risk management committee characteristics and financial performance are as follows.

For the findings of the research, first descriptive statistics of the variables were examined. Accordingly, it is seen that the companies included in the BIST 100 index have a 6% return on assets. Therefore, it can be accepted that companies with a return on assets of below 6% perform poorly. It is seen that the average number of risk committee members of the companies included in the sample is approximately 3 (the RMCS average is 2.416667), the minimum number of members is 1, and the maximum number of committees is 5. It is seen that the members who do not have executive duties in the risk management committees are as high as 93.51302, and the members of the risk management committee are generally non-executive members. In addition, it is seen that the rate of female members in risk management committees is around 25%, while the average total number of independent members of risk management committees is around 63%. Also, it has been determined that risk management committees mean approximately 5.56 regarding the number of meetings and 5.54 regarding the number of reports presented.

To determine which panel data regression method will be used for estimation of the established regression model, the Breusch-Pagan test, F test, and Hausman test were performed. The results of the F-statistics and Breusch-Pagan tests show that it is necessary to choose between fixed and random effects models and to apply the Hausman Test for this. The results of the Hausman Test used to choose between fixed and random effects models show that the predictions of the random effects model are more meaningful.

The evaluation of the hypotheses according to the significance of the results related to the random effects model is as follows.

The AccorTheysis result shows that the risk committee size (RMCS) has a coefficient of 0.0018036 and a p-value of 0.83. This negative effect shows that the size of the risk committee doesn't have a meaningful statistical effect on the return on assets (ROA) of the companies included in the BIST100 in Turkey. In this context, the H_1 hypothesis was rejected due to the negative but not significant relationship between the size of the risk management committee (RMCS) and return on assets.

The risk management committee composition (RMCC) has a coefficient of 0.0004351 and a p-value of 0.177, with a positive but non-significant result. The H_2 hypothesis was rejected as a positive but insignificant statistical relationship was determined between the risk management committee composition (RMCC) and return on assets.

A significant correlation level of 5% was determined between the risk management committee gender distribution (RMCG) and the return on assets of the firms. The RMCG result shows that the Risk Management Committee Gender Distribution has a coefficient of 0.0230258 and a p-value of 0.016. For this result, the H_3 hypothesis was accepted.

The risk management committee shows a significant relationship at the 10% level between the independent member ratio (RMIM) and return on assets. The ratio of risk management committee independent members has a coefficient of 0.0334578 and a p-value of 0.090. hypothesis was accepted because it indicates that it has a positive effect on the return on assets.

H_5 hypothesis was rejected because a positive but insignificant relationship was determined between the number of risk management committee meetings (RMMN) and return on assets.

The number of risk management committee reports (RMRN), a coefficient of 0.0018661, and a p-value of 0.531 reveal a positive but non-significant result. H_6 hypothesis was rejected because a positive but insignificant relationship was determined between the number of risk management committee reports (RMRN) and the return on assets of the companies included in BIST100.

Conclusion

The results of this research, conducted to determine the relationship between the characteristics of the risk management committee and the return on assets of the companies, show that the participation of female members and independent members in the risk management committee makes a more accurate contribution to the performance of the company. Among the six variables used as the characteristics of the risk management committee within the scope of the research, it is revealed that only the gender distribution of the risk committee and the ratio of the independent members of the risk

management committee are effective in terms of return on assets. The risk management committee's gender distribution of 0.0230258 and the risk management committee's independent member ratio of 0.0334578 positively affect the return on assets. Since female members are more devoted, determined, and hardworking in business life, having female members in risk management committees contributes positively to both committee work and financial performance results (Chukwujekwu et al., 2020; Zemzem and Kacem, 2014). For this reason, our results show that the gender distribution to be created with the participation of female members in risk management committees is important. In addition, a more corporate risk control can be realized with a strong management committee and the inclusion of experts, academics, or independent members from outside the management, which is an important factor in increasing corporate efficiency (Fali et al., 2020). In this context, it can be stated that the high number of independent members of the risk management committee is an important factor in terms of financial performance.

The research examines the size of the risk committee, the composition of the risk committee, and the gender diversity of the risk committee, from the characteristics of the risk management committee used in similar subjects, which are also included in the literature studies. In addition, unlike in other studies, the ratio of independent members of the risk committee and the number of meetings and reports of the risk committee are also included in the model. The significant effect determined between gender diversity and financial performance in the risk committee reveals results consistent with literature studies. In addition, a significant relationship was determined between the proportion of independent members in the committee and financial performance. However, a significant level of relationship could not be determined regarding the size and composition of the risk management committees, the number of meetings and the number of reports submitted to the board of directors. It has been determined that the size of the risk management committees, the ratio of non-executive members in the committee, the number of meetings held, or the number of reports submitted to the board of directors regarding their work does not have a significant effect.

It is seen that it is important to manage risks more effectively than the size of risk management committees and the number of meetings or decisions. It is determined that the establishment of a risk management committee capable of making independent decisions more effectively and expertly is a priority. Rather than establishing a risk management board that meets frequently or has more members, it is important to establish a risk management team that can see the risks promptly and take the necessary measures correctly. The results support the existence of an effective risk management committee with female or independent members who have the responsibility to exhibit the right risk-taking behaviors instead of the existence, size, meeting, and reporting frequency of the risk committee.

In terms of company performance, it is recommended that company management tend to establish a team with high future foresight, the ability to act independently from management, take their job more seriously and identify risks beforehand rather than forming a larger risk committee or forming a risk management team for frequent meetings and reporting. It is expected that the research will contribute to future studies in terms of establishing risk management and risk management committees and revealing the importance of information users. It is thought that the subject can be improved in the sectors where risk management is critical and additional variables.

Osmanlı Demiryollarında Alınan Asayiş Tedbirleri

Public Security Measures That Were Taken on Ottoman Railways

İbrahim Yılmaz¹

Öz

XIX. yüzyılın ikinci yarısında Osmanlı ülkesine giren demiryolları ekonomik ve sosyal hayata birçok yenilik ve kolaylıklar getirirken ülke asayişine de etkileri olmuştur. Osmanlı Devleti demiryolu sistemini oluşturan, hat, tren ve istasyonlarda asayiş sağlamak adına bir takım tedbirler almıştır. Bu çalışma XIX. yüzyılın ikinci yarısıyla XX. yüzyıl başlarını kapsamakta olup ikinci el kaynaklar ile Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivlerinden faydalanılmıştır. Çalışmada demiryolu sisteminde alınan asayiş tedbirleri üzerinde durulmaktadır. Çalışmanın sonunda, bu alanda asayiş sağlamak amacıyla özel bir mevzuatın yürürlüğe konulduğu, bu mevzuat hükümleri doğrultusunda demiryolu hatları, istasyonlar ve trenlerde hem terör olaylarına hem de adi suçlara karşı gerekli tedbirlerin alındığı, bu görevlerde polis, jandarma, zaptiye kuvvetleri ve askeri birliklerden faydalandığı tespit edilmiştir. Ayrıca alınan tüm tedbirlere rağmen özellikle Balkanlar ve Hicaz bölgesinde demiryolu hatları ile trenlerin bir takım terör saldırılarına maruz kaldığı, demiryolu sistemini oluşturan tüm alanlarda adi suçların da eksik olmadığı ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı, Demiryolu, Asayiş, Balkanlar, Hicaz Bölgesi

Abstract

In the second half of the XIXth century, the railways that made their way into the Ottoman Empire brought many innovations and conveniences to the economic and social life and had an impact on the country's security. In order to maintain order and safety, the Ottoman Empire took some safety measures at the lines, trains and stations that make up the railway system. This study covers the second half of the XIXth century and the beginning of the XXth century, and the Ottoman Archives of the Directorate of State Archives were used as well as second-hand sources. The study focuses on the public safety measures taken on the railway system. The results of the study reveal that in order to ensure public order at these locations, specific legislation entered into the force, and in accordance with the provisions of said legislation, railway lines, stations and trains have taken the necessary precautions against both terrorism and ordinary crime, and the police, gendarmerie, military police forces and military units served on such duties. In addition, despite all the measures taken, railway lines and trains were subjected to a number of terrorist attacks, especially in the Balkans and the Hejaz region, and ordinary crimes were committed in all areas that make up the railway system.

Keywords: Ottoman, Railways, Public Order, Balkans, Hejaz Region

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 13 / 04 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Dr.,Emniyet Genel Müdürlüğü, ibrahim.yilmaz70@hotmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-5332-1663>

Giriş

Günümüz ulaşım sektörünün en önemli kollarından birisi olan demiryolları, dünyada XIX. yüzyılın ilk yarısından itibaren kullanılmaya başlanmıştır. Bununla birlikte demiryolu alanındaki gelişmelerin başlangıcı daha eskilere dayanmaktadır. Avrupa'daki maden ocaklarının bazılarında 1550'li yıllarda ahşaptan yapılmış ilkel vagon yolları kullanılmakta ve ocaklardan çıkarılan hammadde, insan veya hayvan gücüyle çekilerek bu yollar üzerinde taşınmaktaydı. Madeni rayların kullanılmasına ise 1776'da İngiltere'de başlanılmıştır. Sanayi devriminin getirdiği yenilikler, özellikle buharın kullanılması modern demiryollarının doğmasını sağlamış ve bu alanda adım adım gelişmeler yaşanmıştır. Liverpool-Manchester arasında 15 Eylül 1830 tarihinde başlayan tren seferleri bu alandaki gelişmelerin öncüsü olmuştur. Devam eden süreçte demiryolları Fransa, Almanya, Belçika ve Amerika Birleşik Devletleri gibi ülkelerde de hizmete girmiştir (Engin, 1993:15-17).

Osmanlı Devleti'nde de ülkeye bu yeniliği getirme düşüncesi ortaya çıkmış ve bu teknolojiyi almak üzere bazı adımlar atılmaya başlanmıştır. Demiryolunun öneminin farkında olan Abdülmecid, odasında Liverpool-Manchester treninin fotoğraflarını bulundurmakta ve ülkede demiryolu yapılmasını arzu etmekteydi. Ayrıca Avrupalı müteşebbislerin Osmanlı topraklarında demiryolu inşa etmek için müracaatları da konunun gündemde kalmasını sağlamaktaydı. Demiryolunun, merkezin taşraya daha iyi hâkim olması, gerektiğinde daha hızlı asker sevk edilmesi, taşranın ürettiği malların merkezi bölgelere daha hızlı taşınması gibi birçok fayda sağlayacağına inanılmaktaydı (Kanberoğlu, 2018: 159) .

Osmanlı topraklarında inşa edilip işletmeye açılan ilk demiryolu, 1856'da faaliyete geçen İskenderiye-Kahire hattı olmuştur. Bu hat Akdeniz'den Kızıldeniz'e inerek Hindistan yolunu kısaltmayı amaçlayan İngilizler tarafından planlanmış ve kendilerine verilen imtiyazla inşa edilmiştir. Rumeli bölgesinde inşa edilen ilk hat 4 Ekim 1860 tarihinde işletmeye açılan Köstence-Çernovada hattı, Anadolu'da hizmete sokulan ilk hat ise 1 Temmuz 1866'da işletmeye açılan İzmir-Aydın hattı olmuştur (Gülsoy, 1994:19, 21). Böylece Osmanlı topraklarında 1851-1866 arasında inşa edilen demiryolu hattı uzunluğu 513 km olmuştur (Kanberoğlu, 2018:160).

Demiryolu, ulaştığı bölgelere sosyal, ekonomik, askeri alanlarda gelişim ve değişimler getirirken bir taraftan da asayiş alanında yeni önlemler alınmasını gerektirmekteydi. Bu hususta yeni dönemin en önemli ihtiyacı, demiryolu hatlarıyla, durak, istasyon, tren, yolcu ve görevlilerin güvenliklerinin sağlanması olmuştur. Bunun yanı sıra ulaşımın daha kolay ve daha hızlı yapılabilir hale gelmesiyle artan insan hareketliliği de asayişin sağlanması açısından dikkate alınması gereken bir konu haline gelmiştir.

Bu yeni döneme uyum sağlamak adına mülki yetkililer ve kolluk yöneticileri polis mevcudunun artırılması için sık sık merkezden talepte bulunmaktaydılar. Örneğin, Hüdavendigar Valisi, 14 Mayıs 1891 tarihinde Sadarete yazdığı yazıda, inşaatı devam eden Ankara demiryolu sebebiyle Hüdavendigar vilayetinin asayişinin önem kazandığını, zikrolunan hat inşaatının İzmit sancağı kısımlarının tamamlandığını, halen Ertuğrul sancağında bulunan Karasu Boğazı ile Eskişehir taraflarında devam ettiğini ifade etmekteydi. Yazının devamında ise hizmete giren hatlarda duraklar açılmakta olduğunu, Aydın-Afyon demiryolunun da Kütahya'nın Uşak kazasından geçerek Karahisar sancağına ulaştığını belirtmekteydi. Vali, yazısının son kısmında, yapımı tamamlanan ve işletmeye açılan hatlarda yolcu yoğunluğu yaşanmakta olduğunu, bu sebeple asayişin sağlanması amacıyla durak ve istasyonlarda polis görevlendirilmesi gerektiğini, fakat Kütahya ve Karahisar sancaklarında görevli polis mevcudunun dört, beş kişiden ibaret olduğunu, vilayet polis mevcudunun yetersizliği sebebiyle diğer sancak ve kazalardan buralara polis tayin edilmesinin de mümkün olmadığını, halen polis görevlendirilmemiş olan duraklarda görevlendirilmek üzere on polis memuru ile iki komiserin istihdamına izin verilmesini talep etmekteydi (BOA.Y.MTV.50/3). Hüdavendigar vilayetinin bu talebi Meclis-i Vükela'da 24 Mayıs 1891 tarihinde görüşülerek kabul edilmişti (BOA.MV.64/69). Ankara demiryolu hattının Eskişehir kazasına ulaşması üzerine Hüdavendigar vilayeti merkeze bir kez daha başvurarak, Eskişehir'in asayiş yönünden öneminin arttığını, polis mevcuduna bir komiser ile on polis memurunun ilave edilmesi gerektiğini bildirmişse de merkezden 29 Mayıs 1892 tarihinde verilen cevapta, vilayet polis mevcudunun yakın tarihte artırıldığı, ayrıca bütçede bu iş için ödenek bulunmadığı ifade edilerek talep reddedilmişti (BOA.DH.MKT.1956/60).

Bu çalışmada XIX. yüzyılın ikinci yarısıyla XX. yüzyıl başlarında Osmanlı demiryollarında alınan asayiş tedbirleri incelenmektedir. Çalışmada ilk olarak demiryollarında alınacak asayiş tedbirleriyle ilgili mevzuat incelenecektir. Devamında ise devletin özellikle Rumeli ve Hicaz bölgelerinde ayrılıkçı hareketlere maruz kaldığı bir dönemde demiryolu hatları, istasyonlar, trenler ve yolcuların ne tür saldırılara maruz kaldığı, bu saldırılara karşı hangi tedbirlerin alındığı, siyasi saldırıların yanı sıra adi suçlar bakımından durumun ne olduğu ortaya koyulmaya çalışılacaktır.

1. Demiryollarında Alınacak Asayiş Tedbirleriyle İlgili Mevzuat

Osmanlı topraklarında tren seferlerinin başlamasıyla yolculukların güvenli bir biçimde yapılabilmesi için bir takım asayiş tedbirlerinin alınması gerektiği ortaya çıkmıştı. Demiryolları yeni ortaya çıkan ve kendine has özellikleri olan bir ulaşım türü

olduğu için ülke çapında alınmış olan genel asayiş tedbirlerinin dışında özel bir mevzuat çıkarılması ihtiyacı hâsıl olmuş ve 11 Haziran 1867 tarihinde *Memalik-i Mahrusa Demiryollarının Usul-ü Zabıtasına Dair Nizamname* (Düster 1 / 2: 340-347) ismiyle bir düzenleme yapılmıştır. Dört fasıl ve 22 maddeden oluşan bu nizamnamenin 1. faslında, demiryollarına karşı yapılacak saldırı ve tecavüzlere uygulanacak cezalar belirlenmiştir. Fasılın 1. maddesinde, demiryolunu kasten tahrip edenlerin, tren seferlerine mani olacak surette yola bir şeyler koyanlar ile ne suretle olursa olsun tren seferlerine mani olanların, demiryolu durakları arasında bulunan telgraf haberleşmesini kesenlerin, bu hareketlerinden dolayı bir can kaybı olduğu takdirde idam, yaralananlar olduğu takdirde geçici olarak kürek cezası, herhangi bir zarar ortaya çıkmadığı takdirde ise bir sene ile üç sene arasında hapis ile cezalandırılacakları hükme bağlanmıştır. Fasılın 2. maddesinde, sayılan bu suçların bir örgüt faaliyeti çerçevesinde işlenmesi halinde örgüt lideri ile teşvik veya tertipçilerin, fail gibi cezalandırılacakları ifade edilmiştir. Ayrıca demiryoluna saldıracağından bahisle fidye isteyenlerin bir sene ile üç sene arasında hapse çarptırılacağı belirtilmiştir. Fasılın son maddesinde ise demiryolunda görevli olanlara görev esnasında saldıranlar hakkında ceza kanununda devlet memurlarına görev esnasında saldıranlar için belirlenmiş olan cezaların uygulanacağına işaret edilmiştir (Düster 1/2 :340, 341).

Nizamnamenin 2. faslı demiryollarının korunmasıyla ilgili maddeler içermektedir. Buna göre; şose, köprü, viyadük gibi yapıları bozanlar, demiryolu üzerine toprak vb. malzeme dökenler, demiryolunun iki tarafından demiryoluna tahsis edilmiş olan alanda yapı inşa edenler, demiryoluna 20 arşın mesafe dahiline saman, ot gibi kolay yanan maddeler koyanlar 20 mecdiyeden 5 liraya kadar para cezasına çarptırılacak, ayrıca oluşan zarar tazmin ettirilecekti (Düster1/2 : 342, 343).

Nizamnamenin 3. faslı, demiryolu hizmetlerine tahsis edilen yerlere girme ve trenlere binme kurallarına ayrılmıştır. Buna göre; demiryolu üzerinde bulunan hayvanlar yakalanacak ve hayvanın cinsine göre sahibinden 5 ila 50 kuruş arasında para cezası tahsil edildikten sonra iade edilecektir. Biletsiz yolculara, ödemesi gereken ücretin iki misline kadar para cezası kesilecektir. Sarhoşların, silah taşıyanların, eşyalarının büyüklüğü veya sayısı nedeniyle başkalarına rahatsızlık verecek olanların trene binmeleri yasaktır. Ayrıca, silah taşıyan kişiler istasyonlara geldiklerinde silahlarını boş olarak görevlilere teslim edecekler ve indikleri yerlerde teslim alacaklardır. Ateş alarak yangına sebebiyet vermesi ihtimal dâhilinde olan eşya sahipleri, istasyonlara geldiklerinde görevlilere bilgi vermek zorundaydı. Bu kuralı ihlal edenler 5 lira para cezası ödeyecekleri gibi yangın, patlama vb. bir durumda oluşacak zararı da tazmin edeceklerdir. Nizamname vagonlara fazla yolcu almayı ve yanında köpeği olan yolcuların diğer yolcuların bulunduğu vagonlara girmesini yasaklamakta olup köpek sahipleri kendilerine gösterilecek yerlerde seyahat edeceklerdir. Köpeğiyle yolcu vagonuna binen kişilerden 20 mecdiyeye para cezasıyla birlikte köpek için de ücret alınacaktır. Alınan para cezalarının yarısı *Eyalet Şose Yollar Sandığına*, diğer yarısı ise demiryolunu işleten şirketin hesabına yatırılacak, şirket bu parayı ihtiyaç sahibi çalışanları için kullanacaktır (Düster,1/2 :343, 346).

Nizamnamenin 4. faslında, demiryolları üzerinde veya trenlerde işlenecek suçları takiple görevli olanlar tanımlanmaktadır. Buna göre; 1. faslında geçen demiryolunu tahrip, tren seferlerine mani olacak surette yola bir şey koymak veya ne suretle olursa olsun tren seferlerine mani olmak, demiryolu durakları arasında bulunan telgraf haberleşmesini kesmek gibi suçlar işlendiğinde durum şirket görevlileri veya teftiş memurları tarafından hat komiserine bildirilecek, komiser mahalli kolluk görevlileriyle birlikte suç mahalline giderek tahkikat yapacaktır. Nizamnamenin 2. faslında geçen şose, köprü, viyadük gibi yapıları bozmak, demiryolu üzerine toprak vb. malzemeler koymak, demiryolunun iki tarafından demiryoluna tahsis edilmiş olan alanda yapı yapmak, demiryoluna 20 arşın mesafe dahiline saman, ot gibi malzemeler koymak gibi suçlar işlendiğinde teftiş memurunun haber vermesi üzerine hat komiseri tarafından tahkikat gerçekleştirilecekti. 3. faslında geçen suçlar işlendiğinde ise tahkikatı teftiş memuru yapacaktı (Düster,1/2 :346, 347).

Nizamnamenin 22. maddesinde demiryollarında meydana gelecek her türlü suçu takip etmekle görevli olmak üzere yola çıkarılacak her bir trende veyahut her bir durakta komiserlerin emrinde görev yapmak üzere birer *teftiş memuru* görevlendirileceği dile getirilmişti (Düster,1/2: 347). Nizamnamede geçen *teftiş memuru* ve *komiser* tabirlerinin üzerinde kısaca durmakta yarar vardır. *Teftiş memurluğu*, 20 Mart 1845 tarihinde kurulup çok geçmeden kapatılan polis teşkilatının görevlerini ifa etmek üzere 1867'de hayata geçirilen teşkilattir. Mülki idarenin emrinde görev yapan bu teşkilata istihbarat alanında yüklenen önemli görevlerin yanı sıra adli, idari, siyasi kolluk ve belediye zabıtası görevleri de verilmişti. Teftiş memurluğu teşkilatı kurularak görevleri belirlenmiş olmasına rağmen kısa bir süre sonra kapatılmış, görevleri Zaptiye Müşiriyetine verilmişti (Alyot, 2018: 178-180). Zaptiye Müşiriyetinin 3 Aralık 1879 tarihinde Zaptiye Nezaretine dönüştürülerek görevlerinin ülkenin her yerinde yeniden kurulmaya başlanan polis teşkilatını idare etmek olarak belirlenmesiyle (Alyot, 2018: 182) demiryolları nizamnamesinde teftiş memurlarına verilen görevler polisler tarafından deruhte edilmiştir. Bu durumu Emniyet-i Umumiye Müdüriyetinin yazışmalarından da takip etmek mümkündür. Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti tarafından Beyrut, Suriye ve Halep vilayetlerine 3 Nisan 1912 tarihinde yazılan ve trenlerde görevli polislerin daha dikkatli görev yapmaları talimatı verilen yazıda,

“demiryollarında zuhur idecek ceraim ile hilaf-ı usul hareket hakkında takibat ve tahkikat icrası için katarlarda veyahut duraklarda komiserlerin emrinde olmak üzere birer teftiş memuru bulundurulacak bu memurun şahid olduğu vukuati ve tahkik ettiği tüm hususları derhal komiserine bildireceği, Demiryolları

Usul-ü Zabitasına dair olan nizamnamenin 22. maddesi iktizasından bulunduğu ve teftiş memurlarından maksat elyevm bunların makamına kaim olan polis memurunu olduğu cihetle öteden berü katarlara polis memuru görevlendirile gelmekte ise de....” denilerek nizamnamede geçen teftiş memuru tabirinden polisin anlaşılması gerektiği açıkça ifade edilmişti (BOA.DH.EUM.THR.75/39).

Memalik-i Mahrusa Demiryollarının Usul-ü Zabitasına Dair Nizamname'nin 22. maddesinde trenlerde görev yapacak teftiş memurlarının komiserlerin emrinde olacakları belirtilmiştir (Düstur, 1/2, :347). Burada komiser tabiriyle polis teşkilatının hiyerarşik yapısında bulunan komiserler değil trenlerde bulunan komiser unvanlı görevliler kastedilmektedir. Osmanlı demiryollarının inşa veya işletmeleri özel şirketlere devredilse bile devlet, şirket bünyesinde görev yaparak iş süreçlerini takip etmek üzere, memur statüsünde komiserler tayin etmekteydi. İzmir-Kasaba demiryolunun inşası için Edward Price ile 4 Temmuz 1863 tarihinde yapılan sözleşmeye, inşaat ve diğer işleri kontrol etmek üzere mühendis ve komiser tayin edileceği maddesi de konulmuştu. Komiserlerin görevleriyle ilgili çıkarılan talimatta, inşa sürecinde, hatların geçeceği yerler ile istasyonlarda uygulanacak mimariyi belirleme, hattın geçeceği güzergâhta satın alınacak arazilere harcanan meblağı kayıt altına alma, inşa sırasında çıkan eski eserleri muhafaza gibi görevler verilmişti. İşletme sürecinde ise yolcu ve eşya için alınan ücretlerin devletin belirlediği ücretle uyumlu olmasına dikkat etme, nakledilecek eşyaları kayıt altına alarak ulaştığı yerde sahibine teslim etme, taşınan yolcu ve eşya miktarı ile demiryolunun işletilmesi için yapılan masraf ve elde edilen gelirin kaydını tutma gibi görevler belirlenmişti (Kolay, 2011: 10-21). Bu haliyle komiserler, özel şirketin işlettiği trenlerde devleti temsil etmekte olup teftiş memurlarının (polislerin) amiri durumunda olmaları hatta kendilerine de demiryolu ve trenlerde meydana gelecek suçların takibatında görev verilmiş olması dolayısıyla trenlerdeki asayişten de sorumluydular.

Osmanlı topraklarında demiryollarının faaliyete geçmesi üzerine, alınması gereken asayiş tedbirleriyle ilgili bir nizamname çıkarılmış olmasına rağmen 1900'lü yılların başlarından itibaren Rumeli bölgesinde artan ve sıklıkla demiryolları ile trenleri de hedef alan Bulgar komitalarının saldırıları üzerine yeni tedbirler alınması gündeme gelmiştir. Bu aşamada Meclis-i Vükela, Sadaret, Adliye Nezareti, Şura-yı Devlet arasında yapılan bir dizi yazışma sonucunda yukarıda bahsedilen nizamnamenin 2. maddesine eklenmek üzere bir layiha hazırlanmış ve 15 Ağustos 1905 tarihinde çıkan irade-i seniyye ile kesinleşmiştir. Buna göre; *Memalik-i Mahrusa Demiryollarının Usul-ü Zabitasına Dair Nizamname'nin 2. maddesinde bahsedilen örgütü veya üyelerinden birisini, bilerek gizleyen veya yiyecek, içecek veren, suçta kullanmak üzere alet, edevat ve yatacak yer tedarik eden veya kılavuzluk yapanlar, suçlarının derecesine göre kürek cezasına çarptırılacaklardır. Bu gibi kişilerin mevcudiyetini öğrenip de haber vermeyenler üç aydan altı aya kadar hapisle cezalandırılacaktır. Bu iradeye göre, demiryolları güzergâhında bulunan köy ve kasabaların muhtar ve ihtiyar heyeti üyeleriyle köy bekçileri, demiryollarının kendilerine gösterilen kısmının muhafazasıyla görevli sayılmaktaydı. Bu görevlerinde gösterecekleri ihmâl sonucunda demiryolları eşkiya tarafından tahrip edildiği takdirde bu kişiler altı aydan bir buçuk seneye kadar hapis cezasına çarptırılacaktır (BOA.MV.109/115; BOA.ŞD.2746/55; BOA.İ.KAN 4/5; DH.MKT.2609/29; Düstur 1/8 , s. 294).*

Demiryollarında asayişin sağlanmasıyla ilgili bir düzenleme de Birinci Dünya Savaşı yıllarında yapılmıştır. Bu düzenleme, Takvim-i Vekayi'de 9 Temmuz 1915 tarihinde, *Hudud Kapularıyla Demiryolu Muvakkıflarında ve İskelelerde Emniyet Müfettişliği Teşkilat ve Vezaifi Hakkında Nizamname* ismiyle yayınlanmıştır. İsminden de anlaşılacağı üzere bu nizamname sadece demiryollarıyla ilgili olmayıp hudut kapıları ve iskeleleri de içine almaktadır (Düstur 2/7 s. 639; BOA.MV. 241/17). Bu nizamname ile kurulan *Emniyet Müfettişliği* kurumu doğrudan doğruya Dâhiliye Nezaretine bağlı olup görevi Pasaport Kanunu hükümlerini ifa ve yolcuların durumlarını tetkik olarak belirlenmiş olup aynı zamanda buldukları mıntıkanın asayişinden de sorumlu tutulmaktaydı. Müfettişler sorumlu oldukları hudut kapıları, demiryolu istasyonları ve iskelelerde meydana gelen suçlara müdahale ederek suçun taraflarını yerel kolluğa teslim edeceklerdi. Bu nizamnamenin demiryollarını ilgilendiren bir başka yönü ise 1867 tarihli nizamnameden farklı olarak, trenlerde görevlendirilen her rütbeden polisin artık Emniyet Müfettişliklerine bağlı olarak görev yapacak olmasıydı (Düstur 2/7 : 639).

2. Demiryolu Güzergâhında Alınan Asayiş Tedbirleri

Osmanlı demiryolu hatları birçok bölgede ayrılıkçı grupların hedefi olmuştur. Osmanlı Devleti ise bu saldırıların önüne geçmek adına bir takım tedbirler almıştır. Güzergâhta bulunan istasyonlar da tedbir alınması gereken öncelikli yerler arasında olduğundan buralarda da güvenlik kuvvetleri görevlendirilmiş ve yolcuların güvenlikleri sağlanmaya çalışılmıştır.

2.1. Demiryolu Hatlarında Alınan Asayiş Tedbirleri

Rumeli demiryollarının başlangıç hattı olan Yedikule-Küçükçekmece hattı 4 Ocak 1871 tarihinde açılmıştı. Yedikule, Bakırköy, Yeşilköy ve Küçükçekmece istasyonlarından oluşan hat İstanbul halkından büyük bir ilgi görmüştü. Bu hat İstanbul'un sosyal hayatında da bir takım değişiklikler yapmış olup Marmara Denizi kıyısından ev alan insanlar sabah trenle işlerine gitmeye akşam yine trenle evlerine dönmeye başlamışlardı (Engin, 1993: 66, 67). Yedikule sur dışından Küçükçekmece'ye kadar olan bu hattın korunması amacıyla hat güzergâhında 24 saat esasına göre görev yapacak polis

ve komiserler görevlendirilmiş, bu görevlilerin istirahat saatlerini geçirmeleri için de güzergâhta 19 adet baraka inşa edilmişti (BOA.ZB.375/20). Bu barakaların kullanılmayacak kadar eskimesi üzerine Ağustos 1906'da yeniden yapılması gündeme geldiğinde yeni yapılacak barakaların üç metre eninde ve üç metre boyunda yapılarak öncekilerden daha geniş olmaları planlanmıştı (BOA.ZB.374/70). Bu ölçüler göz önüne alındığında yapılan ilk barakaların oldukça dar oldukları anlaşılmaktadır. Bu 19 barakanın yeniden inşa edilmesi için 6 Ocak 1908 tarihinde irade çıkmıştı (BOA.DH.MKT.1177/13).

Rumeli demiryolu hattı ilerledikçe hat boyunda karakollar kurulmaya devam edilmiştir. Fakat hattın ilerlemesiyle polis mevcudunun yetersiz kalması veya şehirlerden uzaklaştıkça risklerin değişmesi sebebiyle bu karakollarda sadece polisler değil bir kısmında süvari veya piyade askerlerin (BOA.DH.MKT.1916/29; BOA.ZB.7/11) bir kısmında jandarmaların (BOA.DH.MKT.1872/93; BOA.DH.ŞFR.277/121; BOA.DH.TMIK.S.36/62) bir kısmında ise yine polislerin (BOA.DH.TMIK.M.49/12) görev yaptıklarına şahit olunmaktadır. Örneğin, Ocak 1892'de Cisir-i Mustafapaşa ile İstanbul arasında toplam maliyeti 758.000 kuruş civarında olacağı hesaplanan 35 adet karakol binası yapılmasına karar verilmişti. Bu karakollardan 23'ü Şarki Rumeli hattı imtiyaz noktasından Çerkezköy'e, 12'si ise Çerkezköy'den İstanbul'a kadar olan hat üzerinde yapılacaktı. Bu karakollardan bazıları süvari, bazıları ise piyade askerler için planlanmıştı (BOA.DH.MKT.1916/29). 1894 yılına gelindiğinde, planlanan bu karakollardan 17'si ahalinin yardımıyla inşa edilmişti. Sadaretin 21 Mart 1894 tarihinde Maliye Nezaretine yazdığı yazıda, geriye kalan 18 karakolun inşasına da ahalinin yardım edeceği ifade edildikten sonra, geriye kalan 90.000 kuruşun gönderilmesi emri verilmekteydi (BOA.BEO.376/28161).

II. Abdülhamid, demiryolu hattı üzerinde karakol binaları inşa edilmesiyle yakından ilgilenmiştir. Örneğin, Selanik-Üsküp hattındaki Komeniçe ve Demirkapı istasyonları arasında, 33.000 kuruşa mal olacak ve toplam otuz jandarmanın görev yapacağı üç karakolun inşası için 30 Eylül 1891'de (BOA.DH.MKT.1872/93), İstanbul-Selanik hattının Edirne vilayeti dahilinde bulunan kısmının muhafazası amacıyla, mevcut karakollara ilave olarak 14 piyade, 4 süvari karakolunun inşa edilmesi için 11 Kasım 1897'de (BOA.İ.AS.22/56), Küçükçekmece'den Çerkezköy'e kadar olan hattın muhafazasıyla görevli Çatalca Topçu Alayının kullanması için gerekli olan 6 karakolun inşası için ise 30 Ağustos 1903'te irade-i seniyye çıkarmıştı (BOA.İ.HUS.109/32).

Hattın muhafazasında görevli askerler için karakollar inşa edilmesine rağmen göreve başlamak için karakol inşaatlarının bitmesi beklenmemekte, askerler geçici çözümlerle hemen göreve başlatılmaktaydı. Örneğin, 1892'de Cisir-i Mustafapaşa ile İstanbul arasında inşasına karar verilen 35 karakol binası bitinceye kadar askerler, demiryolu hattına yakın köylerde ikamet ettirilmişti (BOA.DH.MKT.1916/29). Yine Selanik vilayetindeki demiryolu hatlarının muhafazasında görevli jandarmaların ikametleri için her biri 1316,5 kuruş maliyeti olan 53 barakanın inşası için 27 Ekim 1901 tarihinde irade çıkmış (BOA.İ.AS.38/6; BOA.BEO.1990/149245) bir gün sonra ise askerlerin hemen görevlerine başlayabilmeleri amacıyla toplam maliyeti 12.479 kuruş tutan 37 adet çadırın satın alınması kararı verilmişti (BOA.İ.AS.38/12). Askerlerin çadırlarda kalmasına bir kez de Çatalca Topçu Alayı'nda rastlanmaktadır. Küçükçekmece-Çerkezköy hattı üzerinde altı karakolun yapılması için 30 Ağustos 1903'te irade-i seniyye çıkmış (BOA.İ.HUS.109/32) Eylül 1903'te, yağmur ve soğukların başlamasına rağmen ilgili alay çadırlarda görevine başlamıştı (BOA.Y.PRK.ASK.204/61).

Demiryolu hatları üzerinde karakollar kurmanın yanı sıra önceden bölgede konuşlu bulunan askeri birliklerden de faydalanılmaktaydı. Örneğin, 6 Ağustos 1904 itibariyle Üsküp sınırlarındaki hattın korunması 36. Alayın 4. Taburunun iki bölüğüne verilirken, Üsküp'e bağlı bir kaza olan Köprülü sınırlarındaki hattın korunması aynı taburun diğer iki bölüğüne verilmişti (BOA.Y.PRK.ASK.222/51; BOA.Y.MTV.262/151).

Toplam uzunluğu 1.279 km olan Rumeli demiryollarının (Engin, 1993: 110) güvenliğini sağlamak için çok sayıda askeri personele ve yüksek bir bütçeye ihtiyaç duyulmaktaydı. Öyle ki 4 Ekim 1904 tarihi itibariyle Rumeli Demiryollarının Selanik vilayeti sınırlarındaki kısmının korunması için 922 piyade, 5. Fırka mıntikasındaki kısmının muhafazası için 582 piyade, Manastır hattının muhafazası için 1152 piyade, Selanik iltisak hattı için 1400 piyade ve 34 süvari görevlendirilmişti. Bu haliyle Rumeli demiryolu hattının korunması için 9. ve 5. Fırkalar, Kolordu ve Selanik mıntikası kıtalarından 4.056 piyade ve 34 süvari görevlendirilmişti (BOA.Y.PRK.ASK.222/51). Rumeli demiryollarının korunması amacıyla bu kadar yüksek sayıda personel görevlendirmenin yanı sıra 1904 yılı itibariyle yıllık 50.000 lira da masraf yapılmaktaydı (BOA.TFR.İ.AS.19/1854).

Bulgar komitacılarının demiryolu hatlarına yaptıkları saldırılar sebebiyle zaten riskli olan tren seferleri geceleri daha da riskli hale gelmekteydi. Edirne Valiliği, 27 Ağustos 1903 tarihinde Sadarete yazdığı yazıda, son günlerde artan Bulgar komitacılık olayları sebebiyle vilayet sınırları dâhilinde geceleri sefer yapan trenlerin gündüze kaydırılması gerektiğini bildirmekteydi. Hatta demiryolunu işleten şirket, sefer saatlerinde bir takım düzenlemeler yaparak Edirne vilayeti dahilinde gece tren seferi yapmamaya başlamıştı (BOA.BEO.2154/161545). Fakat 30 Ağustos 1903 tarihinde Sadareten Ticaret ve Nafia Nazırı ile Edirne Valiliğine yazılan yazıda tren seferlerinin önceden olduğu gibi geceleri de devam etmesinin padişahın emri olduğu belirtilerek, demiryolu hatlarının her türlü saldırıdan korunmasının devlet menfaatleri gereği olduğu vurgulanmış ve gerekli tedbirlerin alınması emri verilmişti (BOA.BEO.2156/161644).

Rumeli demiryollarını işleten şirket 1 Aralık 1904 tarihinden itibaren Niş-Selanik arasında seferler yapmaya başlamıştı. Bu seferlerin Köprülü-Selanik arasındaki kısmı geceye denk geldiğinden şirket, güvenlikle ilgili taleplerini 14 Aralık 1904 tarihinde yetkililere iletti. Şirket talebinde hattın muhafazasında görevli askerlerin kilometre taksimiyle konuşlandırılarak devamlı devriyeler yaptırılmasını, köprülere asker yerleştirilmesini, menfez vb. yerlerin devamlı olarak kontrol altında tutulmasını talep etmekteydi (BOA.TFR.I.AS.19/1854). Taleplerin ulaştığı Üçüncü Ordu Müşiriyeti 8 Ocak 1905 tarihinde Rumeli Vilayati Şahanesi Müfettiş-i Umumiğine verdiği cevapta hat boyunda gerekli her türlü tedbirin zaten devam ettirilmekte olduğunu belirtmişti. Müşiriyet yazısının devamında, Selanik Hattı Müfettişi Erkan-ı Harbiye Kolağası Sabri Efendi'nin konuyla ilgili hazırladığı rapordan, trenlerin gece de sefer yapmalarında -pusu kurarak büyük bir kuvvetle saldırılması hariç olmak üzere- herhangi bir riskin bulunmadığının anlaşıldığını bildirmekteydi. Ayrıca geceleri sefer yapacak trenlerden önce, bir kılavuz lokomotif gönderilmesinin faydalı olacağı belirtildikten sonra bu işin masrafı olan yıllık 800 liranın da şirket tarafından karşılanması gerektiği ifade edilmişti (BOA.TFR.I.AS.19/1854).

Çalışmanın mevzuat bölümünde, Rumeli bölgesindeki demiryolu hatlarını Bulgar komitalarının saldırılarından korumak adına hat güzergâhındaki köylerin muhtar ve ihtiyar heyeti üyeleriyle köy bekçilerine kendi köylerinden geçen hattın korunmasında sorumluluk yüklendiği açıklanmıştı. Yapılan düzenlemeye göre, gösterecekleri ihmal sonucunda, eşkiya tarafından demiryolları tahrip edildiği takdirde bu kişiler altı aydan bir buçuk seneye kadar hapse çarptırılacaklardı. Seraskerlikten gelen talep üzerine mevzuata konulan bu maddenin (BOA.BEO.1986/148888) uygulandığına dair arşivde herhangi bir belgeye rastlanmaması bu hükmün uygulanmadığını düşündürmektedir. Bu hükmün mevzuata konulması öncesinde konunun görüşüldüğü Meclis-i Vükela'da, ilgili hükmün Bulgar komitacılarına yardım etmelerinden şüphelenilen Bulgar köyleri için konulacağı, fakat bu hususa mevzuatta yer verilemeyeceği için hükmün demiryolu güzergâhında bulunan tüm köyleri kapsayacak şekilde düzenleneceği, yetkililerin bu durumu göz önünde tutarak kendilerinden ihanet beklenmeyen köylülerin bu madde dolayısıyla rahatsız edilmemesi gerektiği şeklindeki kayıtlar (BOA.MV.109/115) bu maddenin uygulamaya geçmemesinin sebeplerinden olmalıdır.

Demiryolu hatlarında alınan tüm tedbirlere rağmen özellikle Rumeli ve Hicaz bölgelerinde sık sık saldırılar vuku bulmuştur. Kolluk güçleri bu saldırılardan bir kısmını daha hazırlık aşamasındayken önlerken bir kısmının failerini saldırıdan sonra yakalayarak adli makamlara teslim etmiş, bazı saldırıların faileri ise tespit edilememiştir. Bu cümleden olmak üzere, Bulgar eşkiyası Kasım 1902'de Kosova vilayetinde tren hatlarını tahrip etmek için harekete geçmiş, hattı korumakla görevli olan askerlerin haber alması üzerine on bir komitacı saldırıyı gerçekleştiremeden suç aletleriyle birlikte yakalanarak Köprülü kazasında adli makamlara teslim edilmiştir (BOA.DH.MKT.611/50). Şubat 1912' de Kumanova civarında hatta bomba koyanlar saldırıdan sonra yakalanmışlardır (BOA.BEO.4010/300690). 10 Temmuz 1904 tarihinde ise Üsküp'ten Selanik'e giden Şark Demiryolları treni Ahmedova ile Karasula istasyonları arasındayken, hattın muhafazasına memur olup trene işaret vermek üzere 67. km'de beklemekte olan asker ve tren şirketi görevlisi üzerine Bulgar eşkiyası tarafından silahla ateş edilmiş, asker ve şirket görevlisi ağır şekilde yaralanmış, buna rağmen tren herhangi bir hasara uğramaksızın Selanik'e ulaşmıştır (BOA.TFR.I.SL.45/4428). Ertesi gün Selanik'ten Üsküp'e hareket eden tren Ahmedova istasyonuna ulaşmışsa da hattın ileri kısımlarına Bulgar eşkiyası tarafından bomba konulduğunun hat bekçileri tarafından tespit edilmesi üzerine bir müddet Ahmedova istasyonunda bekletilmiş, hattın temizlenmesiyle yoluna devam edebilmiştir (BOA.TFR.I.SL.45/4428). Yine Köprülü kazasında, 20 Nisan 1906 tarihinde devriyeler, istasyona 600 metre uzaklıkta ve raylara 1,5 metre mesafede bir bomba bulmuşlardı. Bombanın üzerindeki paslar birkaç yıl evvel konulmuş olabileceğini göstermekteydi. Yapılan tahkikata rağmen bombayı koyanlar bulunamamıştır (BOA.TFR.I.KV.125/12412). 10 Temmuz 1904 günü ise Edirne-İstanbul hattının Edirne vilayeti sınırlarında kalan kısmındaki bir köprünün yakınına konulan bomba, trenin geçişi sırasında patlamış ve köprü tahrip olmuştur. O sırada geçmekte olan 21 numaralı tren raydan çıkmış ve arkada bulunan eşya yüklü vagonlar birbirleri üzerine geçmişler ve epeyce hasar oluşmuştur. Olayda bir kişi yaralanmış, can kaybı meydana gelmemiştir (BOA.TFR.I.SL.45/4428).

Rumeli bölgesinde olduğu gibi Anadolu ve Hicaz bölgelerindeki demiryollarına da saldırılar olmakta, dolayısıyla bu bölgelerde de bir takım tedbirlerin alınması gerekmektedir. Anadolu demiryolunun peyderpey ilerlemeye başlamasıyla hattın Ermenilerin saldırıları başta olmak üzere her türlü saldırıdan korunması amacıyla bir tabur nizamiye askeri ile iki süvari bölüğü İzmit'te görevlendirilmişti (26 Eylül 1891). Hattın ilerlemesi üzerine süvari bölüklerinden biriyle, taburun bir bölüğü Eskişehir istikametine kaydırılmıştı (BOA.Y.PRK.ASK.76/9). Eskişehir-Ankara arasındaki demiryolu hattının muhafazası için ise daha inşaat devam ederken iki bölük asker görevlendirilmesi için irade-i seniyye çıkmıştı (Ekim 1891) (BOA.DH.ŞFR.151/63). 1896 yılına gelindiğinde ise sadece Eskişehir ve Bozüyük civarlarındaki demiryolu hatlarının muhafazası için dört bölük süvari askeri görevlendirilmişti (BOA.Y.MTV.136/108).

Anadolu demiryolu hattının Hüdavendigâr vilayeti sınırlarında bulunan kısımlarında bir takım tedbirler alınmasına rağmen zaman içerisinde hattın uzamasıyla yeni ihtiyaçlar da doğmaktaydı. Hüdavendigâr vilayetinin 18 Mayıs 1903 tarihinde Sadarete yazdığı yazıya göre, vilayet sınırlarındaki hattın korunmasıyla ilgili ihtiyaçlar şöyleydi: Ertuğrul mutasarrıflığında zaptiye mevcudu yetersiz olup Eskişehir ve Bozüyük'te bulunan ve hattın muhafazasında görevli olan askeri birliklere Ertuğrul bölgesindeki hatların muhafazası görevinin de verilmesi icap etmekteydi (BOA.BEO.2071/155304). Kütahya

mutasarrıflığında da zaptiye mevcudu yetersiz olduğundan takviye edilmesi gerekmektedir. Ayrıca asayişini sağlamak üzere trenlere binmeleri gereken müfreze yüzbaşısına, Eskişehir zaptiye yüzbaşısına, polis komiserine ve iki polise şirket tarafından paso verilmesi şarttı (BOA.BEO.2071/155304). Karahisar mutasarrıflığı sınırlarında bulunan sekiz istasyona ise birer ikişer zaptiye görevlendirilmesi, ayrıca seyyar bir zaptiye müfrezesi oluşturulması gerekmektedir (BOA.BEO.2071/155304).

Alaşehir-Afyon hattının inşası sırasında farklı milletlerden çok sayıda yabancıların çalışıyor olması işçiler arasında birtakım asayiş sorunlarına sebep olmaktadır. Bu soruna yerli ahali ile işçiler ve şirket arasındaki sorunlar da eklendiğinde sıkıntılı bir durum ortaya çıkmaktaydı. Aydın vilayetinin, asayişin sağlanması amacıyla hat güzergâhında yeterince asker görevlendirilmesi ayrıca on polisin de askerlere ilave edilmesi gerektiği kararı üzerine Eskişehir bölgesindeki demiryolu hattını korumakla görevli dört bölük süvari askerinden bir bölüğü bu bölgeye gönderilmişti (1896) (Kolay, 2011: 180, 184; BOA.Y.MTV.136/108).

Alaşehir-Afyon hattındaki bu sıkıntılar hattın işletmeye açılması sonrasında da ahali ve işletici şirket arasında devam etmişti. 1898 yılı bahar aylarında hattın Hüdavendigar vilayeti sınırlarındaki kısımlarında, hat üzerine taş, kum gibi malzemeler dökülmesi, hatta zarar verilmesi gibi tren seferlerinin yapılmasını zora sokan olaylar meydana gelmesi üzerine hattı işleten şirket hazırladığı bir raporu Ticaret ve Nafia Nezaretine göndererek, bu olayların devam etmesi halinde seferlerin aksayabileceğini ifade etmişti. Neticede Hüdavendigar Vilayetine gerekli tedbirlerin alınması talimatı verilmiş, şirkete de seferlere devam edebileceği bildirilmişti (Kolay, 2011: 194, 195).

Konya vilayetinde 1 Haziran 1917 itibarıyla demiryolu hatlarının muhafazası için bir jandarma taburu bulunmaktaydı. Bu tabur Niğde livasındaki hatların muhafazasından da sorumluydu (BOA.DH.ŞFR.555/71). Aynı dönemde Ankara vilayetinde demiryolu hatlarının muhafazasında görevli jandarma birliği bulunmamakta olup bu görev jandarma dışındaki bir kıta askere verilmişti (BOA.DH.ŞFR.555/94).

Hicaz demiryolunun Medine'ye yaklaşması üzerine bölgede yaşayan bedeviler, saldırılar düzenlemeye başlamışlardı. Bu kişiler, Mekke ve Medine'ye gelen hacıları taşıma ve koruma karşılığında önemli miktarda para kazanmaktaydılar. Demiryolunun işletmeye başlamasıyla bu gelirlerini kaybetmelerinden, ayrıca demiryolu sayesinde Hicaz bölgesinde merkezi otoritenin güçlenmesiyle kendilerine vergi ve askerlik mecburiyeti gelmesinden endişelenmekteydiler (Gülsoy, 1994: 134, 135).

Demiryolu hattını bedevi saldırılarından korumak amacıyla şeyhlerine maaş bağlanmış ve inşaat ilerledikçe yeni tedbirler alınmıştı. Tedbirler kapsamında görevlendirilen 5.000 asker, saldırıları önlemeye yeterli gelmemiştir. Başlangıçta hattın yapımına yönelik olan saldırılar zamanla hatta görevli askerleri de hedef almaya başlamıştır. Haziran 1908'de hattın korunmasında görevli asker sayısı 15.000'in üzerine çıkarılmıştır. Demiryolu Medine'ye yaklaştıkça saldırıların dozu da artmıştır. Haziran 1908'de bölgedeki demiryolu karşıtı bütün kabileler birlikte hareket etmeye karar vererek artık daha büyük kuvvetlerle saldırılar düzenlemeye başlamışlardır. Osmanlı kuvvetlerinin püskürtmesine rağmen saldırıların devam etmesi, devleti bedevi şeyhleriyle görüşmeye mecbur bırakmıştır. Abdurrahman ve Muhammed Fazıl Paşaların Medine'de kabile şeyhleriyle yaptıkları böyle bir görüşmeden sonuç alınamamıştır. Görüşmelerin olumsuz neticelenmesi üzerine hat üzerinde alınan tedbirler artırılmış, inşaatta çalışan tüm kişiler korumaya alınmış ve inşaatta çalışan tabur erlerine de silah dağıtılmıştır. Buna karşın bedeviler de taktik değiştirerek gerilla usulü saldırılara başlamışlardır. Temmuz 1908'de düzenledikleri bir gece baskınında üç yüz Osmanlı askerini şehit etmişlerdir. Fakat tüm bu saldırılar hattın Medine'ye ulaşmasını engelleyememiş, 1 Eylül 1908 tarihinde yapılan bir törenle Hicaz demiryolu bütünüyle hizmete açılmıştır (Gülsoy, 1994: 135, 136).

Hicaz demiryolunun 1 Eylül 1908 tarihinde seferlere başlamasıyla, bedeviler saldırılarını daha da yoğunlaştırmıştır. Bu saldırılar genellikle El-Ula ile Medine arasında olmaktadır (Çetin, 2009: 69). Bedeviler Hicaz Demiryolunun Mekke ve Cidde'ye uzatılmasını önlemek amacıyla saldırılarına 1909'da da devam ettiler. Devam eden saldırılar mevcut hattaki seferleri de tehlikeye sokuyordu (Gülsoy, 1994: 136).

Dâhiliye Nezareti, 3 Mart 1909 tarihinde Sadarete yazdığı yazıda, Hicaz bölgesindeki demiryolu hatlarına yapılan saldırıların gittikçe endişe verici bir boyuta eriştiğini, bölgedeki askeri tedbirlerin artırılması gerektiğini bildiyordu (BOA.DH.MKT.2755/96). Bu durumda Osmanlı hükümeti bedevilerle anlaşmaktan başka çare kalmadığını düşünerek Mekke Şerifi Hüseyin ve Medine Muhafızı Bahri Paşa'yı uzlaşma sağlamak üzere görevlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde şeyhler Hicaz demiryolu sebebiyle uğradıkları zararları dile getirmişler, yapılan anlaşmada, bedevilere eskiden olduğu gibi Hicaz demiryoluna saldırmamaları karşılığında maaş verilmesine devam edilmesi ve demiryolunun uzatılmasına ara verilmesi kararına varılmıştır. Böylelikle Hicaz isyanına kadar bölgede geçici bir barış havası oluşmuştur (Gülsoy, 1994: 136-138).

Hicaz demiryolu, Şerif Hüseyin'in İngiltere ve Fransa destekli isyanı sırasında da hedef olmaya devam etmiştir. Adı geçen ülkeler tarafından Arap isyancılara verilen görevlerden birisi Hicaz demiryolunu tahrip ederek Türk kuvvetlerinin lojistik

hizmetlerini sekteye uğratmaktır (Karal, 2011: 513, 514). Hicaz isyanı üzerine Osmanlı Devleti Hicaz demiryolunun Hediye-Şam bölümünün muhafazasını 1.Müretteb Kuvvetler Komutanı Mersinli Cemal Paşa'nın emrindeki birliklere vermiştir. Daha sonra 2. Müretteb Kuvvetler adıyla yeni bir birlik daha kurularak demiryolunun bir kısmının muhafazası da bu kuvvete verilmiştir. İlerleyen süreçte Şam-Medine demiryolu hattının korunması amacıyla görevlendirilen asker sayısı 4. Ordudan gönderilen takviyelerle birlikte 25.000'i bulmuştur. Bedevi saldırılarını organize eden İngiliz ajanı Lawrence demiryolu hatlarının tahribine özel önem atfetmiştir. Demiryollarına yapılan saldırılarla bir taraftan Medine'ye ikmal yapılmasının önü kesilmekte bir taraftan da hattı korumakla görevlendirilen birliklerin başka cephelere sevkinin önüne geçilmekteydi. Hicaz demiryolu hattının bütünüyle savunulması imkânsız olduğundan isyancılar hatta büyük zararlar vermekteydiler. Sadece demiryolu hattı değil trenler de asilerin hedefi olmaktadır. Bu saldırılar sonucunda 1918'de Şam-Medine arasında tren seferlerinin yapılması oldukça zorlaşmıştı. Nitekim 26 Mart 1918 günü gelen posta treninden sonra Medine'ye tren gelememiş, Medine'den kalkan son tren ise Tebük'ten kuzeye geçememiştir (Gülsoy, 1994: 229-233).

Demiryolu hatları sadece siyasi amaçlarla yapılan saldırılardan değil zaman zaman adi suçlardan da etkilenmekteydi. Örneğin, 2 Ocak 1911 tarihinde Dâhiliye Nezaretinden Edirne Valiliğine yazılan yazıda, Kuleliburgaz tren köprüleri civarında bir kısım insanların toplanarak eğlenme amaçlı silah attıkları, bu durumun demiryolunun güvenliğini tehlikeye attığı, gerekli tedbirlerin alınması gerektiği ifade edilmekteydi (BOA.DH.H.3/9). Rumeli bölgesindeki demiryolları çevresinde silah atılması padişaha kadar ulaşmış olup gereken tedbirlerin alınmasıyla ilgili irade-i seniyye çıkarılmıştır (BOA.DH.MKT.1996/26).

Hat boyundaki sıkıntılardan birisi de trenlere taş atılmasıydı. Dâhiliye Nezareti 29 Ağustos 1892 tarihinde Nafia ve Ticaret Nezaretine yazdığı yazıda Avrupa trenine Hadımköy'de taş atan iki çocuğun yakalanarak adli makamlara teslim edildiğini bildirmekteydi (BOA.DH.MKT.1996/26). Trenlere taş atan çocuklar hakkında her zaman adli işlem yapılmamakta, bazen de Ocak 1902'de Anadolu Demiryolu işletmesinin Yeldeğirmeni mevkiinde trene taş atan çocuklar örneğinde olduğu gibi ebeveynlerine tenbihat yapılmakla yetinilmekteydi (BOA.ZB.361/68).

Demiryolu hatlarına çevre köylülerden de bazı tecavüzlerin yapıldığına şahit olunmaktadır. Örneğin, Dâhiliye Nezareti, Suriye Valiliğine, 24 Nisan 1900 tarihinde yazdığı yazıda, Beyrut-Şam demiryolu hattında bulunan Vadi'ülacem kazasına tabi Besime köyü halkından bir kısmının, hatta görevli işçilerin üzerine silahla hücum ederek darp ettiklerini, hatta bulunan işçi vagonunu -muhtemelen hattın tamir ve bakımında kullanılan- odun naklinde kullanmak amacıyla gasp ettiklerini, vagonu bir hayli sürükledikten sonra hat üzerinde bırakarak firar ettiklerini, hat üzerinde sefer yapan 202 numaralı trenin bu vagona çarparak kaza yaptığını, bu durumun yolcu ve görevlilerin hayatını riske attığını bildirdikten sonra gerekli tedbirlerin alınması emrini vermekteydi (BOA.DH.MKT.2335/131).

Demiryolu hatlarıyla trenlere yapılan saldırılar II.Abdülhamid tarafından da yakından takip edilerek ilgililere gerekli emirler verilmekteydi. Örneğin, Yıldız Sarayından 14 Aralık 1902 tarihinde Dâhiliye Nezareti, Ticaret ve Nafia Nezareti ile Seraskerliğe yazılan yazıda, Rumeli bölgesinde Osmanlı askerleriyle çarpışmaya giren Bulgar komitacıları tarafından geride bırakılan evraklardan, demiryolu hatlarıyla köprülerin tahrip edileceğine dair bazı bilgilere ulaşıldığı ifade edilmekteydi. Yazının devamında, demiryolu hatlarıyla köprü, menfez, istasyon vb. yapıların muhafazası amacıyla ordu tarafından yeteri kadar devriye çıkartılması, ayrıca Selanik, Manastır, Kosova vilayetleri zaptiye ve jandarmalarının da müfrezeler tertip ederek ordu tarafından belirlenecek bölgelerde görevlendirmeleri emredilmekteydi. Sarayın yazısında, demiryolu hatlarının yakınında bulunan köy ahalisinden hattın kendi köylerinin sınırlarında kalan bölümünü koruyacaklarına dair teminat alınması emri de verilmekteydi (BOA.İ.HUS.99/102; BOA.BEO.1919/143918).

Demiryolu hatlarının korunması amacıyla devlet kurumları arasında sıkı bir istihbarat paylaşımının da olduğu kayıtlardan takip edilebilmektedir. Örneğin, Ankara Valisi 10 Aralık 1894 tarihinde Dâhiliye Nezaretine yazdığı yazıda Ermeni eşkiyasının demiryolu ve telgraf hatlarına saldıracakları şeklinde bilgiler alınmakta olduğunu, bu saldırıların önlenmesi amacıyla Kırşehir ve Kayseri'deki zaptiye ve polis mevcudunun artırılması gerektiğini bildirmekteydi (BOA.DH.ŞFR.170/82). Sadaretten Edirne valiliğine 29 Temmuz 1904 tarihinde yazılan yazıda ise Rumeli demiryollarının Bulgar komitacıları tarafından saldırıya uğrayacağıyla ilgili bilgiler alındığı, hattın korunmasına itina edilmesi gerektiği ifade edilmekteydi (BOA.BEO.2379/178377). Yine Sadaretten 11 Mayıs 1903 tarihinde Aydın, Konya, Hüdavendigar vilayetleriyle İzmir Sancağına yazılan yazıda Anadolu trenine saldırı yapılmasıyla ilgili istihbarat bulunduğu, tedbir alınması gerektiği dile getirilmekteydi (BOA.BEO.2065/154803).

Osmanlı Devleti demiryolu hatlarını saldırılara karşı korumanın ve saldırı meydana geldiğinde faileri yakalayıp adli makamlara teslim etmenin yanı sıra bu konudaki adli süreçlerin hızlı ve etkili işlemesine de önem atfetmekteydi. Örneğin, Sadaretten Adliye Nezaretine 5 Haziran 1904 tarihinde yazılan yazıda, Üsküp-Selanik trenine bomba koyarak bir kişinin ölmesine bir kişinin de yaralanmasına sebep olan ve yapılan soruşturma sonucunda yakalanarak adli makamlara teslim edilen zanlıların başkalarına da ibret olacak tarzda ve süratle cezalandırılmalarının padişahın emri olduğu ifade edilmekteydi (BOA.BEO.2346/175903). Yine Sadaretten 28 Şubat 1912 tarihinde Adliye Nezaretine yazılan yazıda,

Kumanova civarında demiryolu hattına bomba koyan zanlıların süratle yargılanmaları emri verilmekteydi (BOA.BEO.4010/300690).

İdare, yargılamaların hızlı yapılmasını talep ederken, bazen de mevzuatın yanlış uygulanarak failerin hafif cezalarla kurtulmasından şikâyetçi olmaktadır. Örneğin, Ticaret ve Nafia Nezareti, Dâhiliye Nezaretine 11 Ekim 1910 tarihinde yazdığı yazıda, Silivri’de demiryolu hattını tahrip eden Yorki Adnaş isimli şahsın kolluk kuvvetlerince yakalanarak Silivri Ceza Mahkemesine teslim edilmesine rağmen şahsın 1 mecdiye para cezasıyla kurtulduğu, halbuki *Memalik-i Mahrusa Demiryollarının Usul-ü Zabıtasına Dair Nizamname*’nin 1. faslının 1. maddesi gereğince bu kişinin bir seneden üç seneye kadar hapis cezasıyla cezalandırılması gerektiği, konunun Adliye Nezaretine de yazıldığı ifade edilmekteydi. Ayrıca Dâhiliye Nezaretinin de, söz konusu nizamname hükümlerinin tam olarak tatbiki hususunda demiryolu güzergâhında bulunan vilayetlere gerekli tebligatı yapması gerektiği belirtilmekteydi (BOA.DH.ID.4/2).

Görüldüğü gibi Osmanlı demiryolu hatları askeri birlikler, jandarma, zaptiye askerleri ve polis tarafından eşgüdümlü olarak muhafaza edilmekteydi. Şehir içi ve civarındaki bölgelerde bulunan hatlar genellikle polis ve jandarmalar tarafından korunurken, şehre uzak, riski yüksek bölgeler askeri birlikler tarafından korunmaktaydı.

2.2. Demiryolu İstasyonlarında Alınan Asayiş Tedbirleri

İstasyonlarda asayişin sağlanması amacıyla birer polis görevlendirilmesinin mevzuat gereği olduğu yukarıda izah edilmişti. Zaptiye Nezareti 1 Ocak 1874 tarihinde tüm tren istasyonlarında karakol yaptırılması için ilgili mülki idarecilere emir vermiş ve mülki sınırlarında hangi istasyonların bulunduğunu, bu istasyonlarda ne büyüklükte karakol yapılması gerektiğini ve bu karakolların hangilerinde süvari, hangilerinde piyade askeri görevlendirilmesinin uygun olacağını bildirmelerini istemişti (BOA.ZB.7/11). Çatalca mutasarrıflığının 27 Mayıs 1874 tarihinde verdiği cevaba göre, Makrihora (Bakırköy) ve Ayastefanos (Yeşilköy) köylerindeki istasyonlar Zaptiye Nezaretince halen inşa edilmekte olup, Küçükçekmece kazasında bulunan Florya istasyonu, Çatalca kazasında bulunan Hadım, Çatalca ve Kabakçı istasyonları ve Silivri kazasında bulunan Sinekli istasyonunda birer karakol inşasına lüzum görülmekteydi. Mutasarrıflık, yapılması planlanan karakolların keşiflerinin gerçekleştirildiğini ve beş karakolun toplam 19.812, 30 kuruş maliyetinin olacağını ifade etmiş ve yazısının ekine yapılması planlanan süvari ve piyade karakollarından bazılarının dıştan görünüşlerini de eklemiştir. Ek 1’de Sinekli istasyonuna yapılması planlanan süvari karakolunun dıştan görünüşü görülmektedir (BOA.ZB.7/11).

Osmanlı Devleti’nde, demiryolu inşa ve işletme konularıyla ilgili olarak da bazı görevleri bulunan Ticaret ve Nafia Nezareti 27 Eylül 1892 tarihinde Dâhiliye Nezaretine bir yazı yazarak Anadolu demiryollarının o güne kadar inşası tamamlanan ve daha sonra tamamlanacak olan kısımlarında asayişin sağlanması için yeterli sayıda jandarma görevlendirilmesini talep etmişti. Bu yazı üzerine Dâhiliye Nezareti çalışmalara başlamış ve 1 Aralık 1892 tarihli yazısıyla demiryolu hatları tamamlanan Hüdavendigar vilayeti Ertuğrul sancağındaki demiryolu istasyonlarının hepsine yeterince zaptiye görevlendirmiş, ayrıca polis de ilave etmişti (BOA.DH.MKT.2027/82). Demiryolu istasyonlarında polis görevlendirilmesi mevzuat gereği olmasına rağmen personel yetersizliği sebebiyle tüm istasyonlarda polis görevlendirilememiş, bazı istasyonlarda görevli polisler ise aynı zamanda istasyonun bulunduğu beldenin asayişinden de sorumlu tutulmuştur. Örneğin, 1898 yılında Anadolu demiryollarının başlangıç noktası olan Haydarpaşa’dan İzmit’e kadar olan güzergâhta bulunan on altı istasyonun sekizine birer polis, diğer sekizine ise birer jandarma görevlendirilmişti. Fakat Maltepe, Kartal ve Pendik gibi küçük istasyonlarda görevli polisler münhasıran istasyonların asayişinden sorumlu olmayıp buldukları köy veya kasabanın asayişinden de sorumlu idiler. Bu durum istasyonlarda asayişin tam olarak sağlanmasına engel teşkil etmekteydi (BOA.DH.TMIK.M.49/12). İzmit sancağı dâhilinde 6 Nisan 1902 tarihi itibarıyla on istasyon bulunmaktaydı. Fakat sancağın polis mevcudu bir serkomiser, bir üçüncü komiser ve on polis memuru olmak üzere toplam on iki kişiden ibaretti (BOA.DH.TMIK.S.36/107). Polis teşkilatının tek görevinin istasyonların asayişinin sağlanması olmadığı göz önüne alındığında bu personel mevcuduyla tüm istasyonlarda polis görevlendirilmesinin imkânsızlığı ortadadır. Yine personel yetersizliğinden olmuş olacak ki 1914 yılında İzmit sancağındaki istasyonlarda görevli polisler çekilerek yerlerine jandarmalar görevlendirilmişti (BOA.DH.EUM.MTK.42/9). Nisan 1902 itibarıyla Eskişehir ve Erzincan arasında bulunan toplam sekiz istasyonda polis görevlendirilmesi yapılamadığından her birine birer jandarma görevlendirilmişti. Ankara valisi 11 Nisan 1902 tarihinde Dâhiliye Nezaretine yazdığı yazıda “...*Bu istasyonların münakalat* (taşımaya, ulaştırma, aktarma) ve *muvedatı* (gelen şeyler) her türlü teftiş ve tarassuddan (gözetleme, dikkatle takip etme) azade bir halde bulunduğundan ...” ifadelerini kullanarak bu istasyonlarda görevlendirilmek üzere sekiz polis memuruna ihtiyaç duyulduğunu bildirmekteydi (BOA.DH.ŞFR.282/5).

Demiryolları ülkede yaygınlaşırken, istasyonlarda alınması gereken tedbirler de idare tarafından yakinen takip edilmekte ve eksikliklerin giderilmesi için ilgililere gerekli talimatlar verilmekteydi. Bu babdan olmak üzere Dâhiliye Nezareti 31 Aralık 1892 tarihinde Ankara Valiliğine yazdığı yazıda demiryolunun kısa süre içerisinde Ankara’ya ulaşacağını, vilayet dahilindeki istasyonlarda görevlendirilmek üzere vilayet polis mevcuduna on polisin daha ilave edilmesinin Meclis-i Vükela’da karara bağlandığını, ayrıca konuyla ilgili olarak irade-i seniyye çıktığını ifade etmekte ve bu konuda gerekli işlemlerin yapılması emrini verilmekteydi (BOA.DH.MKT.2037/49). İzmir-Kasaba (Turgutlu) demiryolu hattında bulunan

istasyon ve duraklarda polis veya jandarma görevlendirilmesi yapılmamıştı ve özellikle Basmane istasyonunda hırsızlık olayları meydana gelmekteydi. Şirketin talebi üzerine Basmane istasyonunda trenlerin geliş gidiş saatinde iki jandarma ile polis görevlendirilmeye başlanmasına rağmen hattın diğer durak ve istasyonlarında görevlendirme yapılmamıştı. Sadaret tarafından 20 Aralık 1894 tarihinde Aydın Valiliğine yazılan yazıda diğer demiryolu hatlarında olduğu üzere bu hatta da Demiryolları Zabıta Nizamnamesi hükümlerinin tam olarak uygulanarak tüm duraklarda polis ve jandarma görevlendirilmesi için emir verilmişti (BOA.BEO.536/40199). Bu yazı üzerine harekete geçen Aydın valiliği trenlerin geliş ve gidişlerinde tüm istasyon ve duraklarda polis ve jandarma görevlendirilmesi için harekete geçmişti (BOA.BEO.584/43772). Selanik ve Edirne Mülkiye Müfettişliği de Selanik vilayeti polis teşkilatını denetledikten sonra 1 Aralık 1896 tarihli raporunda, hat güzergâhında bulunan kazaların istasyonlarında yolcuların mürur tezkerelerini kontrol ederek hal ve hareketlerini takip etmek üzere birer polis görevlendirilmesinin gerektiğini kayda almıştı (Yılmaz, 2017: 111). Görüldüğü gibi valilik, mülkiye müfettişliği, nezaret ve sadaret gibi devletin en üst makamları istasyonlarda kolluk gücü görevlendirilmesiyle yakından ilgilenmekteydiler.

İdarenin sıkı takibine rağmen istasyonlarda kolluk kuvveti görevlendirilmesiyle ilgili sorunlar 1920 yılında dahi devam etmiştir. Örneğin, Pendik istasyonunda polis görevlendirilmemişti. Demiryolu şirketi konuyu Kartal Kaymakamlığına iletmesine rağmen sonuç alınamayınca Nafia Nezareti devreye girerek ilgili istasyonda polis görevlendirilmesini Dâhiliye Nezaretinden talep etmişti. Nafia Nezaretinin konuyla ilgili bir başka şikâyeti ise istasyonlarda görevlendirilen polis memurlarının haftada bir gün izne çıktıklarında yerlerine görevlendirilme yapılmamasıydı. Bu şikâyetler üzerine Dâhiliye Nezareti, ilgililere, bahsedilen aksaklıkların giderilmesi amacıyla gerekli talimatı vermişti (BOA.DH.EUM.AYŞ.49/2).

Osmanlı demiryollarının en hareketli istasyonlarının başında Sirkeci istasyonu geldiğinden burada alınacak tedbirler önem arz etmekteydi. Zaptiye Nezareti 4 Ekim 1908 tarihinde Dâhiliye Nezaretine yazdığı yazıda, her akşam hareket eden Rumeli treni yolcuları ile bunları uğurlamaya gelenlerin ve Rumeli treninden sonra hareket eden Bakırköy ve Yeşilköy treni yolcularının istasyon salonunda bir araya gelerek büyük bir yoğunluk oluşturduklarını, bu yoğunluğa sadece iki bilek gişesinin bulunmasından dolayı oluşan izdiham da eklendiğinde polis tarafından gerekli tedbirler alınsa bile hırsızlık olaylarının meydana geldiğini bildirmekteydi. Nezaret yazısına, Sirkeci Polis Komiserliğinin, demiryolu şirketine, bilek gişelerinin artırılması gerektiğini bildirmiş olmasına rağmen sonuç alınmadığını belirterek devam etmekteydi (BOA.DH.MKT.2701/35). Konunun ulaştığı Ticaret ve Nafia Nezareti, verdiği cevapta, ilgili yazının demiryolu şirketine tebliğ edildiğini ifade ettikten sonra, Manastır vilayetinden her yıl hasat döneminde birçok kişinin çalışmak üzere Romanya'ya gittiğini, bu insanların sonbahar aylarında deniz yoluyla İstanbul'a gelerek Sirkeci'den trenle memleketlerine döndüklerini, dolayısıyla Sirkeci istasyonunda bir yoğunluğa sebep olduklarını belirtmektedir. Ayrıca İstanbul-Selanik arasındaki yolcuların da gündün güne artmakta olduğunu, bu sebeplerden dolayı bir yoğunluğun oluştuğunu açıklamaktadır. Ticaret ve Nafia Nezareti, yazısının devamında İstanbul'dan Selanik'e haftada dört sefer yapılmakta iken bundan böyle her gün yapılması için demiryolu şirketine tebliğat yapıldığını, ilerleyen dönemlerde izdiham olmayacağını ifade etmişti (BOA.DH.MKT.2701/35).

Konya Jandarma Kumandanlığı Eylül 1911'de Eskişehir-Konya hattındaki yolcusu az ve ehemmiyeti düşük duraklarda görevli jandarmaları buralardan alarak yolcusu fazla, ehemmiyeti yüksek ve polis memuru bulunmayan istasyonlarda görevlendirmişti (BOA.DH.İD.138/17). Anadolu demiryollarını işleten şirketin, jandarmaların kaldırıldığı duraklarda hırsızlık vb. suçların arttığı iddiasıyla tekrar görevlendirilmelerini talep etmesi üzerine Ticaret ve Nafia Nezareti, Dâhiliye Nezareti, Umum Jandarma Kumandanlığı ve Harbiye Nezareti arasında bir dizi yazışma yapılmıştır. Bu yazışmaların sonunda Harbiye Nezareti, 15 Nisan 1912 tarihinde Dâhiliye Nezaretine yazdığı yazıda, köy ve nahiye merkezlerindeki istasyonlarda ikişer jandarma görevlendirilmesi, kaza, sancak ve vilayet merkezlerindeki istasyonlarda ise daimi olarak jandarma görevlendirilmeyerek tren geliş gidiş saatlerinde ikişer jandarmanın devriye olarak görevlendirilmesi için jandarma alaylarına emir verildiğini bildirmekteydi (BOA.DH.İD.138/17).

Yolcu yoğunluğu fazla olan önemli istasyonlarda resmi üniformayla görev yapan polis veya jandarmaların yanı sıra sivil olarak görev yapan kolluk güçleri de bulunmaktaydı. Bu görevliler gelip giden yolcuların hal ve hareketlerini takip etmekte ve istihbarat toplamaktaydılar (BOA.DH.MKT.1020/11). EK 2'de, Sirkeci tren istasyonunda görevli istihbarat memurunun, 15 ve 16 Ağustos 1919 tarihlerinde istasyona gelen yolcularda şüpheli bir durumun olmadığını bildiren raporu görülmektedir (BOA.DH.EUM.SSM.37/90).

İstasyon, hat ve trenlerde bir takım tedbirler alınmasının yanı sıra bunların denetlenmesinin de gerektiğinin farkına varan idare 1906 yılında, Sirkeci istasyonunda, trenlerde ve Çatalca'ya kadar olan demiryolu hattında görevlendirilen polisleri denetlemek üzere polis müfettişi istihdamını gündemine almıştı. Zaptiye Nezareti, Dâhiliye Nezareti ve Sadaret arasında yapılan yazışmalar sonucunda 1.500 kuruş maaşla üç polis müfettişinin istihdamına 13 Mart 1906 tarihli irade-i seniyye ile izin verilmişti (BOA.İ.ZB.3/11). II. Abdülhamid'in bu iradesi üzerine yabancı dil bilen ve polislik iş ve işlemlerine vakıf olan Beyrut vilayeti eski polis müdürü Kemal Bey ile İstanbul polis müfettişlerinden Abdurrahman ve Mazhar Beyler bu göreve atanmışlardı (BOA.ZB.19/46).

3. Trenlerde İşlenen Suçlar ve Alınan Asayiş Tedbirleri

Bulgar komitacıları demiryolu hatlarının yanı sıra trenlere de saldırılar yapmaktaydı. 1904 Haziran ayında, Üsküp'ten Selanik'e gitmekte olan yolcu treninde bir bombanın patlaması sonucu bir kişi ölmüş bir kişi de yaralanmıştı. Yapılan soruşturmada bombanın Gevgili'de oturan meşhur Bulgar komitacılarından Pirlepeli Mirçe'nin planlamasıyla çırağı tarafından konulduğu tespit edilmiş, her ikisi de yakalanarak adli makamlara teslim edilmişti (BOA.BEO.2346/175903).

Osmanlı coğrafyasında demiryolunun işlemeye başlaması üzerine 11 Haziran 1867 tarihinde çıkarılan *Memalik-i Mahrusa Demiryollarının Usul-ü Zabıtasına Dair Nizamname* isimli düzenleme gereğince, demiryollarında meydana gelecek her türlü suçu takip etmek üzere, tüm tren ve duraklarda birer *teftiş memuru* (polis) görevlendirilmesi gerektiğinden mevzuat başlığı altında bahsedilmişti. Nizamnamenin bu hükmü uygulamaya geçirilmiş ve süreç içerisinde trenlerde polis görevlendirilmesine devam edilmiştir (BOA.DH.EUM.2.ŞB.51/7; BOA.BEO.4045/303318). Nizamnamede tren ve istasyonlarda polis görevlendirileceği kayıt altına alınmış olsa da jandarmaların da görevlendirildiğine şahit olunmaktadır (BOA.DH.EUM.THR.75/39; BOA.DH.MKT.1877/31). Örneğin, İstanbul ile Cısr-i Mustafapaşa arasında işlemekte olan trenlerde 12 Ekim 1891 tarihi itibarıyla dört subay ve kırk jandarma eri görevlendirilmişti (BOA.DH.MKT.1877/31). Görevli olarak bindikleri için trenlere ücret ödemeyen bu kolluk kuvvetlerinin görevleri, yolcuların mürur tezkeresi olup olmadığını kontrol etmek, bölgenin risk durumuna göre yolcuların hal ve hareketlerini takip etmek, trenlerde suç işlenmesinin önüne geçmek ve suç işlendiği takdirde faileri yakalayıp delilleri toplamak olarak belirlenmişti (BOA.BEO.4018/301283; BOA.DH.EUM.THR.73/38).

Mürur tezkerelerinin kaldırılmasından sonra Ticaret ve Nafia Nezareti, 29 Kasım 1911 tarihinde Dâhiliye Nezaretine bir yazıyla başvurarak Anadolu demiryolunu işleten şirketin bundan böyle trenlerde polis görevlendirilmesine gerek kalmadığı düşüncesinde olduğunu ifade ederek bu uygulamaya son verilmesini talep etmişti (BOA.DH.EUM.THR.73/38, 73/43).

Talep üzerine konuyla ilgili görüşü sorulan İstanbul Polis Müdüriyeti Umumiyesi cevabi yazısında, bu görevin kamu güvenliğinin sağlanmasına yönelik olduğunu, tren dâhilinde suçun önlenmesinin, işlenmesi halinde delillerini toplayarak failin yakalanmasının trenlerde polis bulundurulmasına bağlı olduğunu ifade etmişti. Yazısının devamında ise trendeki görevlilerin şehirlerde suç işleyerek trenle firar etmek isteyen ve eşkâlleri bilinen şahısları da takip etmekle görevli olduklarını, her ne kadar duraklarda kolluk güçleri bulunsa da yankesici, hırsız vb. şüphelileri yakalamak için trenlerde polis bulundurulmasının şart olduğunu belirtmişti. Ayrıca istasyonlarda bulunan polis ve jandarmalar, sarhoşların trenlere binmesine izin vermiyor olsalar da beraberinde içki bulunduran kişilerin içkilerine el koyamayacaklarını, bu şahısların trenin seyri sırasında içki içerek sarhoş olabileceklerini ve diğer yolcuları rahatsız edebileceklerini, tüm bunlara ilaveten eşyaları arasında patlayıcı madde bulundurarak uygun gördükleri yerlerde patlatmaları ihtimali olan şahısları engellemek amacıyla trenlerde polis bulundurulmasının zorunlu olduğunu bildirmişti (BOA.DH.EUM.THR.73/38). Neticede Sadaret 28 Mayıs 1912 tarihinde Nafia Nezaretine yazdığı yazıda mürur tezkeresi uygulamasının bitmesiyle polisin trenlerdeki görevinin de bitmeyeceğini, Rumeli bölgesinde olduğu gibi Anadolu bölgesinde de trenlerde polis görevlendirilmesine devam edilmesi emrini vermişti (BOA.BEO.4045/303318).

Trenlerde görevli polisler yolculuk boyunca tren içinde dolaşarak yolcuları kontrol ediyor ve meydana gelen suçlara müdahale ediyorlardı. Örneğin, 22 Mart 1918 tarihinde Konya'dan Eskişehir'e hareket eden posta treninde görevli 18 numaralı Seyyar Polis Memuru Hilmi Efendi'nin yaptığı kontrolde, yolculardan bir kadının nüfus tezkeresinin sahte olduğunun, diğer bir kadının ise kızının nüfus tezkeresiyle seyahat ettiğinin anlaşılması üzerine her iki kadın nüfus tezkereleriyle birlikte Eskişehir Emniyet Komiserliğine teslim edilmişti (BOA.DH.EUM.2.ŞB.51/7). Üç gün sonra ise Konya'dan Pozantı'ya hareket eden 1668 numaralı posta treninde görevli Seyyar Polis Memuru Adil Efendi'nin kontrolleri esnasında, yolculardan birisinin kaçırılmış olduğunun anlaşılması üzerine şahıs Ulukışla Emniyet müfettişliğine teslim edilmişti (BOA.DH.EUM.2.ŞB.51/7).

Yukarıdaki örneklerde trenlerde görevli polislerin görevlerini hakkıyla yaptıkları görülse de kayıtların tetkikinde bazılarının görevlerini ihmal ettikleri de anlaşılmaktadır. Örneğin, Şam, Hama ve Temdidi Demiryolu Şirketinden, Kasım 1911'de Ticaret ve Nafia Nezaretine yazılan yazıda, trenler seyir halindeyken binilmeye çalışılması, tren içinde hırsızlık yapılması, biletsiz olarak trenlere binilmesi gibi olayların sıkça meydana gelmekte olduğu ifade edilmektedir. Yazının devamında ise trenlerde görevli polis memurlarının kendilerini, bahsedilen olaylara müdahaleyle mükellef saymadıkları, demiryolu görevlilerinin yardım taleplerine itibar etmedikleri, görevlerini istasyonlar arasında gidip gelmekten ibaret gördükleri, hatta kendilerinin de tren içinde uyulması gereken birçok kuralı ihlal ettikleri bildirilmekteydi. Şirketin bir başka şikayeti ise bölgedeki polis müdüriyetlerine konuyla ilgili yaptıkları müracaatlara, polis teşkilatının şehir haricinde görevli ve yetkili olmadıkları şeklinde cevaplar verilmesi idi. Şirket, bu ihmaller dolayısıyla biletsiz olarak trenlere binenlerin veya üçüncü mevki biletiyle ikinci, hatta birinci mevki kompartımanlarına oturanların sayısının günden güne çoğalmakta olduğunu, müdahale edilmemesi halinde trenlerde %50 oranında biletsiz yolcu olacağını bildirmekteydi (BOA.DH.EUM.THR.75/39).

Konunun ulaştığı Dâhiliye Nezareti, 3 Nisan 1912 tarihinde Beyrut, Suriye ve Halep vilayetlerine bir yazı yazarak, demiryollarında meydana gelecek suçlar ile demiryolu kurallarına aykırı hareketler hakkında takibat ve tahkikat icrası için

vagonlarda veyahut duraklarda birer teftiş memuru (polis) bulundurulmasının *Demiryolları Usul-ü Zabıtasına* dair olan nizamnamenin 22. maddesi gereğinden olduğunu, son zamanlarda trenlerde görevli polislerin görevlerini yapmadıklarıyla ilgili şikâyetlerin geldiğini, istasyon ve trenlerde görevlendirilecek kolluk kuvvetlerinin hem ceza kanuna göre suç sayılan fiilleri işleyenleri, hem de demiryolu kurallarına aykırı hareket edenleri takip ve yakalamakla görevli olduklarını bildirmekteydi. Ayrıca polis teşkilatının şehirlerde görevli olmasının tren ve istasyonlarda görevli polislerin demiryollarına ait görevleri ifa etmelerine engel teşkil etmeyeceğini, bu durumun istisnai bir görev olduğunu, buralarda görevli polislerin görevlerini aksatmalarının kanuni mesuliyet doğuracağını, polis mevcudunun yetersizliği sebebiyle tren ve istasyonlarda görevlendirilen jandarmaların da aynı görevlerin ifasıyla mükellef olduklarını ifade etmekteydi (BOA.DH.EUM.THR.75/39).

Trenlerde asayişin sağlanması konusunda yaşanan önemli sıkıntılardan birisi trenlerin geçtiği farklı vilayet ve sancaklar arasında koordineli bir çalışmanın yapılamamasıydı. 9 Temmuz 1915 tarihinde yürürlüğe giren *Hudud Kapularıyla Demiryolu Muvakkıflarında ve İskelelerde Emniyet Müfettişliği Teşkilat ve Vezai Hakkındaki Nizamnameyle* bu konuda yeni bir düzenlemeye gidilmiştir. Bu düzenlemeyle trenlerde görevli polisler vilayetlerden alınarak yeni kurulan Emniyet Müfettişliklerine bağlanmıştır (Polis Mecmuası, 28 Temmuz 1915, Sayı 49: 233).

Trenlerde yaşanan önemli asayiş sorunlarından birisi de kaçakçılık olaylarıydı. Konya Valiliği 7 Şubat 1903 tarihinde Dâhiliye Nezaretine yazdığı yazıda, İzmir'den Konya'ya trenle getirilen bir eşya balyasında Karadağ yapımı bir tabanca ile yüz adet fişek bulunduğunu, İstanbul'dan trenle gelen eşya balyalarının Haydarpaşa istasyonunda gümrük memurlarınca kontrol edilerek mühürlendiğini, fakat İzmir'den gelen trenlerde bu usulün uygulanmadığını, Konya'ya kaçak olarak gelen fişeklerin genellikle İzmir taraflarından getirilmekte olduğunu, bu sebeple İzmir'den gelen trenlerin de gümrük memurlarınca kontrol edilmesi gerektiğini ifade etmekteydi (BOA.DH.TMIK.M.140/11). Konunun ulaştığı Rüşumat Dairesi verdiği cevapta, İstanbul'dan trene verilen eşyaların gümrük memurlarınca kontrolünün, bu eşyaların Dersaadet'ten Haydarpaşa istasyonuna denizden nakledilmesi sebebiyle olduğunu ve bu konuda irade-i seniyye bulunduğunu, fakat İzmir'den karayolu ve demiryoluyla çevre illere gidecek eşyanın gümrükçe kontrol edilmesiyle ilgili mevzuat olmadığı gibi bu eşyaların gümrüğe dahi getirilemeyeceğini, gümrük kontrolünün yapılabilmesi için, kaldırılmış olan kara gümrüklerinin yeniden kurulmasının gerekeceğini ifade ettikten sonra İzmir'den eşya naklinin sadece trenle değil deve ve başka nakliye araçlarıyla da yapılmakta olduğunu, bahsedilen mahzurların ancak mahalli kolluk güçlerinin çalışmalarıyla önenebileceğini ifade etmişti (BOA.DH.TMIK.M.140/11).

Suriye bölgesinde de trenlerle silah kaçakçılığı yapılmaktaydı. Beyrut, Yafa ve Trablusşam limanlarına gemilerle getirilen silahlar deve veya trenlerle Suriye'nin iç bölgelerine taşınmaktaydı. Demiryolunun bölgede yaygınlaşmasıyla kaçakçılık olayları da daha çok bu yolla yapılmaya başlanmıştır. Devlet, trenlerle silah kaçakçılığı yapılmasının önünü almak için, işletici şirketin nakliyatın aksamasına sebep olacağı yönündeki itirazlarına rağmen, vagonlardaki eşyaların kontrol edilmesi için görevlilere emir vermişti. Fakat cezaların caydırıcı olmaması, Fransız olan işletici şirket elemanlarının, bölgenin ileri gelen kişilerinin hatta polis ve jandarma görevlilerinin de içinde bulunmasından dolayı kaçakçılık tam olarak önlenmemiştir (Ergüven, 2019: 84, 85).

Sonuç ve Değerlendirme

Osmanlı coğrafyası XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren demiryoluyla tanışmıştır. Demiryolu, bir taraftan ulaşım alanında yeni bir dönem başlatırken bir taraftan da asayiş hizmetlerinde bazı değişiklikler getirmiştir. Demiryolu hatları, istasyonlar, trenler, yolcular ve görevlilerin güvenliklerinin sağlanması, devamında ise ulaşım imkânlarının gelişmesinden faydalanmak isteyen potansiyel suçluların önünün alınması yeni dönemin asayişle ilgili çözülmesi gereken konuları olmuştur.

Demiryolu, ayrılıkçı hareketlerin hız kazandığı bir dönemde ülkeye girmesi, ulaştığı bölgelerde merkezi devletin sembolü olması ve haiz olduğu stratejik önemden dolayı özellikle Balkanlar ve Hicaz bölgesinde siyasi amaçlı terör faaliyetlerinin hedefi olmuştur. Osmanlı Devleti ise bu saldırılara karşı polis, jandarma, zaptiye ve askeri birliklerden oluşan tüm güvenlik kuvvetleriyle her türlü tedbiri almaya çalışmıştır. Bu tedbirlerin başında konuyla ilgili özel bir mevzuat çıkarmak gelmiş olup hem ülke çapında alınmış olan genel asayiş tedbirleri hem de konuyla ilgili çıkarılan özel düzenlemeyle, demiryolu sistemi içinde bulunan tüm alanlarda asayişin sağlanmasına çalışılmıştır.

Demiryolu sistemini oluşturan hatlar, istasyonlar ve trenler asayişin sağlanması açısından önemli noktalar olarak belirlenmiş ve tedbirler bu alanlarda geliştirilmiştir. Demiryolu hatları, güzergâhta konuşlu askeri birliklerin yanı sıra hat boyunda yeni inşa edilen karakollarda istihdam edilen güvenlik kuvvetleri tarafından da koruma altına alınmıştır. İstasyon ve trenlerde ise polis veya jandarma görevlendirilerek bu hizmet yerine getirilmeye çalışılmıştır.

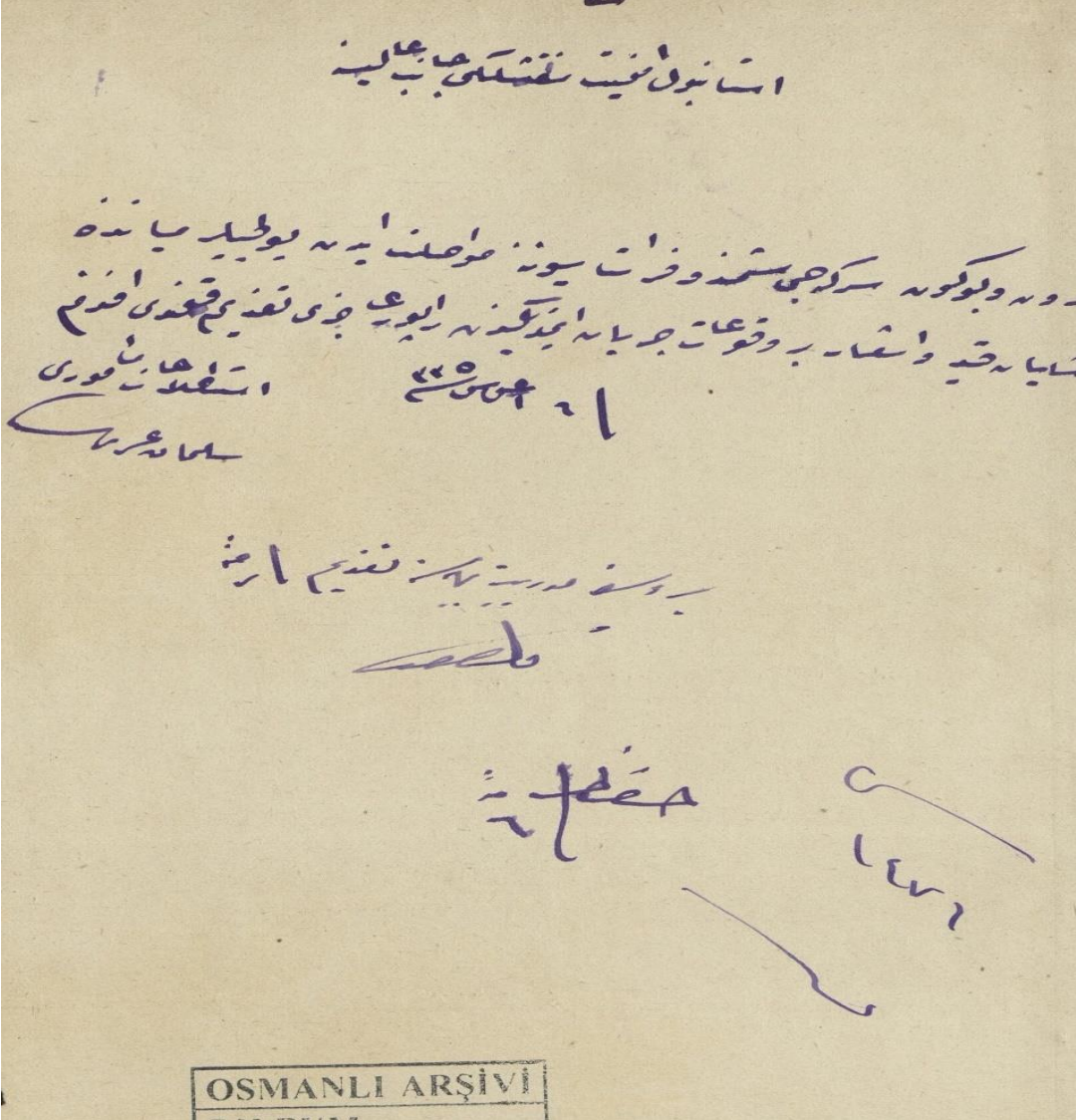
Başta Sadaret olmak üzere Meclis-i Vükela, ilgili nezaretler, Seraskerlik gibi devletin en üst makamları demiryolu sisteminin tam bir emniyet içerisinde işlemesiyle ilgilenmiş, hatta II.Abdülhamid konuyu yakından takip ederek bu alanda sık sık iradeler çıkarmıştır. Alınan tedbirlere rağmen, hatlar, istasyonlar, trenler, yolcular ve görevliler özellikle Balkanlar ve Hicaz

bölgesinde terör saldırılarına maruz kalmıştır. Ayrıca insanın bulunduğu her yerde meydana gelebilecek olan her türlü adi suçun da eksik olmadığı görülmektedir.

Kaynakça

- Alyot, H. (2008). *Türkiye'de Zabıta, Tarihi Gelişim ve Bugünkü Durum*. (II. Baskı), Kozaan Ofset.
- BOA (Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi). BEO.(Bab-ı Ali Evrak Odası) 376/28161, 536/40199, 584/43772, 1919/143918, 1986/148888, 1990/149245, 2065/154803, 2071/155304, 2154/161545, 2156/161644, 2346/175903, 2379/178377, 4010/300690, 4018/301283, 4045/303318.
- BOA.DH (Dâhiliye Nezareti) EUM (Emniyet-i Umumiye Müdüriyeti) 2.Şb. (İkinci Şube Evrakı) 51/7.
- BOA.DH.EUM.AYŞ (Dâhiliye Emniyet-i Umumiye Asayiş Kalemi Evrakı) 49/2.
- BOA.DH.EUM.MTK. (Dâhiliye Emniyet-i Umumiye Muhaberat ve Tensikat Müdüriyeti Evrakı) 42/9.
- BOA.DH.EUM.SSM (Seyrüsefer Kalemi). 37/90.
- BOA.DH.EUM.THR. (Dâhiliye Emniyet-i Umumiye Tahrirat Kalemi Evrakı) 73/38, 73/43, 75/39.
- BOA.DH.H (Dâhiliye Nezareti Hukuk Evrakı). 3/9.
- BOA.DH.İD. (Dâhiliye Nezareti İdare Evrakı). 4/2, 138/17.
- BOA.DH.MKT.(Dâhiliye Nezareti Mektubi Kalemi) 611/50, 1020/11, 1177/13, 1872/ 93, 1877/31, 1916/29, 1956/60, 1996/26, 2027/82, 2037/49, 2335/131, 2609/29, 2701/35, 2755/96.
- BOA.DH.ŞFR. (Dâhiliye Nezareti Şifre Evrakı) 151/63, 170/82, 277/11, 282/5, 555/71, 555/94.
- BOA.DH.TMIK.M. (Dâhiliye Nezareti Tesri-i Muamelat ve Islahat Komisyonu Muamelat Evrakı) 49/12, 140/11.
- BOA.DH.TMIK.S (Dâhiliye Nezareti Tesri-i Muamelat ve Islahat Komisyonu Islahat Evrakı) 36/62, 36/107.
- BOA.MV. (Meclis-i Vükela Mazbataları) 64/69, 109/115, 241/17.
- BOA.İ.AS. (İrade Askeri Evrakı) 22/56, 38/6, 38/12.
- BOA.İ.HUS. (İrade Hususi). 99/102, 109/32.
- BOA.İ.KAN. (İrade Kanun ve Nizamât). 4/5.
- BOA.İ.ZB.(İrade Zaptiye) 3/11.
- BOA.ŞD. (Şura-yı Devlet Evrakı). 2746/55.
- BOA.TFR.I.AS. (Rumeli Müfettişliği Jandarma Müşiriyet Ve Kumandanlık Evrakı). 19/1854.
- BOA.TFR.I.SL.(Rumeli Müfettişliği Selanik Evrakı). 45/4428.
- BOA.TFR.I.KV. (Rumeli Müfettişliği Kosova Evrakı). 125/12412.
- BOA.Y.MTV. (Yıldız Mütenevvi Maruzat Evrakı). 50/3, 136/108, 262/151.
- BOA.Y.PRK.ASK. (Yıldız Perakende Evrakı Askeri Maruzat Evrakı) 76/9, 204/61, 222/51.
- BOA.ZB.(Zaptiye Nezareti Evrakı). 7/11, 19/46, 361/68, 374/70, 375/20.
- Demiryolları Usul-ü Zabıtasına Dair 8 Safer 1284 Tarihli Nizamnamenin İkinci Maddesine Müzeyyel Fıkârat-ı Nizamiye, *Düstur 1/8*, s.294.
- Engin, V. (1993). *Rumeli Demiryolları*, Eren Yayıncılık ve Kitapçılık.
- Ergüven, S. (2019). *Şam-Hama Demiryolu İmtiyazı, İnşası ve İşletilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.
- Çetin, E. (2009). *Türk Basınında Hicaz Demiryolu (1900-1918)*, Yüksek Lisans Tezi. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Gülsoy. U. (1994). *Hicaz Demiryolu*, Eren Yayıncılık ve Kitapçılık.
- Hudud Kapularıyla Demiryolu Muvakkıflarında ve İskelelerde Emniyet Müfettişliği Teşkilat ve Vezaifi Hakkında Nizamname, *Düstur 2/7* s. 639.

Ek 2: Sirkeci İstasyonunda Görevli İstihbarat Memurunun, 15/16 Ağustos 1919 Tarihlerinde İstasyona Gelen Yolcular Arasında Şüpheli Birisinin Olmadığını Bildiren Raporu



(BOA.DH.EUM.SSM.37/90).

Extended Abstract

Aim and Scope

There are various studies, papers, books and articles in the literature about the railways that the Ottoman Empire met for the first time in the second half of the XIXth century. Some of these studies focus on issues such as the construction processes of railway lines in a region, the difficulties encountered in these processes, the agreements between the state and the foreign capital that comes to the country as an investor in the railways, the stages of fulfillment of these agreements, the legal disputes that arise, the transfer of operation after the completion of the construction and difficulties that arise during the transfer. There are also works that study the stages of construction of Hejaz railways built with domestic capital. Some works on Ottoman railways examine railway lines between certain cities instead of regional lines and focus on their construction and operation processes.

The works that examine regional or intercity lines generally focus on the construction and operation processes; the issues of public safety are discussed in terms of the incidents that took place between the construction workers, or between the workers and the company, or between locals that live on the line route and the company, and the interventions to crimes during the operation phase. Therefore, there is no study focused on the issue of public security in the literature.

The study has concentrated on the subjects of public security in the Ottoman railways through focusing on this gap in the literature. It is aimed to reveal the measures taken across the country for the safety of lines, stations, and trains that form the railway system. The second half of the XIXth century and the beginning of the XXth century established the periodical boundaries in the study.

Methods

During the study, second-hand sources were examined and information on the subject was compiled and analyzed. Afterwards, the Ottoman Archive of the Directorate of State Archives was scanned and relevant documents were examined. The documents were classified, compared, analyzed, and put together in a study text.

Findings

The Ottoman Empire implemented a specific legislative arrangement regarding railways in addition to the legislation related to general public order throughout the country. With this arrangement, harsh penalties were introduced for those who deliberately destroyed the railway, hindered the train trips and services, and interrupted the telegraph communication between the railway stops. Prison sentences were foreseen for those who demanded ransom by threatening to attack the railway, and it was decided that the penalties specified in the Penal Code would be applied to those who attack public officers on duty.

This arrangement also included provisions to protect the railway lines. According to the arrangement, those who destroyed structures such as bridges, highways, viaducts, and put stones, soil, etc. on the lines in a way that prevents the trains' passage was going to be fined. Penal provisions were also made for the crimes of setting stray animals free on the railway and taking the train without a ticket. One of the significant provisions in the arrangement was the assignment of police officers at all stations and on trains. Several additions were made over time to this legislation, enacted in 1867 in order to ensure security on the railways.

This study examines the security measures used by the Ottoman Empire regarding the railway system under three main topics: on lines, at stations, and on trains. The measures taken on the lines were the assignment of the police, gendarmerie, zabtieh soldiers, and army units on the line route. Police officers were often assigned to the inner city or neighboring districts and worked on a 24-hour basis. Also, outposts were built along the line for the officers to reside. Outside the city, zabtieh forces, gendarmerie and army units were assigned and outposts were built for them as well. These outposts differed depending on whether the unit concerned was infantry or cavalry. An arrangement made in 1905 to ensure the safety of the railway lines also imposed responsibilities on the residents of the villages and towns that were on the line route. Terrorist attacks took place on the route, especially in the Balkans and the Hejaz region, and ordinary crimes were also committed from time to time. The measures taken at the stations were generally carried out by the police and gendarmerie forces. However, due to a shortage of officers, there were some safety problems. It is also known that intelligence officers worked at important stations such as Sirkeci Station.

As police assignment on trains was the mandatory provision of the legislation, police were assigned to every train that took off. Although the legislation entailed the assignment of police, the gendarmerie was also assigned in practice. The duties of these officers were to monitor the behavior and deeds of the passengers, to determine the ones acting suspiciously, to prevent crime on the trains, to catch the perpetrators in case of a crime and collect evidence. The archive documents present examples of police officers who fulfilled their duties on trains successfully, as well as examples of officers who

failed them. Trains have been the target of terrorist attacks on occasion, and they have also been the scene of ordinary crimes.

Since the trains passed through different provinces and mutasarrif, these provinces had to work in coordination. To overcome some problems in this area, it was decided to gather the officers under a single roof, and in 1915 the police officers on the trains were removed from the provincial staff and became affiliated with the newly established *Security Inspectorates* to secure the border gates and piers.

Conclusion

The Ottomans met railways in the second half of the 19th century. This period, which includes innovations for the state and society, has also marked the beginning of a new era in public order services. Because of its strategic importance, the railway system was a target of separatist movements of the time, and it created an environment conducive to ordinary crimes as a result of human activity.

The Ottoman Empire took a variety of actions in this area, including enacting specific legislation in addition to the general legislation governing public order throughout the country. These measures can be divided into three categories: measures taken on the railway route, at stations, and on trains. These measures were carried out by utilizing all of the state's security forces, without distinction between police, gendarmerie, police, and army units, and there were even times when the people of the villages and towns along the railway line route were given responsibility through special provisions added to the legislation. Despite all the measures, railway lines and trains targeted by terrorist attacks in some regions, and ordinary crimes were also being committed. Theft, pickpocketing, and other crimes were being committed in train stations.

Reklamda Ünlü Kullanımının Tüketici Davranışsal Niyetlerine Etkisinde Marka Aşkı ve Marka İtibarının Seri Aracılık Etkisi¹

The Serial Mediation Effect of Brand Love and Brand Reputation on The Effect of Celebrity Endorsements in Advertising on Consumer Behavioral Intention

Esra Ablak², Mehmet Sağlam³

Öz

Bu çalışmanın amacı, reklamda ünlü kullanımının davranışsal niyetler üzerindeki etkisi ve bu etkileşimde marka aşkı ve itibarının seri aracı rollerinin incelenmesidir. Kolayda ve kartopu örnekleme yöntemi ile 307 katılımcıya ulaşılmış ve online anket çalışması uygulanmıştır. Çalışmada SPSS 22 ve LISREL 8.7 programları kullanılmıştır. Hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modeli ile aracı değişken analizleri yapılmıştır.

Çalışma sonucunda, reklamda yer alan ünlünün çekiciliğinin ve uzmanlığının, marka aşkı, marka itibarı ve davranışsal niyetler (ağızdan ağıza iletişim, satın alma niyeti ve fiyat hassasiyeti) üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu belirlenmiştir. Marka aşkı ve itibarının davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde marka aşkı ve itibarının seri aracılık rolü ile kısmi aracı etkiye sahip olduğu, güvenilirliğin de aynı aracılık rolü ile tam aracı etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çekiciliğin, marka aşkının itibar üzerindeki aracı rolü ile birlikte davranışsal niyetler üzerindeki etkisi ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Reklamda Ünlü Kullanımı, Marka Aşkı, Marka İtibarı, Davranışsal Niyet

Abstract

The aim of this study is to examine the effect of celebrity endorsements in advertising on behavioral intentions and the serial mediator roles of brand love and reputation in this interaction. 307 participants were reached with convenience and snowball sampling method and an online questionnaire study was applied. SPSS 22 and LISREL 8.7 programs were used in the study. In testing the hypotheses, structural equation model and mediator variable analyzes were performed.

As a result of the study, it was determined that the attractiveness and expertise of the celebrity in the advertisement had a positive effect on brand love and reputation, and behavioral intentions (word of mouth, purchase intention and price sensitivity). It has been determined that brand love and reputation have a positive effect on behavioral intentions and brand love affects brand reputation. It has been concluded that brand love and reputation have a serial partial mediating role in the effect of expertise on behavioral intentions, and they have a serial full mediating role in the effect of trustworthiness on behavioral intentions. On the other hand, the effect of attractiveness on behavioral intentions along with the mediating role of brand love on reputation was found to be statistically insignificant.

Keywords: Celebrity Endorsements in Advertising, Brand Love, Brand Reputation, Behavioral Intention

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M30, M31

Submitted: 03 / 05 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Bu çalışma, Esra ABLAK tarafından Dr. Öğr. Üyesi Mehmet SAĞLAM danışmanlığında yürütülen "Reklamda Ünlü Kullanımının Tüketici Davranışsal Niyetlerine Etkisinde Marka Aşkı ve Marka İtibarının Seri Aracılık Etkisi" isimli yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

² İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Pazarlama Yönetimi Programı, İstanbul, Türkiye, esrablak@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-3572-2471>

³ Dr. Öğr. Üyesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, msaglam@ticaret.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-1909-4284>

Giriş

İşletmelerin ürün ve hizmetlerinden tüketicilerin haberdar olması, marka bilinirliği ve farkındalığı sağlanması için marka ve pazarlama iletişim faaliyetleri kullanılarak kendilerini tanıtmaları gerekmektedir. Tüketicilerle iletişim kurma çabalarında, pazarlama karmaşasının tutundurma fonksiyonunda yer alan iletişim araçlarından yararlanılmaktadır. Reklam, bu iletişim araçları arasında sıklıkla kullanılan iletişim araçlarından bir tanesidir. Ancak rekabet ortamında müşterilerin ilgisini yalnızca reklamlarla çekmek ve onların akıllarında kalmak yeterli değildir. Reklam içeriğinin hazırlanması, planlanması ve sunulmasında bazı stratejiler kullanılmaktadır. Ünlü kullanımı ise bunlardan bir tanesidir. Farkındalığı ve bilinirliği yüksek ünlü kişilerin reklam faaliyetlerinde yer alması, sunulan ürün ve hizmete daha fazla dikkat çekilmesi, mesajın daha hızlı iletilmesi konusunda büyük öneme sahiptir. Ünlü kişilerin sahip olduğu özelliklerin de reklam çabalarının amacına ulaşmasında olumlu ya da olumsuz katkı sağlaması, müşteri tercihlerinin etkilemesi muhtemeldir.

Pazarlama ve marka iletişim çalışmalarının tüketici davranışlarını yönlendirmesi ve etkin iletişimin sağlanması için markaya karşı müşterilerde olumlu duyguların yaratılması gerekir. Marka aşkı, müşteri kitlesinin markaya karşı duyduğu yoğun olumlu duygular olarak nitelendirilebilmektedir. Ancak burada özellikle hangi unsurların aşkı yarattığı sorusuna yanıt verilmesi gerekir. Güvenin oluşması, markanın itibara sahip olması, markanın müşterilerin zihninde yerini sağlamlaştırmakta, marka ve müşteri arasında bir bağ oluşturmaktadır. Satın alma karar aşamasında ise bu bağ, davranışların şekillenmesinde etkili olabilmektedir. Özellikle reklamlar ile verilen mesajların hangi kanaldan çıktığı, müşteriye nasıl iletildiği, kanalın güvenilirliği, mesaj ile uyumluluk ve inanılabilirlik, davranışları şekillendiren temel unsurlardandır. Bu olumlu duyguları tüketicide aynı anda sağlayabilmek ve olumlu çağrışımlar yaratmak adına işletmeler reklam çalışmalarında ünlülerden destek almaktadırlar.

Rekabet edebilirliğin sağlanabilmesi için işletmelerin potansiyel tüketicilerin zihninde olumlu çağrışımlar yaratmak için kendilerine yardımcı olacak unsurlar bakımından marka iletişim sürecinde oldukça dikkatli hareket etmeleri gerekmektedir. Reklamda ünlü kullanımı gibi geleneksel iletişim araçlarına yönelik uygulamaların kullanıldığı bu süreçte, hangi ünlünün kullanılması gerektiği, bu ünlünün istenilen mesajı verip veremeyeceği, istenen duyguları oluşturup oluşturamayacağı ve reklamın hangi mecralardan müşteriye ulaştırılacağı gibi karar aşamaları ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda hazırlanan çalışmada, reklamda yer verilen ünlünün çekiciliği, güvenilirliği, uzmanlığı ve güvenilirliğinin tüketici davranışsal niyetler üzerindeki etkisinin incelenmesi ve bu etkileşimde marka aşkı ve itibarının ne tür etkileri olduğu araştırılmıştır. Ünlü kişinin çekicilik, uzmanlık ve güvenilirlik gibi özelliklerinin marka aşkı ve itibarına etkisinin incelenmesi ise çalışmanın ikinci amacını oluşturmaktadır. Çalışma bulgularının pazarlama yöneticilerine pazarlama iletişim çalışmaları kapsamında yol gösterici olacağı, akademisyenlere ise bütünlük bir model sunulduğu için önemli çıkarımlar ve araştırma modelleri oluşturma aşamasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Hipotez geliştirme süreci için incelenen çalışmalara bakıldığında, reklamda ünlü kullanımı, marka aşkı, marka itibarı ve davranışsal niyet konularının hepsini aynı anda ele alan bir çalışmanın olmadığı görülmüştür. Dolayısıyla tüm bu unsurları içeren entegre bir model incelendiği için çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde araştırma modelinde yer alan temel kavramlara ilişkin kavramsal çerçeve, hipotez geliştirme ve araştırma metodolojisi ile sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Reklamda Ünlü Kullanımı

Ünlüler, toplum tarafından tanınan kimselerdir ve bunların tanınırlığı hemen her alanda, pozitif ya da negatif yönlü olabilmektedir. Bir birey başarıları ile ünlü olabileceği gibi başarısızlıkları ya da skandalları ile de ünlü olabilmektedir. Dolayısıyla reklamlarda ünlünün kullanımı denildiğinde, markanın vermek istediği mesaja uygun bilinirliğe sahip ve insanlarda pozitif duygular oluşturmayı başarmış ünlülerden bahsedilmekte olduğu unutulmamalıdır (Sezgin ve Yılmaz, 2019: 476)

İnsanlar hayatın her alanında sevdikleri, rol model aldıkları ya da hoşlandıkları kişilerden etkilenme eğilimindedirler. Ünlüler de genellikle kendilerini takip eden, onları taklit etmeye çalışan, onları beğenen ve güven kazanmış olan kişilerdir (Solak, 2016: 258). Pazarlamacılar ve reklamcılar da bu durumun farkındalardır ve reklamlarda, marka ve ünlü iş birliklerini kullanarak izleyicilerin marka ile alakalı görüşlerini etkileyebilmek, satın alma davranışlarında olumlu bir etki yaratarak satışlarını arttırmayı hedeflemektedirler (Ahmed, vd., 2015: 12). Aynı zamanda, toplum tarafından beğenilen, sevilen ve çoğunlukla da taklit edilen kimselerin önerilerinin bulunduğu reklamlar, tüketicilerin o ürün ya da markaya güvenini pekiştirerek, talebi de yoğunlaştırmaktadır (Solak, 2016: 258).

Bir pazarlama iletişim aracı olarak reklamlarda ünlü kullanımının, insanları ikna edebileceği ve davranışlarını şekillendirebileceği düşüncesiyle, gerek ürün ambalajlarında ve afişlerde gerekse video ve sesli reklamlarda ünlü

kullanımına başlanmıştır. Ünlüler, hazırlığı ve yayınlanması oldukça maliyetli olan reklamlarda verilmek istenen mesajların daha hızlı ulaşmasına ve daha fazla dikkate alınmasına olanak tanımaktadır (Serttaş, 2016: 2).

1.2. Marka Aşkı

Saatchi & Saatchi'nin CEO'su Kevin Roberts'in 2005 yılında ortaya attığı marka aşkı, insanlar arasında ortaya çıkan en komplike duygulardan biri olan aşkın marka için oluşturulması anlamına gelmektedir (Önen, 2018: 52). Markalara dair duyulan aşk, o markanın edinilmesi halinde bireyde mutluluk ve benzeri olumlu duygular yaratacaktır. Kişi markaya ulaşmak için çaba harcayacak, bu markanın mal ve hizmetlerini kullandığında mutluluk duyacak, neticesinde de olumlu bir deneyime sahip olacak ve etrafına tavsiye edecektir. Marka aşkı ayrıca kişinin çeşitli ihtiyaçları karşısında alternatifleri önemsemeksizin doğrudan bu markaya yönelmesini sağlayacak ve sadakati oluşturacak olan bir durumdur (Özyer, 2015: 8; Güller Yılmaz, 2019: 39).

Rekabetin yoğunlaşmasından dolayı işletmeler, pazarlama faaliyetleri aracılığı ile müşterilerinde aşkı çağrıştıran duygular oluşturmaya çalışmaktadır. Bunu sağlamak için saygının mutlak suretle bulunması gerekmektedir. Yine, marka aşkının oluşturulabilmesi için olumlu deneyimlerin varlığı aranmaktadır. Müşterilerin bu deneyimlere doğrudan sahip olmalarının yanı sıra başkalarından duydukları söylemlerde de olumlu bilgi sağlamaları önemlidir (Bıçakcıoğlu, İpek ve Bayraktaroğlu, 2016: 11).

1.3. Marka İtibarı

Bir markanın oluşturulması ve müşteri zihninde belirgin bir yere oturtulması oldukça güç olmakla birlikte, akılda kalıcı olmasının sağlanması için sürekli olarak çalışmalar yürütülmesi gerekmektedir. Müşterilerin markaları akıllarında tutmaları ve satın alma süreçlerinde tercih etmeleri için itibarı yüksek markaların yaratılması önemlidir.

Marka itibarı, markanın zihinlerde hangi unsurları yarattığı ve bunun neticesinde hangi duyguları oluşturduğu konusu ile ilgilenmektedir. Markaların zihinlerde olumlu düşünce ve duygular oluşturmaları, müşterilerin de markaya karşı ilgilerini arttıracaktır (Güzel, 2014: 6). Marka itibarı, bir markayı benzerlerinden duygusal ve mantıksal olarak ayıran bir olgudur. Aynı zamanda itibar, kazanılmış güveni tanımlamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, marka itibarının olumlu yönde geliştirilmesi sürecinde özellikle markaların içinde buldukları faaliyetler, oluşturdukları reklamlar, markanın vaad ettikleri, satış sonrasında sunduğu servisler ve tanıtım yüzü olan ünlüler, güvenin inşa edilmesinde ve sürdürülmesinde önemli birer araç olarak gösterilebilir. Marka itibarı kavramının pozitif yönde oluşturulması için önemli olan bir diğer unsur da müşterilerin markadan elde ettikleri tatmine ek olarak kurumun faaliyetlerini beğenmesi, bunlara güvenmesi ve takdir etmesidir. Bir diğer ifadeyle markanın itibar oluşturabilmesi için kurumsal itibarı da sağlamış olması gerekliliği vardır (Bakır ve Safarzade, 2020: 35).

1.4. Davranışsal Niyet

Niyet, bir davranışın gerçekleştirilmesi için belirlenmiş olasılıktır (Akkılıç ve Varol, 2016: 4). Davranışsal niyet genel olarak müşterilerin mal ve hizmet satın alımı esnasında ve sonrasında yaşadıkları deneyimlerle ilgilidir. Bunlar doğrudan kişinin kendi deneyimleri olabileceği gibi yakın çevrelerinin ya da güvendikleri kimselerin deneyimleri de olabilmektedir. Bu deneyimlerden yola çıkarak müşteriler markaya ilişkin olumlu ya da olumsuz bir kanaat oluşturmaktadırlar ve satın alım yapıp yapmamaya karar vermektedirler (Dölarıslan, 2013: 16).

Davranışsal niyet kavramı, tüketicinin satın alma karar sürecinde sergileyebileceği ve etkileri itibarıyla işletmeler için stratejik öneme sahip birçok davranışı içermektedir (Dölarıslan, 2013: 16). Bu bağlamda işletmelerin markalarının sunulması esnasında satış faaliyetlerinde ve satış sonrasında müşteri ile ilişkileri, bir sonraki satışın üzerindeki niyetin belirlenmesi ve niyetlerin davranışa dönüşmesi hususunda oldukça önemlidir. Satın alma süreci sonunda bir tüketici tatmin olma ya da olmama, şikayet etme, pişmanlık duyma, tekrar satın alma, tavsiye etme gibi davranışlar sergileyebilmektedir. Bu süreçte davranışsal niyet açısından ele alınan bir diğer faktör ise fiyat hassasiyeti, bir başka ifadeyle daha fazla ödeme niyetidir. Tüketiciler bazı uyarılar ya da olumlu duygular, etkileşimler karşısında bir ürün ve hizmete daha fazla ödeme yapmayı kabul edebilmektedir.

Satın alma niyeti, müşterinin bir mal ya da hizmeti satın alıp almama konusunda taşıdığı fikri ifade etmektedir. Bu kavram, tüketicinin belirli bir zaman aralığında belirli bir markadan belirli bir miktarda satın almayı planlaması ve satın almaya yönelmesidir (Özçifçi, 2020: 209).

Tüketiciler, iletişim sürecinde çeşitli alanlardaki deneyimlerini birbirleriyle paylaşmaktadır. Bu, kimi zaman doğrudan tavsiye vermek, kimi zaman ise sohbet için gerçekleşmektedir. Ağızdan ağıza iletişim, tüketicilerin satın aldıkları ürün ve hizmetlere yönelik, olumlu ya da olumsuz deneyimlerini, görüşlerini ve ürüne ilişkin bilgilerini yakın çevresi ile paylaşma eğilimleridir (Özaltın Türker, 2014: 154). Fiyat hassasiyeti ise tüketicilerin ihtiyaç duydukları ürünlerin fiyatlarının artması ile taleplerinin değişip değişmemesini incelemektedir. Tüketicilerin mala ya da hizmete ilişkin güven ve istekleri, marka

aşkı gibi unsurlar, fiyat hassasiyetini azaltmaktadır. Bir diğer ifadeyle fiyat artsa dahi bu ürünü alma isteği azalmamaktadır (Çakıcı, Canpolat ve Yılmaz, 2019: 335).

2.Hipotez Geliştirme Süreci ve İlgili Çalışmalar

Literatür incelendiğinde, reklamların nasıl tasarlanması gerektiği, reklamda ünlü kullanımının müşterilerin ürüne ilişkin fikirlerine ve duygularına hitap edip etmeyeceği gibi sorulara yanıt arayan çeşitli çalışmaların mevcut olduğu görülmüştür (Loureiro, 2011, İşler, 2014; Aydın, 2016; Solak, 2016; Armağan ve Gürsoy, 2017; Ahmedovaa ve Jamontaite, 2017; Öztürk, 2017; Kang, 2018; Keskin, Solunoğlu ve Örgün, 2019; Sezgin ve Yılmaz, 2019; Tibet, 2019; Bakır ve Safarzade, 2020; Polat, 2020).

Reklamlarda mesajı oluşturan ve ileten kişinin çekiciliğinin, beğenilirliğinin veya benzerliğinin mesaj etkinliğini artırması mümkündür. Burada ünlü kişilerin aşinalığı, bilinirliği, güvenilirliği, markanın oluşturmak istediği olumlu duyguları pekiştirecek ve satın alma niyetini de arttıracaktır (Armağan ve Gürsoy, 2017: 1046).

Reklamda ünlü kullanımında altı çizilmesi gereken bir unsur da, kullanılacak olan ünlünün, oluşturulması hedeflenen duyguları oluşturabilecek nitelikte olmasıdır. Bu ünlü kişinin verilmek istenen mesajların tüketicilere aktarılmasında inandırıcı olması gerekmektedir. Örneğin spor ile hiç ilişkisi olmadığı bilinen bir ünlünün spor ürünlerini tanıtmayı, güvenilirlik sağlamayacaktır (Ahmedovaa ve Jamontaite, 2017: 671). Ünlü kişinin güvenilir olmaması markanın itibarını zedeleyebilir ve marka tüketici arasındaki bağlılık ve aşk ilişkisi olumsuz yönde etkilenebilecektir. Markaların etkin bir aşk ve itibar oluşturma süreçlerinde doğru ünlüleri tercih etmeleri gerekir.

Loureiro (2011), tüketicilerin marka tercihinde fedakarlık yapması ve daha fazla fiyat ödemeyi kabul etmesi için o marka ile arasında bir yakınlık ve aşkın olması gerektiğini belirtmiştir (Loureiro, 2011:5; akt; Bakır ve Safarzade, 2020: 156).

İşler (2014) tarafından hazırlanmış olan çalışmada, ünlü kullanımının markaların akılda kalıcılığını arttırdığı, ünlülerin tüketicilerin markaya yaklaşması ve markaya ilişkin olumlu duygular beslemesi konusunda ise olumlu etkisinin olduğu görülmüştür (İşler, 2014: 130).

Solak (2016), reklamda ünlü kullanımının, satın alma davranışı üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmada, ünlülerin imajını taklit eden ve benimseyen tüketicilerin, reklamdaki ürünü/hizmeti reklamda kullanılan ünlüyle özdeşleştirdiği ve onları tüketime yönelttiği tespit edilmiştir. Reklamların ve reklamlarda kullanılan ünlülerin, markaların akılda kalıcılığını, güvenilirliğini ya da insanların dikkatlerinin bu markaya çekilmesini etkilediği ileri sürülmüştür. Çalışmada ayrıca kullanılan ünlünün inandırıcılığının artması ile satın alma niyetinin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Solak, 2016).

Öztürk (2017)'ün çalışmasında, reklamda yer alan ünlülerin güvenilirliklerinin marka güveni ve marka itibarı üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir (Öztürk, 2017: 98).

Kang (2018)'in yaptığı çalışmada lüks markalara yönelik marka aşkının daha fazla ödeme niyeti ile olan ilişkisi incelenmiş ve markaya karşı yakınlık ve marka tutkusunun daha fazla ödeme niyeti üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Albert, Merunka ve Valetta-Florence (2013) marka güveni ve marka kimliğinin kulaktan kulağa iletişim ve daha fazla ödeme niyeti üzerindeki etkisinde marka aşkının role sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Keskin, Solunoğlu ve Örgün (2019) ise marka aşkının davranışsal niyetler üzerinde olumlu yönde etkileri olduğunu tespit etmişlerdir.

Sezgin ve Yılmaz (2019) tarafından hazırlanan çalışmada, reklamlarda kullanılan ünlünün konuyla ilgili uzman olması halinde güvenlerinin arttığı tespit edilmiştir. Reklamlarda ünlü kullanılmasının ayrıca ürünün/markanın akılda kalıcılığı arttırdığı ve satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisinin olduğu tespit edilmiştir (Sezgin ve Yılmaz, 2019: 486).

Tibet (2019)'in X ve Y kuşakları için reklamda ünlü kullanımının tekrar satın alma niyetine etkisini araştırdığı çalışmada, hem X hem de Y kuşak katılımcılar için reklamda yer alan ünlünün çekiciliğinin ve uzmanlığının tekrar satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aydın (2016) ise marka aşkının yeniden satın alma niyeti ve daha fazla ödeme niyeti üzerinde etkisi olduğunu belirlemiştir.

Polat (2020) tarafından hazırlanan, tüketici temelli marka değeri ile marka sadakati ilişkisinde marka aşkının aracı rolünün incelendiği çalışmada, marka aşkının tüketme sıklığını etkilediği ve müşteri satın alma davranışını olumlu yönde etkilediği tespit edilen sonuçlar arasındadır (Polat, 2020: 56).

Dolayısıyla markalarda ünlü kullanımının marka aşkı ve marka itibarını arttıran/oluşturan ve insanların satın alma niyetlerini arttıran ve davranışlarını şekillendiren bir unsur olabileceğinden hareketle hipotezler geliştirilmiştir.

3. Araştırma Metodolojisi

3.1.Araştırma Amaç ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, reklamda yer verilen ünlünün çekiciliği, güvenilirliği, uzmanlığı ve güvenilirliğinin tüketici davranışsal niyetler üzerindeki etkisinin incelenmesi ve bu etkileşimde marka aşkı ve itibarının ne tür etkileri olduğunun ortaya çıkarılmasıdır. Ünlü kişinin çekicilik, uzmanlık ve güvenilirlik gibi özelliklerinin marka aşkı ve itibarına etkisinin incelenmesi ise çalışmanın ikinci amacını oluşturmaktadır. Çalışma bulgularının pazarlama yöneticilerine pazarlama iletişim çalışmaları kapsamında yol gösterici olacağı, akademisyenlere ise bütünleşik bir model sunulduğu için önemli çıkarımlar ve araştırma modelleri oluşturma aşamasında katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

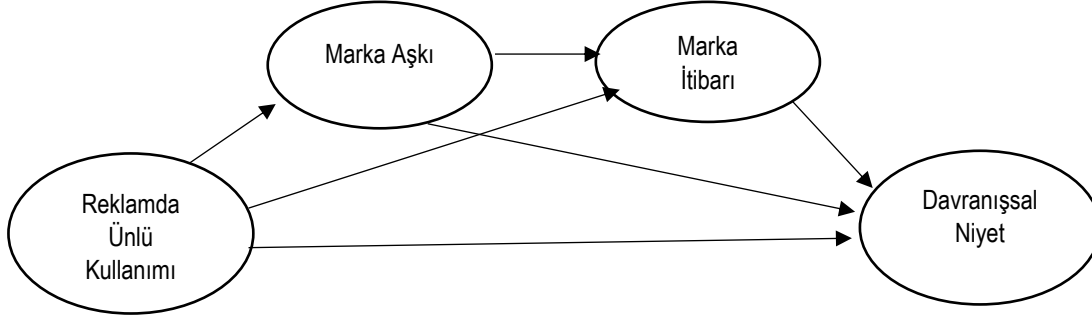
3.2.Araştırma Evren ve Örneklemi

Çalışma evrenini televizyon izleyicileri oluşturmaktadır. 307 kişilik örneklem üzerinden veri analizi yapılmıştır. Araştırma örnekleme yöntemi için tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örneklem büyüklüğünün incelenmesinde Hair ve arkadaşlarının (2009)'nın önermiş olduğu "anket formundaki ölçek ifade sayısının 5-10 katı olması yeterlidir" görüşü benimsenmiştir. Veri toplama aracı olarak anketin kullanıldığı çalışmada 43 ölçek ifadesi olması nedeniyle, veri toplama sürecinde 307 katılımcıya ait veri ($43*5=215$ ve $43*10=430$ arasında yer aldığı için) yeterli kabul edilmiş ve veri toplama süreci durdurulmuştur.

Hazırlanan anket formu Google Forms aracılığıyla online olarak düzenlenmiştir. Anketin birinci bölümünde demografik sorulara yer verilmiş ve televizyon izleme sürecinde karşılaşılan reklamları izleme sıklığı ile reklamdaki ünlü ve hatırlanan markaları belirtmeleri istenmiştir. İkinci bölümde ise geçerliliği ve güvenilirliği önceki çalışmalarda kabul edilmiş ölçek ifadelerine yer verilmiştir. Tüm ölçekler Likert tipi derecelendirmeye sahip ölçeklerdir. Ölçek ifadelerinin değerlendirilmesinde, katılımcıların en son izlenen reklamda hatırlanan ünlü ve markayı dikkate alarak değerlendirmeleri istenmiştir. Anket uygulama süreci öncesinde İstanbul Ticaret Üniversitesi Etik Komisyonundan gerekli onay alınmıştır (Sayı: E-65836846-044-209619, Şubat 2022).

Araştırma anket formunda yer alan ölçeklerden reklamda ünlü kullanımı ölçeği Ohanian (1990) tarafından geliştirilen ve Tibet (2019) tarafından Türkçe'ye çevirilerek kullanılan 15 ifadeli ölçek, marka aşkı ölçeği için Bagozzi, Batra ve Ahuvia (2014) tarafından geliştirilen ve Aşkın ve İpek (2016) tarafından Türkçe olarak kullanılan ölçek, marka itibarı ölçeği için ise Lau ve Lee (1999) tarafından geliştirilen ve Bakır ve Safarzade (2020) tarafından Türkçe olarak kullanılan ölçek, ve davranışsal niyet ölçeği için de Zeithaml, Berry ve Parasuruman, (1996) tarafından geliştirilen ve Jarrar (2021) tarafından Türkçe olarak kullanılan ölçek ifadeleri alınmıştır.

3.3.Araştırma Modeli ve Hipotezleri



Şekil 1. Araştırma Modeli

Literatürde yer alan çalışma bulguları ışığında aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

H₁: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) ağızdan ağıza iletişim üzerinde etkisi vardır.

H₂: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

H₃: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) fiyat hassasiyeti üzerinde etkisi vardır.

H₄: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) marka aşkı üzerinde etkisi vardır.

H₅: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) marka itibarı üzerinde etkisi vardır.

H₆: Marka aşkının marka itibarı üzerinde etkisi vardır.

H₇: Marka aşkının ağızdan ağıza iletişim (a), satın alma niyeti (b) ve fiyat hassasiyeti (c) üzerinde etkisi vardır.

H₈: Marka itibarının ağızdan ağıza iletişim (a), satın alma niyeti (b) ve fiyat hassasiyeti (c) üzerinde etkisi vardır.

H₉: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) ağızdan ağıza iletişim üzerindeki etkisinde marka aşkı ve marka itibarının seri aracı etkisi vardır.

H₁₀: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) satın alma niyeti üzerindeki etkisinde marka aşkı ve marka itibarının seri aracı etkisi vardır.

H₁₁: Çekiciliğin (a), uzmanlığın (b), güvenilirliğin (c) fiyat hassasiyeti üzerindeki etkisinde marka aşkı ve marka itibarının seri aracı etkisi vardır.

3.4. Verilerin İstatistiksel Değerlendirilmesi

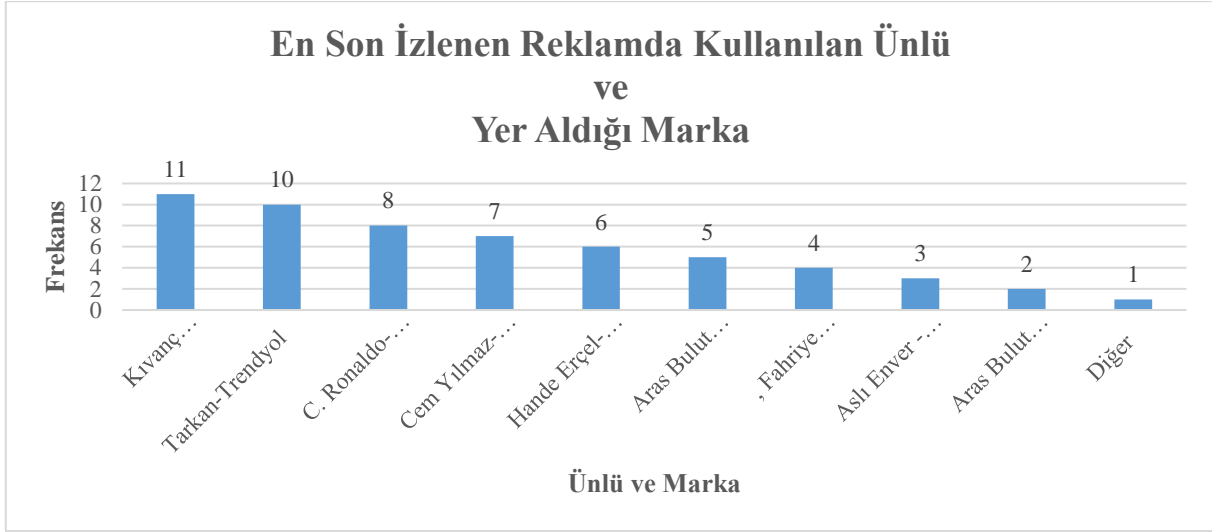
Veri analizinde, SPSS 22.0 ve LISREL 8.7 istatistik programları kullanılmıştır. Katılımcılara ilişkin demografik özellikler frekans analizleri ile incelenmiştir. Veriler üzerinden Shapiro Wilk Henze Zirkler test yöntemleri ile ölçüklerin normallik sınavı test edilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluk göstermemesi nedeniyle değişkenler arasındaki ilişkiler Spearman's (rho) korelasyon analizi ile incelenmiştir. Sonuçlarda %95, %99 güven aralığı, $p < 0,05$, $p < 0,01$ anlamlılık düzeyleri dikkate alınmıştır. Son olarak da yapısal eşitlik modeli ile belirlenen modelin hipotezleri test edilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

| Değişkenler | Frekans (N=307) | Yüzde (%) | |
|---|--------------------|--------------|-------|
| Cinsiyet | Kadın | 129 | 42,02 |
| | Erkek | 178 | 57,98 |
| Yaş | 18 yaş altı | 10 | 3,26 |
| | 18-25 yaş arası | 78 | 25,41 |
| | 26-35 yaş arası | 145 | 47,23 |
| | 36-50 yaş arası | 68 | 22,15 |
| | 51-65 yaş arası | 6 | 1,95 |
| Mezuniyet | İlköğretim | 14 | 4,56 |
| | Ortaöğretim | 58 | 18,89 |
| | Lisans | 126 | 41,04 |
| | Ön Lisans | 68 | 22,15 |
| | Yüksek Lisans | 37 | 12,05 |
| | Doktora | 4 | 1,30 |
| Aylık Geliri | 4250 TL altı | 61 | 19,87 |
| | 4250 TL-6000 TL | 119 | 38,76 |
| | 6001 TL-8000 TL | 49 | 15,96 |
| | 8001 TL-10000 | 36 | 11,73 |
| | 10000 ve üzeri | 42 | 13,68 |
| Televizyonda karşılaştığınız reklamları izleme sıklığı | Hiç | 78 | 25,41 |
| | Biraz | 148 | 48,21 |
| | Orta Sıklıkta | 65 | 21,17 |
| | Sık sık | 11 | 3,58 |
| | Çok Sık | 5 | 1,63 |

Katılımcılara ilişkin demografik değişkenler Tablo 1'de incelenmiştir. Çalışmaya katılan katılımcıların; %42,02'si kadın, %57,98'i erkek olarak belirlenmiştir. Katılımcıların yaşı; %3,26'sı 18 yaş altı, %25,41'i 18-25 yaş arası, %47,23'ü 26-35 yaş arası, %22,15'i 36-50 yaş arası ve %1,95'i 51-65 yaş arası olarak belirlenmiştir. Katılımcıların mezun olduğu öğrenim durumu; %4,56'ü ilköğretim, %18,89'u ortaöğretim, %41,04'ü lisans, %12,05'i ön lisans, %12,05'i yüksek lisans ve %1,30'u doktora mezunu olarak belirlenmiştir. Katılımcıların aylık geliri; %19,87'si 4250 TL altı, %38,76'si 4250 TL-6000 TL arası, %15,96'sı 6001 TL-8000 TL arasında, %11,73'ü 8001 TL-10000 TL, %13,68'i 10000 TL ve üzeri olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların en son izlediği reklamda kullanılan ünlü ve yer aldığı markaya ilişkin verdiği en sık 10 ünlü ve marka ismi yanıtları Şekil 2'de incelenmiştir.



Şekil 2. Katılımcıların En Son İzlediği Reklam ve Ünlüye İlişkin Çubuk Grafiği

307 katılımcının içinde; 11'er kişi Kıvanç Tatlıtuğ-Mavi, Serenay Sarıkaya-Mavi, 10'ar kişi Tarkan-Trendyol, 8'er kişi C. Ronaldo-Clear Şampuan, Hande Erçel-Atasay, 7'şer kişi Cem Yılmaz-Hepsi Burada, Serenay Sarıkaya-Akbank, 6'şar kişi Hande Erçel-Signal, Hülya Avşar-Bambi Yatak, 5'er kişi Aras Bulut İynemli-Vodafone, 4'er kişi, Fahriye Evcan Prima Bebek bezi reklamı Demet Evgar-Lays, Demet Özdemir-Panten, Ediz-Getir, 3'er kişi Aslı Enver - Bepanthol, Barış Arduç-Turkcell, Burak Özçivit-Altınıyıldız, Cem Yılmaz, Enis Arıkan-Dominos, İbrahim Büyükak Getir, Kadir İnanır-Armis, Pelin Akil -Sleepy, Trendyol, 2'şer kişi Aras Bulut İynemli- Defacto, Ata Demirel-Mutlu Makarna, Can Bonomo-Bebanten, Cem Yılmaz - Opet, Danilo Zanna-Yemek Sepeti, Doğa Rutkay-Balık yağı, Ebrar Karakurt - Elidor, Fahriye Evcan-Panten, Getir, Kekstra, Kenan İmirzalıoğlu-Türk Telekom, Kerem Alışık-Halkbank, Kerem Bursin-Mavi, Kıvanç Tatlıtuğ-Finish, Leyla Lidia Tuğutlu - Bosh, Melis Sezen-Pantene, Murat Boz- AVVA, Pelin akil, Seda Sayan-Bluediamond, Zeynep Bastık-Getir, 1'er kişi diğer olarak yanıt vermiştir.

3.5. Verilerin Normallik Sınaması

Verilerin normal dağılıma uygunluğunun incelenmesinde, Shapiro-Wilk normallik testi kullanılmış ve verilerin normal dağılıma uygun olmadığı belirlenmiştir ($p < 0,01$). Bandalos(2014)'e göre normal dağılmayan veriler üzerinden doğrulayıcı faktör analizi, yapısal eşitlik modeli ve aracı etki analizleri için Robust Maximum Likelihood kullanılabilirliği önerilmiştir. Bu nedenle "Robust Maximum Likelihood" yöntemi kullanılarak modeller tahmin edilmiştir.

3.6. Doğrulayıcı Faktör Analizi, Güvenirlik ve Geçerlilik Analizi

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ölçek geliştirme ve uyarlama sürecinde daha önce açıklayıcı faktör analizi (AFA) ile belirlenmiş olan bir modelin ya da yapının test edilmesi veya modelin geçerliliğinin incelenmesine dayanmaktadır (Seçer, 2013).

Doğrulayıcı faktör analizinde değişkenlerin ölçek ifadelerinin faktörlerle ve faktörlerinde kendi arasındaki kurulan ilişkileri incelenmektedir. Böylece model güçlü bir kuramsal yapıya dayandırılmış bir temele sahip olmaktadır (Çokluk vd., 2012).

Güvenilirlik, Cronbach (1951) tarafından geliştirilen Cronbach Alfa katsayısına bakılarak değerlendirilmektedir. Cronbach Alfa değeri ölçeğin iç tutarlılığını ölçen yöntemdir (Ercan ve Kan, 2004).

Alfa Katsayılarına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır (Kalaycı, 2006):

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise güvenilir değil.
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise güvenilirliği düşük.
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise oldukça güvenilir.
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Birleşik güvenilirlik (CR) değerleri doğrulayıcı faktör analizinde faktör yükleri kullanılarak hesaplanmaktadır ve bu değerlerin $CR \geq 0.70$ olduğunda birleşik güvenilirlik koşulunun sağlandığı söylenmektedir (Raykov, 1997; Hair vd., 2009)

Benzeşme geçerliliğinin incelenmesinde ise açıklanan ortalama varyans (AVE) değeri kullanılmaktadır. Benzeşme geçerliliğinin sağlandığının belirlenmesi için açıklanan ortalama varyansın ($AVE \geq 0.50$) olması yeterlidir (Fornell ve Larcker, 1981).

Tablo 2. Reklamda Ünlü Kullanımı Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

| Alt boyutlar | Maddeler | Standardize B | Standart Hata | t | p | R ² | AVE | CR | Cronbach' s Alpha |
|--------------|----------|---------------|---------------|--------|---------|----------------|-------|-------|-------------------|
| Çekicilik | RUK_1 | 0,92 | 0,037 | 34,67 | 0,000** | 0,84 | 0,843 | 0,964 | 0,948 |
| | RUK_2 | 0,96 | 0,02 | 83,58 | 0,000** | 0,92 | | | |
| | RUK_3 | 0,98 | 0,018 | 99,82 | 0,000** | 0,95 | | | |
| | RUK_4 | 0,93 | 0,034 | 55,63 | 0,000** | 0,87 | | | |
| | RUK_5 | 0,79 | 0,051 | 23,57 | 0,000** | 0,63 | | | |
| Uzmanlık | RUK_6 | 0,91 | 0,031 | 45,97 | 0,000** | 0,82 | 0,903 | 0,973 | 0,963 |
| | RUK_7 | 0,94 | 0,039 | 39,49 | 0,000** | 0,88 | | | |
| | RUK_8 | 0,98 | 0,013 | 138,03 | 0,000** | 0,96 | | | |
| | RUK_9 | 0,97 | 0,016 | 106,35 | 0,000** | 0,95 | | | |
| Güvenilirlik | RUK_11 | 0,96 | 0,036 | 48,96 | 0,000** | 0,92 | 0,944 | 0,988 | 0,982 |
| | RUK_12 | 0,99 | 0,019 | 100,92 | 0,000** | 0,98 | | | |
| | RUK_13 | 0,97 | 0,02 | 96,72 | 0,000** | 0,95 | | | |
| | RUK_14 | 0,96 | 0,022 | 85,63 | 0,000** | 0,93 | | | |
| | RUK_15 | 0,98 | 0,019 | 101,49 | 0,000** | 0,95 | | | |

Tablo 2'deki değerler incelendiğinde; üç boyutlu ele alınan reklamda ünlü kullanımı ölçeği için güvenilirliğin ve geçerlilik değerlerinin sağlandığı görülmektedir. Tüm ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin (Standardize B) 0,40'ın üzerinde olması nedeniyle hiçbir ölçek ifadesi analizden çıkarılmamıştır. Ölçeğin tüm alt boyutları için geçerlilik ve güvenilirlik değerlerinin uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Model Uyum İndeksleri Değerlendirme Aralıkları

| Uyum Ölçütleri | İyi Uyum* | Kabul edilebilir Uyum** |
|----------------|---------------------------|-----------------------------|
| χ^2/df | $0 \leq \chi^2/df \leq 2$ | 1-5 |
| GFI | $0,95 \leq GFI \leq 1$ | $0,90 \leq GFI \leq 0,95$ |
| CFI | $0,97 \leq CFI \leq 1$ | $0,95 \leq CFI \leq 0,97$ |
| NNFI/TLI | $0,97 \leq NNFI \leq 1$ | $0,95 \leq NNFI \leq 0,97$ |
| NFI | $0,95 \leq NFI \leq 1$ | $0,90 \leq NFI \leq 0,95$ |
| RMR | $0 \leq RMR \leq 0,05$ | $0,05 \leq RMR \leq 0,08$ |
| RMSEA | $0 \leq RMSEA \leq 0,05$ | $0,05 \leq RMSEA \leq 0,08$ |
| SRMR | $0 \leq SRMR \leq 0,05$ | $0,05 \leq SRMR \leq 0,10$ |

Kaynak: Jöreskog ve Sörbom, 1996; Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003; Schumacker ve Lomax, 2004

DFA modeli test sonuçlarına göre modelin uyum indeks değerlerinin alması gereken değer aralıkları Tablo 3'de verilmiştir. Reklamda ünlü kullanımı ölçeği için $GFI(0,76)$, $RMR(0,12)$ değerleri kötü uyuma sahipken, $Chi-square/df(cmin/df)(1,39)$, $CFI(1,00)$, $NNFI(1,00)$, $NFI(0,99)$, $RMSEA(0,036)$, $SRMR(0,812)$ değerlerinin kabul edilir ve iyi uyum sınırları içinde yer aldığından dolayı ölçek faktör yapısının doğrulandığı kabul edilmiştir.

Tablo 4. Marka İtibari Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

| Boyut | Maddeler | Standardize B | Standart Hata | t | p | R ² | AVE | CR | Cronbach' s Alpha |
|---------------|----------|---------------|---------------|-------|---------|----------------|-------|-------|-------------------|
| Marka İtibari | MI_1 | 0,87 | 0,064 | 29,68 | 0,000** | 0,75 | 0,860 | 0,973 | 0,974 |
| | MI_2 | 0,89 | 0,056 | 33,47 | 0,000** | 0,79 | | | |

| | | | | | |
|------|------|-------|--------|---------|------|
| MI_3 | 0,99 | 0,015 | 126,42 | 0,000** | 0,98 |
| MI_4 | 0,99 | 0,014 | 141,85 | 0,000** | 0,98 |
| MI_5 | 0,91 | 0,047 | 42,67 | 0,000** | 0,83 |
| MI_6 | 0,91 | 0,056 | 35,01 | 0,000** | 0,84 |

Tablo 4'deki değerler incelendiğinde; marka itibarı ölçeği için güvenilirliğin ve geçerlilik değerlerinin sağlandığı görülmektedir. Tüm ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin (Standardize B) 0,40'ın üzerinde olması nedeniyle hiçbir ölçek ifadesi analizden çıkarılmamıştır. $Chi-square/df(cmin/df)(7,18)$, $GFI(0,58)$, $RMR(0,28)$, $RMSEA(0,142)$, $SRMR(0,103)$ değerleri kötü uyuma sahipken, $CFI(0,98)$, $NNFI(0,97)$, $NFI(0,98)$ değerlerinin kabul edilir ve iyi uyum sınırları içinde yer aldığından dolayı ölçek yapısının doğrulandığı tespit edilmiştir. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik değerlerinin uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Marka Aşkı Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

| Boyut | Maddeler | Standardize B | Standart Hata | t | p | R ² | AVE | CR | Cronbach' s Alpha |
|------------|----------|---------------|---------------|-------|---------|----------------|-------|-------|-------------------|
| Marka Aşkı | M_A_1 | 0,88 | 0,054 | 34,07 | 0,000** | 0,78 | 0,833 | 0,984 | 0,981 |
| | M_A_2 | 0,86 | 0,062 | 30,76 | 0,000** | 0,74 | | | |
| | M_A_3 | 0,92 | 0,053 | 51,7 | 0,000** | 0,85 | | | |
| | M_A_4 | 0,94 | 0,031 | 79,03 | 0,000** | 0,89 | | | |
| | M_A_5 | 0,93 | 0,041 | 53,18 | 0,000** | 0,86 | | | |
| | M_A_6 | 0,95 | 0,025 | 95,54 | 0,000** | 0,91 | | | |
| | M_A_7 | 0,92 | 0,054 | 50,64 | 0,000** | 0,85 | | | |
| | M_A_8 | 0,95 | 0,028 | 93,78 | 0,000** | 0,91 | | | |
| | M_A_9 | 0,93 | 0,041 | 69,37 | 0,000** | 0,87 | | | |
| | M_A_10 | 0,91 | 0,068 | 39,82 | 0,000** | 0,82 | | | |
| | M_A_11 | 0,92 | 0,04 | 61,53 | 0,000** | 0,84 | | | |
| | M_A_12 | 0,89 | 0,049 | 40,47 | 0,000** | 0,78 | | | |
| | M_A_13 | 0,86 | 0,056 | 37,49 | 0,000** | 0,74 | | | |

Tablo 5'deki değerler incelendiğinde; marka aşkı ölçeği için güvenilirliğin ve geçerlilik değerlerinin sağlandığı görülmektedir. Tüm ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin (Standardize B) 0,40'ın üzerinde olması nedeniyle hiçbir ölçek ifadesi analizden çıkarılmamıştır. $GFI(0,62)$, $RMR(0,23)$, $RMSEA(0,100)$, $SRMR(0,116)$ değerleri kötü uyuma sahipken, $Chi-square/df(cmin/df)(4,04)$, $CFI(0,99)$, $NNFI(0,99)$, $NFI(0,98)$ değerlerinin kabul edilir ve iyi uyum sınırları içinde yer aldığından dolayı ölçek yapısının doğrulandığı sonucuna ulaşılmıştır. Ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik değerlerinin uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 6. Davranışsal Niyet Ölçeğine İlişkin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

| Alt boyutlar | Maddeler | Standardize B | Standart Hata | t | p | R ² | AVE | CR | Cronbach' s Alpha |
|------------------------|----------|---------------|---------------|--------|---------|----------------|-------|-------|-------------------|
| Ağızdan Ağıza İletişim | DN1 | 0,99 | 0,011 | 151,74 | 0,000** | 0,99 | 0,954 | 0,984 | 0,970 |
| | DN2 | 1,00 | 0,016 | 152,47 | 0,000** | 1,00 | | | |
| | DN3 | 0,94 | 0,036 | 51,35 | 0,000** | 0,88 | | | |
| Satın Alma Niyeti | DN4 | 0,96 | 0,029 | 60,3 | 0,000** | 0,93 | 0,902 | 0,948 | 0,928 |
| | DN5 | 0,94 | 0,027 | 57,61 | 0,000** | 0,88 | | | |

| | | | | | | | | | |
|-------------|-----|------|-------|-------|---------|------|-------|-------|-------|
| Fiyat | DN8 | 0,92 | 0,057 | 28,74 | 0,000** | 0,85 | | | |
| Hassasiyeti | DN9 | 0,89 | 0,045 | 37,44 | 0,000** | 0,79 | 0,819 | 0,901 | 0,871 |

Tablo 6'daki değerler incelendiğinde; üç boyutlu ele alınan davranışsal niyet ölçeği için güvenilirliğin ve geçerlilik değerlerinin sağlandığı görülmektedir. Tüm ölçek ifadelerinin faktör yüklerinin (Standardize B) 0,40'ın üzerinde olması nedeniyle hiçbir ölçek ifadesi analizden çıkarılmamıştır. Davranışsal niyet ölçeği için $GFI(0,88)$, $RMR(0,11)$, değerleri kötü uyuma sahipken, $Chi-square/df(cmin/df)(1,61)$, $CFI(1,00)$, $NNFI(1,00)$, $NFI(1,00)$, $RMSEA(0,045)$, $SRMR(0,092)$ değerlerinin kabul edilir ve iyi uyum sınırları içinde yer aldığından dolayı ölçek faktör yapısının doğrulandığı kabul edilmiştir. Ölçeğin tüm alt boyutları için geçerlilik ve güvenilirlik değerlerinin uygun olduğu görülmektedir.

3.7. Korelasyon Analizi Sonuçları

Korelasyon analizi en az değişken arasındaki ilişkinin tespiti ve ilişkinin var olması durumunda bu ilişkinin yönü ve büyüklüğünü saptamak amacıyla kullanılan bir tekniktir (Kalaycı, 2006).

Korelasyon katsayısının (r) yorumu: r katsayısı

- $0 < r < 0,19$ arasında ise çok zayıf ilişki ya da korelasyon yok
- $0,20 < r < 0,39$ zayıf
- $0,40 < r < 0,59$ orta şiddette
- $0,60 < r < 0,79$ yüksek şiddette
- $0,80 < r < 1$ arasında ise çok yüksek korelasyon olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Dunn ve Mannes, 2001).

Değişkenler arasındaki ilişki korelasyon analizi ile Tablo 7'de incelenmiştir. Bu değerlere göre tüm ilişki katsayılarının istatistiksel olarak $p < 0,001$, önem düzeyinde anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

| Değişkenler | Çekicilik | Uzmanlık | Güvenilirlik | Ağızdan Ağıza | Satın Alma | Fiyat Hassasiyeti | Marka İtibarı | Marka Aşkı |
|------------------------|-----------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|------------------|
| Çekicilik | 1 | 0,684 0,000** | 0,682 0,000** | 0,58 0,000** | 0,51 0,000** | 0,468 0,000** | 0,591 0,000** | 0,448 0,000** |
| Uzmanlık | | 1 | 0,84 0,000** | 0,624 0,000** | 0,556 0,000** | 0,542 0,000** | 0,549 0,000** | 0,564 0,000** |
| Güvenilirlik | | | 1 | 0,598 0,000** | 0,538 0,000** | 0,477 0,000** | 0,552 0,000** | 0,545 0,000** |
| Ağızdan Ağıza İletişim | | | | 1 | 0,864 0,000** | 0,76 0,000** | 0,724 0,000** | 0,733 0,000** |
| Satın Alma Niyet | | | | | 1 | 0,791 0,000** | 0,618 0,000** | 0,71 0,000** |
| Fiyat Hassasiyeti | | | | | | 1 | 0,555 0,000** | 0,654 0,000** |
| Marka İtibarı | | | | | | | 1 | 0,565 0,000** |
| Marka Aşkı | | | | | | | | 1 |

r=Spearman Korelasyon ** $p < 0,01$

Tablo 7'deki sonuçlara göre, çekiciliğin, uzmanlık ve güvenilirlik ile arasındaki ilişkinin pozitif yönlü ve yüksek şiddetli olduğu, ağızdan ağıza iletişim, satın alma niyeti ve fiyat hassasiyeti ile marka aşkı ve itibarı arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Uzmanlığın, güvenilirlik ile pozitif yönlü çok yüksek şiddetli, ağızdan ağıza iletişim ile pozitif yönlü yüksek şiddetli, satın alma niyeti ve fiyat hassasiyeti ile pozitif yönlü ve orta şiddetli, marka aşkı ve itibarı ile de pozitif yönlü ve orta şiddetli ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Güvenilirliğin, ağızdan ağıza iletişim, satın alma niyeti ve fiyat hassasiyeti ile pozitif yönlü ve orta şiddetli, marka aşkı ve marka itibarı ile ise yine pozitif yönlü ve orta şiddetli ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Ağızdan ağıza iletişimin, satın alma niyeti ile pozitif yönlü çok yüksek şiddetli, fiyat hassasiyeti ile pozitif yönlü yüksek şiddetli, marka aşkı ve marka itibarı ile ise pozitif yönlü ve yüksek şiddetli ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Satın alma niyetinin, fiyat hassasiyeti, marka aşkı ve marka itibarı ile pozitif yönlü yüksek şiddetli ilişkisi olduğu, fiyat hassasiyetinin marka aşkı ile pozitif yönlü yüksek şiddetli, marka itibarı ile ise pozitif yönlü ve orta şiddetli, son olarak marka itibarının ise marka aşkı ile pozitif yönlü orta düzeyde ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

3.8. Yapısal Eşitlik Modeli ve Aracı Değişken Analizi

Yapısal eşitlik modellemesi (YEM) günümüzde genelde sosyal bilimlerde sıklıkla uygulanmakla birlikte, değişkenler arasındaki etkileşimlerin nedensel ve ilişkisel tanımlanmasına dayanan ve bu doğrultuda ilişkilerin açıklanmasına yardımcı olan çok değişkenli bir istatistiksel yöntemdir (Meydan ve Şeşen, 2015).

Aracı değişken analizi ise; üçüncü bir değişkenle(Aracı değişken) bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etki geçişinin nasıl olduğu hakkında hipotezleri test etmek için tasarlanan çalışmalardan elde edilen bulguları değerlendirmek amacıyla kullanılan istatistiksel bir yöntemdir (Pardo ve Roman, 2013). Aracı değişken analizinde bazı koşullar vardır;

- Bağımsız değişken ve bağımlı değişkenlerin ilişkili olması zorundadır.
- Bağımsız değişken ile aracı değişken ilişkili olması zorundadır.
- Bağımsız değişken kontrolünde aracı değişken ile bağımlı değişken arasında ilişki olması zorundadır.
- Aracı değişkenin etkisi kontrolünde bağımsız ve bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamlı düzeyde değişkenlik göstermek zorundadır (Baron ve Kenny, 1998, Pardo ve Roman, 2013)

Yapısal eşitlik modeli ile gerçekleştirilen hipotez test sonuçları Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 83. Aracı Değişken Analizi Sonuçları

| İlişkiler | Model 1 | Model2 | Model3 | Model4 |
|--------------------------------------|---|---|---|---|
| Çekicilik→Ağızdan ağıza iletişim | 0,29** | | | 0,12 |
| Uzmanlık→Ağızdan ağıza iletişim | 0,52** | | | 0,27** |
| Güvenilirlik→Ağızdan ağıza iletişim | 0,065 | | | 0,20* |
| Çekicilik→Satın Alma Niyeti | 0,23* | | | 0,085 |
| Uzmanlık→Satın Alma Niyeti | 0,51** | | | 0,27* |
| Güvenilirlik→Satın Alma Niyeti | 0,054 | | | 0,24* |
| Çekicilik→Fiyat Hassasiyeti | 0,21* | | | 0,054* |
| Uzmanlık→Fiyat Hassasiyeti | 0,62** | | | 0,41** |
| Güvenilirlik→Fiyat Hassasiyeti | 0,17 | | | 0,33* |
| Çekicilik→Marka İtibarı | | 0,44** | | |
| Uzmanlık→Marka İtibarı | | 0,099* | | |
| Güvenilirlik→Marka İtibarı | | 0,19 | | |
| Çekicilik→Marka Aşkı | | 0,056* | | |
| Uzmanlık→Marka Aşkı | | 0,38* | | |
| Güvenilirlik→Marka Aşkı | | 0,23 | | |
| Marka Aşkı→Mark İtibarı | | | 0,59** | |
| Marka Aşkı→Ağızdan ağıza iletişim | | | | 0,39** |
| Marka İtibarı→Ağızdan ağıza iletişim | | | | 0,44** |
| Marka Aşkı→Satın Alma Niyeti | | | | 0,34** |
| Marka İtibarı→Satın Alma Niyeti | | | | 0,51** |
| Marka Aşkı→Fiyat Hassasiyeti | | | | 0,32** |
| Marka İtibarı→Fiyat Hassasiyeti | | | | 0,47** |
| R ² | R ² = 0,49 R ² = 0,42 R ² = 0,40 | R ² = 0,47 R ² = 0,35 | R ² = 0,35 | R ² = 0,77 R ² = 0,72 R ² = 0,67 |
| Model uyum indeksleri | $\chi^2/df = 1,71$ GFI=0,66 CFI=1,00 NNFI=1,00 NFI=0,99 RMR=0,40 RMSEA=0,04 | $\chi^2/df = 2,35$ GFI=0,58 CFI=0,99 NNFI=0,99 NFI=0,98 RMR=0,50 RMSEA=0,06 | $\chi^2/df = 4,02$ GFI=0,52 CFI=0,98 NNFI=0,98 NFI=0,98 RMR=0,32 RMSEA=0,09 | $\chi^2/df = 2,06$ GFI=0,57 CFI=0,99 NNFI=0,99 NFI=0,98 RMR=0,24 RMSEA=0,05 |

**p<0,01, *p<0,05

Tablo 8'deki sonuçlara göre, çekiciliğin ve uzmanlığın marka aşkı ve itibarı ile davranışsal niyetler (ağızdan ağıza iletişim, satın alma niyeti ve fiyat hassasiyeti) üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu belirlenmiştir. Marka aşkı ve itibarının davranışsal niyetler üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu ve marka aşkının marka itibarını etkilediği tespit edilmiştir.

Çekiciliğin davranışsal niyetler üzerindeki etkisi, marka aşkının itibar üzerindeki seri aracılık etkisi ile birlikte istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Uzmanlığın davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde marka aşkının itibar üzerindeki seri aracılık etkisi ile kısmi aracı etkiye sahip olduğu, güvenilirliğin de davranışsal niyetler üzerindeki etkisinde aynı aracılık etkisi ile marka aşkı ve itibarının tam aracı role sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Oluşturulan araştırma modellerinin test sonuçlarına göre; modelin uyum indeks değerleri, değerlerinin kabul edilir ve iyi uyum sınırları içinde yer aldığı görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Reklamda ünlü kullanımının tüketici davranış niyeti üzerine etkisinin araştırıldığı bu çalışmada bir ünlünün çekiciliğinin ve uzmanlığının tüketici davranışlarını şekillendirdiği, marka aşkı ve marka itibarı oluşturması üzerinde olumlu etkilerinin olduğu görülmüştür. Çekiciliğe göre uzmanlığın etkisinin daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Bu durum reklamda ünlü kullanımında seçilecek ünlü kişinin uzmanlığına daha fazla dikkat edilmesi durumunda ağızdan ağıza iletişim, satın alma ve fiyat hassasiyetinin daha fazla olumlu yönde etkiye sahip olacağını göstermektedir. Ünlünün fiziksel olarak çekici olması, reklamını yaptığı markanın özelliklerine uygun alanda ün kazanmış olması ve uzman olması tüketici davranışsal niyetlerini, marka aşkını ve itibarını olumlu yönde etkilemektedir.

Ünlülerin kullanılması ve özellikle bu ünlünün çekici olması ve konuya ilişkin uzmanlığının bulunması insanların bir markanın ürünlerini başka insanlara önermesi, ağızdan ağıza iletişimini yapması konusunda etkilidir. Tüketici, kendisinin çekici bulunduğu ve uzman olarak nitelendirebildiği bir ünlünün önerisini, kendi önerisi gibi kabul etmekte ve çevresine önermektedir.

Çekicilik ve uzmanlık ile marka aşkı ve itibarının satın alma niyetlerini olumlu yönde etkilediği çalışmada elde edilen bir diğer önemli bulgudur. Bu sonuç, Tibet (2019)'in X ve Y kuşakları için reklamda ünlü kullanımının tekrar satın alma niyetine etkisini araştırdığı çalışmadaki bulgularla paralellik göstermektedir. Tibet (2019), hem X hem de Y kuşak katılımcılar için reklamda yer alan ünlünün çekiciliğinin ve uzmanlığının tekrar satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğu sonucunu bulmuştur. Aydın (2016) ise marka aşkının yeniden satın alma niyeti ve daha fazla ödeme niyeti üzerinde etkisi olduğunu belirlemiştir. Satın almayı düşünen tüketiciler, reklamlarda bulunan ünlünün çekiciliğinden, uzmanlığından doğrudan etkilenmektedir.

Ortaya çıkan şaşırtıcı bir sonuç da ünlü kişinin güvenilirliğinin tüketici davranışsal niyetleri üzerinde ve marka aşkı ile itibar üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmamasıdır. Bu durum, çalışmaya katılan tüketicilerin izledikleri reklamlar çerçevesinde reklamda ünlü kullanımını çok güvenilir bulmadığı, tanıtımı yapılan markaya karşı etkili olmadığı şeklinde yorumlanabilir. Güvenilirliğin davranışsal niyetler ile marka aşkı ve itibarı üzerinde etkisi yokken, marka aşkının marka itibarı üzerindeki etkisi ile birlikte, güvenilirliğin ağızdan ağıza iletişim, satın alma niyeti ve fiyat hassasiyeti üzerinde olumlu etkilerinin çıkması, markaya aşkı olunması ve itibarın geliştirilmesi durumunda ancak ünlü kişinin güvenilirliğinin davranışları yönlendirmede etkili olduğu söylenebilir. Ünlü kişinin güvenilir olması marka aşkı ve itibarı üzerinde etkili olmamasına rağmen, markanın tüketiciyle farklı şekilde oluşturduğu aşk ve itibar, bu ilişkiyi anlamlı kılmaktadır.

Çekicilik ve uzmanlığın, marka aşkı, itibarı ve fiyat hassasiyeti üzerinde olumlu yönde etkili olduğu bulunmuştur. Bu bulgu, uluslararası literatürde yer alan Thompson, MacInnis ve Park (2005); Filho, Monteiro ve Souki (2010); akt; Başkol ve Asar, (2019); Bairrada, Coelho ve Coelho (2018); Heinrich, Albrecht ve Bauer (2012)'in yaptıkları çalışma sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir. Reklamda kullanılan ünlünün çekiciliği ve uzmanlığı, tüketicinin markaya yönelik aşk duygusu ve itibarı, müşterinin o markanın ürün ve hizmetlerine daha fazla para ödemeyi kabul ettiren bir unsurdur. Beta katsayıları açısından değerlendirildiğinde çekiciliğin marka itibarı üzerindeki etkisi, uzmanlığın ise marka itibarı üzerindeki etkisi daha büyüktür. Marka itibarı geliştirmek isteyen işletmelerin çekicilik özelliği yüksek kişilere reklamda yer vermesi, marka aşkı oluşturmak isteyen işletmelerin ise ünlü kişinin uzman olduğunu düşündüğü alanlardaki reklamlarda yer almasıyla marka itibarı ve aşkının daha iyi geliştirilebileceği şeklinde çıkarımda bulunulabilir. Ünlüler kanaat önderi olarak marka aşkının oluşturulmasında etkilidir. Marka aşkı, itibarı ve ünlüler tarafından tercih edildiğinin bilinmesi ise müşterilerin davranışsal niyetini şekillendirmektedir.

Çalışma bulgularından elde edilen bir diğer sonuç ise marka aşkının marka itibarı üzerindeki etkisidir. Bakır ve Safarzade (2020)'nin yaptığı çalışmada ise bu çalışmadan farklı olarak marka itibarının marka aşkını etkilediği tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, her iki kavramın aslında birbirleriyle karşılıklı etkileşimde olan kavramlar olduğu şeklinde çıkarım

sağlayabilir. Tüketici ve marka arasında oluşan aşk, markaya yönelik itibar oluşturulmasında ve geliştirilmesinde olumlu katkılar sağlamaktadır. Benzer biçimde marka itibarının olumlu biçimde var olması, marka aşkının oluşmasını desteklemektedir.

Gelecek araştırmalarda reklamların sektörel açıdan incelenerek araştırma modelinin özellikle hazır giyim gibi sektörlerde araştırılmasının daha ilginç sonuçlar ortaya çıkarabileceği düşünülmektedir. Çalışmadaki bulgulara göre çekiciliğin etkisinin bu tür sektörlerdeki reklam uygulamalarında daha fazla çıkması beklenmektedir. Uzmanlığın etkisi ise daha fazla uzmanlık ve bilgi aktarımı gereken reklamlarda daha fazla ortaya çıkacak ve davranışları etkileyecektir. Bu kapsamda farklı sektörler üzerinde karşılaştırma yapılması gelecek araştırmalar için önerilebilir. Ayrıca, reklamda kullanılan ünlünün taşıdığı özelliklerle birlikte yansıttığı kişilik özellikleri de marka kişiliğiyle uyumlu olması durumunda davranışsal niyetler ve marka aşkı ile itibarının olumlu yönde etkilenmesi beklenmektedir. Benzer şekilde reklamda yaşatılan deneyimin de davranışlar ve marka aşkı ile marka itibarı oluşturulmasında etkisi olup olmadığı, etkisi var ise duyuşsal, duygusal, düşünsel, davranışsal ve ilişkisel deneyimin hangilerinin ne yönde etkileri olduğu araştırılabilir.

Kaynakça

- Ahmed, R. R., Seedani, S. K., Ahuja, M. K., & Paryani, S. K. (2015). Impact of Celebrity Endorsement on Consumer Buying Behavior, *An International Peerreviewed Journal*, 16, 12-20.
- Ahmedovaa, S. ve Jamontaite, K. (2017). "Reklamlarda Ünlü-Marka Uyumu, Ünlü-Tüketici Benzerliği ve Ünlüye Karşı Tutumun Marka Değerine Etkisi", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 669-694
- Akkılıç, M.E., ve Varol, İ. (2016). Turistlerin Hizmet Kalitesi Algılarının Davranışsal Niyetler Üzerindeki Etkisi, *Balkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(36), 3-19.
- Albert, N., Merunka, D. & Valetta-Florence, P. (2013). "When Consumers Love Their Brands: Exploring The Concept and Its Dimensions". *Journal of Business Research*, 61(10), 1062-1075.
- Armağan, E. ve Gürsoy, Ö. (2017). "Reklamlarda Ünlü Kullanımının Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkisi Üzerine Bir Araştırma", *Global Business Research Congress*, 3, 1043-1057.
- Aşkın, N., ve İpek, İ. (2016). "Marka Aşkının Marka Deneyimi ile Marka Sadakati Arasındaki İlişkiye Aracılık Etkisi", *Ege Akademik Bakış*, 16(1),79-94.
- Aydın, H. (2016). "Marka Aşkının Değerlendirilmesi: Beyaz Eşya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma", *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 125-149.
- Bagozzi, R., Batra, R. & Ahuvia, A. (2014). "Brand Love: Construct Validity, Managerial Utility, and New Conceptual Insights", Ann Arbor, MI: University of Michigan.
- Bairrada, C. M., Coelho, F. & Coelho, A. (2018). "Antecedents and Outcomes of Brand Love: Utilitarian and Symbolic Brand Qualities". *European Journal of Marketing*, 52 (3/4), 656-682.
- Bakır, N. O., ve Safarzade, G. (2020). "Marka İtibarının Daha Fazla Ödeme Niyetine Etkisi: Marka Aşkının Aracılık Rolü ve Nike Markası Üzerine Bir Araştırma", *Aurum Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 149-172.
- Bandalos(2014). "Relative Perfomance of Categorical Diagonally Weighted Least Squares and Robust Maximum Likelihood Estimation, Structural Equation Modeling", *A Multidisciplinary Journal*, 21, 102-116.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A., (1986), "The Moderator and Medaitor Variable Distiction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations", *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(16), 1173-1182.
- Başkol, M. ve Asar, İ. (2019). "Marka Denkliği ve Marka Aşkı İlişkisi. Kavramsal Bir Bakış". *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20), 110-127.
- Bıçakcıoğlu, N., İpek, İ. ve Bayraktaroğlu, G. (2016). Antecedents And Outcomes of Brand Love: The Mediating Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing Communications*, 24(8),1-15.
- Çakıcı, A., Canpolat, G.F., ve Yılmaz, E.B. (2019). "Moda Bilinci ve Prestij Duyarlılığı: Fiyat Duyarlılığı Yüksekliğine Göre Karşılaştırmalı Bir Çalışma". *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 24, 331-347.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler için Çok değişkenli İstatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*, Pegem Akademi, Ankara.

- Dölarıslan, E.Ş. (2013). "Kalite, Değer ve Tatminin Davranışsal Niyet Üzerine Etkileri: Perakendecilik Sektöründe Alternatif Modellerin Değerlendirilmesi", *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(2), 15-52.
- Dunn, D.S., & Mannes, S. (2001). *Statistics and Data Analysis for Behavioral Sciences*, New York: McGraw Hill Companies.
- Ercan, İ., ve Kan, İ. (2004). "Ölçeklerde Güvenilirlik ve Geçerlik", *Uludağ Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi*, 30(3), 211-216.
- Filho, C.G., Monteiro, P.R.R., & Souki, G.Q. (2010) *The Impacts of Brand Love, Brand Equity in the Consumer's Loyalty and the Customer's Purchase Intentions: The Development and Testing of Alternative Models in the Automotive Sector*. 36. ANPAD Congress, Rio De Janeiro.
- Fornell C., & Larcker D.(1981) "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error". *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Güller Yılmaz, T. (2019). *Marka Aşkını Etkileyen Faktörler ile Marka Aşkının Marka Değeri Üzerindeki Etkisi: Bir Havayolu Şirketi Müşterileri Üzerine Bir Araştırma*, (Yayımlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, T.C. Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güzel, F. Ö. (2014). "Marka İtibarını Korumada Şikâyet Takibi: Çevrimiçi Seyahat 2.0 Bilgi Kanallarında Bir Uygulama", *İnternet Uygulamaları ve Yönetimi*, 5(1), 5-19.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black W.C. (2009). *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey.
- Heinrich, D., Albrecht, C.M. & Bauer, H.H. (2012). "Love Actually? Measuring and Exploring Consumers' Brand Love. *Consumer-Brand Relationships-Theory and Practice*". London: Routledge, 137-150.
- İşler, D.B. (2014). "Televizyon Reklamlarında Ünlü Kişilerin Kullanılmasının Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Cinsiyet Ekseninde Bir İnceleme", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 5(11), 110-134.
- Jarrar, M. (2021). "Müşterilerin Çevrimiçi Alışveriş Sitelerinde E-Güven E-Memnuniyet ve E-Marka Sadakat Düzeylerinin Tüketici Davranış Niyetlerine Etkisi Bir Araştırma", (Yayımlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: T.C. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jöreskog, K. & Sörbom, D. (1996), *LISREL: User's Reference Guide*, Scientific Software International, Chicago.
- Kalaycı, Ş. (Ed). (2006). "SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri". 2. Baskı. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Kang, J. (2018). "Finding Desirable Post-Consumption Behaviors: An Investigation of Luxury Value and Romantic Brand Love Relationship", *International Journal of Contemporary Hospitality*, 30(9), 2984-3003.
- Keskin, E., Solunoğlu, A. ve Örgün, E. (2019). "Marka Aşkının Davranışsal Niyete Etkisi", *Gastoria: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3(4), 51-55.
- Lau, G.T. & Lee, S.H. (1999). "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty". *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), 341-370.
- Loureiro, S. (2011). "Consumer's Love and Willingness to Sacrifice for a Brand. *Conference Book Proceedings of ANZMAC Conference – Marketing in the Age of Consumerism: Jekyll or Hyde?* ", Australia: Pandora Electronic Collection. 1-9.
- Meydan, C., H. ve Şeşen, H. (2015). *Yapısal Eşitlik Modellemesi Amos Uygulamaları*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ohanian, R. (1990). "Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness". *Journal of Advertising*, 19(3), 39-52.
- Önen, V. (2018). "Marka Değerinin Marka Aşkına Etkisinin İncelenmesi: Starbucks Cafe Örneği", *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 49-63.
- Özaltın Türker, G. (2014). "Tüketici Satın Alma Karar Sürecinde Ağızdan Ağıza İletişimin Rolü ve AAİ'nin Etkinlik Düzeyini Belirleyen Faktörlerin İncelenmesi". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(32), 151-177.
- Özçifçi, V. (2020). "Sosyal Medyanın Tüketicilerin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi". *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 206-223.
- Öztürk, G. (2017). "Reklamlarda Ünlü Kullanımının Marka Güveni ve Marka İtibarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma", (Yayımlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Özyer, N.G. (2015). "Marka Aşkınının Marka Sadakati ve Ağızdan Ağıza Pazarlamaya Etkisi: Pilot Bir Araştırma", (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pardo, A., & Roman, M. (2013). "Reflections on the Baron and Kenny Model of Statistical Mediation". *Anales de Psicología*, 29(2), 614-623.
- Polat, A. (2020). "Tüketici Temelli Marka Değeri ile Marka Sadakati İlişkisinde Marka Aşkınının Aracı Rolü: Starbucks Üzerine Bir Araştırma", (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, Mersin: T.C. Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Raykov T. (1997). "Estimation of Composite Reliability For Congeneric Measures", *Applied Psychological Measurement*, 21, 173-182.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Müller, H. (2003). "Evaluating the Fit of Structural Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit Measures." *Methods of Psychological Research*, 8(2), 23–74.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modelling*, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Seçer, İ. (2013). *SPSS ve LISREL ile Pratik Veri Analizi*, Anı yayıncılık, Ankara.
- Sertaş, A. (2016). "Yeni Medyada Reklam Yapmak: Yaratıcılığın Sınırları," https://www.researchgate.net/publication/328335603_Yeni_Medyada_Reklam_Yapmak_Yaratiligin_Sinirlari Erişim Tarihi: 13.04.2022
- Sezgin, M. ve Yılmaz, E. (2019). "Televizyon Reklamlarında Ünlü Kullanımının Tüketiciler Açısından Değerlendirilmesi: Uşak Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (2), 472-488.
- Solak, B.B. (2016). "Televizyon Reklamlarında Ünlü Kullanımının Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Araştırma", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1), 253-278.
- Thomson, M., MacInnis, D.J. & Park, C.W. (2005). "The Ties That Bind: Measuring The Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brand", *Journal of Consumer Psychology*, 15(1), 77-91.
- Tibet, E. (2019). "Reklamlarda Ünlü Kullanımının X & Y Kuşağı Tüketicilerinin Marka Değiştirme ve Tekrar Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi: Spor Markaları Üzerine Bir Araştırma", (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: T.C. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). "The behavioral consequences of service quality". *Journal of Marketing*, 60, 31-46.

Extended Abstract

Aim and Scope

The aim of this study is to examine the effects of the attractiveness, expertise and trustworthiness of the celebrity endorsements' characteristics on consumer behavioral intentions and to reveal the effects of brand love and reputation in this interaction. The second aim of the study is to examine the effects of the celebrity endorsements' characteristics such as attractiveness, expertise and trustworthiness on brand love and reputation. It is thought that the findings of the study will guide to marketing managers within the scope of marketing communication studies and contribute to the creation of important inferences and research models, since an integrated model is presented to academicians.

The population of the study consists of television viewers. Data analysis was performed on a sample of 307 people. For the research sampling method, convenience and snowball sampling methods, which are non-random sampling methods, were used. In the analysis of the sample size, the opinion of Hair et al. (2009) that "5-10 times the number of scale expressions in the questionnaire is sufficient" was adopted. Since there were 43 scale expressions in the study, in which the questionnaire was used as a data collection tool, the data of 307 participants was considered sufficient during the data collection process.

The prepared online questionnaire form was arranged via Google Forms. In the first part of the questionnaire, demographic questions were included and they were asked to indicate the frequency of watching the advertisements encountered during the television watching process and the celebrities and remembered brands in the advertisement. In the second part, the scale items were included. All scales were Likert-type scales. The participants were asked to evaluate the scale items according to the celebrity and brand remembered in the most recently watched advertisement. Ethical approval certificate

was obtained from the Istanbul Commerce University Ethics Committee before the survey application process (Number: E-65836846-044-209619).

For the celebrity endorsement scale in the questionnaire, the scale developed by Ohanian (1990) and adapted into Turkish by Tibet (2019) was used. For the brand love scale, the scale developed by Bagozzi, Batra and Ahuvia (2014) and adapted into Turkish by Aşkın and İpek (2016) was used. For the brand reputation scale, the scale developed by Lau and Lee (1999) and used in Turkish by Bakır and Safarzade (2020) was used and finally, for the behavioral intention scale, the scale items developed by Zeithaml, Berry, and Parasuruman (1996) and adapted into Turkish by Jarrar (2021) were used.

Methods

SPSS 22.0 and LISREL 8.7 statistical programs were used in data analysis. Demographic characteristics of the participants were analyzed by frequency analysis. The normality test of the scales was tested with the Shapiro Wilk and Henze Zirkler test methods on the data. Since the data did not conform to the normal distribution, the relations between the variables were examined with Spearman's (rho) correlation analysis. In the results, 95%, 99% confidence intervals, $p < 0.05$, $p < 0.01$ significance levels were taken into account. Finally, the hypotheses were tested by the structural equation model.

Research Model and Hypotheses

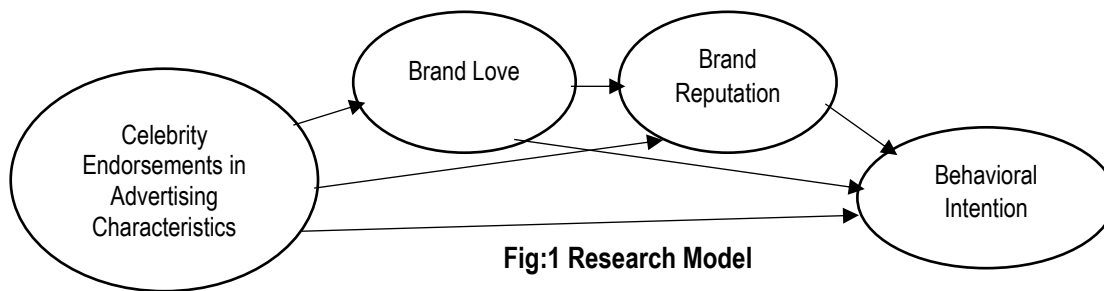


Fig:1 Research Model

In the light of the study findings in the literature, the following hypotheses were formed:

H1: Attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) have an effect on word of mouth.

H2: Attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) have an effect on purchase intention.

H3: Attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) have an effect on price sensitivity.

H4: Attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) have an effect on brand love.

H5: Attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) have an effect on brand reputation.

H6: Brand love has an effect on brand reputation.

H7: Brand love has an effect on word of mouth (a), purchase intention (b), and price sensitivity (c).

H8: Brand reputation has an effect on word of mouth (a), purchase intention (b), and price sensitivity (c).

H9: Brand love and brand reputation have a serial mediating effect on the effect of attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) on word of mouth.

H10: Brand love and brand reputation have a serial mediating effect on the effect of attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) on purchase intention.

H11: Brand love and brand reputation have a serial mediating effect on the effect of attractiveness (a), expertise (b), trustworthiness (c) on price sensitivity.

Findings

As a result of the study, it was concluded that the relationship between attractiveness, expertise and trustworthiness is positive and high, and there is a positive and moderate relationship between word of mouth communication, purchase intention and price sensitivity, and brand love and reputation. It has been determined that expertise has a positive and very high relationship with trustworthiness, a high and positive relationship with word of mouth, a positive and moderate relationship with purchase intention and price sensitivity, and a positive and moderate relationship with brand love and reputation.

It has been determined that trustworthiness has a positive and moderate relationship with word of mouth communication, purchase intention and price sensitivity, and a positive and moderate relationship with brand love and brand reputation. It

has been concluded that word of mouth communication has a positive and very strong relationship with purchase intention, a positive high intensity relationship with price sensitivity, and a positive and high relationship with brand love and brand reputation.

Purchase intention has a positive and high-severity relationship with price sensitivity, brand love and brand reputation, price sensitivity has a positive high-severity relationship with brand love, brand reputation has a positive and moderate relationship, and lastly, brand reputation has a positive relationship with brand love. was found to be moderately correlated.

In the hypothesis test results, it was determined that attractiveness and expertise had a positive effect on brand love and reputation, and behavioral intentions (word of mouth, purchase intention, and price sensitivity). It has been determined that brand love and reputation have a positive effect on behavioral intentions and brand love affects brand reputation.

The effect of attractiveness on behavioral intentions, along with the serial mediation effect of brand love on reputation, was statistically insignificant. It has been concluded that brand love has a partial mediating effect with a serial mediating effect on reputation in the effect of expertise on behavioral intentions, and brand love and reputation have a full mediator role in the effect of trustworthiness on behavioral intentions with the same mediating effect.

According to the test results, it is seen that the fit index values of the model are acceptable and within the limits of good fit.

Conclusion and Discussion

In this study, in which the effect of celebrity endorsements in advertising on consumer behavior intention was investigated, it was seen that a celebrity's attractiveness and expertise shape consumer behavior and have positive effects on brand love and brand reputation. It has been found that the effect size of expertise is more than attractiveness. This shows that if more attention is paid to the expertise of the celebrity to be selected in advertising, word of mouth communication, purchasing and price sensitivity will have a more positive effect. The fact that the celebrity is physically attractive, has gained a reputation in the field suitable for the characteristics of the brand it advertises, and is an expert positively affects consumer behavioral intentions, brand love and reputation.

Celebrity endorsement in advertising, and especially the attractiveness of this celebrity and its expertise on the subject, are effective in recommending a brand's products to other people and making word of mouth communication. The consumer accepts the suggestion of a celebrity, whom he/she finds attractive and can qualify as an expert, as his/her own suggestion and can recommend it to his/her surroundings.

Another important finding in the study is that attractiveness and expertise, brand love and reputation positively affect purchase intentions. This result is in line with the findings of the study in which Tibet (2019) investigated the effect of celebrity endorsements in advertising for X and Y generations on repurchase intention. Tibet (2019) found that the attractiveness and expertise of the celebrity characteristics in the advertising had an impact on repurchase intention for both X and Y generation participants. On the other hand, Aydın (2016) determined that brand love has an effect on repurchase intention and intention to pay more. Consumers considering purchasing are directly affected by the attractiveness and expertise of the celebrity in the advertisements.

A surprising result is that the trustworthiness of the celebrity has no effect on consumer behavioral intentions, nor on brand love and reputation. This situation can be interpreted as that consumers do not find the celebrity endorsements in advertising very reliable and that it is not effective against the promoted brand. While trustworthiness has no effect on behavioral intentions and brand love and reputation, with the serial effect of brand love on brand reputation, trustworthiness has positive effects on word of mouth, purchase intention and price sensitivity. can be said to be effective. Although the trustworthiness of the celebrity does not affect the brand love and reputation, the love and reputation that the brand creates with the consumer makes this relationship statistically significant.

It has been found that attractiveness and expertise have a positive effect on brand love, reputation and price sensitivity. This result is consistent with findings obtained in the studies of Thomson, MacInnis and Park (2005); Filho, Monteiro and Souki (2010); as cited in Başkol ve Asar, (2019); Bairrada, Coelho and Coelho (2018). Also it is similar to the results of the study by Heinrich, Albrecht ve Bauer (2012). The attractiveness and expertise of the celebrity endorsement in advertising, the consumer's sense of love and reputation for the brand are factors that make the customer accept to pay more for the products and services of that brand. Attractiveness has a greater effect on brand reputation, whereas expertise has a greater effect on brand reputation. It can be inferred that brand reputation and love can be improved better if businesses that want to develop brand reputation include people with high attractiveness in advertising, and businesses that want to create brand love are included in advertisements in areas where the celebrity is considered an expert. Celebrities are influential in creating brand love as opinion leaders. Brand love, reputation and knowing that it is preferred by celebrities shape the behavioral intention of the customers.

Another result obtained from the study findings is the effect of brand love on brand reputation. In the study of Bakır and Safarzade (2020), unlike this study, it was determined that brand reputation affects brand love. The love between the consumer and the brand contributes positively to the creation and development of the brand's reputation. Similarly, the positive existence of brand reputation supports the formation of brand love.

In future research, it is thought that examining the advertisements from a sectoral perspective and investigating the research model, especially in sectors such as apparel and textile, may yield more interesting results. According to the findings of the study, the effect of attractiveness is expected to be more pronounced in advertising applications in such sectors. The effect of expertise will be more evident in advertisements that require more expertise and knowledge transfer and will affect behavior. In this context, making comparisons on different sectors can be recommended for future research. In addition, if the personality characteristics of the celebrity endorsement in advertising are compatible with the brand personality, it is expected that behavioral intentions, brand love and reputation will be positively affected. Similarly, it can be researched whether the experience in the advertisement has an effect on behaviors and brand love and on the creation of brand reputation, and if so, which of the sensory, emotional, intellectual, behavioral and relational experiences have an effect on what direction.

İş Tatmini ile Çalışan Performansı Arasındaki İlişkide İş Yaşamında Yalnızlığın Aracı Rolü: Market Zincirleri Çalışanları Üzerine Bir Uygulama

The Mediator Role of Loneliness at Work in The Relationship between Job Satisfaction and Employee Performance: An Application on Market Chain Employees

Tuğçe Şimşek¹

Öz

Çalışanların örgütler için her geçen gün artan öneminin farkındalığına sahip olan örgütler çalışanlarından daha yüksek performans sağlayabilmek adına çözüm önerilerine odaklanmaktadır. Özellikle işinden tatmin olan çalışanların daha iyi performans gösterdikleri alan yazınında desteklenmektedir. Çalışma kapsamında "işinden tatmin olan çalışanın iyi performans göstermesi iş yaşamında yaşamış olduğu yalnızlığa ne kadar bağlıdır?" sorusuna cevap aranmaktadır. Araştırma Eskişehir ilinde faaliyet gösteren market zincirleri çalışanları üzerine yapılmıştır. Değerlendirmeye alınan katılımcı sayısı 225'dir. Verilerin analizi SPSS Statistics 25 programı ile yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Araştırma sonucunda hipotez testleri neticesinde; iş tatmininin çalışan performansı ($\beta = ,434, p < 0,05$) üzerinde pozitif yönlü ve iş tatmininin iş yaşamında yalnızlık ($\beta = -,589, p < 0,05$) üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi vardır. İş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerinde ($\beta = -,517, p < 0,05$) negatif yönlü anlamlı etkisi vardır. İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın kısmi aracılık rolü ($\beta = ,197, p < 0,05$) tespit edilmiştir. Değişkenler arası ilişkilerde en yüksek değer ise iş yaşamında yalnızlığın duygusal yoksunluk boyutu ile iş tatmini [$r(225) = -,616$] arasında olduğu görülmektedir. Duygusal yoksunluk ile iş tatmini arasında negatif yönlü orta düzeyde ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Tatmini, Çalışan Performansı, İş Yaşamında Yalnızlık, Market Zincirleri Çalışanları.

Abstract

Organizations, which are aware of the increasing importance of employees for organizations, focus on solution suggestions in order to provide higher performance from their employees. In particular, it is supported in the literature that employees who are satisfied with their jobs perform better. Within the scope of the study, "How does the good performance of the employee who is satisfied with his job depend on the loneliness he has experienced in business life?" search for an answer to the question. The research was carried out on the employees of market chains operating in Eskişehir. The number of participants evaluated is 225. Data analysis was done with SPSS Statistics 25 program. Reliability and validity analyzes of the scales were made. As a result of the hypothesis tests as a result of the research; job satisfaction has a positive effect on employee performance ($\beta = ,434, p < 0.05$) and job satisfaction has a negative effect on loneliness at work ($\beta = -.589, p < 0.05$). Loneliness at work has a negative and significant effect on employee performance ($\beta = -.517, p < 0.05$). The partial mediation role of loneliness in business life ($\beta = ,197, p < 0.05$) was determined in the relationship between job satisfaction and employee performance. The highest value in the relations between the variables is seen to be between the emotional deprivation dimension of loneliness at work and job satisfaction [$r(225) = -,616$]. It has been determined that there is a moderate negative relationship between emotional deprivation and job satisfaction.

Keywords: Job Satisfaction, Employee Performance, Loneliness in Business Life, Market Chain Employees.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: D23

Submitted: 11 / 05 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

Giriş

Kişinin kendisini yalnız hissetme durumu psikolojik bir yansıma olarak görülmektedir. Zihin teorisi, kendi zihnimizdeki ve başkalarının zihnindeki inançlar, duygular ve arzular gibi zihinsel durumların varlığını tanıma yeteneğidir (Cavallini, Lecce, Bottiroli, Palladino, & Pagnin, 2013). Böyle bir yetenek, davranışlarımıza rehberlik eder ve diğer insanların davranışlarını tahmin etmemizi sağlar (Caputi, Cugnata, & Brombin, 2021). Zihin teorisine bakıldığında davranışlara rehberlik etmede ya da başkalarının davranışlarını tahmin etmekte zorlanan kişilerin psikolojik bakış açısı ile yalnız kalma isteği artabilmektedir. Yalnızlık, güçlü sosyal, bilişsel ve duygusal bileşenlere sahip olduğu varsayılan bir duygudur (Bauminger, 1996, s. 4). Yalnızlık; sosyal açıdan arkadaş edinme arzusunun yansıması, bilişsel açıdan gerçek ve istenen sosyal statü arasındaki boşluğun anlaşılması ve duygusal açıdan duygusal bağ eksikliği olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda duygu durumlarının varlığını tanıma yeteneğini zihin teorisi ile açıklanabilirken; yalnızlık hissini işyerindeki durumunu bilişsel teori ile açıklanması daha uygun olacaktır. Çünkü Bauminger (1996) çalışmasında Weiss (1973)'in duygusal yalnızlığı sosyal ihtiyaçlar teorisine, sosyal yalnızlığı ise bilişsel teoriye dayandığını ifade etmiştir. Yalnızlık sosyal ilişkilerdeki zorluk ve ilişkilerden memnun olmama durumunun devam etmesi olarak belirtilmektedir. Yalnızlık istedik ya da istenmedik bir durum olarak kişilerin yaşamış olduğu psikolojik bir durum olarak ifade edilebilir. Bu çalışma ise çalışanların işlerini yapma esnasında kendi zihinlerinde yaratmış oldukları algıları ve bunların davranışa dönüşmesini incelemektedir. Çalışanların çalışma ortamındaki hissiyatları ve başkalarının kendilerine olan davranış şekillerini yorumlamalarındaki algıları onların örgütlerdeki performansını ve işlerinden tatmin olma duygularını etkileyebilmektedir. İşinden tatmin olma duygusuna sahip bir çalışanın daha iyi performans sergilemesi alan yazında sıklıkla tespit edilmiş husustur (Javed, Balouch & Hassan, 2014, Inuwa, 2016, Muklis, Nugroho & Riyadi, 2022, Hajiali, Kessi, Budhiandriani, Prihatin & Sufri, 2022). Bu çalışma ise çalışanların sosyal bir varlık olması sebebiyle iş tatmini ve çalışan performansı ilişkisinde iş yaşamındaki yalnızlığın bu ilişki içerisindeki aracılık rolüne odaklanmaktadır. İş yaşamında yalnızlığın sosyal ve duygusal yalnızlık odağından çalışanların iş yaşamında yalnızlığı, iş tatmini ve performanslarına değinilmiştir.

1. Kavramsal Çerçeve

İş yaşamında yalnızlık, iş tatmini ve çalışan performansı ile ilgili tanımlamalar ve bu konular üzerinde yapılmış olan çalışmaların bir kısmı bu bölümde yer almaktadır.

1.1. İş Yaşamında Yalnızlık

İş yaşamında yalnızlık kavramını açıklamadan önce yalnızlık kavramının açıklanması daha uygun olacaktır. Türk Dil Kurumu güncel sözlüğe göre; yalnızlık “*yalnız olma durumu, kimsesizlik*” olarak ifade edilmektedir (TDK, 2022). Yalnızlık, bir kişinin sosyal ilişkilerinin önemli bir şekilde eksik olduğuna dair acı verici bir uyarı sinyalidir (Perlman & Peplau, 1982). Yalnızlık, kişilerin sosyal ilişkilerinde yaşamış oldukları eksiklikleri, sosyal ilişkilerden beklentilerinin karşılanmama durumunu ve kişilerarası ilişkilerindeki sahip olunan ile istenilen arasındaki tutarsızlığı ifade etmektedir. Alan yazında iş yaşamında yalnızlık iş ile ilgili yalnızlık ya da işyerinde yalnızlık olarak da yazılmaktadır. İş yaşamında yalnızlığın tanımlanmasındaki sıkıntı bu kavramın çalışanlar tarafından kendilerini yalnız hissetme biçimi ya da yaşadıkları ilişki eksikliklerini algılama biçimindeki çeşitlilikten kaynaklanmaktadır (Wright, Burt, & Strongman, 2006).

Alan yazına bakıldığında iş yaşamında yalnızlık birçok kavramla ilişkilendirilmiştir. İş yaşamında yalnızlık hissine sahip çalışanların farklı konularda hem işlerine hem de kendilerine karşı olumsuz duygu ve davranış sergiledikleri görülmektedir. Çin'de devlete ya da özel sektöre ait beş örgütte çalışan 67 takım üzerine yapılan bir çalışmanın sonuca göre; astlarda görülen iş yaşamında yalnızlık lider-üye etkileşimi yoluyla yaratıcılıklarını dolaylı bir şekilde olumsuz etkilemektedir (Peng, Chen, Xia, & Ran, 2017). Ürdünlü akademisyenler üzerine yapılan bir diğer çalışmada ise işyeri ruhsallığının gönüllü olarak işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisinde iş yaşamında yalnızlığın kısmi aracılık rolüne sahip olduğunu ortaya koymuştur (Ghadi, 2017). Erdil ve Ertosun ise çalışmalarında iş yaşamında yalnızlık ile çalışan refahı ve sosyal iklimin arasındaki ilişkiyi ortaya koymuştur. Çalışma incelendiğinde; iş yaşamında yalnızlık duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık boyutları ile ele alınmış ve değişkenler arası ilişki bu iki boyutta ayrı ayrı ifade edilmiştir. Yapılan çalışmanın sonuçları genel anlamda yorumlandığında; sosyal arkadaşlık ile negatif iş ile ilgili refah arasında pozitif ve orta düzeyde; pozitif iş ile ilgili refah ile ise negatif ve orta düzeyde ilişkinin varlığı görülmektedir. İlişki temelli sosyal iklim ile iş yaşamında yalnızlık arasında ise negatif ve orta düzeyde ilişkinin tespit edildiği görülmektedir (Erdil & Ertosun, 2011). İşyeri yalnızlığı ile tükenmişlik arasında da pozitif yönlü düşük düzeyde ilişkiyi tespit eden çalışmada aynı zamanda işyeri yalnızlığının tükenmişlik üzerinde etkisi de bulunmuştur (Kloutsiniotis, Mihail, Mylonas, & Pateli, 2022), (Sirbu & Dumbravă, 2019). İşyeri yalnızlığı ile örgütsel bağlılık arasında ise negatif yönlü ilişkinin olduğu çalışmalarda görülmektedir (Ayazlar & Güzel, 2014). Çalışan bağlılığının bir boyutu olan duygusal bağlılık ile iş yaşamında yalnızlığın boyutları olan duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık arasında negatif yönlü ilişkinin varlığı Ertosun ve Erdil (2012) tarafından belirtilmiştir (Ertosun & Erdil, 2012). İşyeri yalnızlığı ya da iş yaşamında yalnızlık olarak kavramlaştırılan çalışanların kendilerini yalnız hissetme olgusu pozitif örgütsel davranış çıktıları ile negatif yönlü ilişkiye sahip olduğu görülmektedir. Bahsedilen çalışmalar alan yazının bir kısmına yer

vermektedir. Psikoloji biliminin de üzerinde durduğu iş yaşamında yalnızlık stres ve anksiyete ile pozitif yönlü ilişkiye sahiptir. Bu durum; kişilerin stres ve anksiyete halinde yalnızlık hissettiğini ve bunun da tükenmişliğe sebebiyet verdiği belirtilmektedir (Kloutsiniotis, Mihail, Mylonas, & Pateli, 2022). Öge, Çetin ve Top (2018) ise hava trafik kontrolörleri üzerine yaptıkları çalışmalarında işyeri yalnızlığına değinmiştir. Çalışmanın sonucunda Öge vd. paternalist liderliğin iş bağlılığını artırdığını ve işyeri yalnızlığını ve iş ailesi çatışma düzeylerini azalttığını ortaya koymuştur (Öge, Çetin, & Top, 2018).

1.2. İş Tatmini

İş tatmini; çalışanların belirli bir işe karşı olan duygusal tepkilerini ifade etmektedir (Grueneberg, 1979, s. 3). İş tatmini her örgütün çalışanlarından talep ettiği bir duygusal tepkidir. Örgütler işinden tatmin olmuş çalışanlar sayesinde örgütsel davranış çıktılarının pozitif sonuçlarını görmektedir. Bu nedenle iş tatmini kavramı hem örgütlerin hem de çalışanların sıklıkla üzerinde durduğu konular arasında yer almaktadır. İş tatmini ile ilgili ulusal yazında yer alan çalışmalar incelendiğinde çalışanların işinden tatmin olma duygusu ile örgütsel destek (Sökmen & Benk, 2019), katılımcı liderlik, örgütsel güven, duygusal bağlılık (Sökmen, Yazıcıoğlu, & Kenek, 2021), araçsal liderlik (Sökmen, Yazıcıoğlu, & Benk, 2021), etik liderlik (Bıyık, Şimşek, & Erden, 2017), kariyer uyumluluğu ve kariyer iyimserliği (Sökmen & Aydın, 2016), dönüşümsel liderlik ve kişi-örgüt uyumu (Sökmen & Benk, 2020) arasında pozitif yönlü ilişkilerin varlığı önceki çalışmalarda ortaya konmuştur. Uluslararası alan yazına bakıldığında ise 2021 ve 2022 yılları içerisinde iş tatminini ele alan birçok makale ile karşılaşılmuştur (Ali, Mustapha, Jalila, Elias & Nordin, 2021, Penconek, Tate, Bernardes, Lee, Micaroni, Balsanelli, Moura, Cummings, 2021, Kaur & Kang, 2021, Amin, Mokhtar, Ibrahim, Nishaalni, Nordin, 2021, Ali & Anwar, 2021), (Saputra & Mahaputra, 2022, Winkelhaus, Grosse & Glock, 2022, To & Huang, 2022, Katebi, HajjZadeh, Bordbar, & Salehi, 2022, Hwang & Park, 2022).

1.3. Çalışan Performansı

Bir çalışanın üretkenlik düzeyinin firmanın performans standartlarını karşılama derecesi çalışan performansı olarak tanımlanmaktadır (Diamantidis & Chatzoglou, 2019). Çalışan performansı yıllardır alan yazında yerini almıştır. Çalışanların tutum ve davranışlarının yanı sıra örgütsel işleyiş, örgütün çalışanlara karşı tutum ve davranışları da çalışan performansı üzerine etkiye sahiptir. Bu konuya açıklık getirmesi açısından yapılan bazı çalışmaların burada verilmesi uygun olacaktır. 2011 yılında çalışan performansı ile çalışan gelişimi kavramsal açıdan (Hameed & Waheed, 2011) incelenmiştir. 2014 yılında Anitha tarafından çalışan bağlılığının belirleyicilerinin çalışan performansına pozitif etkisi ortaya konmuştur (Anitha, 2014). Ulusal alan yazın için Google Akademik tarandığında son yıllarda "çalışan performansı" başlıklı makaleler yıl bazlı olarak incelenmiştir ve sonuçları şu şekildedir:

2022 yılında; Çelik vd. tarafından çalışan performansı ölçeğindeki ifadeler karar ağacı algoritması kullanılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışma sonunda performans ölçümü açısından en etkili ifadenin hangi maddeye ait olduğu ortaya konmuştur (Çelik, Çetinkaya Bozkurt, & Ekşili, 2022). Güler ve Taşlıyan, psikolojik iklim ve çalışan performansına işe adanmışlığın aracılık rolü üzerine bir çalışma yapmışlardır. Araştırmaları sonucunda işe adanmışlığın kısmi aracılık rolünü tespit etmişlerdir (Güler & Taşlıyan, 2022).

2021 yılında; Yeşil ve Mavi çalışmalarında Covid-19 korkusunun (boyutları ile birlikte) bazı örgütsel davranış çıktıları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Bu çıktılarından biri ise çalışan performansıdır. Psikolojik faktörlerin performansı negatif yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır (Yeşil & Mavi, 2021). Dinç Elmalı vd. ise yüksek performanslı iş sistemleri ile çalışan performansı ilişkisinde işe tutkunluğun aracılık rolünü incelemiştir. İşe tutkunluk modelde kısmi aracı role sahiptir. Bunun yanı sıra yüksek performanslı iş sistemlerinin çalışan performansı üzerinde pozitif yönde etkili olduğu belirtilmiştir (Dinç Elmalı, Gençer Çelik, & Taşkiran, 2021).

2020 yılında; işyeri nezaketsizliği, yaratıcı çalışan performansı ve lider-üye etkileşimini çalışmasına konu alan Çiçek ve Çiçek araştırmalarının neticesinde; iş yeri nezaketsizliğinin çalışan performansını ve lider-üye etkileşimini negatif etkilediğini ortaya koymuştur (Çiçek & Çiçek, 2020). Çalışan performansını etkileyen değişkenler arasında örgütsel sinizm ve sosyal zekâ olduğunu ileri süren çalışma Diktaş ve Özgeldi (2020) tarafından belirtilmiştir (Diktaş & Özgeldi, 2020).

2019 yılında; çalışan performansı ile ilişkili olan kavramlar arasında sosyal baltalama, duygusal tükenmişlik ve iş stresi görülmektedir (Ülbeği, İplik, & Yalçın, 2019). Sosyal baltalama davranışının yöneticiden kaynaklı olduğu durumlarda çalışan performansı ile negatif ilişkiye sahip olduğu bildirilmiştir. Bunun yanı sıra iş stresi ve duygusal tükenme de performans üzerinde olumsuz etkiye sahiptir. Yıldırım vd. (2020) ise çalışan performansı ile yetkinlik algısını ve özsaygıyı ele alarak bir çalışma gerçekleştirmiştir. Bu çalışmanın sonucunda ise kişisel-mesleki yetkinlik algısının çalışan performansı üzerine etkisi olduğu ifade edilmiş ve özsaygının bu modelde tam aracılık rolü bulunduğu belirtilmiştir (Yıldırım, Taş, & Çiçek, 2019).

2. Alan Yazın ve Hipotezler

Kavramlar arası ilişkilerin daha önceki çalışmalarda ele alındığı görülmüştür. Bu değişkenlerin arasındaki ilişkinin Türkiye örneğinde yorumlanabilmesi adına ulusal yazında yer alan çalışmalara öncelik verilmiştir. Ulusal yazında ilgili ilişkiye rastlanılmadığı durumda uluslararası yazına bakılmıştır.

2.1. İş tatmini ve çalışan/işgören/iş performansı ilişkisi

İş tatmini ile çalışan performansının birlikte ele alındığı alan yazın incelendiğinde değişkenler arası korelasyonun pozitif yönlü olduğu görülmektedir. Bununla ilgili çalışmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Çalışmalara ait sonuçların daha net görülmesi için korelasyon değerleri ve örnekleme içeren bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablo 1. İş Tatmini ile Çalışan Performansı İlişkisi

| Yazar | Korelasyon Değeri | Örneklem |
|----------------------------------|-------------------|----------------------------|
| (Akar & Bekar, 2022) | ,645 | Hemşire (Devlet Hastanesi) |
| (Sevinç Altaş & Özişli, 2021) | ,126 | Kamu hastanesi çalışanları |
| (Yorulmaz & Karabacak, 2020) | ,397 | Liman çalışanları |
| (Tekin, 2019) | ,686 | Araştırma görevlisi |
| (Koca & Yıldız, 2018) | ,233 | Futbol hakemleri |
| (Bıyık, Şimşek, & Erden, 2017) | ,285 | Özel sektör çalışanları |
| (Özdemir, Erdem, & Kalkın, 2016) | ,224 | Kamu çalışanları |
| (Altaş & Çekmecelioğlu, 2015) | ,549 | Okul öncesi öğretmenleri |
| (Yazıcıoğlu, 2010) | ,380 | Türk Öğretmenler |

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tabloda belirtilen yayınlar incelendiğinde; iş tatmini ile iş/çalışan performansı arasında orta düzeyde pozitif yönlü ilişki gösteren örneklem grubu hemşire, araştırma görevlileri, okul öncesi öğretmenleri, liman çalışanları ve Türk öğretmenler olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmaların sonuçları neticesinde H_1 hipotezi oluşturulmuştur.

H_1 : İş tatminin çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.2. İş Tatmini ve İş Yaşamında Yalnızlık İlişkisi

İş yaşamında yalnızlığa sahip çalışanların yaşamış oldukları sıkıntılardan birisi düşük iş tatminidir. İşyeri yalnızlığının neden olduğu diğer sıkıntılardan bazıları ise tükenmişlik (Kloutsiniotis, Mihail, Mylonas, & Pateli, 2022) (Sîrbu & Dumbravă, 2019), işten ayrılma niyeti (Aytaç, 2015) (Ertosun & Erdil, 2012) (Ghadi, 2017), düşük örgütsel bağlılıktır (Ayazlar & Güzel, 2014). İş tatmini ile iş yaşamında yalnızlık/işyerinde yalnızlık ya da işyeri yalnızlığı arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çok fazla makaleye rastlanılmamıştır. Yapılan tarama neticesinde; iki değişken arasındaki ilişkiyi net bir şekilde belirten iki çalışma görülmüştür. Tabancalı' nın 2016 yılında öğretmenler üzerine yapmış olduğu çalışmasında iş yaşamında yalnızlığın iş tatmini ile negatif yönlü ilişkiye sahip olduğu belirtilmiştir (Tabancalı, 2016). Cezaevi personeli üzerine yapılan bir çalışmada işyerinde yalnızlık ile iş tatmini arasında negatif yönlü ilişki bulunmuştur (Aytaç, 2015). Tabancalı (2016) ve Aytaç (2015)'in çalışmalarının benzer sonuçlar ortaya koyduğu görülmektedir. Bu çalışmalar ışığında H_2 hipotezi kurulmuştur.

H_2 : İş tatmininin iş yaşamında yalnızlık üzerinde anlamlı etkisi vardır.

2.3. İş Yaşamında Yalnızlık ve Çalışan Performansı İlişkisi

İş yaşamında yalnızlık ve çalışan ya da takım performansının ele alındığı çalışmalara bakıldığında; genel olarak iş yaşamında yalnızlık hissine sahip çalışanların performans ile negatif yönlü ilişkisi olduğu görülmektedir. Alan yazına detaylıca bakıldığında iş yaşamında yalnızlık ve performansı ele alan çalışmalardan birisi liderin mizah anlayışının daha düşük işyeri yalnızlık iklimi ile sonuçlandığını ve dolayısıyla daha iyi ekip performansı ile sonuçlandığını ortaya koyan Yang ve Wen'in çalışmasıdır (Yang & Wen, 2021). Yang ve Wen aynı makalelerinde ikinci çalışma sonucu olarak ise lider mizah anlayışının işyeri yalnızlık iklimi üzerindeki olumsuz etkisini, katılımcı mizahın güçlendirdiğini, saldırgan mizahın ise zayıflattığını ileri sürmüştür. Ayrıca işyerinde yalnızlık iklimi ile takım performansı arasında negatif yönlü orta düzeyde ilişki olduğu da aynı çalışmada ortaya konulmuştur. İşyerinde yalnızlık ile çalışanların iş performansı arasında negatif yönlü ilişkiyi ortaya koyan bir başka çalışma ise Deniz'in (2019) çalışmasıdır (Deniz, 2019). H_3 ve H_4 hipotezleri ilgili alan yazın ışığında oluşturulmuştur.

H_3 : İş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H_4 : İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın aracılık rolü vardır.

3. Yöntem

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın verileri için market zinciri çalışanları hedef alınmıştır. Eskişehir ilinde çalışmakta olan market zinciri çalışanlarından kartopu örnekleme tekniği ile örneklem oluşturulmuştur. Toplamda 262 adet katılımcının anket formunu doldurması sağlanmış olup, bunlardan 18'i anket sonuçlarını etkileyecek düzeyde yanlış cevap verdiği için ve 19'u ise soruların bir kısmını boş bıraktığından analize dâhil edilmemiştir. Verilerin analizi için 225 katılımcının cevapları dikkate alınmıştır. Araştırmanın gerçekleştirilmesi adına etik kurul izni Gümüşhane Üniversitesi, Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu 27/04/2022 tarih ve 2022/3 sayılı kararı ile alınmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiş olup; anket iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısım demografik bilgilerin elde edilmesi amacıyla çoktan seçmeli sorulardan, ikinci kısım ise ölçek maddelerinin yer aldığı Likert tipi ölçümlemeden oluşmaktadır.

İş yaşamında yalnızlığın tespiti için Wright vd.'nin (2006) 16 maddeden oluşan ölçeği kullanılmıştır (Wright, Burt, & Strongman, 2006). İş tatminin ölçümü Agho, Price ve Mueller'in (1992) 6 maddeden oluşan ölçeği ile gerçekleştirilmiştir (Agho, Price, & Mueller, 1992). Çalışan performansının ölçümü 4 maddelik Çöl'ün (2008) ölçeği ile yapılmıştır (Çöl, 2008).

3.4. Verilerin Analizi

Araştırma modeli iş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın aracılık rolünü tespit etmek için oluşturulmuştur. Bu modele bağlı olarak 4 hipotez geliştirilmiştir. Katılımcıların demografik bilgilerini içeren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 2. Demografik Bilgilere Ait Frekans Tablosu

| | Sıklık | Yüzde | | Sıklık | Yüzde |
|---------------------|--------|-------|-------------------------|--------|-------|
| Yaş | | | Hizmet yılı | | |
| 20-30 | 175 | 77,8 | 1-5 | 202 | 89,8 |
| 31-40 | 46 | 20,4 | 6-10 | 22 | 9,8 |
| 41-50 | 4 | 1,8 | 16-20 | 1 | 0,4 |
| Cinsiyet | | | Unvan | | |
| Kadın | 118 | 52,4 | Market çalışanı | 147 | 65,3 |
| Erkek | 107 | 47,6 | Alt kademe yönetici | 26 | 11,6 |
| | | | Orta kademe yönetici | 7 | 3,1 |
| Medeni Durum | | | Üst kademe yönetici | 2 | 0,9 |
| Evli | 92 | 40,9 | Destek hizmet personeli | 3 | 1,3 |
| Bekâr | 133 | 59,1 | Kasiyer | 38 | 16,9 |
| Toplam | 225 | 100,0 | Diğer | 2 | 0,9 |
| Eğitim | | | Çalışma Şekli | | |
| İlkokul | 2 | 0,9 | Tam Zamanlı | 217 | 96,4 |
| Ortaokul | 8 | 3,6 | Yarı Zamanlı | 6 | 2,7 |
| Lise | 132 | 58,7 | Esnek Çalışma | 2 | 0,9 |
| Önlisans | 57 | 25,3 | Toplam | 225 | 100,0 |
| Lisans | 26 | 11,6 | | | |
| Toplam | 225 | 100,0 | | | |

Katılımcıların % 77,8'i 20 ve 30 yaş aralığında yer almaktadır. Genel olarak katılımcılar örgüte giriş ve ilk kariyer aşamasının başına denk gelen yaş aralığında çoğunluk gösterdiği tespit edilmiştir. % 40,9'u evli ve %59,1'i bekârdır. Eğitim durumuna bakıldığında % 58,7 ile çoğunluğun lise mezunu olduğu ve % 89,8 ile 1 ile 5 yıl arasında hizmet yılına sahip olduğu görülmektedir.

3.4.1. Ölçek Güvenirlik ve Geçerliliği

Güvenirlilik Analizi

Ölçeklere ait Cronbach's Alfa değeri, KMO ve Barlett's test sonuçları Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Cronbach's Alfa, KMO ve Barlett's

| Ölçek | Cronbach's Alfa (Güvenirlilik) | Öge sayısı | Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy | Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square |
|-----------|--------------------------------|------------|---|--|
| Tüm ölçek | ,706 | 26 | | |

| | | | | |
|------------------------|------|----|------|-----------|
| İş Yaşamında Yalnızlık | ,944 | 16 | ,943 | 2392,425* |
| Çalışan Performansı | ,859 | 4 | ,815 | 408,612* |
| İş Tatmini | ,901 | 6 | ,855 | 876,804* |

*p<0,05 düzeyinde anlamlıdır.

KMO değerlerinin 0,60 ve üstünde olduğu görülmekte ve örneklemin faktör analizi için yeterli olduğu işaret edilmektedir (Gürbüz & Şahin, 2016, s. 311). Barlett Küresellik testi anlamlıdır. Güvenilirlik analizi sonucunda; Cronbach's Alfa değerleri tüm ölçek için ,706, iş yaşamında yalnızlık için ,944, çalışan performansı için ,859 ve iş tatmini için ,901 olarak bulunmuştur.

Geçerlilik Analizi

Araştırmada kullanılan Wright vd.'nin (2006) iş yaşamında yalnızlık ölçeği ile uyumlu şekilde maddeler 2 faktör altında toplanmış olup, faktörler orijinal ölçek ile aynı şekilde isimlendirilmiştir. İş yaşamında yalnızlık ölçeği duygusal yoksunluk ve sosyal arkadaşlık olarak ifade edilmiştir. İş yaşamında yalnızlık ölçeğine ait faktör analizi yapılmış ve ilgili tablolar aşağıda verilmiştir. Çalışan performansı ölçeği; Çöl'ün (2008) çalışan performansı ölçeği ile uyumlu şekilde tek faktördür. İş tatmini ölçeğinin maddeleri ise Agho ve arkadaşlarının (1992) ölçeğinde olduğu gibi tek faktör altında toplanmıştır.

İş yaşamında yalnızlık ölçeği faktör analizi

İş yaşamında yalnızlık ölçeğine ait faktör analizi tabloları (Tablo 4 ve Tablo 5) aşağıda yer almaktadır. Wright vd.'nin ölçeğinde belirttiği gibi 5,6,10,11,12,14,15 ve 16. maddeler ters kodlanmıştır. Ölçeğe ait KMO ve Barlett's testi sonuçları Tablo 3' de verilmiştir.

Tablo 4. Açılanan Toplam Varyans

| Açıklanan Toplam Varyans | | | | | | | | | |
|--------------------------|----------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| Bileşen | Başlangıç Özdeğerler | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 8,862 | 55,385 | 55,385 | 8,862 | 55,385 | 55,385 | 5,183 | 32,394 | 32,394 |
| 2 | 1,055 | 6,594 | 61,979 | 1,055 | 6,594 | 61,979 | 4,734 | 29,585 | 61,979 |
| 3 | ,960 | 6,001 | 67,980 | | | | | | |
| 4 | ,725 | 4,529 | 72,509 | | | | | | |
| 5 | ,577 | 3,606 | 76,115 | | | | | | |
| 6 | ,555 | 3,469 | 79,584 | | | | | | |
| 7 | ,480 | 3,002 | 82,586 | | | | | | |
| 8 | ,451 | 2,819 | 85,406 | | | | | | |
| 9 | ,427 | 2,666 | 88,071 | | | | | | |
| 10 | ,375 | 2,347 | 90,418 | | | | | | |
| 11 | ,360 | 2,250 | 92,667 | | | | | | |
| 12 | ,296 | 1,849 | 94,516 | | | | | | |
| 13 | ,271 | 1,693 | 96,209 | | | | | | |
| 14 | ,227 | 1,419 | 97,628 | | | | | | |
| 15 | ,200 | 1,251 | 98,879 | | | | | | |
| 16 | ,179 | 1,121 | 100,000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Yapılan faktör analizi neticesinde özdeğerleri 1'den büyük olan iki faktör olduğu görülmektedir. Döndürme sonrasında faktörlerin açıkladıkları varyansın % 20'nin üzerinde olduğu görülmektedir. Analiz neticesinde maddelerin iki boyut altında toplandığı görülmüştür. İş yaşamında yalnızlığın boyutları korelasyon analizinde ele alınmış olup regresyon analizinde iş yaşamında yalnızlık tek boyut olarak incelenmiştir.

Tablo 5. Döndürülmüş Bileşenler Matrisi

| Döndürülmüş Bileşenler Matrisi ^a | | |
|---|-----------------------|------------------------|
| | Bileşenler | |
| | 1 (Sosyal Arkadaşlık) | 2 (Duygusal Yoksunluk) |
| yalnizlik10 | ,776 | |
| yalnizlik12 | ,753 | |
| yalnizlik16 | ,735 | |
| yalnizlik11 | ,717 | |
| yalnizlik5 | ,708 | ,418 |
| yalnizlik14 | ,670 | ,414 |
| yalnizlik15 | ,656 | ,497 |
| yalnizlik6 | ,610 | ,433 |

| | | |
|---|------|------|
| yalnizlik13 | ,535 | |
| yalnizlik1 | | ,811 |
| yalnizlik2 | | ,758 |
| yalnizlik8 | ,404 | ,753 |
| yalnizlik9 | | ,724 |
| yalnizlik7 | | ,709 |
| yalnizlik4 | ,509 | ,612 |
| yalnizlik3 | | ,561 |
| Extraction Method: Principal Component Analysis. | | |
| Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. | | |
| a. Rotation converged in 3 iterations. | | |

İş yaşamında yalnızlık ölçeğine ait faktör analizi sonucunda ölçek 2 boyutta görülmektedir. Wright vd.'nin (2006) ölçeğinde duygusal yoksunluk boyutuna ait madde numaraları 1 ile 9 arasında olmasına rağmen Türkçe uyarlaması yapılmış olan ölçekte duygusal yoksunluk boyutu maddeleri 1,2,3,4,7,8 ve 9 dan oluşmaktadır. Sosyal arkadaşlık boyutunda ise Wright vd' nin ölçeğinden farklı olarak duygusal yoksunlukta yer alan 5. ve 6. madde bu çalışmada sosyal arkadaşlık boyutunda yer almaktadır. Bu durumda sosyal arkadaşlık boyutu maddeleri 5,6,10,11,12,13,14,15 ve 16. maddeden oluşmaktadır.

3.5. Araştırma Modeli

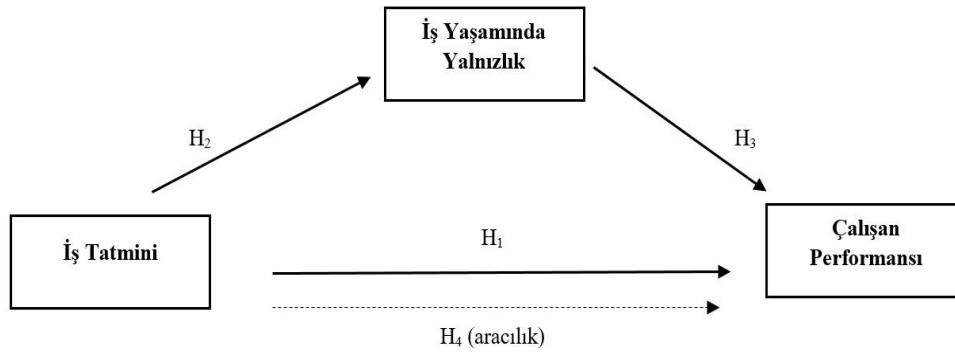
Araştırma modeli aşağıdaki şekilde yer almaktadır. Araştırma modeline göre; 4 adet hipotez oluşturulmuştur. Bunlar:

H₁: İş tatmininin çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₂: İş tatmininin iş yaşamında yalnızlık üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₃: İş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

H₄: İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın aracılık rolü vardır.



Şekil 1: Araştırma Modeli

3.6. Bulgular

3.6.1. Hipotez Testleri

Ölçeklere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları

| Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Katsayıları (N=225) | | | | | | | |
|---|----------|------------|-------|-------|------|------|-----|
| | Ortalama | Std. Sapma | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| Çalışan Performansı (1) | 4,4356 | ,62120 | 1 | | | | |
| İş Tatmini (2) | 3,2652 | ,93610 | ,434 | 1 | | | |
| İş Yaşamında Yalnızlık (3) | 2,1956 | ,74155 | -,517 | -,589 | 1 | | |
| Sosyal Arkadaşlık (4) | 2,1530 | ,79705 | -,448 | -,488 | ,936 | 1 | |
| Duygusal Yoksunluk (5) | 2,2286 | ,76967 | -,525 | -,616 | ,959 | ,798 | 1 |

Örnekleme ait ortalamalar dikkate alındığında; çalışan performansı (4,43) ve iş tatmini (3,26) 5'li Likert skalasına göre yüksek kabul edilebilir. İş yaşamında yalnızlık (2,19) ortalaması ise ortanın altı olarak görülmektedir.

Yapılan korelasyon analizi neticesinde; çalışan performansı ile iş tatmini arasında pozitif yönlü orta düzeyde ilişki tespit edilmiştir. İş yaşamında yalnızlık ile çalışan performansı arasında negatif yönlü orta düzeyde ilişki, iş yaşamında yalnızlık ile iş tatmini arasında ise negatif yönlü orta düzeyde ilişki görülmüştür.

Araştırma modelinde yer alan iş tatmininin çalışan performansı üzerindeki etkisini ortaya koymak adına yapılmış olan analiz sonuçları aşağıda yer alan tablolarda verilmiştir.

H₁: İş tatminin çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Tablo 7. H₁ Hipotezi Model Özeti ve Anova

| Model Özeti ^b | | | | | | |
|--|-------------------|-----------------|----------------------------|-------------------|--------|-------------------|
| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Std. Tahmini Hata | | |
| 1 | ,434 ^a | ,188 | ,184 | ,56105 | | |
| a. Tahmin: (Sabit), İş tatmini | | | | | | |
| b. Bağımlı Değişken: Çalışan performansı | | | | | | |
| ANOVA ^a | | | | | | |
| Model | | Kareler Toplamı | df | Ort. Kare | F | Sig. |
| 1 | Regression | 16,246 | 1 | 16,246 | 51,611 | ,000 ^b |
| | Residual | 70,195 | 223 | ,315 | | |
| | Total | 86,441 | 224 | | | |
| a. Bağımlı Değişken: Çalışan Performansı | | | | | | |
| b. Tahminler: (Sabit), İş tatmini | | | | | | |

→ İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki model istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 8. H₁ Hipotezine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

| Katsayılar ^a | | | | | | | | |
|--|------------|----------------------------------|-----------|------------------------|--------|------|----------------------------|-----------|
| Model | | Standardize edilmemiş Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | Sig. | Doğrusallık İstatistikleri | |
| | | B | Std. Hata | | | | Beta | Tolerance |
| 1 | (Sabit) | 3,496 | ,136 | | 25,707 | ,000 | | |
| | İş tatmini | ,288 | ,040 | ,434 | 7,184 | ,000 | 1,000 | 1,000 |
| a. Bağımlı Değişken: Çalışan Performansı | | | | | | | | |

İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişki anlamlı olup Beta katsayısı ,434 ($p < 0,05$) olarak görülmektedir. Değişkenler arası pozitif yönlü anlamlı etki bulunmaktadır. H₁ hipotezi kabul edilmiştir ($\beta = ,434, p < 0,05$).

İş tatmininin iş yaşamında yalnızlık üzerindeki etkisi ortaya koyan analiz sonuçları Tablo 9 ve Tablo 10'da verilmiştir.

H₂: İş tatmininin iş yaşamında yalnızlık üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Tablo 9. H₂ Hipotezi Model Özeti Ve Anova

| Model Özeti ^b | | | | | | |
|---|-------------------|-----------------|----------------------------|-------------------|---------------|-------------------|
| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Std. Tahmini Hata | Durbin-Watson | |
| 1 | ,589 ^a | ,347 | ,344 | ,60065 | 1,907 | |
| a. Tahmin: (Sabit), İş tatmini | | | | | | |
| b. Bağımlı Değişken: İş yaşamında yalnızlık | | | | | | |
| ANOVA ^a | | | | | | |
| Model | | Kareler Toplamı | df | Ort. Kare | F | Sig. |
| 1 | Regression | 42,722 | 1 | 42,722 | 118,415 | ,000 ^b |
| | Residual | 80,455 | 223 | ,361 | | |
| | Total | 123,177 | 224 | | | |

| |
|---|
| a. Bağımlı Değişken: İş yaşamında yalnızlık |
| b. Tahminler: (Sabit), İş tatmini |

→ İş tatmini ile iş yaşamında yalnızlık arasında oluşturulan model anlamlıdır.

Tablo 10. H₂ Hipotezine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

| Katsayılar ^a | | | | | | | | |
|---|------------|----------------------------------|-----------|------------------------|--------|------|----------------------------|-------|
| Model | | Standardize edilmemiş Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | Sig. | Doğrusallık İstatistikleri | |
| | | B | Std. Hata | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Sabit) | 3,719 | ,146 | | 25,707 | ,000 | | |
| | İş tatmini | -,467 | ,043 | -,589 | 7,184 | ,000 | 1,000 | 1,000 |
| a. Bağımlı Değişken: İş yaşamında yalnızlık | | | | | | | | |

İş tatminin iş yaşamında yalnızlık üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi ($\beta = -,589$, $p < 0,05$) bulunmaktadır. H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11 ve Tablo 12 iş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerindeki etkisinin sonuçlarını sergilemektedir.

H₃: İş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır.

Tablo 11. H₃ Hipotezi Model Özeti ve Anova

| Model Özeti ^b | | | | | | |
|---|-------------------|-----------------|----------------------------|-------------------|---------------|-------------------|
| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Std. Tahmini Hata | Durbin-Watson | |
| 1 | ,517 ^a | ,268 | ,264 | ,53280 | 1,878 | |
| a. Tahmin: (Sabit), İş yaşamında yalnızlık | | | | | | |
| b. Bağımlı Değişken: Çalışan performansı | | | | | | |
| ANOVA ^a | | | | | | |
| Model | | Kareler Toplamı | df | Ort. Kare | F | Sig. |
| 1 | Regression | 23,136 | 1 | 231,136 | 81,498 | ,000 ^b |
| | Residual | 63,305 | 223 | ,284 | | |
| | Total | 86,441 | 224 | | | |
| a. Bağımlı Değişken: Çalışan performansı | | | | | | |
| b. Tahminler: (Sabit), İş yaşamında yalnızlık | | | | | | |

→ İş yaşamında yalnızlık ile çalışan performansı arasındaki model anlamlıdır.

Tablo 12. H₃ Hipotezine İlişkin Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

| Katsayılar ^a | | | | | | | | |
|---|------------------------|----------------------------------|-----------|------------------------|--------|------|----------------------------|-------|
| Model | | Standardize edilmemiş Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | Sig. | Doğrusallık İstatistikleri | |
| | | B | Std. Hata | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Sabit) | 5,387 | ,111 | | 48,434 | ,000 | | |
| | İş yaşamında yalnızlık | -,433 | ,048 | -,517 | -9,028 | ,000 | 1,000 | 1,000 |
| a. Bağımlı Değişken: İş yaşamında yalnızlık | | | | | | | | |

İş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerinde negatif yönlü anlamlı etkisi ($\beta = -,517$, $p < 0,05$) bulunmaktadır. H₃ hipotezi kabul edilmiştir.

İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın aracılık rolünün bulguları Tablo 13 ve Tablo 14'de gösterilmektedir.

H₄: İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın aracılık rolü vardır.

Tablo 13. H₄ Hipotezi Model Özeti ve Anova

| Model Özeti ^c | | | | | | |
|--|-------------------|----------------|----------------------------|-------------------|---------------|-------------------|
| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Std. Tahmini Hata | Durbin-Watson | |
| 1 | ,434 ^a | ,188 | ,184 | ,56105 | | |
| 2 | ,541 ^b | ,293 | ,287 | ,52465 | 1,775 | |
| a. Tahmin: (Sabit), İş tatmini | | | | | | |
| b. Tahminler: (Sabit) İş tatmini, iş yaşamında yalnızlık | | | | | | |
| c. Bağımlı Değişken: Çalışan Performansı | | | | | | |
| ANOVA ^a | | | | | | |
| Model | Kareler Toplamı | | df | Ort. Kare | F | Sig. |
| 1 | Regression | 16,246 | 1 | 16,246 | 51,611 | ,000 ^b |
| | Residual | 70,195 | 223 | ,315 | | |
| | Total | 86,441 | 224 | | | |
| 2 | Regression | 25,333 | 2 | 12,666 | 46,015 | ,000 ^c |
| | Residual | 61,108 | 222 | ,275 | | |
| | Total | 86,441 | 224 | | | |
| a. Bağımlı Değişken: Çalışan Performansı | | | | | | |
| b. Tahminler: (Sabit), İş tatmini | | | | | | |
| c. Tahminler: (Sabit) İş tatmini, iş yaşamında yalnızlık | | | | | | |

İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın aracılık rolünün tespit edilmesi için kurulan model anlamlıdır. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre H₁, H₂ ve H₃ hipotezlerinin kabul edilmesi ile çoklu regresyon analizi ile H₄ hipotez testi test edilmiştir.

Tablo 14. H₄ Hipotezine İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

| Katsayılar ^a | | | | | | | | |
|--|------------------------|----------------------------------|-----------|------------------------|--------|------|----------------------------|-----------|
| Model | | Standardize edilmemiş Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | Sig. | Doğrusallık İstatistikleri | |
| | | B | Std. Hata | | | | Beta | Tolerance |
| 1 | (Sabit) | 3,496 | ,136 | | 25,707 | ,000 | | |
| | İş tatmini | ,288 | ,040 | ,434 | 7,184 | ,000 | 1,000 | 1,000 |
| 2 | (Sabit) | 4,746 | ,252 | | 18,835 | ,000 | | |
| | İş tatmini | ,131 | ,046 | ,197 | 2,825 | ,005 | ,653 | 1,531 |
| | İş yaşamında yalnızlık | -,336 | ,058 | -,401 | -5,746 | ,000 | ,653 | 1,531 |
| a. Bağımlı Değişken: Çalışan Performansı Sobel test statistic z= 6,93 Std. Hata: 0.02 p-value:0 | | | | | | | | |

Çoklu doğrusal regresyon analizi sonucunda; iş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın kısmi aracılık rolüne sahip olduğu tespit edilmiştir. İş tatmini ile iş yaşamında yalnızlığın birlikte çalışan performansı üzerindeki etkilerine bakıldığında; iş tatmininin çalışan performansı üzerinde pozitif yönlü etkisinin ($\beta = ,197$, $p < 0,05$) olduğu; iş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerinde negatif yönlü etkisinin ($\beta = -,401$, $p < 0,05$) olduğu görülmektedir. İş yaşamında yalnızlığın modele eklenmesi ile iş tatmininin çalışan performansı üzerindeki etkisi $\beta = ,434$ ($p < 0,05$) değerinden $\beta = ,197$ değerine azalarak anlamlılığı korumuştur. Bu nedenle iş yaşamında yalnızlık değişkenler arasında kısmi aracılık rolü göstermektedir. Sobel testinin hesaplanması sonucunda, aracılık etkisinin istatistiksel olarak anlamlı ($z = 6,93$, $p < 0,005$) olduğu bulunmuştur.

Araştırmada oluşturulan modele ait hipotez test sonuçları aşağıda verilmektedir.

Tablo 15. Hipotez Test Sonuçları

| Hipotezler | Hipotez Kabul/Ret |
|--|---|
| H ₁ İş tatmininin çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır. | Kabul edilmiştir. |
| H ₂ İş tatmininin iş yaşamında yalnızlık üzerinde anlamlı etkisi vardır. | Kabul edilmiştir. |
| H ₃ İş yaşamında yalnızlığın çalışan performansı üzerinde anlamlı etkisi vardır. | Kabul edilmiştir. |
| H ₄ İş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın aracılık rolü vardır. | Kabul edilmiştir. Kısmi Aracılık rolü vardır. |

3.7. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmadan elde edilen sonuçların tüm market zincirlerinde çalışmakta olan çalışanlara genellemek doğru olmayacaktır. Daha genelleme sonuçların ortaya konabilmesi adına market zincirlerinin ismen ayrılmanması ve daha fazla çalışana ulaşılması gerekmektedir. Araştırmanın zaman ve maliyet yükünden dolayı sınırlandırılması gerekmiştir. Bunun yanı sıra araştırma örnekleminin yer alan ölçek maddelerini doğru okuyup anladığı varsayılmaktadır. Hatta paylaşılan bilgilerin doğru olduğu da bir diğer varsayımdır. Ele alınan değişkenler arasında iş tatmini, çalışan performansı ve iş yaşamında yalnızlık bulunmaktadır. Bu değişkenler çalışanların temel tutum ve davranışlarını tam anlamı ile ölçümlendirmeye yeterli değildir. Analiz neticesinde de değişkenler arası etkilerin açıklanan varyansın % 18 ile % 34 arasında değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Bu sınırlılıklar dâhilinde araştırmanın dikkate alınması daha uygun olacaktır.

Sonuç ve Değerlendirme

İş yaşamında yalnızlık yaşayan çalışanların işlerini ifa ederken bu yalnızlık hissini işlerine yansıttıkları bu çalışmanın sonucunda ortaya konabilmektedir. Çalışanın iş tatmini ile performansı arasındaki pozitif ilişki gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra iş yaşamında yalnızlık ile çalışan performansı arasında ve iş tatmini arasında negatif yönlü ilişki görülmüştür. Değişkenler arasında yer alan ilişki değerlerine bakıldığında en yüksek değer ise iş yaşamında yalnızlığın duygusal yoksunluk boyutu ile iş tatmini [$r(225) = -.616$] arasındadır. Akabinde ise takip eden yüksek değer iş yaşamında yalnızlık ile iş tatmini [$r(225) = -.589$] arasındadır. Araştırmadan elde edilen bir diğer sonuç ise iş tatmini ile çalışan performansı arasındaki ilişkide iş yaşamında yalnızlığın kısmi aracılık rolüne sahip olduğudur. Bu sonuçlara bakıldığında çalışanların daha iyi performans gösterebilmeleri adına işyerindeki yalnızlık duygularına hem kişisel anlamda hem de örgütsel anlamda çözümler üretilmelidir. Bir çalışanın yalnızca işinden tatmin olması iyi performans göstermesini açıklamakta yeterli olmamaktadır. Çalışanların yalnızlık hislerinin azaltılması adına örgüt içindeki üst, orta ve alt kademe yönetici ile insan kaynakları yönetimi birimleri koordineli çalışmalar yürütmelilerdir. Bu çalışmalara örnek olarak ortak sosyal etkinlikler, beyin fırtınası toplantıları, katılımcı liderlik uygulamaları ve çalışana iş yaşamında yalnız olmadığını hissettirecek her türlü faaliyetler verilebilir. Özellikle insan kaynaklarına değer veren yönetim anlayışı çalışanlarındaki her türlü değişimi fark etmekte ve buna uygun olarak negatif değişimleri pozitive yönlendirmektedir. Bu çalışma ise çalışanlarda iş yaşamında yalnızlığın önemine vurgu yapmakta ve özellikle açık çalışma alanında işlerini ifa eden çalışanların görüşlerini ortaya koyma konusunda alan yazına katkı sağlamaktadır. Market zincirlerinde çalışmakta olan çalışanların her hangi bir kendilerine ait ofis ortamı olmadığı için kalabalıklar içinde yalnızlık duygusu hissetmeleri ve bu yalnızlığın etkilerini göstermeleri yadsınamaz bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kaynakça

- Agho, A., Price, J., & Mueller, C. (1992). Discriminant validity of measures of job satisfaction, positive affectivity and negative affectivity. *Journal of occupational and organizational psychology*, 65(3), 185-195.
- Akar, V., ve Bekar, F. (2022). İşin anlamlılığının iş performansı üzerindeki etkisinde iş tatmininin aracı Covid-19 korkusunun düzenleyici rolü. *Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(17), 24-36.
- Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). An empirical study of employees' motivation and its influence job satisfaction. Ali, BJ, & Anwar, G.(2021). An Empirical Study of Employees' Motivation and its Influence Job Satisfaction. *International Journal of Engineering, Business and Management*, 5(2), 21-30.
- Ali, S. A. (2021). Financial elements in job satisfaction of special education teachers in Malaysia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(11), 5229-5233.
- Altaş, S. S., ve Çekmecelioğlu, H. G. (2015). Örgütsel adalet algısının iş tatmini, örgütsel bağlılık ve iş performansı üzerindeki etkileri: Okul öncesi öğretmenleri üzerine bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(3), 421-439.
- Amin, F. A. B. M. (2021). A Review Of The Job Satisfaction Theory For Special Education Perspective. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT)*, 12(11), 5224-5228.
- Anitha, J. (2014). Determinants of employee engagement and their impact on employee performance. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(3), 308-323.
- Ayazlar, G., ve Güzel, B. (2014). The effect of loneliness in the workplace on organizational commitment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*(131), 319-325.
- Aytaç, S. (2015). Loneliness as mediator between job satisfaction and intention to leave: A study on prison staff in Turkey. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 5(6), 1-4.

- Bauminger, N. (1996). Loneliness, friendship and theory of mind in high-functioning children with autism. Los Angeles: University of California.
- Bıyık, Y., Şimşek, T., ve Erden, P. (2017). Etik liderliğin çalışanların iş performansı ve iş tatminine etkisi. Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, 3(1), 59-70.
- Caputi, M., Cugnata, F., & Brombin, C. (2021). Theory of mind and loneliness: Effects of a conversation-based training at school. International Journal of Psychology, 56(2), 257-265.
- Cavallini, E., Lecce, S., Bottiroli, S., Palladino, P., & Pagnin, A. (2013). Beyond false belief: Theory of mind in young, young-old, and old-old adults. The International Journal of Aging and Human Development, 76(3), 181-198.
- Çelik, S., Çetinkaya Bozkurt, Ö., ve Ekşili, N. (2022). Çalışan performansı ölçeğindeki ifadelerin karar ağacı algoritması ile belirlenmesi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), 561-584.
- Çiçek, B., ve Çiçek, A. (2020). İşyeri Nezaketsizliğinin yaratıcı çalışan performansı üzerindeki etkisi: Lider-üye etkileşiminin aracılık rolü. İş ve İnsan Dergisi, 7(2), 267-282.
- Çöl, G. (2008). Algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerindeki etkileri. Doğu Üniversitesi Dergisi, 9(1), 35-46.
- Deniz, S. (2019). Effect of loneliness in the workplace on employees' job performance: A study for hospital employees. International Journal of Health Services Research and Policy, 4(3), 214-224.
- Diamantidis, A., & Chatzoglou, P. (2019). Factors affecting employee performance: an empirical approach. International Journal of Productivity and Performance Management, 68(1), 171-193.
- Diktaş, G., ve Özgeldi, M. (2020). Çalışan performansı ve işten ayrılma niyeti konularında örgütsel sinizm ve sosyal zekanın rolü. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 18(2), 11-28.
- Dinç Elmalı, E., Gençer Çelik, G., ve Taşkıran, E. (2021). Yüksek performanslı iş sistemlerinin çalışan performansı üzerindeki etkisinde işe tutkunluğun aracılık rolü. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 35(3), 997-1020.
- Erdil, O., ve Ertosun, Ö. G. (2011). The Relationship between Social Climate and Loneliness in the Workplace and Effects on Employee Well-Being. Procedia Social and Behavioral Sciences(24), 505-525.
- Ertosun, Ö. G., ve Erdil, O. (2012). The effect of loneliness on employees' commitment and intention to leave. Procedia - Social and Behavioral Sciences(41), 469-476.
- Ghadi, M. Y. (2017). The impact of workplace spirituality on voluntary turnover intentions through loneliness in work. Journal of Economic and Administrative Sciences, 33(1), 81-110.
- Grueneberg, M. M. (1979). Understanding job satisfaction. London: The Macmillan Press Ltd.
- Güler, B., ve Taşlıyan, M. (2022). Psikolojik iklimin çalışan performansı üzerine etkisinde işe adanmışlık boyutlarının aracılık rolü. Alanya Akademik Bakış, 6(1), 1605-1628.
- Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2016). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (3. b.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Hajjiali, I., Kessi, A. M. F., Budiandriani, B., Prihatin, E., & Sufri, M. M. (2022). Determination of Work Motivation, Leadership Style, Employee Competence on Job Satisfaction and Employee Performance. Golden Ratio of Human Resource Management, 2(1), 57-69.
- Hameed, A., & Waheed, A. (2011). Employee development and its affect on employee performance a conceptual framework. International Journal of Business and Social Science, 13(2), 224-229.
- Hwang, W. J., & Park, E. H. (2022). Developing a structural equation model from Grandey's emotional regulation model to measure nurses' emotional labor, job satisfaction, and job performance. Applied Nursing Research, 64, 151557.
- Inuwa, M. (2016). Job satisfaction and employee performance: An empirical approach. The Millennium University Journal, 1(1), 90-103.
- Javed, M., Balouch, R., & Hassan, F. (2014). Determinants of job satisfaction and its impact on employee performance and turnover intentions. International Journal of Learning & Development, 4(2), 120-140.
- Katebi, A., HajiZadeh, M. H., Bordbar, A., & Salehi, A. M. (2022). The relationship between "job satisfaction" and "job performance": A meta-analysis. Global Journal of Flexible Systems Management, 23(1), 21-42.

- Kaur, N., & Kang, L. S. (2021). Person-organisation fit, person-job fit and organisational citizenship behaviour: An examination of the mediating role of job satisfaction. *IIMB Management Review*(33), 347-359.
- Kloutsiniotis, P. V., Mihail, D., Mylonas, N., & Pateli, A. (2022). Transformational Leadership, HRM practices and burnout during the COVID-19 pandemic: The role of personal stress, anxiety, and workplace loneliness. *International Journal of Hospitality Management*, 102(103177), 1-14.
- Koca, S., ve Yıldız, S. M. (2018). Futbol hakemlerini strese iten faktörler, iş tatmini ve iş performansı ilişkisinin incelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 195-207.
- Muklis, M., Nugroho, R., & Riyadi, S. (2022). Transformational leadership, work motivation on job satisfaction, employee performance at national Amil Zakat Institution. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 1(7), 722-736.
- Öge, E., Çetin, M., ve Top, S. (2018). The effects of paternalistic leadership on workplace loneliness, work family conflict and work engagement among air traffic controllers in Turkey. *Journal of Air Transport Management*(66), 25-35.
- Özdemir, L., Erdem, H., ve Kalkın, G. (2016). Kamu çalışanlarının güvenlik iklimi algılarının iş tatmini ve iş performansı üzerine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 7(5), 29-69.
- Penconek, T., Tate, K., Bernardes, A., Lee, S., Micaroni, S. P., Balsanelli, A. P., ... & Cummings, G. G. (2021). Determinants of nurse manager job satisfaction: A systematic review. *International Journal of Nursing Studies*, 118, 103906.
- Peng, J., Chen, Y., Xia, Y., & Ran, Y. (2017). Workplace loneliness, leader-member exchange and creativity: The cross-level moderating role of leader compassion. *Personality and Individual Differences*(104), 510-515.
- Perlman, D., & Peplau, L. A. (1982). Loneliness research: A survey of empirical findings. N. I. (U.S.) içinde, *Preventing the Harmful Consequences of Severe and Persistent Loneliness* (s. 14).
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Effect of job satisfaction, employee loyalty and employee commitment on leadership style (human resource literature study). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(4), 762-772.
- Seviç Altaş, S., ve Özişli, Ö. (2021). Duygusal emek ile iş tatmini ve bireysel performans arasındaki ilişki. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(76), 862-872.
- Sîrbu, A.-A., & Dumbravă, A. C. (2019). Loneliness at work and job performance: The role of burnout and extraversion. *Psihologia Resurselor Umane*(17), 7-17.
- Sökmen, A., ve Aydın, B. (2016). Kariyer geleceği algısının iş tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisi: Bir kamu kurumunda araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 251-263.
- Sökmen, A., ve Benk, O. (2019). Algılanan örgütsel destek, iş tatmini ve diğergamlık ilişkisi: Akademisyenler üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 2231-2241.
- Sökmen, A., ve Benk, O. (2020). Dönüşümsel liderlik, kişi-örgüt uyumu ve iş tatmini ilişkisi: Kamu çalışanlarına yönelik araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 1347-1357.
- Sökmen, A., Yazıcıoğlu, İ., ve Benk, O. (2021). Araçsal liderliğin iş tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolü: Yiyecek-içecek çalışanları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(3), 1836-1857.
- Sökmen, A., Yazıcıoğlu, İ., ve Kenek, G. (2021). Katılımcı liderlik, duygusal bağlılık ve iş tatmini ilişkisi: örgütsel güvenin aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 2746-2758.
- Tabançalı, E. (2016). The relationship between teachers' job satisfaction and loneliness at the workplace. *Eurasian Journal of Educational Research*(66), 263-280.
- TDK. (2022, 03). Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı
- Tekin, E. (2019). Paternalist liderliğin iş tatmini ve çalışan performansına etkisi üzerine bir araştırma. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 178-204.
- To, W. M., & Huang, G. (2022). Effects of equity, perceived organizational support and job satisfaction on organizational commitment in Macao's gaming industry. *Management Decision*, (ahead-of-print).
- Ülbeği, İ. D., İplik, E., ve Yalçın, A. (2019). Sosyal baltalama ve çalışan performansı ilişkisinde iş stresi ve duygusal tükenmişliğin rolü. *Selçuk Üni. Sos. Bil. Ens. Dergisi*(41), 1-15.

- Weiss, R. S. (1973). *Loneliness: The experience of emotional and social isolation* MIT Press. Cambridge, MA.
- Winkelhaus, S., Grosse, E. H., & Glock, C. H. (2022). Job satisfaction: An explorative study on work characteristics changes of employees in Intralogistics 4.0. *Journal of Business Logistics*.
- Wright, S. L., Burt, C. D., & Strongman, K. T. (2006). Loneliness in the workplace: Construct definition and scale development. *New Zealand Journal of Psychology*, 35(2), 59-68.
- Yang, F., & Wen, D. (2021). Combating workplace loneliness climate and enhancing team performance: The roles of leader humor and team bureaucratic practices. *Journal of Business Research*(136), 305-315.
- Yazıcıoğlu, İ. (2010). Örgütlerde iş tatmini ve işgören performansı ilişkisi: Türkiye ve Kazakistan karşılaştırması. *Bilig*(55), 243-264.
- Yeşil, S., ve Mavi, Y. (2021). Covid-19 korkusu'nun duygusal emek, çalışan performansı, iş tatmini, yaşam doyumu üzerine etkisi: Bir alan araştırması. *Journal of Yasar University*, 16(63), 1078-1104.
- Yıldırım, Ü. B., Taş, M. A., ve Çiçek, H. (2019). Yetkinlik algısı ve çalışan performansı ilişkisinde özsaygının aracılık etkisi. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(20), 128-158.
- Yorulmaz, M., ve Karabacak, A. (2020). Liman çalışanlarında örgütsel güven ile iş performansı arasındaki ilişki: İş tatmini ve örgütsel bağlılığın rolü. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 121-130.

Extended Abstract

Aim and Scope

Organizations, which are aware of the increasing importance of employees for organizations, focus on solution suggestions in order to provide higher performance from their employees. In particular, it is supported by the literature that employees who are satisfied with their jobs perform better. The main question of this research is how well the performance of an employee who is satisfied with his job depends on the loneliness he has experienced in business life. For this purpose, the study tried to determine the mediating role of loneliness in business life in the relationship between job satisfaction and performance of market chain employees who do not have a working environment of their own.

Methods

One of the problems experienced by the employees who have loneliness in business life is low job satisfaction. As a result of the literature review; There were two studies that clearly indicated the relationship between the two variables. In the study conducted by Tabancalı on teachers in 2016, it was stated that loneliness in business life has a negative relationship with job satisfaction (Tabancalı, 2016). In a study on prison staff, a negative relationship was found between loneliness at work and job satisfaction (Aytaç, 2015). It is seen that the studies of Tabancalı (2016) and Aytaç (2015) reveal similar results.

When we look at the studies that deal with loneliness in business life and employee or team performance; In general, it is seen that employees who have a sense of loneliness in business life have a negative relationship with performance. When we look at the literature in detail, one of the studies dealing with loneliness and performance in business life is the study of Yang and Wen, who revealed that the leader's sense of humor results in a lower workplace loneliness climate and thus results in better team performance (Yang & Wen, 2021). In the same article, Yang and Wen argued that as a result of the second study, the negative effect of leader humor on workplace loneliness climate is strengthened by participatory humor, while aggressive humor weakens it. In addition, it was also revealed in the same study that there is a moderate negative relationship between the loneliness climate in the workplace and team performance. Another study that reveals a negative relationship between loneliness in the workplace and the job performance of employees is Deniz's (2019) study (Deniz, 2019).

For the data of the research, market chain employees were targeted. A sample was created from the market chain employees working in Eskişehir with the snowball sampling technique. A total of 262 participants were provided to fill out the survey form, and 18 of them were not included in the analysis because they gave wrong answers at a level that would affect the survey results, and 19 of them left some of the questions blank. The answers of 225 participants were taken into account for the analysis of the data.

Findings

The relationship between job satisfaction and employee performance is significant, with a Beta coefficient of ,434 ($p < 0.05$). There is a positive and significant effect between the variables. Job satisfaction has a negative and significant effect on

loneliness at work ($\beta = -.589, p < 0.05$). Loneliness in business life has a negative and significant effect on employee performance ($\beta = -.517, p < 0.05$). As a result of multiple linear regression analysis; It has been determined that loneliness has a partial mediating role in the relationship between job satisfaction and employee performance. Considering the effects of job satisfaction and loneliness in business life on employee performance; that job satisfaction has a positive effect on employee performance ($\beta = .197, p < 0.05$); It is seen that loneliness has a negative effect ($\beta = -.401, p < 0.05$) on employee performance in business life. With the addition of loneliness in business life to the model, the effect of job satisfaction on employee performance decreased from $\beta = .434 (p < 0.05)$ to $\beta = .197$ and remained significant. Therefore, loneliness in business life shows a partial mediation role between the variables. As a result of the calculation of the Sobel test, the mediation effect was found to be statistically significant ($z = 6.93, p < 0.005$).

Conclusion

As a result of this study, it can be revealed that employees who experience loneliness in business life reflect this feeling of loneliness to their work while performing their jobs. A positive relationship was observed between job satisfaction and employee performance. In addition, a negative relationship was observed between loneliness in business life, employee performance and job satisfaction. Considering the relationship values among the variables, the highest value is between the emotional deprivation dimension of loneliness in business life and job satisfaction [$r(225) = -.616$]. The second highest value is between loneliness at work and job satisfaction [$r(225) = -.589$]. Another result obtained from the research is that loneliness has a partial mediating role in the relationship between job satisfaction and employee performance. Considering these results, in order for the employees to perform better, solutions should be produced for the feelings of loneliness in the workplace, both personally and organizationally. An employee's job satisfaction alone is not sufficient to explain his/her good performance. In order to reduce the loneliness of the employees, the top, middle and lower level managers and human resources management units within the organization should work in coordination. Common social events, brainstorming meetings, participatory leadership practices and all kinds of activities that will make the employee feel that they are not alone in their business life can be given as examples of these activities. The management approach, which especially values human resources, notices all kinds of changes in its employees and accordingly directs negative changes to positive. This study, on the other hand, emphasizes the importance of loneliness in employees' business life and contributes to the literature in revealing the views of employees who perform their jobs especially in open working areas. It is an undeniable fact that the employees working in the market chains do not have any office environment of their own, so they feel a sense of loneliness in crowds and show the effects of this loneliness.

It would not be correct to generalize the results obtained from the research to the employees working in all market chains. In order to reveal more generalizing results, it is necessary to separate the market chains by name and to reach more employees. The research had to be limited due to the time and cost burden. In addition, it is assumed that the research sample reads and understands the scale items correctly. In fact, another assumption is that the information shared is correct. Among the variables considered are job satisfaction, employee performance and loneliness in business life. These variables are not sufficient to fully measure the basic attitudes and behaviors of employees. As a result of the analysis, it was determined that the explained variance of the effects between the variables varied between 18% and 34%. Within these limitations, it would be more appropriate to consider the research.

Finansal Tabana Yayılmanın Belirleyicileri: Farklı Gelir Grubundaki Ülkeler İçin Bir Uygulama¹

Determinants of Financial Inclusion: An Application for Countries in Different Income Groups

Şeyma Yılmaz Küçük², İsrail Zor³

Öz

Bu çalışmanın amacı dünya genelinde farklı gelir seviyelerinde bulunan ekonomiler için finansal tabana yayılmaya etki eden makro faktörleri belirlemektir. Makro faktörlerin finansal tabana yayılma üzerindeki etkisi 2010-2018 dönemi için panel regresyon analizi ile yüksek gelirlili, üst-orta gelirlili ve alt-orta gelirlili ekonomiler için oluşturulan finansal erişim endeksi, finansal kullanım endeksi ve finansal tabana yayılma endeksi aracılığıyla araştırılmıştır. Elde edilen bulgular yüksek gelirlili ekonomiler için kişi başına GSYİH'deki ve internet kullanan bireylerin oranındaki artışın finansal tabana yayılmayı olumlu etkilediğini göstermiştir. Üst-orta gelirlili ekonomilerde internet kullanan bireylerin oranındaki ve mobil aboneliğe sahip olan bireylerin oranındaki artış finansal tabana yayılmayı artırmaktadır. Alt-orta gelirlili ekonomiler için internet kullanan bireylerin oranındaki, mobil aboneliğe sahip olan bireylerin oranındaki, kişi başına GSYİH'deki ve nüfus artış hızındaki artışın finansal tabana yayılma üzerindeki olumlu etkisi belirlenmiştir. Enflasyonun üst-orta gelirlili ve alt-orta gelirlili ekonomilerde finansal tabana yayılmayı olumsuz etkilediği de belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Finansal Tabana Yayılma, Makro Faktörler, Panel Regresyon Analizi.

Abstract

The aim of this study is to determine the macro factors affecting financial inclusion for economies with different income levels around the World. The effect of macro factors on financial inclusion is investigated by panel regression analysis for the period 2010-2018 for high-income, upper-middle-income and lower-middle-income economies through the financial access index, financial usage index and financial inclusion index created. The findings reveal that the increase in GDP per capita and the proportion of individuals using internet positively affect the financial inclusion for high-income economies. In upper-middle income economies, the increase in the proportion of individuals using the internet and the proportion of individuals with mobile subscription increases the financial inclusion. The positive effect of the increase in the ratio of individuals using the internet, the ratio of individuals with mobile subscription, per capita GDP and the population growth rate on the financial inclusion is determined for lower-middle income economies.

Keywords: Financial Inclusion, Macro Factors, Panel Regression Analysis.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: G20, G21, G50

Submitted: 12 / 05 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Bu çalışma, Şeyma YILMAZ KÜÇÜK tarafından Doç.Dr. İsrail ZOR danışmanlığında yürütülen "Finansal Tabana Yayılmanın Belirleyicileri: Türkiye ve Dünya Uygulaması" isimli doktora tezinden türetilmiştir.

² Öğr. Gör. Dr., Çankırı Karatekin Üniversitesi MYO Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, Çankırı, Türkiye, seymayilmaz@karatekin.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-1547-7122>.

³ Prof. Dr., Kırıkkale Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Kırıkkale, Türkiye, israfilzor@kku.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-6073-7571>.

Giriş

Tüm ekonomik sistemlerin temel amacı insanların refah düzeyinin artırılmasıdır. Refah düzeyinin artırılması için ise gelirin artırılması, yoksulluğun azaltılması, eğitim ve sağlık olanaklarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle söz edilen etkileri ortaya çıkaracak araçların geliştirilmesi ve kullanılması önem taşımaktadır. Bireylerin ve işletmelerin sorumlu ve sürdürülebilir taraflarca sunulan finansal hizmet ve ürünlere, sağlayacakları fayda ile orantılı ve makul bir maliyetle herhangi bir engele maruz kalmadan sürekli ve etkin şekilde ulaşabilmeleri olarak tanımlanabilecek finansal tabana yayılma son yıllarda ekonomilerde ve dünya genelinde refahı artıracak önemli bir araç olarak dikkat çekmektedir.

Finansal tabana yayılma, gelir seviyesinin yükselmesi, gelir eşitsizliğinin azaltılması, eğitim ve sağlık imkanlarının geliştirilmesi, kaynakların ekonomiye kazandırılması, para politikasının daha etkin hale gelmesi için üstlendiği önemli fonksiyonlar ile gerek akademik yazında gerekse uygulamada sıklıkla üzerinde durulan bir konu haline gelmiştir (Dabla-Norris vd., 2015; Park ve Mercado, 2015; Evans ve Adeoye, 2016; Korynski ve Pytkowska, 2016; Rojas-Suárez, 2016; Wang ve Yuan, 2017; Bozkurt vd., 2018; Datta ve Singh, 2019; Bozkurt ve Karakuş, 2020). Finansal tabana yayılma, finansal içerme ya da finansal kapsayıcılık olarak ifade edilen kavram, Dünya Bankası (2008) tarafından “finansal hizmetlerin kullanımında fiyat ve fiyat dışı herhangi bir engel bulunmaması” olarak tanımlanmaktadır. Dünya Bankası (2021), yoksulluğun azaltılmasında ve refahın artırılmasında önemli bir kolaylaştırıcı olduğunu belirttiği finansal tabana yayılmayı, “sorumlu ve sürdürülebilir bir şekilde sunulan, ihtiyaçlarını karşılayan yararlı ve uygun fiyatlı finansal ürünlere ve hizmetlere -işlemler, ödemeler, tasarruflar, kredi ve sigorta- bireylerin ve işletmelerin erişiminin bulunması” olarak daha geniş bir kapsamda da tanımlamıştır. “Belirli nesnel standartlara göre tanımlanmış makul kalitede finansal hizmet tedarikinin maddi ve maddi olmayan tüm maliyetleri içerecek makul maliyetle kullanılabilir olması” tanımı da Claessens (2006) tarafından yapılmıştır. Patwardhan (2018) ise finansal tabana yayılmayı, sağlam ve sürdürülebilir kurumlar tarafından sağlanan makul fiyatlı, tasarruf, yatırım, borçlanma ve sigortayı içeren finansal hizmetlere evrensel erişim olarak tanımlamaktadır. Diğer tanımlara benzer şekilde finansal tabana yayılmayı “hane halkının ve şirketlerin ihtiyaç duydukları finansal hizmetlere ve ürünlere, uygun bir maliyetle sürekli ve etkin bir şekilde ulaşabilmeleri” olarak tanımlayan TCMB (2016), finansal tabana yayılmanın geniş kapsamda; finansal hizmetlere ve ürünlere uygun erişim, finansal tüketicilerin korunması ve finansal okuryazarlığı da içerdiğini belirtmektedir. Finansal tabana yayılmanın bu popüleritesi, uygulamada finansal tabana yayılmayı artırmaya dönük çaba ve eylemlere de hız kazandırmıştır. Bu çaba ve eylemler sonucunda özellikle son yıllarda finansal tabana yayılmada önemli bir mesafe alınmıştır. Fakat ilerlemeye rağmen özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ekonomilerde istenilen seviyelere ulaşamamıştır (Bozkurt vd., 2018).

Finansal tabana yayılmanın artırılmasına olan ihtiyaç uluslararası organizasyonların ve ulusal yönetimlerin bu alandaki faaliyetlerini yoğunlaştırmaktadır (Claessens vd., 2009; G20, 2010a; G20, 2010b; GPFİ, 2011; Finansal İstikrar Komitesi, 2014; TCMB, 2019; AFI, 2021; GPFİ, 2021). Finansal tabana yayılmanın olumlu sonuçlarını ortaya koyan çalışmalar (Dabla-Norris vd., 2015; Mehrotra ve Yetman, 2015; Park ve Mercado, 2015; Kim, 2016; Agyemang-Badu vd., 2018; George ve Thomachan, 2018; Neaime ve Gaysset, 2018; Ahamed ve Mallick, 2019; Raza vd., 2019; Zhang ve Posso, 2019; Duvendack ve Mader, 2020; Matekenya, Moyo ve Jeke, 2020; Omokanmi ve Ogunleye, 2020) da bu faaliyetler için motive edici olmaktadır.

Finansal tabana yayılmanın artırılması önem taşımakta ve finansal tabana yayılmanın olumlu etkileri bilinmektedir. Fakat finansal tabana yayılmanın artırılması için etki eden faktörlerin belirlenmesi de önem taşımaktadır. Finansal tabana yayılmaya olumlu ya da olumsuz etki eden faktörlerin bilinmesi, finansal tabana yayılmanın artırılması yönündeki çabaların yoğunlaşmasına ve dikkate alınması gereken noktaların belirlenmesine önemli katkı sağlayacaktır. Farklı ekonomiler ve farklı bölgeler için finansal tabana yayılmaya etki eden faktörleri inceleyen çalışmalar olmakla birlikte bu alanda daha fazla çalışmaya ihtiyaç bulunmaktadır. Bu çalışmada mevcut literatürde incelenmediği tespit edilen “farklı gelir düzeyindeki ekonomiler için finansal tabana yayılmanın makro belirleyicilerinin ayrı ayrı araştırılması” ile literatüre katkı yapılması amaçlanmıştır.

Finansal tabana yayılmanın makro belirleyicilerini farklı gelir düzeyindeki ülke grupları için araştıran çalışmanın ilerleyen bölümlerinde literatürde yer alan çalışmalar özet olarak sunulmuş, makro faktörlerin finansal tabana yayılma üzerindeki etkisini araştırmak için finansal erişim endeksi, finansal kullanım endeksi ve bu iki endeksin bileşiminden oluşan finansal tabana yayılma endeksi oluşturulmuş ve oluşturulan endeksler ile yüksek gelirli, üst-orta gelirli ve alt-orta gelirli ekonomiler için finansal tabana yayılmaya etki eden makro faktörler panel regresyon analizi ile incelenerek sonuçlar yorumlanmıştır.

1. Literatür Taraması

Finansal tabana yayılmanın beklenen olumlu etkileri, ölçülmesi yönündeki çabaları yoğunlaştırmıştır. Gerek finansal tabana yayılma düzeyinin belirlenmesi, gerek finansal tabana yayılmaya etki eden faktörlerin tespiti gerekse finansal tabana yayılmanın olumlu etki göstermesi, beklenen değişkenler üzerindeki etkisinin belirlenebilmesi için öncelikle finansal

tabana yayılmanın nasıl ölçüleceğini ortaya koymak gerekmektedir. Hesap sahibi olan bireylerin oranı veya kişi başına düşen ATM sayısı gibi tek bir ölçü ile finansal tabana yayılmayı ölçmeye odaklanan çalışmalar (Kim vd, 2018) yanında birden fazla faktörü bir araya getirerek oluşturulan endeksler ile finansal tabana yayılmayı ifade etmeye çalışan çalışmalar da literatürde yer almaktadır. Bu çalışmada da finansal tabana yayılma üzerinde etkisi bulunan makro faktörlerin belirlenmesinde oluşturulacak finansal tabana yayılma endeksinden faydalanılacaktır. Bu nedenle literatürde finansal tabana yayılma endeksi oluşturmaya odaklanan çalışmalar aşağıda özetlenmiştir.

Sarma (2008) üç boyutlu bir finansal tabana yayılma endeksi oluşturulmuştur. Endekste birinci boyutu ifade eden finansal sisteme erişim, banka hesap sayısının toplam nüfusa oranı olarak ifade edilmektedir. İkinci boyutu oluşturan ulaşılabilirlik 1000 kişi başına düşen banka şube sayısı ile ifade edilirken, üçüncü boyutta kullanımı ifade etmek üzere ülkedeki kredi ve mevduat toplamının gayri safi milli hasılaya oranı kullanılmıştır. Finansal tabana yayılma endeksini hesaplamadan önce her bir boyut endeksi hesaplanmıştır. Boyut endekslerinin hesaplanmasında "i" ülkesi için boyutun gerçek değerinden tüm ülkeler içerisinde ilgili boyuttaki en düşük değer çıkarılmış, bulunan değer tüm ülkeler içerisinde ilgili boyuttaki en büyük değerden en küçük değerin çıkarılması sonucu bulunan değere bölünmüştür. Böylelikle her bir ülke için her üç boyut endeksleri hesaplanmıştır. Hesaplanan üç boyut endeksleri kullanılarak her bir ülkenin finansal tabana yayılma endeksi hesaplanmıştır. Bulunan finansal tabana yayılma endeksi değeri 0 ile 1 arasında bir değer almakta olup 0 en düşük finansal tabana yayılma düzeyini ifade ederken 1 en yüksek finansal tabana yayılma düzeyini göstermektedir.

Sarma (2010) çalışmasında bir önceki çalışmada önerdiği finansal tabana yayılma endeksi hesaplamasına birtakım ilaveler yaparak daha ideal bir ölçü elde etmeye çalışmıştır. Öncelikle her bir boyut endeksi hesaplanırken endeks ağırlıkları eklenmiştir. Bunun gerekçesi ulaşılabilirliği ve kullanım boyutlarını tamamen karakterize eden önemli göstergeler hakkında yeterli veri bulunmaması olarak ifade edilirken bu boyutlara bu nedenle daha az ağırlık verilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Çalışmada erişim boyutu için ağırlık 1 olarak alınırken diğer iki boyut için 0,5 olarak alınmıştır. Yine her bir boyut endeksi hesaplanırken en düşük ve en yüksek değer yerine önceden belirlenmiş bir kural tarafından belirlenen o boyut için alt ve üst sınırın alınması gerektiğini, böylelikle uç değerlerden kaçınılacağını belirtmiştir. Ampirik uygulamada alt sınır olarak en düşük değer alınırken üst sınır olarak yüzde 94'lük düzey alınmıştır.

Sarma (2012) üç boyutlu olarak tasarladığı finansal tabana yayılma endeksinde erişim, ulaşılabilirlik ve kullanım boyutlarına yer vermiştir. Erişim boyutu için 1000 kişi başına mevduat hesap sayısı; ulaşılabilirlik boyutu için 1000 kişi başına banka şube sayısı ve 100 bin kişi başına ATM sayısı (banka şube sayısı için ağırlık 2/3 ve ATM sayısı için ağırlık 1/3 olarak kullanılarak); kullanım boyutu için özel sektör tarafından kullanılan kredi ve özel sektöre ait mevduatın GSYİH'ya oranı kullanılmıştır. Çalışmada, Sarma (2010)'da kullanılan benzer şekilde erişim boyutunun ağırlığı 1, ulaşılabilirlik ve kullanım boyutlarının ağırlıkları ise 0,5'er olarak kabul edilerek finansal tabana yayılma endeksinde kullanılmışlar. Fakat bu çalışmada Sarma (2010)'dan farklı olarak alt boyut endekslerinin ideal durumdan uzaklığının yanında en kötü durumu ifade eden alt boyutların 0'a uzaklığı da dahil edilerek bu iki durumun aritmetik ortalaması alınarak finansal tabana yayılma endeksi hesaplanmıştır. İdeal duruma uzaklığın düşük olması finansal tabana yayılmanın yüksek olduğunu ifade ederken en kötü duruma uzaklığın ise yüksek olması finansal tabana yayılmanın yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Arora (2014) 16 gelişmekte olan ve 44 gelişmiş ülkenin finansal erişimi endeksini, Dünya Bankası 2007 finansal hizmetlere erişim veritabanından elde ettiği veriler ile hesaplamıştır. Çalışmada finansal erişim endeksi ulaşım, erişilebilirlik, prosedür ve maliyet boyutları olmak üzere dört boyut içerecek şekilde oluşturulmuştur. Endeksler oluşturulurken karşılaştırılabilirlik sağlanması için tüm göstergeler Sarma (2008) tarafından kullanılan şekilde normalleştirilmiştir. Her bir boyut endeksinin hesaplamasında boyutu oluşturan göstergelerin ağırlıkları temel bileşen analizi ile hesaplanmış, yine boyut endekslerinin ağırlıkları temel bileşen analizi ile belirlenerek finansal erişim endeksi elde edilmiştir.

Dabla-Norris vd. (2015), çalışmalarında finansal tabana yayılmanın farklı açılarını içeren üç adet çok boyutlu endeks oluşturmuşlardır. Dünya Bankası Findex veri tabanından faydalanarak hane halkı tarafından finansal hizmetlerin kullanımı endeksi, Dünya Bankası İşletme Anketinden faydalanarak KOBİ'ler tarafından finansal hizmetlerin kullanımı endeksi ve IMF Finansal Erişim Anketinden faydalanarak finansal kurumlara erişim endeksi oluşturulmuştur. Araştırmacılar ülkeler arasında hane halkı ve firmalar için elde edilen verilerin önemli farklılıklar içermesi nedeniyle üç endeksi içeren tek bir endeks oluşturmaktan kaçınmışlardır. Hane halkı tarafından finansal hizmetlerin kullanımı endeksi 15 yaş üstündeki bireylerin resmi bir finans kurumundaki hesap sahibi olma oranı, ATM'nin temel para çekme yöntemi kabul edilme oranı, banka kartına sahip olma oranı, geçen yıl bir finans kurumundan kredi kullanma oranı, geçen yıl bir finans kurumunda birikim yapma oranı ve kredi kartı sahibi olma oranı bileşenlerinden elde edilmiştir. KOBİ'ler tarafından finansal hizmetlerin kullanımı endeksi vadesiz veya tasarruf hesabı olan KOBİ'lerin oranı, banka kredisi / kredi limiti olan KOBİ'lerin oranı, finansal yatırım için bankaları kullanan KOBİ'lerin oranı, işletme sermayesinde banka finansmanının oranı, kredi için gereken teminatların kredi miktarına oranı, krediye ihtiyaç duymayan KOBİ'lerin oranı, finansmana erişimi veya maliyetini önemli bir kısıtlama olarak tanımlayan KOBİ'lerin oranı bileşenlerinden oluşturulmuştur. Finansal kurumlara erişim endeksi için de 1.000 km² başına ATM sayısı, 1.000 km² başına şube sayısı, 100.000 yetişkin başına düşen şube sayısı ve 100.000 yetişkin başına düşen ATM sayısından faydalanılarak elde edilmiştir. Çalışmada endeksler oluşturulurken bileşenlerin

ağırlıkları eşit olarak kullanılmıştır. Özhan (2018) da finansal tabana yayılmanın ekonomik büyüme ve gelir dağılımı eşitsizliği üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında Dabla-Norris vd. (2015) metodolojisine benzer bir uygulama gerçekleştirmiştir.

Park ve Mercado (2015) çalışmalarında Sarma (2008) tarafından önerilen metodolojiyi kullanarak oluşturulan finansal tabana yayılma endeksini erişilebilirlik ve kullanım olmak üzere iki boyut içerir şekilde tasarlamışlardır. Erişilebilirlik boyutunu ifade eden alt endeks ATM sayısı ve ticari banka şube sayısı göstergelerinden oluşturulmuştur. Kullanım endeksinin elde edilmesinde ise 1000 kişi başına ticari bankalardan borçlananların sayısı, 1000 kişi başına ticari bankalarda mevduatı bulunanların sayısı ve ulusal kredilerin GSYİH'ya oranı kullanılmıştır. Göstergeler 2004 ile 2012 yılları arasındaki 9 yıllık dönemin ortalaması alınarak kullanılmıştır. Çalışmada göstergeler normalleştirilerek eşit ağırlıklar ile endekslerin oluşturulmasında kullanılmıştır. Alt endekslerin eşit ağırlıklar ile birleştirilmesi ile finansal tabana yayılma endeksi oluşturulmuştur.

Korynski ve Pytkowska (2016) çalışmalarında veri zarflama analizinden faydalanmışlardır. Veri zarflama analizi ile farklı ekonomilerin finansal tabana yayılma etkinlikleri tespit edilmiş ve bu etkinlik düzeyleri finansal tabana yayılma skoru olarak kullanılmıştır. Veri zarflama analizinde kullanılan tüm girdi ve çıktı değişkenleri, ilgili değişken için belirlenen kıyaslama ölçütü ile karşılaştırılmış ve kıyaslama ölçütüne olan mesafesi 1 ile 5 arasında değer alacak şekilde dönüştürülerek karşılaştırılabilir olmaları sağlanmıştır. Çalışmada veri zarflama analizi için girdileri finansal altyapı, talep koşulları ve politikalar olmak üzere üç grup değişken oluşturmuştur. Finansal altyapı, 100 bin yetişkin başına düşen banka şube sayısı ile 100 bin kişi başına düşen ATM ve POS sayıları ile; talep koşulları, cari hesaba bağlı ürünler için ortalama ücretler, karşılaştırılabilirlik, güven, sorunlar ve şikayetler açısından bankacılık ürünlerinde algılanan kalite, karşılaştırılabilirlik, güven, sorunlar ve şikayetler açısından sigorta ürünlerinde algılanan kalite, yazılı bilgi alan müşterilerin oranı, kredi geri ödemelerinden dolayı ağır finansal yüke sahip olan yetişkinlerin oranı, finansal kurumlara güvenen yetişkinlerin oranı, zaman içindeki görece güven değeri, birikim yapan yetişkinlerin oranı ve borçlanan yetişkinlerin oranı ile; politikalar, ödeme sistemlerine çeşitli kanallar aracılığıyla erişimin mümkün olması, Merkez bankasının piyasa faiz oranlarını yönlendirmesi ve faiz oranı tavan kısıtlamalarının uygulanmaması, bankalar için şeffaflık ve açıklama gerekliliklerinin belirlenmesi, tüketiciyi koruma ilkelerini içeren düzenlemelerin olması, bankacılık ve bankacılık dışı sektörde sağlıklı rekabet için yasal düzenlemelerin bulunması, kredi bürosunun varlığı ve hizmet kalitesi, mevduat sigorta fonunun bulunması, finansal hizmetlere erişimi ve bunların kullanımını artırmak için aktif hükümet politikaları ve finansal tabana yayılmanın önemli bir politika konusu olarak kabul edilmesi ile ifade edilmiştir. Çalışmada çıktılar ise bankalarda hesabı bulunan yetişkinlerin oranı, tüketici kredisi ödeyen yetişkinlerin oranı, finansal kurumda birikimi olan yetişkinlerin oranı ve hayat sigortası bulunan yetişkinlerin oranı olarak belirlenmiştir.

Wang ve Yuan (2017) çalışmalarında finansal tabana yayılma ölçüsü olarak erişim ve kullanım boyutlarını içeren iki boyutlu bir endeks önermişlerdir. Erişim boyutu 15 yaş üstü bireylerin banka kartı sahipliği oranı, finansal bir kurumda hesap sahipliği oranı, 100 bin kişi başına ATM sayısı ve 100 bin kişi başına ticari banka şube sayısı göstergelerinden elde edilmiştir. Kullanım boyutunu elde etmek için ise 15 yaş üstü bireylerde ödemelerde çek kullananların oranı, elektronik ödeme kullananların oranı, son bir yıl içinde bir finansal kurumda birikim yapanların oranı, son bir yıl içinde bir finansal kurumdan kredi kullananların oranı, ticari bankalardaki mevduatların GSYİH'ya oranı ve kredilerin GSYİH'ya oranı göstergelerinden oluşturulmuştur. Çalışmada diğer çalışmalardan farklı olarak boyut endekslerinin hesaplanmasında göstergelere verilecek ağırlıklar varyasyon katsayısı yöntemi ile hesaplanmıştır. Her bir boyut endeksini oluşturan göstergelerin ağırlıkları varyasyon katsayısı yöntemi ile belirlenerek boyut endeksleri (alt endeksler) hesaplanmış, daha sonra boyut endekslerinin ağırlıkları varyasyon katsayısı yöntemi ile hesaplanarak finansal tabana yayılma endeksi hesaplanmıştır. Bozkurt vd. (2018) çalışmalarında Wang ve Yuan (2017) tarafından önerilen finansal tabana yayılma endeksinin kullanım boyutunda 15 yaş üstü bireylerde ödemelerde çek kullananların oranına yer vermeyerek benzer bir endeksi 120 ülke için hesaplamışlardır.

Yorulmaz (2018) çalışmasında iki farklı finansal tabana yayılma endeksi oluşturularak daha fazla boyut ve gösterge eklenerek oluşturulan endekslerin daha kapsayıcı ve bütünsel olup olmadığını belirlemeye çalışmıştır. Çalışmada oluşturulan ilk endeks üç boyutlu olarak oluşturulmuş ve ulaşım, kullanım ve maliyet boyutlarını içermiştir. Ulaşım boyutu, 100 bin kişi başına banka şube sayısı, 100 bin kişi başına ATM sayısı, 1000 km² başına banka şube sayısı, 1000 km² başına ATM sayısı, 1000 kişi başına mevduat hesabı sayısı ve 1000 kişi başına kredi hesabı sayısı bileşenlerini içermektedir. Kullanım boyutu, mevduat-gelir oranı, kredi-gelir oranı ve hayat sigortası primlerinin GSYİH'ya oranı göstergelerinden elde edilirken maliyet boyutu tüm ticari bankaların toplam maliyetlerinin toplam gelirlerine oranı ile ifade edilmiştir. Çalışmada oluşturulan ikinci endekste ilk endekste yer alan üç boyutun yanında dördüncü bir boyut olarak erişilebilirlik boyutu eklenmiştir. İkinci endekste ulaşım ve kullanım boyutu birinci endekste yer alan göstergelerle elde edilirken maliyet boyutunu oluşturan göstergeler çeşitlendirilerek değiştirilmiştir. İkinci endekste maliyet boyutu, kişi başına GSYİH'ya görece yıllık mevduat hesabı ücretleri, kişi başına GSYİH'ya görece yıllık çek hesabı ücretleri, tüketici kredisi masraflarının minimum kredi miktarına oranı, KOBİ kredisi masraflarının minimum kredi miktarına oranı,

uluslararası para transferi ücretleri ve ATM kartı kullanım ücretleri göstergelerinden oluşturulmuştur. İkinci endekste birinci endeksten farklı olarak erişilebilirlik boyutu da eklenmiştir. 2004 ve 2005 yılları için hesaplanan iki endeks arasında 0,965 korelasyon bulunduğu ve Kendall sıra korelasyon katsayılarına (uyum katsayılarına) göre 2004 ve 2005 yılları için elde edilen sıraların anlamlı ve pozitif ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Böylelikle finansal tabana yayılma endeksi oluşturulurken daha fazla gösterge kullanmanın ülkelerin düzeylerini önemli ölçüde etkilemediği sonucuna varılmıştır.

Datta ve Singh (2019) çalışmalarında kullanılabilirlik, erişim ve kullanım boyutlarını içeren bir finansal tabana yayılma endeksi önermişlerdir. Kullanılabilirlik boyutu 1000 Km² başına ATM sayısı, 1.000 Km² başına ticari banka şube sayısı, 100.000 kişi başına ATM sayısı ve 100.000 yetişkin başına ticari banka şube sayısı bileşenlerinden oluşturulmuştur. Erişim boyutu, 15 yaş üzerindeki finans kurumlarındaki hesap sahipliği oranı ve banka kartı sahiplerinin yüzdesi göstergeleri ile elde edilmiştir. Üçüncü boyut olan kullanım boyutu da 15 yaş üzerindeki bir finans kurumundan borçlananların yüzdesi, bir finans kurumundaki tasarruf sahiplerinin yüzdesi ve son bir yılda havale alanların yüzdesi değişkenlerden elde edilmiştir. Çalışmada finansal tabana yayılma endeksinin oluşturulan üç boyut için ayrı alt endeksler temel bileşen analizi ile oluşturulmuş, alt endeksler kullanılarak da finansal tabana yayılma endeksi hesaplanmıştır.

Bozkurt ve Karakuş (2020) Türkiye'deki illerin finansal tabana yayılma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için iki boyutlu bir finansal tabana yayılma endeksi önermişlerdir. Erişim boyutunda 15 yaş üstü bireylerin finansal kurumlarda hesap sahip sayısı, 15 yaş üstü bireylerde internet bankacılığını aktif olarak kullananların oranı, 15 yaş üstü 100 bin birey başına ATM sayısı, 15 yaş üstü 100 bin birey başına ticari banka şube sayısı, 1000 km² başına ATM sayısı ve 1000 km² başına ticari banka şube sayısı göstergelerinden faydalanılmıştır. Kullanım boyutunun hesaplamasında da 15 yaş üstü bireylerde kişi başına düşen mevduat, ticari bankalardaki mevduatların GSYİH'ya oranı, 15 yaş üstü bireylerde kişi başına düşen kredi, ticari bankalardaki kredilerinin GSYİH'ya oranı ve 15 yaş üstü bireylerde ödemelerde çek kullananların oranı göstergeleri kullanılmıştır. Çalışmada Wang ve Yuan (2017)'a benzer şekilde boyut endekslerinin hesaplanmasında göstergelere verilecek ağırlıklar varyasyon katsayısı yöntemi ile hesaplanmış, daha sonra erişim ve kullanım endekslerinin ağırlıkları varyasyon katsayısı yöntemi ile hesaplanarak finansal tabana yayılma endeksi hesaplanmıştır.

Literatürde yer alan çalışmaların finansal tabana yayılma endeksi oluştururken farklı sayıda alt endeks kullandıkları, alt endeksleri hesaplamak için farklı göstergelerden faydalandıkları ve farklı yöntemlerle göstergelerin ve alt endekslerin ağırlıklarını tespit ettikleri görülmektedir. Literatürde ayrıca finansal tabana yayılma üzerinde etkili olan faktörler de araştırılmıştır. Literatürde yer alan ve finansal tabana yayılmaya etki eden makro faktörleri araştıran çalışmalar Tablo 1'de özet olarak sunulmuştur.

Tablo 1. Finansal Tabana Yayılmaya Etki Eden Makro Faktörleri İnceleyen Çalışmalar

| Çalışmanın Yazar(lar) | Veri Seti | Yöntem | Finansal Tabana Yayılma Göstergesi | Finansal Tabana Yayılmayı Olumlu Etkileyen Faktörler | Finansal Tabana Yayılmayı Olumsuz Etkileyen Faktörler |
|---|---|---|---|---|--|
| Sarma ve Pais (2008) | Sosyal faktörler için 47 ülke, altyapı faktörleri için 36 ülke ve bankacılık faktörleri için 34 ülkenin ulaşılabilir son dönem verileri | Regresyon Analizi | Üç boyutlu finansal tabana yayılma endeksi | Kişi başına düşen GSYİH | Kırsal nüfus oranı |
| | | | | Yetişkin okuryazarlığı | Gini katsayısı |
| | | | | Kilometre kare başına düşen asfalt yol uzunluğu, | Takipteki kredilerin toplam kredilere oranı |
| | | | | 1000 kişide telefon kullanım oranı | Bankacılık sektöründe sermaye aktif oranı |
| Dabla-Norris vd. (2015) | Latin Amerika ve Karayip Ülkelerinin (LAC) 2011 ve 2014 verileri | Regresyon Analizi | Hane halkı tarafından finansal hizmetlerin kullanımı endeksi, KOBİ'ler tarafından finansal hizmetlerin kullanımı endeksi ve finansal kurumlara erişim endeksi | 1000 kişi başına internet kullanıcı sayısı | Yabancı bankaların bankacılık sektöründeki payı |
| | | | | GSYİH | Kayıt dışılık |
| | | | | Yetişkinlerin ortalama eğitim süresi | Akaryakıt ihracat oranı |
| | | | | Hukukun üstünlüğü | Yabancı sermayeli firmaların yaygınlığı |
| Park ve Mercado (2015) | 37 Asya ekonomisi için 2004-2012 yılları arasındaki değerlerin ortalaması | Regresyon Analizi | İki boyutlu finansal tabana yayılma endeksi | Bankaların genel yönetim giderlerinin toplam varlıklara oranı | Bankaların faiz dışı gelirlerinin toplam gelirlere oranı |
| | | | | Microscope skoru | Bankaların riskten kaçınma düzeyi |
| | | | | Kişi başına GSMH | Üretken olmayan nüfus oranı |
| Evans ve Adeoye (2016) | 15 Afrika ülkesinin 2005-2014 yılları arasındaki verileri | Arellano ve Bover/ Blundell ve Bond'un sistem genelleştirilmiş momentler tahmincisi | 1000 kişi başına ticari bankalarda mevduatı bulunan yetişkinlerin sayısı | Hukukun üstünlüğü | - |
| | | | | Nüfustaki artış | - |
| | | | | Gecikmeli finansal tabana yayılma | - |
| | | | | Kişi başına GSYİH | - |
| | | | | Geniş para arzı | - |
| | | | | Ulusal kredilerin GSYİH'ya oranı | - |
| | | | | Okuryazarlık oranı | - |
| 100 kişi başına internet kullanıcı sayısı | - | | | | |
| Güvenli internet sunucuları | - | | | | |
| İslami banka aktivitesi bulunması | - | | | | |

| | | | | | |
|------------------------------|--|---|---|--|--|
| | | | | | |
| Korynski ve Pytkowska (2016) | 26 Avrupa ülkesine ait veriler | Tobit model | Veri zarflama analizi ile hesaplanan finansal tabana yayılma skorları | Kişi başına GSMH | Toplumsal maskülenite |
| | | | | Toplumsal hoşgörü | - |
| Rojas-Suárez (2016) | Modellere göre farklılaşan 94 ile 122 arasındaki ülkenin 2014 yılı verileri | Regresyon Analizi | Bir finansal kurumda hesabı bulunanların oranı | - | Gelir dağılımı eşitsizliği |
| | | | | - | Reel faiz volatilitesi |
| | | | | - | Hukuki düzendeki zayıflık |
| | | | | - | Banka yoğunlaşmasının artışı |
| | | | | - | Latin Amerika ülkesi olunması |
| Wang ve Yuan (2017) | Modellere göre farklılaşmakla birlikte 57 ile 75 arasındaki ülkenin 2011 yılı verileri | En küçük kareler modeli, mekânsal gecikmeli model ve mekânsal hata modeli ile regresyon analizi | İki boyutlu finansal tabana yayılma endeksi | Kişi başına GSMH | Bankaların özsermaye/aktif oranı |
| | | | | 100 kişi başına telefon hattı sayısı | Takipteki kredilerin toplam kredilere oranı |
| | | | | 100 kişi başına internet kullanıcı sayısı | Bankaların aktif katılımı |
| | | | | Yetişkinlerde okuryazarlık oranı | Günde 5 doların altında geliri olanların oranı ile ölçülen yoksulluk |
| | | | | Bankalardaki mevduatların GSYİH'ya oranı | - |
| | | | | Kişi başına GSYİH | - |
| | | | | Ekonomik özgürlük endeksi | - |
| Bozkurt vd. (2018) | 120 ülkenin 2011 ve 2014 yılları için verileri | Mekânsal panel veri analizi | İki boyutlu finansal tabana yayılma endeksi | Kentsel nüfus oranı | Medyan yaş |
| | | | | Kişi başına GSMH | Kadın nüfus oranı |
| | | | | Mülkiyet hakları | İşsizlik oranı |
| | | | | Kamunun kurumsal kontrol kalitesi | Gelir dağılımı adaletsizliği |
| | | | | Kamu harcamaları | Vergi yükü |
| | | | | Parasal serbestlik | İş serbestliği |
| | | | | Ticari serbestlik | Finansal serbestlik |
| | | | | Yatırım serbestliği | - |
| | | | | Mevduat faiz oranları | - |
| | | | | Banka karlılıklarındaki artış | - |
| | | | | Hükümet etkinliği endeksi | - |
| Datta ve Singh (2019) | 102 ülkenin 2011 ve 2014 yılı Dünya Bankası Global Findex verileri | Kümelenmiş standart hatalarla tahmin edilen regresyon modeli | Üç boyutlu finansal tabana yayılma endeksi | Kişi başına GSMH | - |
| | | | | 15-64 yaş grubundaki nüfusun toplama oranı | - |
| | | | | En az ortaöğretim düzeyinde okul kayıt oranı | - |
| | | | | Beklenen yaşam süresinde artış | - |
| | | | | Ülkelerin daha üst gelir grubunda yer alması | - |
| Bozkurt ve Karakuş (2020) | Türkiye'deki 81 il için 2011-2016 yılları arasındaki veriler | Mekânsal panel veri analizi | İki boyutlu finansal tabana yayılma endeksi | Yabancı turistlerin gecelik konaklama sayısı | İşsizlik oranı |
| | | | | Mobil ve sabit telefona sahip olanların oranı | Evli bireylerin oranı |
| | | | | Lisans ve üstü eğitime sahip bireylerin oranı | - |
| | | | | Yetişkinlerde okuryazarlık oranı | - |
| | | | | 10.000 yetişkin başına özel suçlar nedeniyle mahkum sayısı | - |

2. Veri Seti

Çalışmada finansal tabana yayılmaya etki eden makro düzeydeki faktörler yüksek geliri, üst-orta geliri ve alt-orta geliri ekonomiler için ayrı ayrı araştırılmıştır. Çalışmanın ilerleyen bölümünde açıklanacağı üzere finansal tabana yayılmayı ifade etmek üzere bir endeks oluşturulmuştur. Finansal tabana yayılma endeksinin oluşturulmasında öncelikle alt endeksler olan finansal erişim endeksi ve finansal kullanım endeksi oluşturulmuştur. Çalışmada 2010⁴-2018 yılları arasındaki dönem için yıllık veriler⁵ kullanılarak oluşturulan finansal erişim endeksi ve finansal kullanım endeksi ile bu endekslerin bir araya getirilmesi ile oluşturulan finansal tabana yayılma endeksi, çalışmanın bağımlı değişkenlerini oluşturmuşlardır.

⁴ Çalışmada 2008 küresel kriz sonrası dönem için finansal tabana yayılmaya etki eden faktörleri belirlemek amacıyla 2010-2018 yılları arası döneme ait veriler kullanılmıştır. Gelecekte yapılacak çalışmalarda kriz dönemlerinin finansal tabana yayılma üzerindeki etkisinin incelenmesi de literatüre önemli katkı sağlayacaktır.

⁵ Çalışmada finansal tabana yayılma endeksinin hesaplanmasında kullanılan değişkenlere yıllık olarak ulaşılabildiği için yıllık veriler kullanılmıştır.

Literatürde finansal tabana yayılmaya etki eden faktörleri farklı ekonomiler için araştıran çalışmalar bulunmaktadır. Literatürde yer alan çalışmalarda kullanılan değişkenlerden faydalanılarak bu değişkenlerin finansal tabana yayılma üzerindeki etkisi, farklı gelir düzeyindeki ülke grupları için araştırılmıştır. Böylelikle farklı gelir seviyesindeki ülke grupları için finansal tabana yayılma üzerinde etkisi olan faktörler incelenerek literatürde yer alan bir boşluğun doldurulmasına ve uygulayıcılara karar süreçlerinde kullanabilecekleri önemli bilgiler sunulmasına çalışılmıştır. Finansal tabana yayılmayı ifade etmek üzere oluşturulan endeksler ve bu endeksler üzerindeki etkisi araştırılan değişkenler Tablo 2’de gösterilmiştir. Literatürde Tablo 2’de yer alan değişkenler dışında da değişkenlerin finansal tabana yayılma üzerindeki etkisi araştırılmış olmakla birlikte farklı gelir seviyesindeki ülke gruplarında bu ilişki araştırıldığından dolayı veri setine dahil ülkelerin büyük kısmı için ulaşılabilen değişkenler bu çalışmada kullanılmış, böylelikle geniş bir veri setiyle analizler gerçekleştirilmiştir. Tablo 2’de yer alan tüm değişkenler 2010-2018 dönemi için yıllık değerleri ile analizlerde kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan değişkenlere ait özet istatistikler Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 2. Finansal Tabana Yayılmanın Makro Belirleyicilerin Analizinde Kullanılan Değişkenler

| Sembol | Değişken | Kaynak | Referans Çalışmalar |
|-----------------------------|---|-----------------------------------|---|
| <i>Bağımlı Değişkenler</i> | | | |
| FTYE | Finansal Tabana Yayılma Endeksi | Yazar tarafından oluşturulmuştur. | Wang & Guan (2017); Bozkurt vd. (2018); Bozkurt ve Karakuş (2020) |
| FEE | Finansal Erişim Endeksi | Yazar tarafından oluşturulmuştur. | Wang & Guan (2017); Bozkurt vd. (2018); Bozkurt ve Karakuş (2020) |
| FKE | Finansal Kullanım Endeksi | Yazar tarafından oluşturulmuştur. | Wang & Guan (2017); Bozkurt vd. (2018); Bozkurt ve Karakuş (2020) |
| <i>Bağımsız Değişkenler</i> | | | |
| NÜFUS | 15-64 yaş arası nüfus (toplam nüfusun %'si) | Dünya Bankası | Datta & Singh (2019) |
| MOBİL | Mobil telefon abonelikleri (100 kişi başına) | Dünya Bankası | Sarma & Pais (2008); Evans & Adeoye (2016); Wang & Yuan (2017); Bozkurt ve Karakuş (2020) |
| İNTERNET | İnternet kullanan bireyler (nüfusun %'si) | Dünya Bankası | Sarma & Pais (2008); Evans & Adeoye (2016); Wang & Yuan (2017) |
| TÜFE | Enflasyon, tüketici fiyatları (yıllık %) | Dünya Bankası | Neaime & Gaysset (2018); El Bourainy vd. (2021) |
| KADIN | Kadın nüfusu (toplam nüfusun %'si) | Dünya Bankası | Bozkurt vd. (2018) |
| KENTSEL | Kentsel nüfus (toplam nüfusun %'si) | Dünya Bankası | Bozkurt vd. (2018) |
| GSYİH | Kişi başına GSYİH (cari ABD doları)'nın doğal logaritması | Dünya Bankası | Evans & Adeoye (2016); Evans & Alenoghena (2017) |
| NÜFUSARTIŞ | Nüfus artışı (yıllık %) | Dünya Bankası | Park & Mercado (2015) |

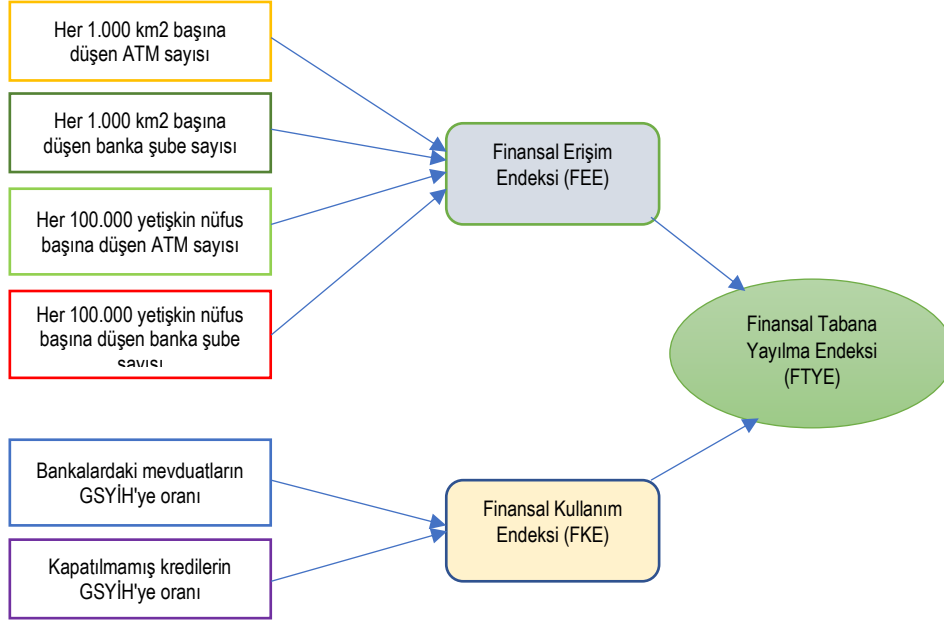
Tablo 3. Değişkenlere Ait Özet İstatistikler

| | Ortalama | Standart Sapma | Max. | Min. | Basıklık | Çarpıklık |
|--|------------|----------------|-------------|-----------|----------|-----------|
| Panel A: Yüksek Gelirli Ekonomiler için | | | | | | |
| FTYE | 0,3311 | 0,2134 | 0,8421 | 0,0404 | -0,7033 | 0,7439 |
| FEE | 0,3151 | 0,2202 | 0,8504 | 0,0249 | -0,6686 | 0,7474 |
| FKE | 0,4815 | 0,2236 | 1,0000 | 0,0721 | -0,4264 | 0,6267 |
| NÜFUS | 68,4125 | 4,9552 | 86,3982 | 59,7268 | 3,8211 | 1,7573 |
| MOBİL | 132,3526 | 27,9743 | 259,4260 | 75,6288 | 3,2280 | 1,3673 |
| İNTERNET | 74,5760 | 14,3423 | 100,0000 | 28,3300 | -0,1333 | -0,5409 |
| TÜFE | 1,9164 | 3,3381 | 47,7760 | -30,2432 | 99,5737 | 4,1080 |
| KADIN | 49,2461 | 5,7247 | 54,2106 | 23,2891 | 10,0514 | -3,1802 |
| KENTSEL | 73,6512 | 18,5379 | 100,0000 | 24,5990 | -0,0248 | -0,7127 |
| GSYİH | 33560,0224 | 21415,5850 | 118823,6484 | 8000,3764 | 1,9953 | 1,3318 |
| NÜFUSARTIŞ | 0,9266 | 1,5602 | 11,4829 | -2,6287 | 9,8256 | 2,4678 |
| Panel B: Üst-orta Gelirli Ekonomiler için | | | | | | |
| FTYE | 0,1684 | 0,1160 | 0,5997 | 0,0205 | 2,9514 | 1,6661 |
| FEE | 0,1549 | 0,1208 | 0,6615 | 0,0141 | 3,9273 | 1,8582 |
| FKE | 0,3169 | 0,1710 | 0,8353 | 0,0571 | 1,0573 | 1,1513 |
| NÜFUS | 66,1452 | 3,9741 | 76,1487 | 54,8349 | 0,3643 | -0,6056 |
| MOBİL | 112,9394 | 30,0149 | 187,4170 | 48,4004 | -0,4208 | 0,1990 |
| İNTERNET | 46,0146 | 17,2876 | 81,2017 | 2,5000 | -0,5777 | -0,1923 |
| TÜFE | 4,0210 | 4,9339 | 55,4124 | -3,7491 | 40,6477 | 5,0012 |
| KADIN | 50,1150 | 1,8045 | 53,6702 | 37,2650 | 18,1469 | -3,0661 |
| KENTSEL | 60,7609 | 18,1522 | 91,8700 | 18,2430 | -0,1274 | -0,5809 |
| GSYİH | 7030,2741 | 2593,7002 | 15974,6446 | 3122,3628 | 0,2312 | 0,8790 |
| NÜFUSARTIŞ | 1,0029 | 1,2246 | 6,5680 | -1,7452 | 3,8775 | 1,4745 |
| Panel C: Alt-orta Gelirli Ekonomiler için | | | | | | |
| FTYE | 0,1032 | 0,0762 | 0,3836 | 0,0062 | 0,3437 | 1,0311 |
| FEE | 0,0911 | 0,0768 | 0,3804 | 0,0034 | 0,8413 | 1,2374 |
| FKE | 0,2497 | 0,1682 | 0,9531 | 0,0001 | 1,4450 | 1,0850 |

| | | | | | | |
|------------|-----------|-----------|-----------|----------|---------|---------|
| NÜFUS | 61,6330 | 5,6159 | 74,2042 | 50,4680 | -0,7182 | -0,0963 |
| MOBİL | 90,5841 | 29,0851 | 151,6210 | 20,6667 | -0,5307 | -0,0978 |
| İNTERNET | 27,6568 | 16,7520 | 76,1245 | 1,2600 | -0,2516 | 0,6792 |
| TÜFE | 5,5722 | 5,0093 | 48,6999 | -4,2949 | 19,7305 | 2,9523 |
| KADIN | 50,1917 | 1,2925 | 53,8439 | 47,0026 | 0,9802 | 0,6193 |
| KENTSEL | 45,9053 | 16,6262 | 76,1640 | 20,2940 | -1,3425 | 0,1713 |
| GSYİH | 2468,4368 | 1102,3929 | 5591,2124 | 781,1536 | -0,5597 | 0,4651 |
| NÜFUSARTIŞ | 1,6344 | 0,8857 | 3,6715 | -1,7985 | 1,0857 | -0,5353 |

3. Finansal Tabana Yayılma Endeksinin Oluşturulması

Finansal tabana yayılma seviyesinin belirlenmesi, analiz edilmesi için öncelik taşımaktadır. Literatür incelendiğinde finansal tabana yayılmayı ölçmek için farklı endeksler oluşturulduğu görülmektedir. Bu çalışmada da literatürden faydalanarak iki boyutlu bir finansal tabana yayılma endeksi oluşturulmuştur. Finansal tabana yayılma endeksinin elde edilmesi için öncelikle finansal erişim endeksi ve finansal kullanım endeksi oluşturulmuş ve bu iki alt endeksten finansal tabana yayılma endeksi elde edilmiştir. Literatürde üç ya da dört alt endeksten finansal tabana yayılma endeksleri de hesaplandığı görülmekle birlikte daha fazla sayıda ülkenin endeksinin hesaplayabilmek için iki boyutlu bir endeks kullanılmıştır. Yorulmaz (2018) iki farklı finansal tabana yayılma endeksi oluşturarak gerçekleştirdiği çalışmasında daha fazla gösterge kullanmanın ülkelerin düzeylerini önemli ölçüde etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Bu nedenle literatürdeki kullanılan değişkenlerden faydalanılarak oluşturulan endeksin ülkelerin finansal tabana yayılma düzeyini önemli ölçüde ifade ettiği söylenebilir. Finansal erişim ve finansal kullanım alt endekslerinin hesaplanmasında kullanılan değişkenler ve finansal tabana yayılma endeksinin elde edilişi Şekil 1’de gösterilmiştir.



Şekil 1. Finansal Tabana Yayılma Endeksinin Elde Edilişi

Şekil 1’de gösterildiği üzere finansal erişim alt endeksinin hesaplamak için her 1.000 km² başına düşen ATM sayısı, her 1.000 km² başına düşen banka şube sayısı, her 100.000 yetişkin nüfus başına düşen ATM sayısı ve her 100.000 yetişkin nüfus başına düşen banka şube sayısı değişkenlerinden ve finansal kullanım alt endeksinin hesaplamak için bankalardaki mevduatların GSYİH'ye oranı ve kapatılmamış kredilerin GSYİH'ye oranından faydalanılmıştır. Alt endekslerin ve finansal tabana yayılma endeksinin hesaplanmasında Wang ve Guan (2017) tarafından kullanılan metodoloji izlenmiştir.

Alt endekslerin oluşturulması için kullanılan değişkenlerin değişik ölçü ve büyüklüklere sahip olmaları nedeniyle, karşılaştırma yapabilmek için ilgili değişkenlerin 0 ile 1 arasında bir değer almasını sağlamak için Eşitlik 1’den yararlanılmıştır.

$$"k" \text{ Ülkesi İçin Dönüştürülmüş Değer}_j = \frac{"k" \text{ Ülkesinin Değeri}_j - \text{Veri Setindeki Minimum Değer}_j}{\text{Veri Setindeki Maksimum Değer}_j - \text{Veri Setindeki Minimum Değer}_j} \quad (1)$$

Eşitlik 1 yardımıyla finansal erişim endeksinin oluşturulan dört değişken ve finansal kullanım endeksinin oluşturulan 2 değişken 0 ile 1 arasında değerlere dönüştürülmüştür. Endeksleri hesaplanacak tüm ülkeler için ilgili dönüşüm gerçekleştirilmiştir.

Finansal erişim endeksinin oluşturulmasında dört değişkenin ve finansal kullanım endeksinin oluşturulmasında iki değişkenin kullanılması, bu değişkenlerin ağırlığının belirlenmesini gerekli kılmaktadır. Yine finansal erişim ve finansal kullanım alt endeksleri ile finansal tabana yayılma endeksinin hesaplanmasında da alt endekslerin ağırlıklarının belirlenmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Literatürde eşit ağırlıklar kullanan veya kabul edilen değerleri kullanan çalışmalar (Sarma, 2008; Sarma, 2010; Sarma, 2012) bulunmakla birlikte bu çalışmada değişkenlerin ve alt endekslerin ağırlıklarının belirlenmesinde Wang ve Guan (2017) tarafından önerilen metodolojiden faydalanılmış ve ağırlıklar Eşitlik 2 yardımıyla hesaplanmıştır.

$$w_{ij} = \frac{CV_{ij}}{\sum_j CV_{ij}} \quad (2)$$

Her bir 'j' değişkeninin 'i' alt endeksinde ve her bir 'i' alt endeksinin 'i' finansal tabana yayılma endeksindeki ağırlığı olan 'w_{ij}', varyasyon katsayılarından (CV) yararlanılarak Eşitlik 2'de gösterilen şekilde hesaplanmıştır. Ağırlıkların belirlenmesinin ardından Eşitlik 3'te gösterilen şekilde her bir ülke için alt endeksler hesaplanmıştır.

$$"k" \text{ Ülkesinin "I" Alt Endeks Skoru} = 1 - \frac{\sqrt{w_{I1}^2(1-x_{I1})^2 + w_{I2}^2(1-x_{I2})^2 + \dots + w_{In}^2(1-x_{In})^2}}{\sqrt{(w_{I1}^2 + w_{I2}^2 + \dots + w_{In}^2)}} \quad (3)$$

'x_{I1}', 'x_{I2}', 'x_{In}' her bir 'I' alt endeksinin oluşturduğu değişkeni tanımlayan Eşitlik 3'te 'w_{I1}', 'w_{I2}', 'w_{In}' de ilgili değişkenlerin Eşitlik 2'ye göre belirlenen ağırlıklarını ifade etmektedir. Alt endeksler hesaplandıktan sonra son aşama olarak her bir ülkenin finansal tabana yayılma endeksi Eşitlik 4'te gösterildiği şekilde hesaplanmıştır.

$$"k" \text{ Ülkesinin FTYE Skoru} = 1 - \frac{\sqrt{w_{FEE}^2(1-FEE)^2 + w_{FKE}^2(1-FKE)^2}}{\sqrt{(w_{FEE}^2 + w_{FKE}^2)}} \quad (4)$$

Finansal erişim alt endeksi, finansal kullanım alt endeksi ve bu endeksler yardımıyla elde edilen finansal tabana yayılma endeksinin hesaplanma metodolojisi yukarıda gösterilmiştir. Endeksler için 1 değeri en yüksek finansal tabana yayılma seviyesini, 0 ise en düşük finansal tabana yayılma seviyesini ifade etmektedir. Çalışmada 2010-2018 dönemi için verilerine kesintisiz ulaşılabilen 137 ülke için 2 alt endeks ve finansal tabana yayılma endeksi hesaplanmıştır. 137 ülkenin 2010-2018 yılları arasındaki finansal tabana yayılma endeksleri EK 1'de gösterilmiştir.

Ülkelerin 2018 yılı finansal tabana yayılma endeks seviyeleri incelendiğinde ilk 10 sırada Japonya, Lüksemburg, Malta, Hong Kong, Singapur, Maldivler, Lübnan, İsviçre, İsrail ve Morityus'un yer aldığı, sayılan ülkelerin yüksek kişi başına GSYİH'ye sahip ülkeler olduğu görülmektedir. Avrupa ülkeleri olan İsviçre, İtalya, Portekiz, Hollanda, İspanya, Fransa, Güney Kıbrıs, Hırvatistan, Polonya, Bulgaristan, Slovenya, Çek Cumhuriyeti ve Slovak Cumhuriyeti'nin ilk 40 içerisinde yer aldığı, genel olarak değerlendirildiğinde Avrupa ülkelerinde finansal tabana yayılma seviyesinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Yine 2018 yılı finansal tabana yayılma skorlarının görüldüğü EK 2'de de Avrupa bölgesi için göreceli skorların genellikle yüksek olduğu görülmektedir. Ek 1'de son 10 sırada Mozambik, Zimbabve, Uganda, Irak, Zambiya, Sudan, Kamerun, Madagaskar, Gine ve Afganistan yer almaktadır. Genel olarak Afrika, Orta Doğu ve Güney Amerika'da finansal tabana yayılma skorlarının düşük olduğu EK 2'de de görülmektedir.

3. Model ve Yöntem

Çalışmada finansal tabana yayılma üzerinde etkili olan makro faktörler araştırılmıştır. Bu amaç doğrultusunda yukarıda açıklandığı üzere finansal erişim endeksi, finansal kullanım endeksi ve bunların bileşimi ile finansal tabana yayılma endeksi oluşturulmuştur. Bu endekslerin bağımlı değişken olarak yer aldığı 3 farklı model aracılığıyla yüksek gelirli, üst-orta gelirli ve alt-orta gelirli ekonomiler için ayrı ayrı makro faktörlerin etkisi araştırılmıştır. Endeksler düşük gelirli ekonomiler için de hesaplanmış olmakla birlikte endeks hesaplanan ve diğer verilerine ulaşılabilen düşük gelirli ülke sayısının az olmasından dolayı bu ülkeler araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. 2010-2018 arasındaki 9 yıl için ve çok sayıda ülke için gerçekleştirilen analizlerde panel regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma da kullanılan modeller aşağıda gösterilmiştir.

$$\text{Model 1: } FTYE_{it} = \beta_0 + \beta_1 NÜFUS_{it} + \beta_2 MOBİL_{it} + \beta_3 İNTERNET_{it} + \beta_4 TÜFE_{it} + \beta_5 KADIN_{it} + \beta_6 KENTSEL_{it} + \beta_7 GSYİH_{it} + \beta_8 NÜFUSARTIŞ_{it} + e_{it} \quad (5)$$

$$\text{Model 2: } FEE_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 NÜFUS_{it} + \alpha_2 MOBİL_{it} + \alpha_3 İNTERNET_{it} + \alpha_4 TÜFE_{it} + \alpha_5 KADIN_{it} + \alpha_6 KENTSEL_{it} + \alpha_7 GSYİH_{it} + \alpha_8 NÜFUSARTIŞ_{it} + e_{it} \quad (6)$$

$$\text{Model 3: } FKE_{it} = \gamma_0 + \gamma_1 NÜFUS_{it} + \gamma_2 MOBİL_{it} + \gamma_3 İNTERNET_{it} + \gamma_4 TÜFE_{it} + \gamma_5 KADIN_{it} + \gamma_6 KENTSEL_{it} + \gamma_7 GSYİH_{it} + \gamma_8 NÜFUSARTIŞ_{it} + e_{it} \quad (7)$$

Modellerde yer alan 'i' ülkeleri, 't' yılları, 'β, α, γ' katsayıları, 'e' hata terimini, diğer terimler ise Tablo 2'de gösterilen değişkenleri ifade etmektedir.

Finansal tabana yayılma üzerinde etkili olan makro faktörler zaman ve yatay kesitin birlikte yer aldığı panel regresyon analizi⁶ ile üç model için araştırılacaktır. Fakat zaman serilerinde sahte regresyon sorunu ile karşılaşmamak için her bir değişkenin durağan düzeyleri ile regresyon analizinde kullanılması gerekir (Karabulut ve Şeker, 2018). Serilerin durağanlığını sınamak için birim kök testleri kullanılmaktadır. Ancak serilerin durağanlığında hangi birim kök testinin tercih edileceğinin belirlenmesi için öncelikle serilerde birimler arası korelasyon test edilmelidir. Bu çalışmada T<N olduğu durumda kullanılan Pesaran (2004) CD testi ile serilerin yatay kesit bağımlılığı incelenmiştir. Seride yatay kesit bağımlılığı bulunmaması durumunda birinci kuşak birim kök testlerinden Im, Pesaran ve Shin (IPS) (2003) panel birim kök testi, yatay kesit bağımlılığı bulunması durumunda ikinci nesil panel birim kök testlerinden CIPS (Pesaran, 2007) panel birim kök testi uygulanmıştır. İlgili testler ile serilerin durağanlığı sınanmış ve seriler modellere durağan mertebeleri ile dahil edilmiştir. Alan sınırlamasından ötürü birimler arası korelasyon ve birim kök testi sonuçları sunulmamıştır.

Panel regresyon analizinde klasik model, sabit etkili model ve tesadüfi etkili model arasında tercih yapmak gerekmektedir. Uygun modelin seçimi için birim etki ve zaman etkisi araştırılmalıdır. Birim etki ve/veya zaman etki bulunmaması durumunda klasik model kullanırken, bulunması durumunda ise Hausman (1979, 1981) Testi ile sabit etkili model ve tesadüfi etkili modelden etkin olan model seçilebilmektedir. Bu çalışmada birim ve/veya zaman etkilerinin araştırılması için birim ve zaman etkilerinin en az birinin sıfıra eşit olduğunu söyleyen boş hipoteze sahip olabilirlik testi (birim ve zaman etkilerin varlığını sınamak için) kullanılmıştır. Bu test sonucunda birim ve zaman etkilerin belirlenmesi durumunda birim ve zaman etkilerinin varlığını tek tek sınamak gerekmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2013). Birim etkinin varlığını sınamak için klasik modelin geçerliliğini test eden ve tüm birim etkilerin sıfıra eşit olduğu boş hipotezi test etmekte kullanılan F testi ile klasik modeli tesadüfi etkili modele karşı test etmek için kullanılan ve birim etkilerin standart hatalarının sıfıra eşit olduğu, bir diğer ifadeyle klasik modelin uygun olduğu boş hipotezini test etmekte kullanılan Olabilirlik Oranı Testi tercih edilmiştir (Yerdelen Tatoğlu, 2013). Zaman etkilerinin standart hatalarının sıfıra eşit olduğu, bir başka ifadeyle klasik modelin uygun olduğu boş hipotezine sahip Olabilirlik Oranı Testi ile zaman etkiler araştırılmıştır (Yerdelen Tatoğlu, 2013).

Birim ve zaman etkiler belirlenip panel regresyon modeline karar verildikten sonra panel regresyon analizi için heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon sınanmıştır. Sabit etkili model için heteroskedasite varyansların birimlere göre homoskedastik olduğunu ifade eden H_0 hipotezine sahip Değiştirilmiş Wald Testi (Greene, 2000) ile; tesadüfi etkili modelde heteroskedasite birimlerin varyanslarının eşit olduğunu ifade eden H_0 hipotezine sahip Levene (1960), Brown ve Forsythe (1974) testleri ile araştırılmıştır. Bhargava, Franzini ve Narendranathan (1982) Durbin-Watson Testi ve Baltagi-Wu (1999) Yerel En İyi Değişmez Testi ile sabit etkili ve tesadüfi etkili modellerde otokorelasyon araştırılmış, ayrıca tesadüfi etkili model için otokorelasyon bulunmadığı boş hipotezine sahip Lagrange Çarpanı ve Düzeltilmiş Lagrange Çarpanı Testlerinden de faydalanılmıştır. Sabit etkili ve tesadüfi etkili modeller için Frees (1995, 2004) Testi ile de birimler arası korelasyon araştırılmıştır.

Heteroskedasite, otokorelasyon ya da birimler arası korelasyon varsayımlarından sapmaların bulunması durumunda hata terimlerinin varyans-kovaryans matrisi birim matris olma özelliğini kaybettiğinden sapmaya uygun bir düzeltme yöntemine ihtiyaç duyulmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2013). Bu çalışmada sadece heteroskedasite varsayımından sapmalar bulunması durumunda Huber (1967), Eicker (1967) ve White (1980) Tahmincisi ve heteroskedasite ve otokorelasyon varlığında Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) Tahmincisi kullanılmıştır.

4. Ampirik Bulgular

Yüksek gelirli ekonomiler için NÜFUSARTIŞ değişkeni dışındaki tüm değişkenlerde birimler arası korelasyon bulunduğu, üst-orta gelirli ekonomiler ve alt-orta gelirli ekonomiler için tüm değişkenlerde birimler arası korelasyon bulunduğu belirlenmiştir. Yüksek gelirli ekonomiler için TÜFE, KADIN ve KENTSEL değişkenlerine ait CIPS istatistikleri sırasıyla %5, %10 ve %1 anlamlılık düzeyinde kritik değerlerden küçük olduklarından düzeyde durağan oldukları tespit edilmiş, TÜFE, KADIN ve KENTSEL değişkenleri düzey değerleriyle, FTYE, FEE, FKE, NÜFUS, MOBİL, İNTERNET, GSYİH ve NÜFUSARTIŞ değişkenleri ise 1. farklarıyla kullanılmıştır. Üst-orta gelirli ekonomiler ve alt-orta gelirli ekonomiler için FTYE, TÜFE ve KADIN değişkenlerine ait CIPS istatistikleri kritik değerlerden küçük olduklarından düzeyde durağan oldukları sonucuna ulaşılmış ve FTYE, TÜFE ve KADIN değişkenleri düzey değerleriyle, FEE, FKE, NÜFUS, MOBİL, İNTERNET, KENTSEL, GSYİH ve NÜFUSARTIŞ değişkenleri ise 1. farklarıyla kullanılmıştır.

⁶ Bu çalışmada finansal tabana yayılma endeksi ve diğer endekslere etki eden faktörler araştırılırken endekslerin gecikmeli değerlerinin etkisi üzerinde durulmamış, bu nedenle statik panel regresyon analizinden yararlanılmıştır. Gelecek çalışmalarda dinamik ekonometrik modeller ile endekslerin gecikmeli değerlerinin etkisinin incelenmesi de literatüre katkı sağlayacaktır.

Serilerin durağan olduğu mertebelerin belirlenmesinin ardından sırasıyla FTYE, FEE ve FKE'nin bağımlı değişken olarak bulunacağı üç farklı model ile finansal tabana yayılmaya etki eden faktörler araştırılacaktır. Her üç model için de kullanılacak panel modelinin belirlenmesi için modellerde birim ve zaman etkilerin incelenmesi gerekmektedir. Birim ve zaman etkilerin belirlenmesi için yapılan analiz sonuçları Tablo 4'te gösterilmiştir. Yüksek gelirli ekonomiler için Model 1, Model 2 ve Model 3 için %1 anlamlılık düzeyinde birim ve zaman etkilerin varlığı belirdikten sonra birim etki ve zaman etki ayrı ayrı araştırılmıştır. Model 1 ve Model 3 için F testi ve Olabilirlik Oranı testi sonuçlarına göre birim etkinin bulunmadığı, Olabilirlik Oranı Testine göre ise %1 anlamlılık düzeyinde zaman etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Model 2 için ise birim etki ve zaman etkinin bulunduğu %1 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiştir. Hausman Testi sonucunda Model 1 için tesadüfi etkili modelin, Model 2 ve Model 3 için sabit etkili modelin uygun model olduğu belirlenmiştir. Üst-orta gelirli ekonomiler için Model 1, Model 2 ve Model 3 için %1 anlamlılık düzeyinde birim ve zaman etkilerin varlığı belirdikten sonra birim etki ve zaman etki ayrı ayrı sınanmıştır. Model 1 için F testi ve Olabilirlik Oranı testi sonuçlarına göre birim etkinin bulunduğu, Olabilirlik Oranı Testine göre zaman etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Model 2 ve Model 3 için ise F testi ve Olabilirlik Oranı testi sonuçlarına göre birim etkinin bulunmadığı, Olabilirlik Oranı Testine göre zaman etkisinin bulunduğu belirlenmiştir. Hausman Testi sonucunda Model 1, Model 2 ve Model 3 için tesadüfi etkili modelin uygun model olduğu belirlenmiştir. Alt-orta gelirli ekonomiler için ise Model 1, Model 2 ve Model 3 için %1 anlamlılık düzeyinde birim ve zaman etkilerin varlığı belirlenmiş, Model 1 ve Model 2 için F testi ve Olabilirlik Oranı testi sonuçlarına göre birim etkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Olabilirlik Oranı Testine göre Model 1 için zaman etki bulunmazken, Model 2 için zaman etkinin de bulunduğu görülmüştür. Model 3 için Olabilirlik Oranı Testine göre birim etki bulunduğu, Olabilirlik Oranı Testine göre ise birim etki bulunmadığı tespit edilmiştir. Olabilirlik Oranı Testi ile zaman etkinin ise varlığı belirlenmiştir. Hausman Testi sonucunda ise Model 1 ve Model 2 için tesadüfi etkili modelin, Model 3 için sabit etkili modelin uygun model olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4. Modellerde Birim ve/veya Zaman Etkinin Belirlenmesine Yönelik Analiz Sonuçları

| Model 1 | | Model 2 | | Model 3 | |
|--|----------|-----------------------|----------|-----------------------|-----------|
| Panel A: Yüksek Gelirli Ekonomiler için | | | | | |
| Birim ve Zaman Etkilerinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık |
| 129.50 | 0.0000* | 85.47 | 0.0000* | 62.36 | 0.0000* |
| Birim Etkinin Varlığını Sınamak için F Testi | | | | | |
| F testi | Olasılık | F testi | Olasılık | F testi | Olasılık |
| 0.58 | 0.9872 | 1.73 | 0.0033* | 0.98 | 0.5127 |
| Birim Etkinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık |
| 0.00 | 1.0000 | 6.14 | 0.0070* | 0.00 | 1.0000 |
| Zaman Etkinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık |
| 129.50 | 0.0000* | 70.33 | 0.0000* | 62.34 | 0.0000* |
| Hausman Testi | | | | | |
| chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık |
| 5.74 | 0.6762 | 16.80 | 0.0323** | 14.14 | 0.0781*** |
| Tesadüfi Etkili Model | | Sabit Etkili Model | | Sabit Etkili Model | |
| Panel B: Üst-Orta Gelirli Ekonomiler için | | | | | |
| Birim ve Zaman Etkilerinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık |
| 837.50 | 0.0000* | 90.49 | 0.0000* | 20.80 | 0.0000* |
| Birim Etkinin Varlığını Sınamak için F Testi | | | | | |
| F testi | Olasılık | F testi | Olasılık | F testi | Olasılık |
| 232.43 | 0.0000* | 0.88 | 0.6669 | 0.79 | 0.8089 |
| Birim Etkinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık |
| 821.36 | 0.0000* | 0.00 | 1.0000 | 0.00 | 1.0000 |
| Zaman Etkinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık |
| 0.00 | 1.0000 | 89.02 | 0.0000* | 20.80 | 0.0000* |
| Hausman Testi | | | | | |
| chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık |
| 4.82 | 0.5701 | 7.13 | 0.4153 | 3.47 | 0.8385 |
| Tesadüfi Etkili Model | | Tesadüfi Etkili Model | | Tesadüfi Etkili Model | |
| Panel C: Alt-Orta Gelirli Ekonomiler için | | | | | |
| Birim ve Zaman Etkilerinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık | chi2 | Olasılık |
| 708.38 | 0.0000* | 47.33 | 0.0000* | 21.57 | 0.0000* |
| Birim Etkinin Varlığını Sınamak için F Testi | | | | | |
| F testi | Olasılık | F testi | Olasılık | F testi | Olasılık |
| 215.46 | 0.0000* | 2.34 | 0.0002* | 1.40 | 0.0891*** |
| Birim Etkinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık |
| 677.28 | 0.0000* | 10.83 | 0.0001* | 0.55 | 0.2280 |
| Zaman Etkinin Varlığını Sınamak için Olabilirlik Oranı Testi | | | | | |
| chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık | chibar2 | Olasılık |
| 0.00 | 1.0000 | 29.61 | 0.0000* | 18.43 | 0.0000* |
| Hausman Testi | | | | | |

| | | | | | |
|--|-----------------|-----------------------|-----------------|--------------------|-----------------|
| <i>chi2</i> | <i>Olasılık</i> | <i>chi2</i> | <i>Olasılık</i> | <i>chi2</i> | <i>Olasılık</i> |
| 8.23 | 0.4113 | 8.33 | 0.4018 | 16.33 | 0.0379** |
| Tesadüfi Etkili Model | | Tesadüfi Etkili Model | | Sabit Etkili Model | |
| ** ,*** ve **** sırasıyla istatistiksel olarak %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. | | | | | |

Panel regresyon analizine geçmeden önce modellerde heteroskedasite, otokorelasyon ve birimler arası korelasyon varsayımlarının sınanması gerekmektedir. Çalışmada kullanılan üç model için de uygun panel modelleri belirlenmiş ve bu modellerde kullanılabilen varsayım testleri ile modeller için varsayımlar sınanmıştır. Varsayımların sınanmasında kullanılan analiz sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Yüksek gelirli ekonomiler için tesadüfi etkili model ile analiz edilecek Model 1 için Levene, Brown ve Forsythe Testi ve sabit etkili model ile analiz edilecek Model 2 ve Model 3 için Değiştirilmiş Wald Testi sonuçlarına göre %1 anlamlılık düzeyinde modellerde heteroskedasite sorunu olduğu belirlenmiştir. Literatürde kritik değerleri yer almayan ve 2'den küçük olması durumunda otokorelasyonu işaret eden (Yerdelen Tatoğlu, 2013) Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testine göre Model 1'de otokorelasyon bulunmadığı, fakat Lagrange Çarpanı ve Düzeltilmiş Lagrange Çarpanına göre %1 anlamlılık düzeyinde otokorelasyon bulunduğu belirlenmiştir. Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testine göre Model 2 için 2 değerine oldukça yakın olmasından dolayı otokorelasyon bulunmadığı, Model 3 için ise 2 değerinin oldukça altında olduğundan dolayı otokorelasyon sorunu bulunduğu sonucuna varılmıştır. Kritik değerlerden büyük olan Frees Testi istatistikleri de her üç model için birimler arası korelasyona işaret etmiştir. Model 1 için heteroskedasite ve otokorelasyon sorunları belirlendiğinden panel regresyon analizi Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) Tahmincisi ile tesadüfi etkili model için; Model 2 için sadece heteroskedasite sorunu belirlendiğinden panel regresyon analizi Huber (1967), Eicker (1967) ve White (1980) Tahmincisi ile sabit etkili model için; Model 3 için heteroskedasite ve otokorelasyon sorunları belirlendiğinden panel regresyon analizi Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) Tahmincisi ile sabit etkili model için araştırılmıştır.

Üst-orta gelirli ekonomiler için tesadüfi etkili model ile analiz edilecek her üç model için Levene, Brown ve Forsythe Testi sonuçlarına göre %1 anlamlılık düzeyinde modellerde heteroskedasite sorunu olduğu belirlenmiştir. Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testine göre 2 değerine yakın olan istatistikler her üç model için de otokorelasyon bulunmadığına işaret etmesine rağmen Lagrange Çarpanına göre %1 anlamlılık düzeyinde her üç model için de otokorelasyon bulunduğu belirlenmiştir. Düzeltilmiş Lagrange Çarpanına göre de Model 2 ve Model 3'de otokorelasyon bulunduğu sonucuna varılmıştır. Kritik değerlerden büyük olan Frees Testi istatistikleri de her üç model için birimler arası korelasyon bulunduğunu göstermektedir. Model 1, Model 2 ve Model 3 için heteroskedasite ve otokorelasyon sorunları belirlendiğinden panel regresyon analizi dirençli standart hatalar veren Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) Tahmincisi ile tesadüfi etkili model için analiz edilmiştir.

Alt-orta gelirli ekonomiler için tesadüfi etkili model ile analiz edilecek Model 1 ve Model 2 için Levene, Brown ve Forsythe Testi ve sabit etkili model ile analiz edilecek Model 3 için Değiştirilmiş Wald Testi sonuçlarına göre %1 anlamlılık düzeyinde modellerde heteroskedasite sorunu olduğu belirlenmiştir. Model 2 için 2 değerine oldukça yakın olan Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testi otokorelasyon olmadığı göstermektedir. Ayrıca Model 2 için Lagrange Çarpanı ve Düzeltilmiş Lagrange Çarpanı da otokorelasyon sorunu bulunmadığı göstermektedir. Model 1 için Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testi 2 değerinin altındadır, ayrıca Lagrange Çarpanı otokorelasyona işaret ederken Düzeltilmiş Lagrange Çarpanı otokorelasyon bulunmadığını göstermektedir. Modelde otokorelasyon bulunduğu kabul edilerek analize devam edilmiştir. Model 3 için de Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi ve Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testi, 2 değerinin altında olduğundan modelde otokorelasyon bulunduğu kabul edilmiştir. Kritik değerlerden büyük olan Frees Testi istatistikleri de her üç model için birimler arası korelasyona işaret etmiştir. Model 1 için heteroskedasite ve otokorelasyon sorunları belirlendiğinden panel regresyon analizi Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) Tahmincisi ile tesadüfi etkili model için; Model 2 için sadece heteroskedasite sorunu belirlendiğinden panel regresyon analizi Huber (1967), Eicker (1967) ve White (1980) Tahmincisi ile tesadüfi etkili model için; Model 3 için heteroskedasite ve otokorelasyon sorunları belirlendiğinden panel regresyon analizi dirençli standart hatalar veren Arellano (1987), Froot (1989) ve Rogers (1993) Tahmincisi ile sabit etkili model için araştırılmıştır.

Tablo 5. Heteroskedasite, Otokorelasyon ve Birimler Arası Korelasyon Testleri Sonuçları

| Model 1 | Model 2 | | Model 3 | |
|--|---------------------------------|-----------------|---------------------------------|-----------------|
| Panel A: Yüksek Gelirli Ekonomiler için | | | | |
| Heteroskedasitenin Sınanması | | | | |
| <i>Levene, Brown ve Forsythe Testi</i> | <i>Değiştirilmiş Wald Testi</i> | | <i>Değiştirilmiş Wald Testi</i> | |
| W0 = 2.7638 Olasılık=0.0000* | <i>chi2</i> | <i>Olasılık</i> | <i>chi2</i> | <i>Olasılık</i> |

| | | | | |
|--|--|---|-----------|---------------------------------|
| W50 = 2.5514 Olasılık=0.0000* W10 = 2.7638 Olasılık=0.0000* | 18482.42 | 0.0000* | 33492.82 | 0.0000* |
| Otokorelasyonun Sınanması | | | | |
| <i>Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi</i> | | | | |
| 2.7914731 | 2.1521169 | | 1.2794485 | |
| <i>Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testi</i> | | | | |
| 3.1080757 | 2.2496754 | | 1.5812389 | |
| <i>Lagrange Çarpanı ve Düzeltilmiş Lagrange Çarpanı</i> | | | | |
| LM(lambda=0)= 105.37 Olasılık= 0.0000* ALM(lambda=0)= 111.05 Olasılık = 0.0000* | | | | |
| Birimler Arası Korelasyonun Sınanması | | | | |
| <i>Frees Testi (Kritik Değerler %10: 0.3169, %5: 0.4325, %1: 0.6605)</i> | | | | |
| 12.098* | 6.253* | | 7.898* | |
| Panel B: Üst-Orta Gelirli Ekonomiler için | | | | |
| Heteroskedasitenin Sınanması | | | | |
| <i>Levene, Brown ve Forsythe Testi</i> | | | | |
| W0 = 8.2870 Olasılık = 0.0000* W50 = 3.7181 Olasılık = 0.0000* W10 = 8.2870 Olasılık = 0.0000* | W0 = 4.3901 Olasılık = 0.0000* W50 = 3.5896 Olasılık = 0.0000* W10 = 4.3901 Olasılık = 0.0000* | W0 = 3.0024 Olasılık = 0.0000* W50 = 1.5994 Olasılık = 0.0194** W10 = 3.0024 Olasılık = 0.0000* | | |
| Otokorelasyonun Sınanması | | | | |
| <i>Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi</i> | | | | |
| 1.7207449 | 2.6168666 | | 1.6570613 | |
| <i>Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testi</i> | | | | |
| 2.1645666 | 2.7103955 | | 1.8914124 | |
| <i>Lagrange Çarpanı ve Düzeltilmiş Lagrange Çarpanı</i> | | | | |
| LM(lambda=0)= 232.13 Olasılık = 0.0000* ALM(lambda=0)= 0.64 Olasılık = 0.4224 | LM(lambda=0)= 16.60 Olasılık = 0.0000* ALM(lambda=0)= 18.50 Olasılık = 0.0000* | LM(lambda=0)= 8.14 Olasılık = 0.0043* ALM(lambda=0)= 15.44 Olasılık = 0.0001* | | |
| Birimler Arası Korelasyonun Sınanması | | | | |
| <i>Frees Testi (Kritik Değerler %10: 0.3169, %5: 0.4325, %1: 0.6605)</i> | | | | |
| 4.563* | 5.773* | | 5.024* | |
| Panel C: Alt-Orta Gelirli Ekonomiler için | | | | |
| Heteroskedasitenin Sınanması | | | | |
| <i>Levene, Brown ve Forsythe Testi</i> | | <i>Levene, Brown ve Forsythe Testi</i> | | <i>Değiştirilmiş Wald Testi</i> |
| W0 = 9.7051 Olasılık = 0.0000* W50 = 6.0488 Olasılık = 0.0000* W10 = 9.7051 Olasılık = 0.0000* | W0 = 3.5353 Olasılık = 0.0000* W50 = 3.1220 Olasılık = 0.0000* W10 = 3.5353 Olasılık = 0.0000* | chi2 | Olasılık | |
| | | 940.77 | 0.0000* | |
| Otokorelasyonun Sınanması | | | | |
| <i>Bhargava, Franzini ve Narendranathan'ın Durbin-Watson Testi</i> | | | | |
| 1.3493121 | 2.043053 | | 1.4406249 | |
| <i>Baltagi-Wu'nun Yerel En İyi Değişmez Testi</i> | | | | |
| 1.8118748 | 2.2099475 | | 1.7616409 | |
| <i>Lagrange Çarpanı ve Düzeltilmiş Lagrange Çarpanı</i> | | <i>Lagrange Çarpanı ve Düzeltilmiş Lagrange Çarpanı</i> | | |
| LM(lambda=0)= 191.77 Olasılık = 0.0000* ALM(lambda=0)= 0.01 Olasılık = 0.9253 | LM(lambda=0)= 2.00 Olasılık = 0.1572 ALM(lambda=0)= 0.28 Olasılık = 0.5967 | | | |
| Birimler Arası Korelasyonun Sınanması | | | | |
| <i>Frees Testi (Kritik Değerler %10: 0.3169, %5: 0.4325, %1: 0.6605)</i> | | | | |
| 2.572* | 1.951* | | 1.283* | |
| **, ***, ve **** sırasıyla istatistiksel olarak %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. | | | | |

Her üç gelir seviyesindeki ekonomiler için dirençli standart hatalar veren tahminciler ile panel regresyon analizleri yapılmış ve sonuçlar Tablo 6'te özet olarak sunulmuştur.

Tablo 6. Panel Regresyon Analizi Sonuçları

| | Model 1 | | | Model 2 | | | Model 3 | | |
|--|--------------------------------------|----------|----------|-----------------------------------|---------|----------|--------------------------------------|----------|----------|
| Panel A: Yüksek Gelirli Ekonomiler için | | | | | | | | | |
| | Arellano, Froot ve Rogers Tahmincisi | | | Huber, Eicker ve White Tahmincisi | | | Arellano, Froot ve Rogers Tahmincisi | | |
| | Katsayı | St. Hata | Olasılık | Katsayı | St.Hata | Olasılık | Katsayı | St. Hata | Olasılık |
| NÜFUS | 0.0048 | 0.0032 | 0.129 | 0.0056 | 0.0062 | 0.372 | -0.0122 | 0.0160 | 0.450 |
| MOBİL | 0.0001 | 0.0001 | 0.502 | 0.0001 | 0.0001 | 0.317 | 0.0002 | 0.0003 | 0.436 |
| İNTERNET | 0.0003 | 0.0005 | 0.539 | 0.0004 | 0.0003 | 0.146 | 0.0013 | 0.0006 | 0.048** |
| TÜFE | 0.0008 | 0.0006 | 0.204 | 0.0004 | 0.0004 | 0.283 | 0.0013 | 0.0011 | 0.217 |
| KADIN | -0.0003 | 0.0002 | 0.223 | -0.0041 | 0.0027 | 0.138 | 0.0063 | 0.0045 | 0.164 |
| KENTSEL | 0.0001 | 0.0001 | 0.199 | -0.0008 | 0.0011 | 0.468 | 0.0038 | 0.0025 | 0.145 |
| GSYİH | 0.0311 | 0.0108 | 0.004* | 0.0331 | 0.0114 | 0.006* | 0.0134 | 0.0465 | 0.774 |
| NÜFUSARTIŞ | -0.0007 | 0.0024 | 0.773 | 0.0010 | 0.0030 | 0.739 | 0.0004 | 0.0039 | 0.917 |
| C | -0.0005 | 0.0148 | 0.973 | 0.2585 | 0.1762 | 0.149 | -0.5962 | 0.3308 | 0.078 |
| Wald chi2 | 38.35 | | | 3.56 | | | 2.02 | | |

| | | | | | | | | | |
|---|--------------------------------------|----------|----------|--------------------------------------|----------|----------|--------------------------------------|----------|----------|
| Olasılık | 0.0000* | | | 0.0027* | | | 0.0638*** | | |
| R2 | 0.0219 | | | 0.0325 | | | 0.0372 | | |
| Gözlem | 384 | | | 384 | | | 384 | | |
| Panel B: Üst-orta Gelirli Ekonomiler için | | | | | | | | | |
| | Arellano, Froot ve Rogers Tahmircisi | | | Arellano, Froot ve Rogers Tahmircisi | | | Arellano, Froot ve Rogers Tahmircisi | | |
| | Katsayı | St. Hata | Olasılık | Katsayı | St. Hata | Olasılık | Katsayı | St. Hata | Olasılık |
| NÜFUS | 0.0119 | 0.0127 | 0.351 | 0.0009 | 0.0042 | 0.828 | -0.0073 | 0.0055 | 0.184 |
| MOBİL | 0.0001 | 0.0001 | 0.234 | 0.0002 | 0.0001 | 0.011** | 0.0003 | 0.0001 | 0.014** |
| İNTERNET | 0.0003 | 0.0002 | 0.095*** | -0.0004 | 0.0002 | 0.108 | 0.0001 | 0.0002 | 0.730 |
| TÜFE | -0.0004 | 0.0003 | 0.111 | 0.0002 | 0.0002 | 0.276 | -0.0009 | 0.0002 | 0.000* |
| KADIN | -0.0025 | 0.0111 | 0.824 | -0.0004 | 0.0010 | 0.647 | 0.0002 | 0.0015 | 0.913 |
| KENTSEL | -0.0046 | 0.0131 | 0.724 | 0.0042 | 0.0029 | 0.143 | 0.0021 | 0.0047 | 0.650 |
| GSYİH | 0.0471 | 0.0118 | 0.000* | 0.0131 | 0.0076 | 0.084*** | 0.0225 | 0.0217 | 0.300 |
| NÜFUSARTIŞ | -0.0093 | 0.0055 | 0.090*** | 0.0014 | 0.0023 | 0.552 | -0.0105 | 0.0028 | 0.000* |
| C | 0.2993 | 0.5703 | 0.600 | 0.0207 | 0.0484 | 0.669 | -0.0079 | 0.0757 | 0.916 |
| Wald chi2 | 23.11 | | | 11.72 | | | 71.80 | | |
| Olasılık | 0.0032* | | | 0.1642 | | | 0.0000* | | |
| R2 | 0.0855 | | | 0.0414 | | | 0.0598 | | |
| Gözlem | 304 | | | 304 | | | 304 | | |
| Panel C: Alt-orta Gelirli Ekonomiler için | | | | | | | | | |
| | Arellano, Froot ve Rogers Tahmircisi | | | Huber, Eicker ve White Tahmircisi | | | Arellano, Froot ve Rogers Tahmircisi | | |
| | Katsayı | St. Hata | Olasılık | Katsayı | St. Hata | Olasılık | Katsayı | St. Hata | Olasılık |
| NÜFUS | -0.0026 | 0.0153 | 0.865 | 0.0019 | 0.0019 | 0.339 | -0.0278 | 0.0178 | 0.129 |
| MOBİL | 0.0002 | 0.0001 | 0.014** | 0.0000 | 0.0000 | 0.324 | 0.0000 | 0.0002 | 0.769 |
| İNTERNET | 0.0001 | 0.0003 | 0.776 | 0.0003 | 0.0001 | 0.042** | -0.0001 | 0.0003 | 0.830 |
| TÜFE | -0.0011 | 0.0002 | 0.000* | 0.0000 | 0.0001 | 0.795 | -0.0017 | 0.0004 | 0.000* |
| KADIN | 0.0013 | 0.0054 | 0.804 | -0.0010 | 0.0006 | 0.076*** | -0.0239 | 0.0146 | 0.110 |
| KENTSEL | 0.0227 | 0.0386 | 0.556 | 0.0017 | 0.0034 | 0.624 | 0.0260 | 0.0488 | 0.598 |
| GSYİH | 0.0355 | 0.0123 | 0.004* | 0.0080 | 0.0077 | 0.301 | 0.0135 | 0.0202 | 0.508 |
| NÜFUSARTIŞ | 0.0426 | 0.0273 | 0.119 | 0.0384 | 0.0140 | 0.006* | 0.0331 | 0.0104 | 0.003* |
| C | 0.0412 | 0.2626 | 0.875 | 0.0555 | 0.0310 | 0.074*** | 1.2109 | 0.7334 | 0.109 |
| Wald chi2 | 43.68 | | | 27.86 | | | 3.59 | | |
| Olasılık | 0.0000* | | | 0.0005* | | | 0.0046* | | |
| R2 | 0.1608 | | | 0.1981 | | | 0.1039 | | |
| Gözlem | 256 | | | 256 | | | 256 | | |
| ** ve *** sırasıyla istatistiksel olarak %1 ve %5 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir. | | | | | | | | | |

Yüksek gelirli ekonomiler için analiz sonuçları incelendiğinde Model 1 Wald Testi olasılık değeri kurulan modelin %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu göstermektedir. Modelde yer alan bağımsız değişkenlerden sadece GSYİH değişkeni anlamlıdır. %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı ve pozitif katsayılı GSYİH değişkeni, kişi başına gayri safi milli hasıladaki artışın finansal tabana yayılma endeksini artırdığını göstermektedir. Elde edilen bulgular Evans ve Adeoye (2016) ve Evans ve Alenoghena (2017) tarafından farklı piyasalar için bulunan sonuçlarla tutarlıdır. Gelir seviyesindeki artışın finansal olarak dışlanmış kesimin finansal sisteme dahil edilmesinde önem taşımaktadır. Model 2 için elde edilen bulgular Model 1 için elde edilen bulgularla benzerdir. F testi olasılık değeri kurulan modelin anlamlı olduğunu göstermektedir. Değişkenlerden sadece GSYİH istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif katsayılıdır. Yüksek gelirli ekonomilerde, kişi başına gelir seviyesi yüksek olmakla birlikte gelir seviyesindeki artışın hala finansal erişim endeksini artırıcı etkisi bulunduğu tespit edilmiştir. Kurulan Model 3'ün %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Modelde yer alan değişkenlerden ise sadece İNTERNET değişkeninin anlamlı olduğu belirlenmiştir. %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı ve pozitif katsayılı olan İNTERNET değişkeni, yüksek gelirli ekonomilerde bireyler arasında internet kullananların oranındaki artışın finansal kullanım endeksini artırdığı, bireylerin internete ulaşımının artmasının finansal sistemi kullanmalarını artırdığı sonucunu ortaya koymuştur. Yüksek gelirli ekonomiler için, kişi başına GSYİH'daki artışın finansal tabana yayılma endeksini ve finansal erişim endeksini pozitif olarak etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca internet kullanan bireylerin oranındaki artışın da finansal kullanım endeksini pozitif olarak etkilediği tespit edilmiştir.

Üst-orta gelirli ekonomiler için Wald Testi olasılık değeri Model 1'in %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğuna işaret etmektedir. Analiz sonuçlarına göre GSYİH değişkeni %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı ve pozitif katsayılıdır. Kişi başına GSYİH'daki artış finansal tabana yayılma endeksini artırmaktadır ve elde edilen katsayının yüksek gelirli ekonomiler için elde edilen katsayıdan büyük olması, üst-orta gelirli ekonomiler için bu etkinin daha yüksek olduğuna işaret etmektedir. Kişi başına GSYİH'daki %1'lik bir artış, üst-orta gelirli ekonomiler için finansal tabana yayılma endeksinde yüksek gelirli ekonomiler için olandan daha yüksek bir artış sağlamaktadır. %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı olan İNTERNET değişkeninin pozitif katsayılı olması da internet kullanan bireylerin oranındaki artışın finansal tabana yayılma endeksi üzerindeki pozitif etkisini göstermektedir. İnternet kullanan bireylerin oranındaki artış üst-orta gelirli ekonomiler için finansal tabana yayılmaya pozitif etki sağlamaktadır. NÜFUSARTIŞ değişkeni ise %10 anlamlılık düzeyinde anlamlı ve negatif katsayılıdır. Bu sonuç, üst-orta gelirli ekonomilerde nüfus artış hızındaki artışın finansal tabana yayılma endeksini azalttığını, nüfusun hızlı artmasının bu ekonomiler için finansal tabana yayılmayı olumsuz etkilediğini göstermiştir. Model 2 için ise Wald testi olasılık değerine göre modelin anlamlı olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle üst-orta gelirli ekonomilerde finansal kullanım endeksine etki eden faktörler açıklanamamıştır. Model 3'ün %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu

belirlenmiştir. Finansal tabana yayılma endeksine benzer şekilde nüfus artış hızındaki artışın finansal kullanım endeksini de negatif yönde etkilediği istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Nüfusun hızlı artmasının finansal tabana yayılma endeksini azalttığı gibi finansal kullanım endeksini de azalttığı, nüfustaki hızlı artışın finansal tabana yayılma üzerinde olumsuz etkisi bulunduğu belirlenmiştir. Mobil telefon aboneleri olanların oranındaki artışın finansal kullanım endeksini pozitif yönde etkilediği görülmektedir. İnternet kullanıcı oranındaki artışın finansal tabana yayılma endeksi üzerindeki ve mobil telefon aboneliği oranının finansal kullanım endeksini artırması, mobil teknolojiler ve internete yapılacak yatırımın finansal tabana yayılma açısından önemini ortaya koymaktadır. Yine anlamlı bulunan bir diğer değişken TÜFE'dir. Tüketici fiyatlarında daha fazla artışın finansal kullanım endeksini negatif yönde etkilediği, enflasyondaki yüksek artışın bireyleri finansal sistemi kullanmaktan uzaklaştırdığı belirlenmiştir.

Alt-orta gelirli ekonomiler için analiz sonuçları incelendiğinde Wald Testi olasılık değeri Model 1'in %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu göstermektedir. Yüksek gelirli ve üst-orta gelirli ekonomiler için belirlenen duruma benzer şekilde GSYİH değişkenindeki artışın finansal tabana yayılma endeksini artırdığı belirlenmiştir. Kişi başına GSYİH'daki artış incelenen tüm gelir seviyelerindeki ekonomiler için finansal tabana yayılma endeksi üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Alt-orta gelirli ekonomiler için MOBİL değişkeninin FTYE üzerindeki pozitif etkisi de %5 anlamlılık düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Toplumdaki mobil abone sahiplerinin oranının artmasının finansal tabana yayılma endeksini artırdığı belirlenmiştir. %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı ve negatif katsayılı TÜFE değişkeni ise, tüketici fiyatlarındaki daha yüksek artışların alt-orta gelirli ekonomiler için finansal tabana yayılma endeksini azalttığını, bireylerin finansal sistemden uzaklaşmasına neden olduğunu ortaya koymaktadır. Finansal erişim endeksinin (FEE) bağımlı değişken olarak yer aldığı Model 2 için Wald Testi olasılık değeri kurulan modelin %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir. Alt-orta gelirli ekonomiler için internet kullanıcıların oranındaki artışın finansal erişim endeksini pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir. Söz konusu ekonomiler için nüfus artış hızının daha yüksek olmasının da finansal erişim endeksini pozitif yönde etkilediği görülmektedir. KADIN değişkeninin istatistiksel olarak anlamlı ve negatif katsayısı ise alt-orta gelirli ekonomilerde kadın nüfus oranındaki artışın finansal erişim endeksini olumsuz yönde etkilediğini göstermektedir. Bu sonuç bu ekonomiler için kadınların finansal sisteme dahil edilmesi için daha yoğun çaba gerekliliğini ortaya koymaktadır. Model 3'ün %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu F Testi olasılık değerinden görülmektedir. Modelde yer alan NÜFUSARTIŞ değişkeninin %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ve katsayısının pozitif olduğu görülmektedir. Alt-orta gelirli ekonomiler için nüfus artış hızının daha yüksek olmasının finansal erişim endeksini olduğu gibi finansal kullanım endeksini de pozitif yönde etkilediği görülmektedir. TÜFE değişkeninin %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı negatif katsayısı da enflasyondaki daha yüksek artışların finansal kullanım endeksini olumsuz yönde etkilediğini göstermiştir.

Sonuç ve Değerlendirme

Finansal tabana yayılmanın gelir seviyesini yükseltmesi, gelir eşitsizliğini azaltması, ekonomik büyümeye katkıda bulunması, eğitim ve sağlık olanaklarını iyileştirmesi, fiyat istikrarının sağlanmasını kolaylaştırması, finansal istikrara katkıda bulunması gibi beklenen olumlu etkileri küresel anlamda artırılması yönündeki çabaları yoğunlaştırmıştır. Bu noktada finansal tabana yayılma üzerinde etkileri olan faktörlerin belirlenmesi, artırılması yönündeki çabaların verimli olması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışma da finansal tabana yayılmaya etki eden makro faktörlerin farklı gelir düzeyindeki ülke gruplarında belirlenmesi amacına odaklanmıştır.

Çalışmada oluşturulan finansal erişim endeksi, finansal kullanım endeksi ve bu iki endeksin bileşim olarak finansal tabana yayılma endeksine etki eden makro faktörler yüksek gelirli, üst-orta gelirli ve alt-orta gelirli ekonomiler için 2010-2018 döneminde panel regresyon analizi ile araştırılmıştır.

Elde edilen bulgular, yüksek gelirli ekonomiler için internet kullanan bireylerin oranındaki artışın finansal kullanım endeksi üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Kişi başına GSYİH ise finansal erişim endeksini ve finansal tabana yayılma endeksini pozitif yönde etkileyen faktör olarak tespit edilmiştir. Yüksek gelirli ekonomilerde finansal tabana yayılma düzeyi genel olarak yüksek olmasına rağmen daha da artırılması için kişi başına GSYİH ve internet kullanımının artırılmasına odaklanılması gerektiği belirlenmiştir.

Üst-orta gelirli ekonomilerde mobil hat sahibi bireylerin oranındaki artışın finansal kullanım endeksini ve internet kullanan bireylerin oranındaki artışın finansal tabana yayılma endeksini artırdığı belirlenmiştir. Bu ekonomilerde finansal tabana yayılmanın artırılması için internet ve mobil teknolojilere erişimin artırılması yönündeki politika ve eylemler önem taşımaktadır. Üst-orta gelirli ekonomilerde tüketici fiyat endeksinin finansal kullanım endeksi üzerindeki etkisi tespit edilmiştir. Bu sonuç enflasyonun diğer olumsuz etkileri yanında finansal tabana yayılmaya da zarar verdiğini göstermektedir. Üst-gelirli ekonomiler için nüfus artış hızındaki yükselmenin finansal kullanım endeksi ve finansal tabana yayılma üzerindeki olumsuz etkisi belirlenmiş olup bu ekonomiler için nüfusun hızlı artmasının finansal tabana yayılma düzeyini düşürdüğünü göstermektedir.

Genel olarak finansal tabana yayılma düzeyinin düşük olduğu alt-gelirli ekonomilerde internet kullanan bireylerin oranında ve mobil aboneliği bulunan bireylerinin oranındaki artışın sırasıyla finansal erişim endeksini ve finansal tabana yayılma endeksini olumlu olarak etkilediği belirlenmiştir. Bu bulgular üst-orta gelirli ekonomilerde olduğu gibi alt-orta gelirli ekonomilerde de internet ve mobil erişimin finansal tabana yayılma açısından önemli olduğunu göstermiştir. Alt-gelirli ekonomilerde nüfus artış hızının yükselmesinin finansal erişim endeksi ve finansal kullanım endeksi üzerindeki olumlu etkisi bulunmuştur. Yine kişi başına GSYİH'daki artışın finansal tabana yayılma üzerindeki pozitif etkisi de belirlenmiştir. Tüketici fiyat endeksindeki artışın finansal kullanım endeksi ve finansal tabana yayılma endeksi üzerindeki olumsuz etkisi ise üst-gelirli ekonomilerde olduğu gibi enflasyonun finansal tabana yayılmaya verdiği zararı göstermektedir. Alt-gelirli ekonomiler için kadın nüfus oranındaki artışın finansal erişim endeksi üzerindeki olumsuz etkisi de bu ekonomilerde kadınların finansal sisteme erişiminin artırılması yönünde daha yoğun çaba gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Çalışmada elde edilen bulgular finansal tabana yayılmanın artırılabilmesi için ilgili tarafların üzerinde yoğunlaşması gereken noktalara işaret etmektedir. Böylelikle bu çalışma gerek dünyada gerekse Türkiye'de finansal tabana yayılmanın artırılması yönünde çaba sarf eden kurum ve politika yapıcılar için yol gösterici olabilecektir.

Kaynakça

- AFI (2021). *Global Policy Leadership Alliance*. [Available online at: <https://www.afi-global.org/about/>], Retrieved on February 04,2021.
- Agyemang-Badu, A. A., Agyei, K. & Kwaku Duah, E. (2018). Financial inclusion, poverty and income inequality: Evidence from Africa. *Spiritana International Journal of Poverty Studies*, 2(2), 1-19.
- Ahamed, M. M. & Mallick, S. K. (2019). Is financial inclusion good for bank stability? International evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 157, 403-427.
- Arellano, M. (1987). Computing robust standard errors for within-groups estimators. *Oxford bulletin of Economics and Statistics*, 49(4), 431-434.
- Arora, R. U. (2014). Access to finance: an empirical analysis. *The European Journal of Development Research*, 26(5), 798-814.
- Baltagi, B. H. & Wu, P. X. (1999). Unequally spaced panel data regressions with AR (1) disturbances. *Econometric Theory*, 15, 814-823.
- Bhargava, A., Franzini, L. & Narendranathan, W. (1982). Serial correlation and the fixed effects model. *The Review of Economic Studies*, 49(4), 533-549.
- Bozkurt, İ., Karakuş, R. & Yıldız, M. (2018). Spatial Determinants of Financial Inclusion over Time. *Journal of International Development*, 30(8), 1474-1504.
- Bozkurt, İ. & Karakuş, R. (2020). Provincial Financial Inclusion in Turkey: Measurement and Its Spatial Determinants. *Ege Academic Review*, 20(2), 101-124.
- Brown, M. B. & Forsythe, A. B. (1974). The small sample behavior of some statistics which test the equality of several means. *Technometrics*, 16(1), 129-132.
- Claessens, S. (2006). Access to financial services: A review of the issues and public policy objectives. *The World Bank Research Observer*, 21(2), 207-240.
- Claessens, S., Honohan, P., & Rojas-Suarez, L. (2009). *Policy Principles for Expanding Financial Access. Report of the CGD Task Force on Access to Financial Services*. [Available online at: [https://www.cgdev.org/sites/14 of 15 RAY ET AL. default/files/1422882_file_Financial_Access_Task_Force_Report_FINAL.pdf](https://www.cgdev.org/sites/14%20of%2015%20RAY%20ET%20AL.%20default/files/1422882_file_Financial_Access_Task_Force_Report_FINAL.pdf)], Retrieved on November 12, 2020.
- Dabla-Norris, E., Kochhar, K., Suphaphiphat, N., Ricka, F., & Tsounta, E. (2015). *Causes and Consequences of Income Inequality: a Global Perspective*. IMF Staff Discussion Notes 15/13.
- Dabla-Norris, M. E., Ji, Y., Townsend, R., & Unsal, D. F. (2015). *Identifying Constraints to Financial Inclusion and Their Impact on GDP and Inequality: A Structural Framework for Policy*. IMF Working Paper 15/22, Washington: International Monetary Fund.
- Datta, S. K., & Singh, K. (2019). Variation and determinants of financial inclusion and their association with human development: A cross-country analysis. *IIMB Management Review*, 31(4), 336-349.

- Duvendack, M., & Mader, P. (2020). Impact of financial inclusion in low-and middle-income countries: A systematic review of reviews. *Journal of Economic Surveys*, 34(3), 594-629.
- Dünya Bankası (2008). *Finance for All? Policies and Pitfalls in Expanding Access*. Washington, D.C.:World Bank Policy Research Report.
- Dünya Bankası (2021). *Financial Inclusion*. [Available online at: <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion>], Retrieved on February 02, 2021.
- Eicker, F. (1967). Limit Theorems for Regressions with Unequal and Dependent Errors. (Ed. L. M. LeCam and J. Neyman) *Proc. 5th Berkeley Symp. Mathematical Statistics and Probability*, 59-82, Berkeley: University of California Press.
- El Bourainy, M., Salah, A., & El Sherif, M. (2021). Assessing the Impact of Financial Inclusion on Inflation Rate in Developing Countries. *Open Journal of Social Sciences*, 9(1), 397-424.
- Evans, O. & Adeoye, B. (2016). The Determinants of Financial Inclusion in Africa: A Dynamic Panel Data Approach. *University of Mauritius Research Journal*, 22, 310-336.
- Evans, O. & Alenoghena, O. R. (2017). Financial inclusion and GDP per capita in Africa: A Bayesian VAR model. *Journal of Economics & Sustainable Development*, 8(18), 44-57.
- Finansal İstikrar Komitesi (2014). *Finansal Erişim, Finansal Eğitim, Finansal Tüketicinin Korunması Stratejisi ve Eylem Planları*. [Çevrim-içi: <https://tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/Finansal-Egitim-Strateji-ve-Eylem-Planlari.pdf>], Erişim tarihi:10.12.2020.
- Frees, E. W. (1995). Assessing cross-sectional correlation in panel data. *Journal of Econometrics*, 69(2), 393-414.
- Frees, E. W. (2004). *Longitudinal and panel data: analysis and applications in the social sciences*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Froot, K. A. (1989). Consistent covariance matrix estimation with cross-sectional dependence and heteroskedasticity in financial data. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 24, 333-355.
- George, B. & Thomachan, K. T. (2018). Financial inclusion and women empowerment: A gender perspective. *International Journal of Research-GRANTHAALAYAH*, 6(5), 229-237.
- GPFI (2011). *G20 Principles for Innovative Financial Inclusion*. [Available online at: <https://www.gpfi.org/sites/gpfi/files/documents/G20%20Principles%20for%20Innovative%20Financial%20Inclusion%20-%20AFI%20brochure.pdf>], Retrieved on November 15, 2020.
- GPFI (2021). *About GPFI*. [Available online at: <https://www.gpfi.org/about-gpfi>], Retrieved on January 02, 2021.
- Greene, W. H. (2000). *Econometric analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- G20 (2010a). *The G20 Seoul Summit Leaders' Declaration November 11 – 12*. [Available online at: https://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/press_data/en/er/117705.pdf], Retrieved on October 01, 2020.
- G20 (2010b). *Multi-Year Action Plan on Development*. [Available online at: <http://www.g20.utoronto.ca/2010/g20seoul-consensus.pdf>], Retrieved on October 01, 2020.
- Hausman, J. (1979). Specification Tests in Econometrics. *Econometrica*, 46(6), 1251–1271.
- Hausman, J. & Taylor, W. (1981). Panel Data and Unobservable Individual Effects. *Econometrica*, 49(6), 1377–1397.
- Huber, P. J. (1967). The behaviour of maximum likelihood estimates under non-standard conditions. (Ed. L. M. LeCam and J. Neyman) *Proc. 5th Berkeley Symp. Mathematical Statistics and Probability*, 221–233, Berkeley: University of California Press.
- Im, K., Pesaran, H., & Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogenous panels. *Journal of Econometrics*, 115, 53–74.
- Karabulut, R. ve Şeker, K. (2018). Belirlenmiş değişkenlerin vergi gelirleri üzerindeki etkisi: çoklu doğrusal regresyon analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(3), 1049-1070.
- Kim, D. W., Yu, J. S., & Hassan, M. K. (2018). Financial inclusion and economic growth in OIC countries. *Research in International Business and Finance*, 43, 1-14.

- Kim, J-H (2016). A study on the effect of financial Inclusion on the relationship between income inequality and economic growth. *Emerging Markets Finance and Trade*, 52(2), 498-512.
- Korynski, P., & Pytkowska, J. (2016). *Measuring financial inclusion in the EU: Financial inclusion score approach*. Warsaw Microfinance Centre Working Paper.
- Levene, H. (1960). Robust tests for equality of variances. In I. Olkin, S.G. Ghurye, W. Hoeffding, W.G. Madow & H.B. Mann (Edt.) *Contributions to probability and statistics. Essays in honor of Harold Hotelling* (pp. 278-292). Stanford, Carolina: Stanford University Press.
- Matekenya, W., Moyo, C., & Jeke, L. (2020). Financial Inclusion and Human Development: Evidence from Sub-Saharan Africa. *Development Southern Africa*, doi: 10.1080/0376835X.2020.1799760.
- Mehrotra, A. N., & Yetman, J. (2015). Financial inclusion-issues for central banks. *BIS Quarterly Review*, March 2015.
- Neaime, S., & Gaysset, I. (2018). Financial inclusion and stability in MENA: Evidence from poverty and inequality. *Finance Research Letters*, 24, 230-237.
- Omokanmi, O. J., & Ogunleye, E. O. (2020). Financial Inclusion and Human Development in Sub-Saharan Africa. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 11(1), 1-9.
- Özhan, A. C. (2018). *Financial Inclusion and Its Impact on Growth and Inequality: Focusing on Europe and Central Asia (ECA)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Park, C., & Mercado, Jr. R. V. (2015). *Financial Inclusion, Poverty, and Income Inequality in Developing Asia*. ADB Economics Working Paper Series No. 426.
- Patwardhan, A. (2018). Financial Inclusion in the Digital Age. In David Lee Kuo Chuen, Robert Deng (Edt.), *Handbook of Blockchain, Digital Finance and Inclusion* (pp. 57-89), Academic Press.
- Pesaran, H. (2004). *General diagnostic tests for cross section dependence in panels*. University of Cambridge Working Paper No: 0435.
- Pesaran, M. H. (2007). A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross-Section Dependence. *Journal of Applied Econometrics*, 22(2), 265-312.
- Raza, M.S., Tang, J., Rubab, S., & Wen, X. (2019). Determining the nexus between financial inclusion and economic development in Pakistan. *Journal of Money Laundering Control*, 22(2), 195-209.
- Rogers, W.H. (1993). Regression Standard Errors in Clustered Samples. *Stata Technical Bulletin*, 13, 19-23.
- Rojas-Suarez, L. (2016). *Financial Inclusion in Latin America. Facts, obstacles, and Central Banks' policy issues*. Discussion Paper IDB-DP-464, Washington, D.C.: InterAmerican Development Bank.
- Sarma, M. (2008). *Index of Financial Inclusion*. Indian Council for Research on International Economic Relations Working Paper No. 215.
- Sarma, M. (2010). *Discussion paper in economics: Index of financial inclusion*. New Delhi: Centre for International Trade and Development.
- Sarma, M. (2012). *Index of Financial Inclusion – A Measure of Financial Sector Inclusiveness*. HTW's Competence Centre "Money, Trade, Finance and Development". Working Paper No. 07/2012.
- Sarma, M. & Pais, J. (2008). *Financial inclusion and development: A cross country analysis*. Annual Conference of the Human Development and Capability Association, New Delhi.
- TCMB (2019). *Finansal İstikrar Raporu Mayıs 2019*. [Çevrim-içi: <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/14175780-cbce-43f1-ba5b-bef6bb911966/bolumV28.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-14175780-cbce-43f1-ba5b-bef6bb911966-mlcMc.n>], Erişim tarihi:06.02.2021.
- Wang, X., & Guan, J. (2017). Financial inclusion: measurement, spatial effects and influencing factors. *Applied Economics*, 49(18), 1751-1762.
- White, H. (1980). A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. *Econometrica*, 48, 817-838.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2013). *Panel veri ekonometrisi: Stata uygulamalı*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Yorulmaz, R. (2018). An analysis of constructing global financial inclusion indices. *Borsa Istanbul Review*, 18(3), 248-258.

Zhang, Q., & Posso, A. (2019). Thinking inside the box: A closer look at financial inclusion and household income. *The Journal of Development Studies*, 55(7), 1616-1631.

Extended Abstract

Aim and Scope

Increasing financial inclusion is important and the positive effects of financial inclusion are known. However, it is also important to determine the factors affecting financial inclusion to increase it. Identifying the factors that have positive or negative effects on financial inclusion will contribute significantly to intensifying efforts to increase financial inclusion and determining the points to be considered. The aim of this study is to determine the macro determinants of financial inclusion for economies at different income levels.

Methods

In the study, macro-level factors affecting financial inclusion are investigated separately for high-income, upper-middle-income and lower-middle-income economies. In the study, an index is created to express the financial inclusion. In the creation of the financial inclusion index, firstly, the sub-indices, the financial access index and the financial usage index, were created. In the study, the financial access index and financial use index, which was created by using annual data for the period between 2010-2018, and the financial inclusion index, which was created by combining these indices, forms the dependent variables of the study. The effect of population aged 15-64 (% of total population), mobile phone subscriptions (per 100 people), internet users (% of population), inflation, consumer prices (% annual), female population (% of total population), urban population (% of total population), natural logarithm of GDP per capita (current US dollar), and population growth (% per year) on the indexes are investigated by panel regression analysis.

Findings

For high-income economies, it was determined that the increase in GDP per capita positively affected the financial inclusion index and the financial access index. In addition, the increase in the rate of individuals using the internet has a positive effect on the financial usage index.

For upper-middle-income economies, the increase in GDP per capita and the proportion of individuals using the internet increases the financial inclusion index. Population growth rate, on the other hand, affects the financial inclusion index and financial usage index negatively. The increase in the rate of mobile phone subscribers affects the financial usage index positively, while the increase in consumer prices affects the financial usage index negatively.

For lower-middle-income economies, the increase in GDP per capita and the ratio of mobile subscribers increases the financial inclusion index. On the other hand, the increase in consumer prices has negative effect on financial inclusion index and financial usage index. The results show that the increase in the rate of internet users positively affects the financial access index, while the increase in the female population affects the financial access index negatively. The higher population growth rate affects the financial access and the financial usage index positively.

Conclusion

Although the level of financial inclusion is generally high in high-income economies, it has been determined that it is necessary to focus on increasing GDP per capita and internet use in order to increase financial inclusion further. In order to increase financial inclusion in upper-middle-income economies, policies and actions to increase access to internet and mobile technologies are important. The negative effect of the consumer price index on the financial usage index in upper-middle-income economies has been determined. This result shows that inflation also harms financial inclusion as well as other negative effects. It has been determined that the increase in the rate of individuals using the internet and the rate of individuals with mobile subscriptions in lower-middle-income economies, where the level of financial inclusion is generally low, positively affects the financial access index and the financial inclusion index, respectively. These findings showed that internet and mobile access are important in terms of financial inclusion in lower-middle-income economies as well as in upper-middle-income economies. It has been found that the increase in population growth rate in low-income economies has a positive effect on the financial access index and financial usage index. The positive effect of the increase in GDP per capita on financial inclusion was also determined. The negative impact of the increase in the consumer price index on the financial usage index and financial inclusion index shows the damage caused by inflation to financial inclusion, as in upper-middle-income economies. The negative impact of the increase in the female population ratio on the financial access index for lower-middle-income economies also reveals the need for more intense efforts to increase women's access to the financial system in these economies.

EK 1. Ükelere göre Finansal Tabana Yayılma Endeksleri (2010-2018)

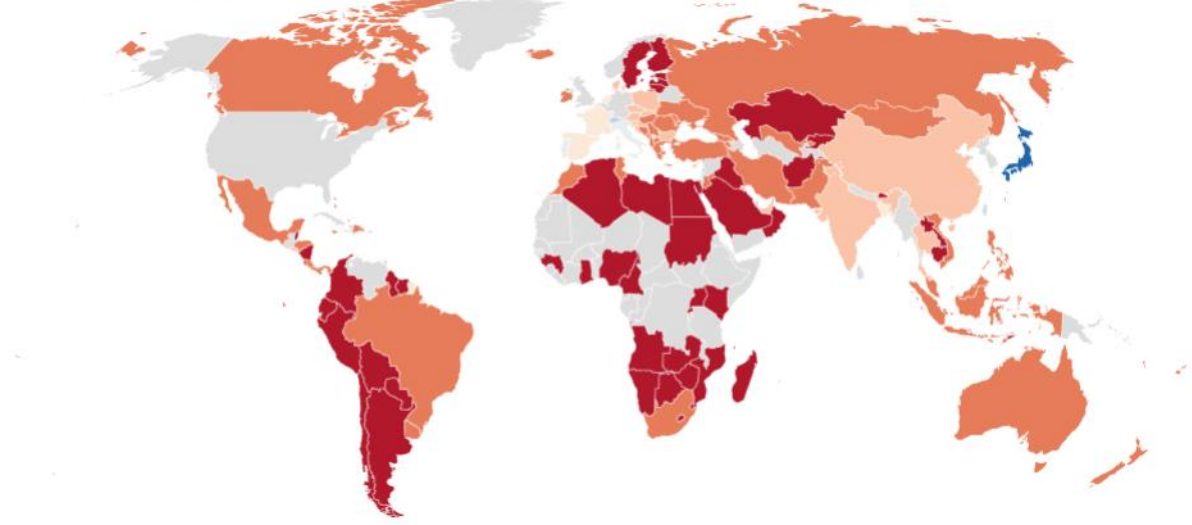
| SIRA | ÜLKE | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|------|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1 | Japonya | 0.8292 | 0.8286 | 0.8279 | 0.8421 | 0.8331 | 0.8220 | 0.7613 | 0.7736 | 0.7922 |
| 2 | Lüksemburg | 0.7094 | 0.7111 | 0.6942 | 0.6926 | 0.7053 | 0.7758 | 0.7577 | 0.7286 | 0.7544 |
| 3 | Malta | 0.7667 | 0.7835 | 0.7773 | 0.7885 | 0.7536 | 0.7441 | 0.7518 | 0.7481 | 0.7487 |
| 4 | Hong Kong | 0.7079 | 0.7129 | 0.7087 | 0.7238 | 0.7076 | 0.7041 | 0.7289 | 0.7288 | 0.7381 |
| 5 | Singapur | 0.6582 | 0.6633 | 0.6659 | 0.6763 | 0.6635 | 0.6593 | 0.6795 | 0.6867 | 0.6966 |
| 6 | Maldivler | 0.4502 | 0.4512 | 0.4877 | 0.5080 | 0.5333 | 0.5456 | 0.5723 | 0.5897 | 0.5997 |
| 7 | Lübnan | 0.5049 | 0.5108 | 0.5213 | 0.5391 | 0.5409 | 0.5948 | 0.5688 | 0.5451 | 0.5654 |
| 8 | İsviçre | 0.6709 | 0.6701 | 0.6563 | 0.6540 | 0.6262 | 0.6670 | 0.5802 | 0.5385 | 0.5460 |
| 9 | İsrail | 0.6379 | 0.6364 | 0.6307 | 0.6309 | 0.6154 | 0.5777 | 0.5245 | 0.5305 | 0.5425 |
| 10 | Morityus | 0.5948 | 0.6123 | 0.6207 | 0.6368 | 0.6250 | 0.6588 | 0.6000 | 0.5427 | 0.5296 |
| 11 | İtalya | 0.6642 | 0.6621 | 0.6455 | 0.6173 | 0.5898 | 0.6333 | 0.5447 | 0.4985 | 0.4901 |
| 12 | Seyşeller | 0.3878 | 0.3848 | 0.3969 | 0.4453 | 0.4582 | 0.4955 | 0.4620 | 0.4562 | 0.4785 |
| 13 | Barbados | 0.5651 | 0.5355 | 0.5690 | 0.5752 | 0.6079 | 0.5558 | 0.4362 | 0.4375 | 0.4483 |
| 14 | Saint Kitts ve Nevis | 0.5409 | 0.5303 | 0.5370 | 0.6009 | 0.5395 | 0.5757 | 0.4883 | 0.4111 | 0.4265 |
| 15 | Portekiz | 0.6645 | 0.6412 | 0.6087 | 0.5844 | 0.5494 | 0.4822 | 0.4475 | 0.4092 | 0.4001 |
| 16 | Batı Şeria ve Gazze | 0.2286 | 0.2401 | 0.2527 | 0.2689 | 0.2858 | 0.3211 | 0.3105 | 0.3115 | 0.3836 |
| 17 | Hollanda | 0.6623 | 0.6342 | 0.6001 | 0.5712 | 0.5232 | 0.5094 | 0.4298 | 0.3944 | 0.3767 |
| 18 | İspanya | 0.5754 | 0.5503 | 0.5186 | 0.4863 | 0.4454 | 0.4588 | 0.3828 | 0.3542 | 0.3509 |
| 19 | Grenada | 0.4817 | 0.4772 | 0.4292 | 0.4688 | 0.3937 | 0.4510 | 0.3607 | 0.3353 | 0.3503 |
| 20 | Antigua ve Barbuda | 0.4623 | 0.4544 | 0.4483 | 0.4625 | 0.4211 | 0.4223 | 0.3587 | 0.3127 | 0.3223 |
| 21 | Fransa | 0.4012 | 0.3989 | 0.3812 | 0.3778 | 0.3644 | 0.3787 | 0.3283 | 0.3061 | 0.3051 |
| 22 | Bangladeş | 0.1961 | 0.2220 | 0.2331 | 0.2540 | 0.2664 | 0.3053 | 0.2939 | 0.2868 | 0.3046 |
| 23 | Kuveyt | 0.2411 | 0.2424 | 0.2472 | 0.2598 | 0.2675 | 0.2958 | 0.2862 | 0.2758 | 0.2979 |
| 24 | Güney Kıbrıs | 0.4361 | 0.4244 | 0.3940 | 0.3267 | 0.3115 | 0.3180 | 0.2785 | 0.3173 | 0.2884 |
| 25 | Santa Luçiya | 0.3735 | 0.3739 | 0.3726 | 0.3737 | 0.3549 | 0.3627 | 0.2730 | 0.2733 | 0.2791 |
| 26 | Hırvatistan | 0.3131 | 0.3127 | 0.3060 | 0.3022 | 0.2943 | 0.3104 | 0.2745 | 0.2649 | 0.2652 |
| 27 | Polonya | 0.2795 | 0.2851 | 0.2879 | 0.2896 | 0.2887 | 0.3047 | 0.2765 | 0.2541 | 0.2610 |
| 28 | Tayland | 0.2483 | 0.2556 | 0.2666 | 0.2804 | 0.2868 | 0.3019 | 0.2698 | 0.2567 | 0.2587 |
| 29 | Hindistan | 0.1541 | 0.1681 | 0.1855 | 0.2065 | 0.2358 | 0.2674 | 0.2542 | 0.2489 | 0.2561 |
| 30 | Bulgaristan | 0.3830 | 0.3333 | 0.3269 | 0.3246 | 0.3065 | 0.3175 | 0.2604 | 0.2504 | 0.2560 |
| 31 | Slovenya | 0.3829 | 0.3755 | 0.3614 | 0.3394 | 0.3085 | 0.3171 | 0.2765 | 0.2553 | 0.2507 |
| 32 | Avusturya | 0.2461 | 0.2583 | 0.2583 | 0.2549 | 0.3090 | 0.3094 | 0.2587 | 0.2438 | 0.2480 |
| 33 | Çin | 0.1364 | 0.1487 | 0.1637 | 0.1839 | 0.1945 | 0.2501 | 0.2363 | 0.2249 | 0.2454 |
| 34 | El Salvador | 0.2061 | 0.2086 | 0.2070 | 0.2247 | 0.2179 | 0.2359 | 0.2275 | 0.2315 | 0.2425 |
| 35 | Cabo Verde | 0.2369 | 0.2388 | 0.2541 | 0.2584 | 0.2529 | 0.2646 | 0.2380 | 0.2241 | 0.2382 |
| 36 | Katar | 0.2530 | 0.2289 | 0.2563 | 0.2669 | 0.2779 | 0.2913 | 0.2790 | 0.2469 | 0.2322 |
| 37 | Saint Vincent ve Grenadinler | 0.2758 | 0.2729 | 0.2469 | 0.2927 | 0.2833 | 0.3051 | 0.2318 | 0.2218 | 0.2262 |
| 38 | Trinidad ve Tobago | 0.2404 | 0.2314 | 0.2344 | 0.2431 | 0.2435 | 0.2580 | 0.2359 | 0.2199 | 0.2245 |
| 39 | Çek Cumhuriyeti | 0.2376 | 0.2435 | 0.2453 | 0.2566 | 0.2468 | 0.2577 | 0.2277 | 0.2163 | 0.2244 |
| 40 | Slovak Cumhuriyeti | 0.2402 | 0.2386 | 0.2394 | 0.2445 | 0.2442 | 0.2589 | 0.2323 | 0.2179 | 0.2208 |
| 41 | Tonga | 0.1654 | 0.1605 | 0.1529 | 0.1624 | 0.1425 | 0.1978 | 0.1922 | 0.2079 | 0.2117 |
| 42 | Birleşik Arap Emirlikleri | 0.2069 | 0.2101 | 0.2144 | 0.2222 | 0.2208 | 0.2417 | 0.2202 | 0.2012 | 0.2014 |
| 43 | Danimarka | 0.3551 | 0.3371 | 0.3074 | 0.2859 | 0.2618 | 0.2550 | 0.2222 | 0.1974 | 0.2002 |
| 44 | Ermenistan | 0.1464 | 0.1689 | 0.1824 | 0.1913 | 0.1975 | 0.2101 | 0.1887 | 0.1844 | 0.1917 |
| 45 | Karadağ | 0.2029 | 0.2019 | 0.2007 | 0.2053 | 0.1946 | 0.2087 | 0.1885 | 0.1833 | 0.1917 |
| 46 | Kosta Rika | 0.1653 | 0.1877 | 0.1874 | 0.2130 | 0.2163 | 0.2016 | 0.1845 | 0.1746 | 0.1887 |
| 47 | Türkiye | 0.1744 | 0.1841 | 0.1882 | 0.2074 | 0.2076 | 0.2213 | 0.1967 | 0.1849 | 0.1886 |
| 48 | Yunanistan | 0.3291 | 0.3123 | 0.2943 | 0.2617 | 0.2317 | 0.2307 | 0.2015 | 0.1875 | 0.1854 |
| 49 | Marshall Adaları | 0.1523 | 0.1784 | 0.1728 | 0.1793 | 0.1802 | 0.1948 | 0.1790 | 0.1737 | 0.1832 |
| 50 | İran | 0.1211 | 0.1348 | 0.1429 | 0.1466 | 0.1555 | 0.1744 | 0.1649 | 0.1577 | 0.1797 |
| 51 | Filipinler | 0.1233 | 0.1300 | 0.1391 | 0.1573 | 0.1619 | 0.1809 | 0.1716 | 0.1699 | 0.1791 |
| 52 | Romanya | 0.2494 | 0.2536 | 0.2388 | 0.2304 | 0.2183 | 0.2247 | 0.1935 | 0.1795 | 0.1771 |
| 53 | Kuzey Makedonya | 0.1990 | 0.1928 | 0.1884 | 0.1953 | 0.1909 | 0.2056 | 0.1835 | 0.1763 | 0.1771 |
| 54 | Endonezya | 0.0763 | 0.1136 | 0.1607 | 0.1792 | 0.1870 | 0.2028 | 0.1829 | 0.1739 | 0.1760 |
| 55 | Bahamalar | 0.1888 | 0.1967 | 0.1879 | 0.2060 | 0.2031 | 0.2022 | 0.1914 | 0.1680 | 0.1737 |
| 56 | Gürcistan | 0.1386 | 0.1460 | 0.1661 | 0.1851 | 0.1806 | 0.1882 | 0.1755 | 0.1711 | 0.1734 |
| 57 | Bosna Hersek | 0.1828 | 0.1893 | 0.1879 | 0.1955 | 0.1921 | 0.1953 | 0.1716 | 0.1662 | 0.1726 |
| 58 | Moldova | 0.2193 | 0.2347 | 0.2385 | 0.2501 | 0.2448 | 0.1875 | 0.1682 | 0.1625 | 0.1684 |
| 59 | Sırbistan | 0.2410 | 0.2332 | 0.2203 | 0.2047 | 0.1870 | 0.1935 | 0.1788 | 0.1604 | 0.1679 |
| 60 | Panama | 0.1545 | 0.1608 | 0.1623 | 0.1723 | 0.1730 | 0.1867 | 0.1729 | 0.1611 | 0.1624 |
| 61 | İrlanda | 0.2522 | 0.2403 | 0.2211 | 0.2147 | 0.2141 | 0.2059 | 0.1822 | 0.1687 | 0.1619 |
| 62 | Brunei Darussalam | 0.2078 | 0.2013 | 0.2078 | 0.2009 | 0.1869 | 0.2009 | 0.1769 | 0.1556 | 0.1602 |
| 63 | Macaristan | 0.2097 | 0.2053 | 0.1931 | 0.1888 | 0.1806 | 0.1835 | 0.1645 | 0.1571 | 0.1591 |
| 64 | Dominik | 0.1410 | 0.1456 | 0.1460 | 0.1601 | 0.1564 | 0.1785 | 0.1637 | 0.1594 | 0.1586 |
| 65 | Jamaika | 0.1363 | 0.1366 | 0.1372 | 0.1382 | 0.1358 | 0.1462 | 0.1353 | 0.1466 | 0.1582 |
| 66 | Vietnam | 0.1292 | 0.1375 | 0.1357 | 0.1474 | 0.1480 | 0.1612 | 0.1519 | 0.1405 | 0.1482 |
| 67 | Fas | 0.1310 | 0.1384 | 0.1416 | 0.1475 | 0.1454 | 0.1532 | 0.1426 | 0.1377 | 0.1422 |
| 68 | Özbekistan | 0.1162 | 0.1319 | 0.1333 | 0.1402 | 0.1275 | 0.1102 | 0.1075 | 0.1355 | 0.1406 |
| 69 | Arnavutluk | 0.1860 | 0.1892 | 0.1866 | 0.1859 | 0.1727 | 0.1798 | 0.1589 | 0.1437 | 0.1402 |
| 70 | Samoa | 0.1258 | 0.1073 | 0.1079 | 0.1273 | 0.1334 | 0.1301 | 0.1316 | 0.1289 | 0.1378 |
| 71 | Dominika | 0.1658 | 0.1929 | 0.1901 | 0.1959 | 0.1775 | 0.1756 | 0.1485 | 0.1353 | 0.1376 |
| 72 | Malezya | 0.1642 | 0.1656 | 0.1627 | 0.1658 | 0.1562 | 0.1621 | 0.1451 | 0.1337 | 0.1361 |

| | | | | | | | | | | |
|-----|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 73 | Yeni Zelanda | 0.1657 | 0.1667 | 0.1597 | 0.1545 | 0.1455 | 0.1490 | 0.1418 | 0.1324 | 0.1331 |
| 74 | Tunus | 0.1117 | 0.1163 | 0.1177 | 0.1226 | 0.1231 | 0.1323 | 0.1254 | 0.1263 | 0.1317 |
| 75 | Avustralya | 0.1512 | 0.1490 | 0.1458 | 0.1433 | 0.1446 | 0.1480 | 0.1377 | 0.1325 | 0.1303 |
| 76 | Ürdün | 0.1289 | 0.1314 | 0.1304 | 0.1329 | 0.1292 | 0.1350 | 0.1296 | 0.1238 | 0.1299 |
| 77 | Kanada | 0.1407 | 0.1427 | 0.1404 | 0.1379 | 0.1398 | 0.1436 | 0.1340 | 0.1251 | 0.1242 |
| 78 | Moğolistan | 0.0927 | 0.1082 | 0.1113 | 0.1156 | 0.1105 | 0.1169 | 0.1131 | 0.1124 | 0.1203 |
| 79 | Rusya | 0.1382 | 0.1439 | 0.1451 | 0.1450 | 0.1502 | 0.1498 | 0.1310 | 0.1236 | 0.1201 |
| 80 | Brezilya | 0.1462 | 0.1448 | 0.1428 | 0.1427 | 0.1412 | 0.1432 | 0.1275 | 0.1180 | 0.1183 |
| 81 | İzlanda | 0.1567 | 0.1516 | 0.1404 | 0.1359 | 0.1267 | 0.1224 | 0.1170 | 0.1130 | 0.1128 |
| 82 | Ukrayna | 0.1466 | 0.1461 | 0.1490 | 0.1585 | 0.1425 | 0.1331 | 0.1175 | 0.1136 | 0.1124 |
| 83 | Honduras | 0.1015 | 0.1105 | 0.1156 | 0.1218 | 0.1176 | 0.1168 | 0.1093 | 0.1061 | 0.1101 |
| 84 | Meksika | 0.1068 | 0.1053 | 0.1094 | 0.1102 | 0.1074 | 0.1134 | 0.1050 | 0.1016 | 0.1073 |
| 85 | Vanuatu | 0.0990 | 0.1005 | 0.1055 | 0.1092 | 0.1047 | 0.1111 | 0.1037 | 0.1033 | 0.1055 |
| 86 | Güney Afrika | 0.1114 | 0.1130 | 0.1093 | 0.1104 | 0.1132 | 0.1198 | 0.1087 | 0.1029 | 0.1047 |
| 87 | Mikronezya | 0.1010 | 0.1004 | 0.1106 | 0.1136 | 0.1110 | 0.1158 | 0.1068 | 0.1010 | 0.1035 |
| 88 | Fiji | 0.0932 | 0.0945 | 0.0912 | 0.1000 | 0.1019 | 0.1088 | 0.1040 | 0.0984 | 0.1015 |
| 89 | Uruguay | 0.0741 | 0.0785 | 0.0765 | 0.0797 | 0.0796 | 0.0857 | 0.0921 | 0.0865 | 0.1003 |
| 90 | Pakistan | 0.0711 | 0.0719 | 0.0759 | 0.0829 | 0.0857 | 0.0960 | 0.0925 | 0.0925 | 0.1001 |
| 91 | Estonya | 0.1666 | 0.1547 | 0.1430 | 0.1327 | 0.1207 | 0.1194 | 0.1066 | 0.0978 | 0.0990 |
| 92 | Şili | 0.1249 | 0.1282 | 0.1273 | 0.1255 | 0.1146 | 0.1164 | 0.1056 | 0.0975 | 0.0978 |
| 93 | Letonya | 0.1903 | 0.1740 | 0.1516 | 0.1398 | 0.1239 | 0.1217 | 0.1076 | 0.0998 | 0.0962 |
| 94 | Bolivya | 0.0646 | 0.0735 | 0.0760 | 0.0835 | 0.0861 | 0.0957 | 0.0923 | 0.0932 | 0.0960 |
| 95 | Butan | 0.0656 | 0.0755 | 0.0595 | 0.0784 | 0.0768 | 0.0816 | 0.0818 | 0.0859 | 0.0951 |
| 96 | Peru | 0.0529 | 0.0566 | 0.0629 | 0.0675 | 0.0748 | 0.1152 | 0.0988 | 0.0915 | 0.0948 |
| 97 | Kolombiya | 0.0887 | 0.0893 | 0.0927 | 0.0995 | 0.0972 | 0.1038 | 0.0959 | 0.0914 | 0.0933 |
| 98 | Belize | 0.1092 | 0.1088 | 0.1039 | 0.1070 | 0.0984 | 0.0976 | 0.0921 | 0.0860 | 0.0910 |
| 99 | Litvanya | 0.1810 | 0.1375 | 0.1338 | 0.1270 | 0.1172 | 0.1142 | 0.1004 | 0.0937 | 0.0909 |
| 100 | Namibya | 0.0797 | 0.0814 | 0.0759 | 0.0781 | 0.0761 | 0.0786 | 0.0993 | 0.0864 | 0.0859 |
| 101 | Kamboçya | 0.0346 | 0.0388 | 0.0453 | 0.0501 | 0.0590 | 0.0686 | 0.0727 | 0.0755 | 0.0847 |
| 102 | Suudi Arabistan | 0.0832 | 0.0809 | 0.0807 | 0.0848 | 0.0860 | 0.0963 | 0.0910 | 0.0839 | 0.0832 |
| 103 | Ekvador | 0.1010 | 0.0792 | 0.0805 | 0.0850 | 0.0842 | 0.0878 | 0.0816 | 0.0736 | 0.0801 |
| 104 | İsveç | 0.1143 | 0.1152 | 0.1114 | 0.1093 | 0.1029 | 0.1024 | 0.0878 | 0.0802 | 0.0799 |
| 105 | Ruanda | 0.0506 | 0.0612 | 0.0720 | 0.0799 | 0.0807 | 0.0901 | 0.0821 | 0.0795 | 0.0785 |
| 106 | Umman | 0.0882 | 0.0858 | 0.0808 | 0.0828 | 0.0765 | 0.0831 | 0.0793 | 0.0767 | 0.0765 |
| 107 | Surinam | 0.0625 | 0.0626 | 0.0639 | 0.0693 | 0.0686 | 0.0713 | 0.0738 | 0.0693 | 0.0682 |
| 108 | Arjantin | 0.0479 | 0.0543 | 0.0588 | 0.0649 | 0.0616 | 0.0653 | 0.0618 | 0.0619 | 0.0675 |
| 109 | Mısır | 0.0507 | 0.0507 | 0.0499 | 0.0522 | 0.0543 | 0.0614 | 0.0687 | 0.0653 | 0.0666 |
| 110 | Esvatini | 0.0562 | 0.0590 | 0.0612 | 0.0593 | 0.0667 | 0.0718 | 0.0648 | 0.0584 | 0.0651 |
| 111 | Nikaragua | 0.0395 | 0.0414 | 0.0440 | 0.0504 | 0.0508 | 0.0576 | 0.0610 | 0.0596 | 0.0583 |
| 112 | Kazakistan | 0.0666 | 0.0651 | 0.0649 | 0.0648 | 0.0610 | 0.0633 | 0.0580 | 0.0529 | 0.0558 |
| 113 | Paraguay | 0.0429 | 0.0459 | 0.0481 | 0.0525 | 0.0512 | 0.0578 | 0.0528 | 0.0521 | 0.0553 |
| 114 | Kırgızistan | 0.0256 | 0.0313 | 0.0369 | 0.0435 | 0.0463 | 0.0549 | 0.0504 | 0.0500 | 0.0547 |
| 115 | Nijerya | 0.0587 | 0.0581 | 0.0543 | 0.0598 | 0.0623 | 0.0621 | 0.0564 | 0.0515 | 0.0532 |
| 116 | Gana | 0.0325 | 0.0329 | 0.0375 | 0.0396 | 0.0404 | 0.0506 | 0.0478 | 0.0513 | 0.0531 |
| 117 | Botsvana | 0.0545 | 0.0506 | 0.0509 | 0.0513 | 0.0485 | 0.0515 | 0.0462 | 0.0438 | 0.0515 |
| 118 | Libya | 0.0376 | 0.0513 | 0.0401 | 0.0488 | 0.0553 | 0.0615 | 0.0602 | 0.0518 | 0.0474 |
| 119 | Laos | 0.0248 | 0.0291 | 0.0339 | 0.0410 | 0.0416 | 0.0471 | 0.0464 | 0.0462 | 0.0473 |
| 120 | Komorlar Birliği | 0.0149 | 0.0401 | 0.0377 | 0.0406 | 0.0407 | 0.0432 | 0.0427 | 0.0409 | 0.0429 |
| 121 | Angola | 0.0401 | 0.0441 | 0.0451 | 0.0477 | 0.0468 | 0.0515 | 0.0469 | 0.0426 | 0.0411 |
| 122 | Kenya | 0.0371 | 0.0393 | 0.0407 | 0.0437 | 0.0464 | 0.0478 | 0.0420 | 0.0398 | 0.0409 |
| 123 | Finlandiya | 0.0863 | 0.0840 | 0.0782 | 0.0761 | 0.0710 | 0.0602 | 0.0475 | 0.0291 | 0.0404 |
| 124 | Doğu Timor | 0.0062 | 0.0118 | 0.0142 | 0.0167 | 0.0216 | 0.0277 | 0.0289 | 0.0362 | 0.0402 |
| 125 | Lesoto Krallığı | 0.0270 | 0.0279 | 0.0303 | 0.0348 | 0.0320 | 0.0357 | 0.0338 | 0.0343 | 0.0387 |
| 126 | Guyana | 0.0370 | 0.0389 | 0.0400 | 0.0417 | 0.0397 | 0.0406 | 0.0387 | 0.0370 | 0.0384 |
| 127 | Cezayir | 0.0318 | 0.0315 | 0.0315 | 0.0342 | 0.0366 | 0.0394 | 0.0372 | 0.0373 | 0.0376 |
| 128 | Mozambik | 0.0252 | 0.0260 | 0.0286 | 0.0312 | 0.0345 | 0.0375 | 0.0352 | 0.0312 | 0.0312 |
| 129 | Zimbabve | 0.0210 | 0.0241 | 0.0391 | 0.0397 | 0.0414 | 0.0247 | 0.0248 | 0.0273 | 0.0247 |
| 130 | Uganda | 0.0211 | 0.0211 | 0.0229 | 0.0254 | 0.0249 | 0.0270 | 0.0239 | 0.0222 | 0.0226 |
| 131 | Irak | 0.0220 | 0.0206 | 0.0222 | 0.0216 | 0.0220 | 0.0239 | 0.0205 | 0.0196 | 0.0209 |
| 132 | Zambiya | 0.0178 | 0.0183 | 0.0209 | 0.0226 | 0.0228 | 0.0256 | 0.0218 | 0.0209 | 0.0201 |
| 133 | Sudan | 0.0124 | 0.0118 | 0.0127 | 0.0116 | 0.0095 | 0.0102 | 0.0106 | 0.0124 | 0.0176 |
| 134 | Kamerun | 0.0090 | 0.0100 | 0.0105 | 0.0118 | 0.0119 | 0.0145 | 0.0137 | 0.0135 | 0.0146 |
| 135 | Madagaskar | 0.0081 | 0.0079 | 0.0090 | 0.0091 | 0.0095 | 0.0114 | 0.0114 | 0.0122 | 0.0125 |
| 136 | Gine | 0.0020 | 0.0031 | 0.0040 | 0.0072 | 0.0101 | 0.0119 | 0.0107 | 0.0108 | 0.0112 |
| 137 | Afganistan | 0.0109 | 0.0079 | 0.0076 | 0.0078 | 0.0077 | 0.0080 | 0.0072 | 0.0073 | 0.0081 |

Tabloda sıralama 2018 yılı finansal tabana yayılma endeksinde göre büyükten küçüğe yapılmıştır.

EK 2. Ülkelerin Finansal Tabana Yayılma Endeksleri (2018)

< 0.10 0.10-0.20 0.20-0.30 0.30-0.40 0.40-0.50 0.50-0.60 0.60-0.70 ≥ 0.70



19. Yüzyıl İngiliz Seyyahlarının Notlarında Osmanlı İmparatorluğu'nda Tatarlarca Yürütülen Rehberlik Hizmetleri

Guidance Services Carried Out by Tatars in The Ottoman Empire in The Notes of 19th Century British Travelers

Hadi Belge¹, Murat Hanilçe²

Öz

Avrupa başta olmak üzere, Batı dünyasından birçok gezgin 19. yüzyılda Osmanlı topraklarına gelmiş, çeşitli gözlem ve analizler yapmış, bunları not edip daha sonra kitaplaştırmışlardır. Gezinler kimi zaman ülkelerinden uzak coğrafyaları ve toplulukları tanıma arzusundaki bir maceracı veya Asya'nın cazip pazarlarında çıkarlarının peşinde koşan bir tüccar, bazen ilahi mesajı tüm insanlığa ulaştırmayı kendisine vazife edinmiş bir misyoner, bazen zengin Doğu medeniyetinin bilim ve sanatından bilgi devşirmeye çalışan bir oryantalist, bazen de ülkelerini temsil eden diplomat kimliğiyle Osmanlı topraklarında bulunmuşlardır. Seyyahların ilk defa karşılaştıkları coğrafyaların, yabancı oldukları dillerin ve kültürlerin arasında gerçekleştirdikleri bu son derece zorlu seyahatlerin detayları merak konusu olmuştur. Bu merak seyahatname okurlarını Anadolu, Mezopotamya, İran, Kafkasya ve Asya'da gizemli ve tehlikeli yolculuklar yapan gezginlerin aldıkları bireysel ve kurumsal rehberlik hizmetleri hakkında düşünmeye de zorlamaktadır. Bu çalışmada, bazı İngiliz gezginlerin seyahat notlarından yola çıkılarak Osmanlı topraklarında Tatarlarca yürütülen rehberlik hizmetleri ele alınmıştır. Bu bağlamda rehberlik hizmetlerinin kurumsal çatısı, işleyişi, ücret politikası, yol hazırlıkları, menzilhanelerde sunulan konaklama, yeme-içme imkânları, Tatarların kıyafetleri ve karakter tahlillerine yer verilmiştir. Bu başlıklar altında, örneğin Osmanlı dönemi rehberlik hizmetlerinde yazılı seyahat sözleşmelerinin yapıldığına dair literatür için yeni kabul edilebilecek bilgilere de ulaşılmıştır. Çalışma ile özelde Osmanlı topraklarında yabancı seyyahların yol boyunca aldığı rehberlik hizmetlerinin tanıtılması; genelde ise Osmanlı ulaşım, haberleşme ve turizm tarihine mütevazı bir katkı sunulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İngiliz, Osmanlı, seyyah, Tatar, rehber, menzilhane

Abstract

Many travelers from the Western world, especially from Europe, came to the Ottoman lands in the 19th century, made various observations and analyzes, noted them down and later published them in a book. Travelers are sometimes an adventurer who desires to know geographies and communities far from their countries or a merchant pursuing his interests in the attractive markets of Asia, sometimes a missionary who takes it upon himself to convey the divine message to all humanity, and sometimes an orientalist trying to gather knowledge from the science and art of the rich Eastern civilization, and sometimes they were in the Ottoman lands with the identity of a diplomat to represent their countries. The details of these extremely difficult journeys that the travelers made between the geographies they encountered for the first time, the languages and cultures they were unfamiliar with have been a matter of curiosity. This curiosity also forces the readers of the travelogue to think about the individual and institutional guidance services received by travelers who make mysterious and dangerous journeys in Anatolia, Mesopotamia, Iran, the Caucasus and Asia. In this study, the guidance services carried out by Tatars in the Ottoman lands, based on the travel notes of some British travelers, are discussed. In this context, the institutional framework of the guidance services, its functioning, wage policy, road preparations, accommodation and food and beverage opportunities offered in the menzilhane, clothing of Tatars and character analyzes were included. Under these headings, information that can be considered new for the literature, for example, about the written travel contracts in the Ottoman period guidance services, has also been found. With the study, in particular, the introduction of the guidance services received by foreign travelers along the way in the Ottoman lands is aimed, in general, making a modest contribution to the history of Ottoman transportation and communication.

Keywords: British, Ottoman, traveler, Tatar, guide, menzilhane.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 18 / 05 / 2022

Accepted: 27 / 09 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Hadi Belge, Amasya Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü, Amasya, Türkiye, hadi.belge@amasya.edu.tr , Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-9387-3799>

² Doç. Dr., Murat Hanilçe, Tokat GOP Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Tarih Bölümü, Tokat, Türkiye, murat.hanilce@gop.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-0587-9336>

Giriş

Batılı gezginlerin Doğu'ya ilgilerinin tarihi oldukça eskiye dayanmaktadır. Bununla birlikte Avrupa'dan Doğu ülkelerine ve Osmanlı topraklarına gerçekleştirilen seyahatlerin sayıları 19. yüzyıla kadar sınırlı kalmıştır (Kartın, 2016: 83-84). Ulaşım imkânlarının zayıflığı, uzaklık, bu tür yolculukların maliyetli olması, aynı zamanda tehlikeler içermesi, Avrupalılar için Osmanlıların askeri açıdan bir tehdit ve dünya hâkimiyeti açısından bir rakip olarak görülmesi seyahatlerin sıklığını ya da sayısını sınırlayan nedenler olarak karşımıza çıkmaktadır (Çelik, 2019: 37). Bu bakımdan, Batı'dan Doğu'ya uzanan bu zorlu yolculukları gerçekleştirenlerin kayda değer bir kısmı nüfuzlu kimseler, geniş toprak sahibi soylular ya da servet sahibi tüccarlardır (Ahipaşaoğlu, 2001: 12).

Varlıklı zümreler yanında, istihbarat elemanı, elçi, misyoner ve oryantalist olarak Şark ülkelerinde dolaşan, hatta görevleri gereği uzun süreler Asya ülkelerinde ikamet eden seyyahlar da bulunmaktadır. Resmî sıfatlarla Doğu ülkelerinde bulunan bu kişilerin önemli bir kısmı, bir taraftan görevlerini yerine getirirken diğer taraftan da kişisel öğrenme meraklarını tatmin etmekten geri durmamışlardır. (Belge, 2021: 252). Seyyahların bu nitelikleri 19. yüzyıla kadar, Batı'dan Osmanlı ülkesine ve diğer Asya ülkelerine gerçekleştirilen seyahatlerin, doğa ve kültür turizminden çok daha farklı amaçlar barındırdığını ortaya koymaktadır. Bu süreçte gerçekleşen seyahatler için gezginler, kendilerini görev yerlerine ya da varış noktalarına güvenle taşıyacak kılavuzların ihtiyacını her zaman hissetmişlerdir (Ahipaşaoğlu, 2001: 12).

Tanzimat Dönemi'ne kadar, Osmanlı ülkesinde Batı'dan gelen çeşitli görevlilerin ve yolcuların kılavuzluk hizmetleri aynı zamanda Osmanlı Devleti'nde posta işlerini yürüten Tatarlar tarafından karşılanmıştır. Bu hizmeti yürüten kurum "ocak" sayıldığından kendilerine *Ocak Tatarları* da denilmiştir (Halaçoğlu, 2002: 181-188 ve Pakalın, 1993: 420.). Osmanlılarda *Tatar* ve *ulak* tabirleri aynı anlamı karşılayacak şekilde ve birbirlerinin yerine kullanılmıştır. Özel posta hizmeti gören ulaklara "sa'î" denilmiştir. Farklı milletlere mensup kişiler bu sınıfa dâhil olsa da bu hizmet ilk zamanlar Tatarlarca yürütüldüğünden, Tatar tabiri zamanla bir etnik mensubiyeti değil milliyeti ne olursa olsun posta-ulak vazifesi yapan görevliyi ifade etmiştir (Pakalın, 1993: 420). Gezginlerin notlarında yol rehberleri için Tattardan başka *kılavuz*, *mihmandar*, *dragoman*, *kavas* isimleri de geçmiştir (Kaya ve Yetgin, 2021: 39). Mihmanhane/çaparhane yol boyunca at değiştirilen menzillerin İran'daki isimlerinden birisidir. Mihmandar ise Tatar kavramının daha çok Farsçadaki kullanımudur (Ferahani, 1342: 3-4). Dragomanlar, hem Batı hem de Doğu dillerini akıcı bir şekilde konuşabilen, aynı zamanda hem Osmanlıların hem de Batılıların kültürel farklılıklarına ve davranış kurallarına hâkim kişiler olup bir çeşit elçilik tercümanları olarak da öne çıkmışlardır (Demiryürek, 2016: 443). Osmanlı diplomasi literatüründe *kavas* tabiri, daha çok elçi, konsolos veya konsolos vekili gibi yabancı devlet temsilciliği hizmetinde bulunan özel polisleri ifade etmektedir. Görevleri sefirler, konsoloslar ve maiyetleriyle birlikte sefârethâne ve konsoloshâneleri korumak, resmî veya gayri resmî şekilde ikametgâhlarını terk eden diplomatlara ve eşlerine himaye amacıyla refakat etmek, önlerinde gitmek suretiyle onlara yol açmak, ülkeye geldiklerinde ise bu heyetleri karşılamaktan ibaretti (Canatar, 2002: 66-68). Bu bakımdan dragomanlar ve kavaslar daha çok diplomatik düzeydeki yolculukların kapsamında düşünülmelidir.

Osmanlı posta sisteminde Tatarların kendilerine verilen görevleri hızlı biçimde yerine getirmelerini kolaylaştırmak amacıyla uygun görülen noktalarda postane işlevi gören *menzilhaneler* oluşturulmuştur. İmparatorluğun yönetim merkezinin taşra birimleriyle haberleşmesi bu birim sayesinde gerçekleştiğinden örgütün merkezi İstanbul'dur. Klasik dönem devlet örgütlenmesinde her vezirin bir Tatarı bulunduğu ve vezirlerin posta hizmetlerini görmek üzere sayıları elli altmışı bulan Tatar ofislerinin bulunduğu bilinmektedir (Halaçoğlu, 2004: 159; Pakalın, 1993: 420).

Osmanlı Devleti'nde rehberlik hizmetleri 19. yüzyılın ikinci yarısına kadar müstakil bir kurumsal yapıya sahip olmadan, büyük ölçüde bu ofisler kullanılarak yani ulak sisteminin örgütsel yapısının imkânlarından yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Batı'dan resmî ya da özel görevlerle gelen kişiler Tatar hizmeti veren ofislerle bir şekilde temasa geçmişlerdir. Bu aşamada bazı yabancılar, başkent bürokrasisinde etkin bir bürokratın veya diplomatın aracılığını kullanmışlardır (Tuzcu, 2013: 229-230). Gezginler ve tüccarlar genellikle nüfuzlu kişiler olduklarından; elçiler ise zaten resmî görevler ile geldiklerinden bu konuda zorluk yaşamamışlardır.

Osmanlı sınırları içerisinde Tatarlar tarafından yerine getirilen rehberlik hizmetlerinin şöhreti Britanya Adası'na ulaşmış ve İngiliz basınında kendisine yer bulmuştur. İngiliz seyyahlarının Osmanlı ve bazı Doğu ülkelerinde gerçekleştirmiş oldukları seyahatleri anlatan ve Avrupa insanına gizemli Doğu'nun sır perdesini aralama imkânı veren notlar, yazı dizisi olarak gazeteler ve diğer süreli yayınlarda yer almış ve böylece geniş bir okur kitesine hitap etmiştir. İngiliz seyyahların deneyimlerinin aktarıldığı bu yazılarda zaman zaman Asya seyahatlerinde Tatar rehber kullanmanın gerekliliği vurgulanmıştır (The Saturday Magazine, 1841: 121)".

Tatarların sağlamış oldukları rehberliğin tanımı içinde yer alan hizmetler ile bunların karşılığında ödenecek ücret, ofislerde gerçekleşen görüşmeler sonrasında sağlanan anlaşmalara göre şekillenmiştir. Nitekim Amerikan BOARD Misyoner Teşkilatı tarafından görevlendirilerek 1830 yılının Mayıs ayında İstanbul'dan yola çıkan *Eli Smith* ve *H.G.O. Dwight* ile İngiltere hükümeti adına bazen bilimsel çalışmalar yapmak bazen de diplomatik-siyasi misyonlarla Hindistan'a gönderilen

ve en son olarak 1834 yılının Ocak ayında İstanbul'a gelen, *James Baillie Fraser*, bütün bu süreçlerin takibini yapmamıza imkân sağlayan seyahat notları bırakmışlardır.

Yolculuklarına İran veya Kafkasya'dan başlayan gezginler Osmanlı topraklarına girdikleri anda bu rehberlik hizmetinden yararlanmışlardır. Rusya'daki diplomatik görevlerini tamamladıktan sonra 1817 yılının Ağustos ayında dönüş için Anadolu'ya geçen *Sir Robert Ker Porter* ile İngiltere'nin İran elçi yardımcılığı görevini yürüten, aynı zamanda bir asker ve yazar olan, *James Edward Aleksander*'ın Ekim 1826'da Erzurum'dan İstanbul'a gitmek üzere takip ettikleri rotada aldıkları rehberlik hizmetleri konuyu yeterince örnelemektedir.

1. Araştırmanın Amacı, Yöntemi ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada, Osmanlı topraklarında Tatarlarca yürütülen ve bugüne kadar müstakil olarak bir çalışmanın konusu yapılmayan bireysel ve kurumsal rehberlik hizmetlerinin varlığına dikkat çekilmeye çalışılmıştır. Çalışmada ağırlıklı olarak nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Araştırmanın başlıca dokümanları 19. yüzyıl boyunca Anadolu'yu doğudan batıya ya da tam tersi istikamette kat eden İngiliz asıllı misyoner ve seyyahların gezi notlarıdır. Ayrıca incelenen dönemde Avrupa'da çıkan bazı gazete haberlerinden ve literatürde yine İngiliz seyyahları üzerine yapılan çalışmalardan yararlanılmıştır. İngiliz seyyahlarının genellikle Avrupa ile İran ve Hindistan gibi Asya ülkeleri arasında uzun yolculuklar yaptıkları görülmüş, ancak çalışmanın konusu ve mekânsal çerçevesi gereği buradaki zengin literatürün Osmanlı toprakları ile olan kısmına odaklanılmıştır.

2. Seyyahların Kılavuz İhtiyacı ve Tatar Rehber Ofisleri

Hindistan gibi büyük bir sömürge kaynağına sahip olan İngiltere 18. yüzyıldan itibaren Asya'daki etki alanını genişletmeye başlamıştır. Hindistan Doğu Şirketi'nin himayesinde gelişen ve genişleyen ekonomik ilişkilerin bir sonucu olarak İran, Kafkasya ve bazı Asya ülkeleri İngiliz politikacılarının yanı sıra tüccar ve sanayicilerin daha çok dikkatini çekmiştir. Böylece 19. yüzyıl başlarından itibaren resmî ve ticari amaçlarla Britanya Adası'ndan Asya ülkelerine gerçekleştirilen seyahatlerde gözle görülür bir artış meydana gelmiştir (Kartın, 2016: 83-86). Taç kolonisinin merkezi olan Britanya'dan Hindistan'a ya da tam tersi, Hindistan'dan Britanya'ya gerçekleştirilen uzun soluklu, aynı zamanda tehlikelerle dolu olan bu seyahatlerde gezginler için en önemli husus seyahatin güven içerisinde gerçekleşmesidir. Güvenlik kadar önemli ikinci bir husus da dil sorunudur (*The Saturday Magazine*, 1841: 125-126). Bu nedenle gezginler, güzergâhları, güzergâhlar üzerindeki uygun konaklama, yeme-içme noktalarını ve buralardaki güvenlik koşullarını bilemediklerinden bir başlarına detaylı seyahat planları hazırlayamamışlar; geçtikleri ülkelerin rehberlik-tercüman hizmetlerinden yararlanmaya âdeta mecbur kalmışlardır. Bu bilinç ile hareket eden seyyahların Osmanlı topraklarına, bilhassa da İstanbul'a geldikleri andan itibaren yolculuklarına dair belirsizlikleri ortadan kaldıracak girişimlerle güvenli bir seyahat programı oluşturmaya çalıştıkları anlaşılmaktadır.

1890 senesinde yürürlüğe giren ve "*Seyyâhîne Tercümanlık Edenler Hakkında Nizâmname*" adını taşıyan düzenlemeye kadar İstanbul ve diğer Osmanlı şehirlerinde özel rehberlik ve tercümanlık hizmetleri veren kurumlar yoktu (Düstür 1/6, 1939: 784-785; 1/M, 1335: 188-189). Bu tarihe kadar yabancılar bu hizmet alımını büyük çoğunlukla resmî posta hizmetini yürüten ofisler üzerinden gerçekleştirmeye çalışmışlardır. Bu hizmetin örgütlenme boyutunda ilk önemli adım, Sultan I. Abdülhamid'in saltanatında oluşturulan ve idaresi bir ferman eşliğinde belli esaslara bağlanan *Tatarân Ocağı*'dır (Halaçoğlu, 2012: 79). Bu düzenleme, öteden beri işlemekte olan posta işlerinin kurumsal bir hüviyete bürünmesinde önemli bir aşamadır. Ocağın yöneticisi olan *Tatar Ağası*, aynı zamanda bütün Tatar ofislerinin ve posta sisteminin işleyişinden sorumlu olan yetkiliydi (Pakalın, 1993: 422). Bazen bir referans mektubu, temsil ettiği hükümet tarafından düzenlenmiş bir yetki belgesi ya da başkent bürokrasisinde hatırı sayılır bir diplomat veya bürokratin aracılığı, gezginlerin bu kurumsal çatıdan hizmet alımını kolaylaştırabilmiştir. Bunun için ya doğrudan ya da ofis hizmetinde çalışan bir ulak yardımıyla Tatar Ağası'na ulaşmak çoğu zaman yeterli olmuştur.

İngiltere hükümeti tarafından görevlendirilerek 1834 yılının Ocak ayında İstanbul'a gelen seyyah *James Baillie Fraser*, böyle bir hizmet alımı gerçekleştirmek üzere ilk iş olarak Tarabya'da ikamet eden İngiliz büyükelçisi ile temas kurmuştur. Ardından büyükelçi yardımıyla zorlu İstanbul-Tahran yolculuğunun güzergâhını ve hazırlıklarını planlamaya koyulan Fraser, aslen İsviçre kökenli olup sonradan Müslümanlığı kabul etmiş ve eski bir yeniçeri olan konsolosluk görevlisi *Kavas Mustafa*'nın bu konudaki deneyimlerinden yararlanarak bu yolculukta kendilerine eşlik edecek olan Tatar ve sürücüleri ayarlamıştır (Tuzcu, 2013: 229-231).

Fraser; bazen dragoman bazen de tercüman olarak bahsettiği rehberle buluşmaya bir kayıkla gitmiş, eşyalarıyla birlikte karaya çıktıktan sonra tokalaştığı rehber, "*artık bu tarafa aitsin, bizdensin, geride bıraktığın her şeyi unutabilirsin. Ama ilk*

işimiz Tatar Ağa'ya gidip onunla görüşmek ve yolculuk için hazırlanmak!" şeklindeki sözlerle ona hem güven telkin etmiş hem de sürecin bundan sonraki kısmının nasıl ilerleyeceğiyle ilgili kendisini bilgilendirmiştir (Fraser, 1834: 73).

İskoç göçmeni bir ailenin üyesi olan, Yale Üniversitesi'nde ilahiyat okuyan, Malta ve Beyrut gibi yerlerde bulunan ve Arapçayı öğrenen *Eli Smith* (1801-1857), *Harrison Gray Otis Dwight* ile Amerikan Board misyonu tarafından özel bir görevle Doğu Anadolu, Kafkasya ve İran'a gönderilmiştir. Smith ve Dwight başlangıçta bu uzun ve zorlu yolu bireysel programları ile kat etmeyi düşünmüşlerse de sonradan Tatarların rehberliği olmadan böyle bir seyahati gerçekleştirmenin pek mümkün olmadığı kanaatine varmışlardır. Bu iki gezgini farklı seyahat seçenekleri aramaya sevk eden neden kuşkusuz onların görev içerikleriyle ilgilidir. Zira, görevleri misyon merkezinin kendisine hedef kitle olarak belirlediği Ermeniler ve Nasturiler hakkında ayrıntılı raporlar hazırlamaktır (Tuzcu, 2013: 219). Bu yönüyle Smith ve Dwight'in seyahatleri, çağdaşları olan Avrupalı seyyahlarınkinden amaç olarak ayrılmaktadır. Bahsi geçen misyonerler; *Tournefort*, *Macdonald Kinneir*, *Morier* ve *Ker Porter* gibi gezginlerin gözlemlerinin bir Tatar eşliğinde ve çok acele biçimde gerçekleştirilmiş olan seyahatlerin bir sonucu olduğunu ve bilimsel açıdan antik geçmişi olan bu coğrafya ile ilgili toplanması ve öğrenilmesi gereken bilgilerin ancak çok cüzi bir bölümünü oluşturduğunu düşünmekteydiler (Smith ve Dwight, 1834: XIII). Ne var ki Osmanlı topraklarında yol almanın kendine mahsus şartları söz konusuydu. Gezginler çerçevesi bir nevi bu zorunluluklar altında çizilen rehber ve seyahat anlaşmasından şu cümlelerle bahsederler:

12 Nisan sabahı İzmir'den İstanbul'a harekete hazırız...Tüm mesafe için kervan atları kiralayamazdık ve posta atları ve Tatar olmadan birçok rahatsızlığa maruz kalırdık. Bu yüzden arkadaşlarımızın tavsiyesine uyduk ve bize bir Tatar ve posta atları vermesi için Tatar Ağası ile anlaştık...Toplamda dört kişiydik. Tatar ve iki sürücü (postillions) dâhil olmak üzere atlarımızın sayısı ondu. Tatar Mustafa, eşyalarımız yüklendiğinde anlaşmaya göre ücretinin yarısını aldı (Smith ve Dwight, 1834: 5).

Smith ve Dwight, İstanbul'a gelip burada bazı görüşmeler yaptıktan sonra, asıl görev yerlerine ulaşmak üzere Erzurum'a gitmek için yine bir Tatar Ağası ile görüşmüşlerdir. Bu görüşmenin içeriği, gezginlerin Tatar rehberlerle yapmış oldukları alışılmış sözlü anlaşmalar dışında yazılı anlaşmaların varlığına da işaret etmektedir. Dahası yolcuların can ve mal güvenliğine dair garanti veren bu mühürlü sözleşme, Osmanlı ülkesindeki rehberlik hizmetlerinde bir çeşit seyahat sigortası anlamına gelen uygulamanın varlığına kanıt oluşturmaktadır. Seyyahların *daha fazla güvenlik isteği, Tatar Ağası'nın herkesin huzurunda yazılı bir sözleşmeye mührünü basmasına neden olmuştur*. Böylece, hükümet adına seyyahların canlarından ve mallarından sorumlu olan Ağa, buna karşılık ödenen paranın yüzde onunu rehberlik yapacak Tatardan talep etmiştir (Smith ve Dwight, 1834: 22).

Gezginler için yolculukların dönüş boyutunun bir rehber bulma ve maddi hazırlık anlamında daha güç olduğu anlaşılmaktadır. Elbette bunun nedeni Osmanlı topraklarının doğusunda kalan şehirlerin hiçbirinde İstanbul'daki kadar yoğun Tatar ofislerinin bulunmayışıdır. Hindistan ya da İran gibi ülkelerde uzunca bir zaman kaldıktan sonra dönüş yolculuğuna başlayan seyyahlar Osmanlı topraklarına ulaştıklarında, burada Doğu vilayetlerinde yer alan bazı menzilhanelerin imkânlarından yararlanarak kendileri için bir kılavuz ayarlamak yoluna gitmişlerdir. Bu noktada seyyahların tercihi Erzurum olmuştur. Zira Erzurum, İstanbul ile sıkça iletişim kurulan hem bir eyalet merkezi hem de Anadolu'da öteden beri doğu-batı yönünde işleyen (bilhassa Erzurum-Tokat) işlek ticaret yolunun Doğu'daki başlangıç noktası konumundaydı (Ekin, 2022: 34). Daha şanslı olan bazı seyyahlar da, görev yaptıkları şehre bazı Tatarların diplomatik görevlerle gelmiş olmasını bir fırsata çevirip onlarla anlaşabilmişlerdir. *Sir Robert Ker Porter*'ın Tebriz'den İstanbul'a gitmek üzere 19 Ekim 1819'da başlayan yolculuğu böyle bir tesadüfle başlamıştır. Porter, İskoç asıllı İngiliz ressam, gezgin ve diplomattır. Rusya, İspanya ve İran'da seyahatleri olmuştur. Rus Çarı Alexander için tarih ressamı olarak çalıştığı sırada St. Petersburg'tan 6 Ağustos 1817'de yola çıkarak, Odesa'ya, daha sonra Karadeniz üzerinden Kafkasya'ya gelmiştir. Gürcistan, Azerbaycan, Ermenistan, İran, Irak ve Doğu Anadolu'yu kapsayan ve yaklaşık üç yıl sürecektir olan bir geziye çıkmış, sonradan bu deneyimine ait notlarını iki cilt halinde telif etmiştir (Haniççe, 2022: 320-324). Porter, bu kitabında Tebriz'e gelen Tatarlarla nasıl anlaştığından şöyle bahseder:

Abbas Mirza'nın başkentinde yaklaşık bir ay daha kaldıktan sonra İstanbul üzerinden eve dönüş vaktim geldi. Bu güzergâhta, bir tarihçi ve antikacı için çok ilginç olan Ermenistan'da birçok yeri ziyaret etme dileğim vardı. Kısa bir süre sonra durumum netleşti. Şans bana, Padişah'ın sadrazamından Şah'ın başbakanına mektuplar getiren üç yeniçeriden biri şeklinde yüzünü gösterdi. Gerekli hizmet için onunla pazarlık yapmakta hiç zaman kaybetmedim. Ona 1800 kuruş ödeyecektim. Bu meblağ karşılığında bana atlar, uşaklar ve İran sınırından Osmanlı başkentinin kapılarına yetecek kadar erzak ve eşya verecekti (Porter, 1822: 608).

3. Seyahat Hazırlıkları

Bir rehberle yapılan anlaşmadan hemen sonra seyahat boyunca ihtiyaç duyulan şeylerin hazırlanması aşaması başladı. Bu hazırlıklar büyük ölçüde erzaklar, kendilerini o ülkenin insanıymış gibi görünmesine yarayacak, dolayısıyla yağmacıların saldırılarından koruyacak yerel kıyafetler ve tabii bu türden yolculukların başlıca unsuru olan atlar ve eşyanın çok olduğu

durumlarda onları taşıyacak arabaları kullanacak olan sürücülerin ayarlanmasını içermektedir (Smith ve Dwight, 1834: 23 ve Fraser, 1834: 73). Bu sayılan şeylerin hazırlanması yapılan anlaşma kapsamında Tatarın sorumluluğundaydı. Bunların dışında gezginlerin varsa özel ihtiyaçları, ya kendileri ya da rehberler tarafından satın alma yoluyla sağlanmaya çalışılmaktaydı (Fraser, 1834: 73-74).

Yolculuğun hazırlık aşaması, bir taraftan da Tatar rehberler ile gezginlerin birbirlerini daha yakından tanıyabilecekleri bir sürecin başlaması anlamına gelmekteydi. Nitekim Fraser, kısa bir süre için de olsa kader birliği yapacağı yol arkadaşları için ilk tahlillerini bu süreçte gerçekleştirmiştir. Seyahat için yapılan alışverişten sonra bütün eşyaları bir toplanma ve hareket merkezi gibi kullanılan Tatar Ağa'nın evine (ofisi) götüren Fraser, burada ilk kez karşılaştığı Ağa ve onun gözetiminde yürütülen hazırlıklara dair oldukça detaylı betimlemelere ve tahlillere yer vermiştir:

Tatar Ağa, yüz Türk'ten ancak birinde görülen canlılık ve uyanıklığa sahip, çelimsiz, yaşlı bir adamdı. Yine de beni ciddiyetle karşıladı, kahve ve tütün çubuğu ikram etti. Tütün tütürmediğimi anlayınca hafifçe kaşlarını çattı. Ardından defterini eline alarak işe başlamadan önce uzun ve heyecanlı birkaç nefes aldı. Daha sonra birkaç şey istediğimi duyunca, bunları benim tarif ettiğim şekliyle tedarik etmeleri için, kendi adamlarını gönderdi. Gerekli olan başlıca eşyalar; bir çift Tatar şalvarı veya binici pantolonu, Tatar çorapları ve çizmeleri, bir şal ve yolculuğun rahatlığı için birkaç önemsiz şeydi ve çok hızlı bir şekilde temin edildiler. Bunlardan ilki, gerçekten iri boyutları ve parlak kumaşları ile iki takım şalvardı ve Ağa'nın başının üzerindeki bir rafta duruyorlardı. Neredeyse iki katı fiyat ödediğim bu kıyafetlerden birini hemen sahiplendim. Tatar dışında herhangi birinin ata binmek ve inmekte zorlanacağı şekilde üretilmiş olsalar da soğuğa karşı çok etkili koruma sağlayacağını düşündüm. Tatar çorapları ve çizmeler için de aynı şeyi söyleyebilirim. Kesinlikle soğuk havaya direnç gösterecek kadar iyi tasarlanmışlar. Şalvarlar konusunda farklı görüşler olabilir. Tecrübelerime dayanarak Fars binicilik tulumlarının, Tatarlarınkine göre daha az abartılı ve daha kullanışlı olduğunu ve bir yolcunun tüm ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebileceğini düşünüyorum (Fraser, 1834: 73-74).

Fraser'a göre kazanç ve çıkar duygusu, yaşlı Tatar Ağa'sının hâl ve hareketlerindeki bütün doğallığı bir anda ortadan kaldırmıştır. Seyyah onun satın alınan her maldan kendisine kâr payı ayırdığını; örneğin, beş ata ihtiyaç varken ve bunlar 1500 kuruşa mal edilebilecekken postane müdürlerine (menzilhane yöneticilerine) verilen hediyelerle birlikte bu iş için 3000 kuruşa karşılandığını dile getirmiştir. Aradaki farkın Tatar Ağa, Dragoman ve Paşa'nın payı olduğunu öne sürmüştür (Fraser, 1834: 75). Buradaki Paşa, ilgili posta-ulak ofisinin bağlı olduğu saray görevlisi olmalıdır. Fraser, Tatar Ağa'nın paraya ve maddi şeylere olan zaafını aralarında geçen başka bir konuşmayla örneklemiştir:

Heyecana kapılmış yaşlı beyefendi (bütün Tatarlar centilmendir) uşaklığımı yaparak coşkusunu ve uyanıklığını göstermeye başladı. Şalvarının iplerini kendi elleriyle bağladı ve kıvrımlarını düzenledi, mahmuzlarını kullanmakta ısrar etti ve kendini affettirmeye çalıştı. Bu sırada kılıcım (bir Hint kılıcıydı) hemen dikkatini çekti. Elinde olsa onu bir hediye olarak ele geçirdi. Ama öyle olmayınca satın alma seçeneğini denedi. "Bin kuruş (yaklaşık on sterlin) onu satın alır mı?" [diye] tercümana sordu: "Hayır." [cevabını alınca] "İki katı olur mu?" diye sordu. Kılıcın bir arkadaşımın hediyesi olduğunu ve onu gözden çıkaramayacağımı ifade ederek hem kendimi hem de onu daha fazla sıkıntıdan kurtardım. Türkler oldukça anlayışlı bir halktır. Kendisine verilen cevap, konuyla ilgili daha fazla soru sorulmasına engel oldu (Fraser, 1834: 76).

Seyahatin hazırlık aşamasında Tatar Ağası, Fraser üzerinde olumlu bir intiba bırakmamış olsa da pratikte bunun fazlaca ehemmiyeti yoktu. Zira Ağa'nın rolü seyahatin anlaşma ve planlama boyutuyla sınırlı olduğundan, uzun yolculuk boyunca gezginin asıl muhatap olacağı kişi kendilerine kılavuzluk yapacak olan Tatar olacaktı. Tatarlar için bu tür uzun yolculuklar alışlagelmiş şeyler olsa da gezginlerin anlatımında rehberlerin gerekli malzemelerden, sürücü ve atlara ve hatta kıyafetlerine kadar büyük bir ciddiyetle hazırlandıklarına şahit olmaktayız. Fraser'ın anlatımlarında görülen ve diğer seyyahların notlarında da benzerlerine rastlanan Tatar betimlemelerindeki hayranlık ifadeleri, çetin şartlarda zor bir mesleği icra eden bu gizemli Osmanlı rehberlerinin gezginlerin üzerinde nasıl bir etkileyciliğe sahip olduklarını anlamak için yeterlidir:

Bundan (Tatar) daha güzel görünen bir adam tasarlamak zor olurdu. Kendisi sanki en ideal Türk tipini temsil ediyordu. Uzun boylu ve yapılıydı. Muhteşem kıyafeti üzerine iyi oturmuştu. Suratı kusursuz bir yumurta biçimindeydi ve sakalsızdı. Bir çift zarif bıyık, mücevher gibi dişlerle donatılmış biçimli bir ağzın üst dudağını örtmekteydi. Burnu, Yunanlıların ve Romalıların güzelliklerini birleştiren türden bir mükemmellikeydi ve kendi içlerinde dolgun, karanlık ve uykulu, ancak kolayca uyanan keskin gözleri vardı. Gayet güler yüzlü olmasına rağmen, bir Türk'ün olağan ağırbaşlılığından biraz uzak bir mizah anlayışına sahip olduğunu, aynı zamanda buna düşkün olduğunu anlamak zor değildi (Fraser, 1834: 76).

Gezginin Tatarlarla Türkleri ayrı ırkların mensubuymuş gibi tanımlayan ifadeleri oldukça dikkat çekicidir. Oysa Fraser'ın bu analizleri yaptığı dönemde Tatar tabiri artık bir ırkı değil bir mesleği tanımlamaktaydı. Zira klasik dönemde yalnızca Tatarlar tarafından yürütülen ulak vazifesi zamanla farklı etnik kökenlerden gelenlerce de yapılabilmıştır (Pakalın, 1993: 420). Avrupa'dan Osmanlı ülkesine seyahatlerin yoğunlaştığı ve artık yol bilen kılavuzların değil, dil bilen rehber-tercümanların ihtiyacının hissedildiği 19. yüzyılın ikinci yarısında ise rehberlik başka bir boyuta evrilmiştir. Bu süreçte

Tatarlarla birlikte Rum, İtalyan, Ermeni, İspanyol, Bulgar, Kıbrıslı, Avusturyalı, Gürcü, İranlı hatta Kürt ve Levanten rehber tanımlamalarına yer verilmiştir (Kaya ve Yetgin, 2021: 39).

Tatarların fiziki özellikleri kadar kendilerine mahsus kıyafetleri de seyyahların ilgisini çekmiş; hatta bazen kişilik özellikleri de bu ilgiden nasibini almıştır. Birçok seyyahın betimlemelerinde şalvarlarından çorap ve çizmelerine, cepkenlerinden kullandıkları silah ve silah aksesuarlarına kadar ortak bir Tatar tasvirine rastlamak mümkündür. At üzerinde iken rahatlık sunan geniş şalvarlar ile soğuğa dayanıklı çizmeler, kalın çoraplar ve parlak kırmızı renkte uzun külah şeklindeki şapkalar birçok seyyahın betimlemelerinde Tatar kıyafetini karakterize eden ortak unsurlardır (Smith ve Dwight, 1834: 23; *The Saturday Magazine*, 1841: 125-126). Bunlardan kırmızı başlıklarının Tatarın aktif olarak görevde olduğunu ifade etmesi bakımından simgesel bir öneme sahip olduğunu belirtmek de yarar vardır. Nitekim vazifesinde liyakatsizliği veya ciddi bir kusuru görülen görevlinin şapkası elinden alınırdı. Bu durum, Tatarlar kadar yeniçeriler için de geçerliydi (Porter, 1822: 671). Rehberlerin dış görünüşleriyle ilgili tasvirler arasında Fraser'ın anlatımı oldukça detaylıdır:

Bir Tatarın elbisesi, gömlek, cepler ve yeleğin yanı sıra, üst kısmı vücudu saran alt kısmı aşağıya doğru uzanan uzun bir yelekten (cübbe) oluşur. Elbise kıvrımlarla topuklu ayakkabıların bulunduğu kısma kadar iner. Kıyafetin bu bölümü, özellikle eteklerin çevresi, her zaman farklı renklerdeki ipekle ve zengin bir şekilde işlenmiştir. Belinin etrafına, önce basit bir kuşak, ardından çeşitli parlak renklerde uzun ve çok güzel ipek bir şal bağlar. Bunun üzerine önünde, geniş bir deri kemer bağlı ve şalın içinde, aynı metalden veya fildişi tuhaf bir şekilde oyulmuş kabzası olan büyük bir çift gümüş topuzlu tabanca ve yatağan sıkıştırılır. Gümüş işlemeli deri ya da kadifeden yapılmış gönderi kutusu, omzuna bir kayış ya da kemerle asılır. Bunların üzerine, kırmızı kumaştan veya bazen kadifeden yapılmış, altın renkli bağcıklı ve işlemeli ve sahibinin imkânlarına göre az çok değerli olan bazı kürk türleriyle astarlanmış, zengin bir ceket giyilir ve soğuk veya yağmurlu havalarda, tüm vücut çeşitli türde pelerinlerle (cübbelele) çevrilidir, en yaygın kullanılanı olduğu için belki de en iyisi yeniçeri cübbesidir (Fraser, 1834: 77).

Gezginler ve Tatarların oluşturduğu kafiye, ihtiyaca göre sürücüler de dâhil olmuştur. Bu ihtiyaç gezginlerin eşyalarının binici atlarıyla taşınamayacak kadar fazla olduğu durumlarda ortaya çıkardı. Seyahatnamelerde *surüjii*, *soorajee*, *surrece* ve bazen de *postillion* olarak bahsedilen ve yük atlarından sorumlu kişi olan sürücüler yolculuğun plan aşamasında Tatar ofislerinden ya da gerekli olduğunda yolculuk sırasında menzilhanelerden karşılanabilmekteydi. Aynı zamanda rehberlik hizmeti de gören sürücülerin sayıları in'am hükmüne yazılmaktaydı. Sürücülerin kullandığı atlarda genellikle kıyafetler, yatak takımları ve bazı mutfak eşyaları taşınmaktaydı. Ayrıca menzilhanelerden kiralanan atlar yalın olduğundan, bunların koşumlanmasında kullanılmak üzere eğer takımı ve dizginler de yine yük atlarıyla taşınan malzemeler arasına ilave edilmekteydi (Halaçoğlu, 2004: 159; Alexander, 1827: 231; Smith ve Dwight, 1834: 5, 23; Porter, 1822: 657).

Seyahat hazırlıkları, yolculuğun başlayacağı ana kadar sürer, hareket zamanı gerçekleşen birkaç küçük düzenlemeyle birlikte son bulurdu. Cesur ve ürkütücü görünmek için eyer yayına tabancalar bağlanır, gezginlerin Avrupalı elbiseleri Türk'ün bol ve rahat cüppeleri ile Avrupa şapkası Doğu sarığıyla değiştirilir, ayaklar ise Tatarın devasa çorapları ve çizmeleri içinde korumaya alınırdı (Smith ve Dwight, 1834: 23). Tatar kılavuzlar eşliğinde gerçekleşen uzun yolculukların ilk gün heyecanından bazı seyahatnamelerde özel olarak bahsedilmiştir. Fraser'ın seyahat notlarında seyahatin başlangıcı şu cümlelerle dile getirilmiştir:

Bu tür seyahatlerin başlangıcında her zaman biraz gecikme vardır. Yüklerin ayarlanması gerekir, ayrıca biniciler bineceği hayvanın bakımıyla ilgili küçük şeylerle oyalanmaya bayılırlar... Her gezgine kendi binicilik aparatının ayarlanması konusunda kişisel bilgi sahibi olmasını tavsiye ediyorum; çünkü Türk seyisleri İngiliz saraçlığına tamamen alışık olmadığı için binicilik kıyafetinin çeşitli aletlerini garip amaçlara dönüştürebilir (Fraser, 1834: 77).

4. Seyahat Güzergâhları

Gezginler, rehberlerle anlaştıklarında artık Tatar kılavuzların belirleyeceği programa, bir teslimiyet duygusu içerisinde, tabii olmayı kabul etmiş sayılırlardı. Birçoğu yol güvenliği için belirlenen ve yol boyunca giyilecek kıyafetlerden, konaklama noktalarına ve dinlenme sürelerine kadar pek çok husus Tatar rehberin belirlediği ve kafiyeledeki herkesin uymak zorunda kaldığı sıkı kurallar çerçevesinde şekillenmiştir. Yolculukta takip edilecek güzergâhın belirlenmesi de bu itaatin sınırları içerisindeydi.

Batı dünyası ile Doğu ve Güney Asya'yı birleştiren ve Ortaçağ'dan beri varlığını devam ettiren ticaret yolları esasen Kuzey ve Güney olma üzere iki ayrılmıştır. İlki Orta Asya, Çin ve Hindistan'a bağlantı sağlayan Kuzey karayoluydu. Diğeri Suriye ve Halep'e kadar inen buradan çatal oluşturarak Tebriz ve Bağdat yönlerine ayrılan yollardı (Lybyer, 1877: 142). Kuzey yolunun içinde olmak üzere Osmanlı İmparatorluğu'nun başkentinden Anadolu'ya uzanan yollar üç kola ayrılmış olup bunlar sağ, sol ve orta kollar olarak gruplandırılmıştır. Bunlardan *sol kol*; Üsküdar, Gebze, İzmit, Sapanca, Geyve, Hendek, Ayaş, Düzce, Bolu, Hacıhamza hattıyla Merzifon'a kadar orta kolu takip edip buradan Karahisar-ı Şarki (Şebinkarahisar), Bayburt, Tercan, Erzurum ve Kars'a kadar uzanmaktaydı (Halaçoğlu, 1981: 123). 19. yüzyılda genel olarak doğu-batı ekseninde yolculuk yapan seyyahların en çok kullandıkları yol budur. Anadolu sağ kolu, Üsküdar-Eskişehir-Akşehir-Konya-

Adana-Antakya ve Halep'e; orta kolu, Üsküdar-Gebze-İzmit-Sapanca-Geyve-Hendek-Ayaş-Düzce-Bolu-Hacıhamza-Merzifon-Amasya-Turhal-Tokat-Sivas-Malatya ve Diyarbakır'a gitmektedir (Halaçoğlu, 1981: 123). Bu üç ana güzergahın yanında Hindistan gibi İngiliz sömürgelerinden eve dönüş yapmak isteyen gezginlerin bir başka seçeneği de Basra Körfezi'ne gelerek buradan Musul, Diyarbakır, Malatya, Sivas ve Tokat'a ulaşmaktı (Belge, 2021: 263). Güney-Kuzey yönlü işleyen bu yol, Tokat'tan sonra yine Amasya ve Merzifon üzerinde orta ve sol kola bağlanırdı. Çeşitli kolları ve çatallaşan yollarıyla birlikte Anadolu, uzun asırlar boyunca Batı ile Doğu arasındaki ulaşımın ve ticaretin ana güzergâhı hâline gelmiştir (Ekin, 2022: 32).

Bazı gezginler ana ticaret ve ulaşım güzergâhları dışında ve bir Tatarın yardımını almadan da seyahat edebileceklerinin pekâlâ bilincindeydiler. Deniz yolu bu seçenekler arasındaydı. Bu gezginlere göre İstanbul'dan Trabzon'a, oradan da Erzurum'a girmek iyi bir seçenek olabilirdi. Ancak mevsimin durumuna göre boğazlarda olduğu gibi Karadeniz'de de etkili olan kuzey rüzgârları bu tür seyahatlerin gerçekleşmesine kimi zaman imkân tanımamıştır. Bir başka seçenek de bir kervana katılarak ilerlemektir. Fakat *Erzurum'a en az otuz beş kırk gün sürecek olan bir kervanın yavaş hareketleri de yolculuğu gereğinden fazla uzattığından* bu yöntem çoğu gezgin tarafından tercih edilmemiştir (Smith ve Dwight, 1834: 22).

Değişik nedenlerle Osmanlı topraklarında bulunan Avrupalı seyyahları bir Tatarın rehberliğinde yolculuk yapmaya âdeta mecbur kılan başlıca nedenler güvenlik ve hızdır. Tatarların sunmuş oldukları bu hizmetin şöhreti, Anadolu ve Rumeli sınırlarını aşmış, Avrupa basınında kendine yer edinmiştir:

Napolyon Bonapart'ın Elbe'den kaçıışı vesilesiyle, İstanbul'daki İngiliz Konsolosu, İran'da Tahran'ın yaklaşık altmış mil ötesinde bir yer olan Demavend'deki İngiliz Konsolosuna bilgi vermesi için bir Tatar tuttu. Adam atına bindi ve on yedi günde, dağların üzerinden, vadiler ve ovalardan geçerek yaklaşık 2000 mil kat etmeyi gerektiren bu yolculuğu tamamladı. Bay Fraser böyle bir rehberle ve böyle bir planla yolculuğunu yaptı. Bu nedenle onun anlattısına "Tatar Yolculuğu" denilmiştir (The Saturday Magazine, 1841: 125).

5. Menzilhaneler ve Ulaşım İmkânları

Tatar rehberler ve kendilerine rehberlik ettikleri gezginler, yolculuklarını Osmanlı haberleşme ve ulaşım sistemlerinin imkânlarından yararlanarak gerçekleştirmişlerdir. Kuşkusuz bu sistemin en önemli unsuru, ana ve tali yollarda üç saatten yirmi sekiz saate kadar olan mesafelerde tesis edilmiş olan menzilhanelerdir. Bu istasyonlar, yakınlık-uzaklık ölçüsü dışında, arazi şartları, stratejik konumu, imkânları ve güvenlik koşulları dikkate alınarak tespit edilmiştir. Menzilhaneler sonraları ordunun sefer esnasında işesinin sağlanması, özel haberleşmelerin yürütülmesi, şehirlerarasında irtibatın sağlanması ve nakliye hizmetleri sunulması gibi amaçlara hizmet eden lojistik merkezlere dönüşmüşlerdir. Özellikle askeri amaçla oluşturulan menzilhaneler, bu yapıların şehir dışında olmasını gerektirmiştir (Halaçoğlu, 2004: 159; Pakalın, 1993: 479).

Klasik dönem Osmanlı posta sisteminde menzillerde buraların sevk ve idaresini yürüten menzil emininin (sonradan kiracıbaşı) yanı sıra menzil kethüdası, ahır kethüdası, seyis, odacı, sürücüler ve aşçılar bulunur, bu görevliler yaptıkları işe göre ücret alırlardı (Çadırcı, 1981: 1363). Menziller Tatarlar tarafından zaman zaman özel haberleşmeler için kullanılmış olsa da aslında bu yasaktı. Sivil haberleşme genellikle kervanlar üzerinden yürütülmekteydi (Halaçoğlu, 2004: 159). Ne var ki menzilhanelerle ilgili bazı kurallar esnekti. Bu esneklik rehberlik hizmetleri için de geçerliydi. Bu ofislerde *askeriye veya devlet daireleriyle ilgisi olmayan, ancak Türk postanelerine bağlı olarak çalışan ve gezginler tarafından kiralanan başka rehberlerin varlığı* Avrupalı gezginler tarafından pekâlâ bilinmekteydi (The Saturday Magazine, 1841: 125).

Menzilhaneler kuruluş felsefesi itibarıyla haberlerin ya da istihbarî bilgilerin devlet merkezi ile taşra birimleri arasında hızlı biçimde ulaşımını ve dolaşımını sağlamak üzere düşünülmüş istasyonlardı ve aslında bütün bu kurumlar bu hizmeti yürüten Tatarların görevlerini daha hızlı ve kolay şekilde yerine getirebilmeleri için oluşturulmuştu. Dolayısıyla bu örgüt yapısını işlevsel kılan şey, menziller arasında âdeta mekik dokuyan Tatarlardı. Bu ulakların ellerinde görevde olduklarını belirten "ulak hükmü" (sonradan "in'am hükmü") olduğu müddetçe çok geniş yetkileri bulunmaktaydı. Ancak sonraları Tatarların kendilerine neredeyse dokunulmazlık sağlayan bu imkânları kötüye kullandıkları, resmî görevler dışında kişisel kazançlar sağlayacak bazı ek işler yaptıkları, bu tür işler için menzilhanelerin imkânlarını kullandıkları görülmüştür. Özel rehberlik hizmetlerini de bu çerçevede değerlendirilmek mümkündür. Bu tür suiistimaller 18. yüzyılda menzil teşkilatının yeniden düzenlenmesini gerektirmiştir. Bu çerçevede Tatarların yetkileri ve görevleri yeniden tanımlanmış, menzillerde özelleştirilme anlamına gelen bazı yeni kurallar benimsenmiştir. Buna göre bütün menziller kiraya verilmiş, ellerinde in'am hükmü bulunmayan görevli ulakların uğrayacağı menzillerde ne kadar at alacağı ve ne ücret ödeyeceği önceden belirlenmiştir. Bu ücret her beygir karşılığı saat başına 10 akçedir (Halaçoğlu, 2004: 160).

Menzil teşkilatının ıslahı çerçevesinde alınan kararların ve yapılan düzenlemelerin örgüt ağını oluşturan kurumların işleyişine pratikte ne derece yansıdığını görebilmek oldukça güçtür. Bununla birlikte taşradaki menzilhanelerin geçirmiş

olduğu değişim ve dönüşüm süreci için, bu kurumların öne çıkarılması hakkında arşiv kayıtlarından yola çıkılarak yapılan incelemeler ve seyyahların notlarına yansıyan bilgiler ışığında bazı yorumlar yapmak mümkündür (Açıkel, 2004: 23; Sak ve Çetin, 2004; Çetin, 2007).

19. yüzyıl başlarında İran'dan Anadolu'ya geçerek sol kol üzerinden İstanbul'a ulaşmak isteyen ve neredeyse aynı menzillerde konaklayıp notlar alan İngiliz seyyahların gözlemleri Tatar rehberlerin menzillerden beygir kiralama konusundaki olanaklar ya da bu konuda karşılaşmış oldukları sıkıntılar hakkında fikir vermektedir. Bunlardan biri olan *James Morier*, 1809 yılında Erzurum'dan batı istikametine doğru ilerlemekte iken Karakulak (Otlukbeli) mevkiinde konakladıkları büyükçe bir menzilhanede at kiralama konusunda ciddi bir tartışma yaşadıklarını kaydetmiştir. Morier'in kafilesindeki kişiler menzili işleten yetkililere elçilik heyeti olduklarını özellikle ifade etmiş olmalarına rağmen elçilerin bu kurumların imkânlarından ücretsiz şekilde yararlanma hakları olduğu hâlde atları parayla kiralamak zorunda kalmışlar ve yirmi at için 25 kuruş ödeme yapmışlardır. Bu menzilhaneyi işletenlerin yemin edip "Ne İran Şahı ne de kendi Sultanımı umursarım, parayı almadan hayvanları vermem!" şeklindeki sözleri menzilhanelerin işleyişindeki kadim kuralların örgütün taşradaki kimi şubelerinde artık geçerliliğini kaybettiğini göstermesi bakımından anlamlıdır. Menzil teşkilatının özelleştirilmiş olmasının bu gibi keyfi uygulamalar için zemin oluşturduğu çok açıktır. Morier ve ekibinin kiralık at bulma konusunda yaşadıkları sıkıntı bu deneyim ile sınırlı değildir. Menzillerdeki beygir sıkıntısı ve kira ücreti tutarsızlığı Koyulhisar'da at başına vermek zorunda kaldıkları dört kuruş ile iyice su yüzüne çıkmıştır. Bu rakam Otlukbeli menziliindeki kiralama bedelinin neredeyse dört katıdır. Üstelik ellerinde, geçtikleri bölgenin yönetim yetkisini elinde bulunduran Karahisar müteselliminden alınan buyuruldu ve resmî emirler (bir başka deyişle ulak/in'am hükmü) olduğunu beyan etmelerine karşın sonuç değişmemiştir (Hanılçe ve Bulut, 2020: 431, 436)

İzlenimleriyle konuyu örnekleyen ikinci seyyah, Morier'den 17 yıl sonra (1826), aynı güzergâhı takip ederek ilerleyen James Edward Alexander'dır. Alexander, Osmanlı menzilhanelerinden at kiralamanın şartlarından bahsederken aynı zamanda Osmanlı haberleşme ve ulaşım sistemiyle, Çaparhane adıyla benzer bir sistem uygulayan İran'daki sistemi karşılaştıran ifadeler de yer vermektedir (Halaçoğlu, 2004: 159). Atların kötülüğü ve devlet desteğinin istenilen seviyede olamaması nedeniyle İran'daki posta sistemini Osmanlı menzil sistemine nazaran yetersiz bulan Alexander, Karakulak menzilhanesine doğru ilerlerken şu tespitleri yapmıştır:

İran'daki posta yöneticileri, devletten çok az bir ödenek alıyorlardı. Bu durum onların iyi atlara sahip olma şansını ellerinden alıyordu. Türkiye'de ise her at için saat başına otuz para ödeniyordu ve atlar muhteşemdi. Bu atlar iki menzil arasında koşuyor ve dörtnala gidiyordu. Bir Türk kuruşu kırk para idi, yirmi yedi kuruş bir dukaydı ki bu neredeyse on şilin ediyor. Bu yüzden Türkiye'de menzilhane sisteminde her bir at için ödenen para, bir milde bir peniden biraz daha fazla ediyor (Alexander, 1827: 231; Hanılçe, 2019: 85-86).

Kerr Porter Karahisar'dan itibaren bir sonraki istasyona 11 saatte vardıklarını, bunun İngiliz ölçüsüyle 30 mil olduğunu dile getirmiştir. Bir kara milinin 1.609 km olduğu düşünülürse Porter'ın kafilesinin 11 saatte yaklaşık 48 km yol aldığı anlaşılmaktadır. Osmanlı topraklarında gerçekleştirilen seyahatlerde iyi yetiştirilmiş bakımlı atlar, rehberler ve gezginler için yolculuğun hızlı, güvenli ve kesintisiz biçimde gerçekleştirilmesi demektir. 10 saat ve daha üzeri süren yolculuklarda şayet atlar yorulmuşsa vakit kaybetmeden yola devam etmek için muhakkak bu beygirlerin dinlenmiş olanlarıyla değiştirilmesi gerekirdi. Bununla birlikte verilen iki örnekte olduğu gibi bütün menzilhanelerde, bu olanakların kusursuz biçimde sunulduğu söylenemez. Bunun için farklı çözümler üretilmeye çalışılmış olsa da bir Tatar için uzun bekleme süreleri asla hoş görülmediğinden menzilhaneler bazen tartışmalara sahne olmuştur. Porter'ın Karahisar'ı geçtikten sonra at değişimi için durduğu bir menzilhanedeki şahit olduğu tartışma Osmanlı postanelerinin aksayan yönleriyle ilgili bir örnek vaka niteliğindedir:

Tatarlar ve postacılar atlarımız hakkında tartışıyorlardı, hiçbiri altı kuruştan aşağı kiralanmıyordu. Ayrıca hemen de temin edilmeyecek, bir süre beklenecekti. Menzilhanedekiler kiralanacak atları komşu köylerden almak gibi bir ayrıcalığa sahiptirler. Ahmed Ağa (Tatar) onların şartlarına uymak zorunda kaldı ve istediğimiz sayı on bir olduğundan, günün geri kalanı bir Türk postanesinde o pislüğün ve kargaşanın altında, her an tek kaçış yolumuz olan atların gelişini boş yere bekleyerek geçti (Porter, 1822: 693-694).

Osmanlı postanelerindeki beygirlerin sayıca yeterli olmamasının, mevcut olanların ise bakımsız ve fiziken zayıf durumda olmalarının başlıca nedeni çetin yol şartları ve Tatarların bu ulaşım vasıtalarını bazen şahsi işlerinde, keyfi ve çoğu zaman hor kullanmış olmalarıdır. Menzil sisteminin işleyişindeki bozulmaların esasen 16. ve 17. yüzyıla kadar dayandığı tecrübeleri Osmanlı bürokratlarının tespitleri ile sabittir (Çerçi, 2003: 212-215). Hizmetlerde doğal olarak aksamalara neden olan olumsuzlukların 19. yüzyılda da devam ettiği ve artık iyice ayyuka çıktığı bazı seyyahların tespitleriyle doğrulanmıştır (Smith ve Dwight, 1834: 32).

Kimi gezginler uzun ve zorlu seyahatlerde canları pahasına kendilerine hizmet eden atlarla duygusal bir bağ geliştirmişlerdir. İran'da iken böyle bir atı kaybetmiş olmanın hüznünü yaşamış olan Porter, bu acı hatırasından şu cümlelerle bahseder:

Beni Kafkas dağlarından İran Alplerinin yarısından fazlasına kadar sadık bir şekilde taşıyan zavallı Çerkez atım, Tebriz'de hayatı pahasına işlerine son vermişti. Benim hizmetimde son derece zorlandığını, asil uzuvlarıyla önümde soğuk ve kaskatı durduğunu ve parlak gözünün kapandığını gördüğümde, fazlaca gözyaşı döktüğümü kabul ediyorum (Porter, 1822: 608).

6. Menzilhaneler ve Konaklama İmkânları

Osmanlı ulaşım sisteminde menzilhaneler yalnızca at değişim istasyonları olarak algılanmamalıdır. Şartları ne olursa olsun menziller aynı zaman konaklama merkezleri olarak uzun ve yorucu yolculuklar yapan seyyahlara ve kılavuzlarına dinlenme, konaklama ve yeme-içme hizmeti sunmuştur. Konaklama masrafları, gezginlerin yolculuk başlamadan Tatarlarla yaptıkları sözleşmenin ve ödemelerin içeriğinde ve onun bir gereği olduğundan bunun için seyyahlar tarafından ayrıca bir ücret ödenmemiştir. Seyyahların notlarında bu tür anlaşmalar yapılırken konaklamanın konforuna ve konak yerlerinde verilecek hizmetlerin içeriğine dair gezginler tarafından bazı şartların ileri sürüldüğüne dair ibarelere rastlanmamış olması da oldukça ilginçtir ve elbette izah edilmelidir. 19. yüzyılın seyahat imkânları ve rehberlik hizmetleri içinde gezginlere çeşitli konfor seçenekleri sunan bugünkü anlamda profesyonel bir turizm rehberliği anlayışı söz konusu olmadığı gibi, esasen ne yolcuların ne de Tatarların bu konuda pek fazla tercih imkânları yoktu. Zira sağ, orta ya da sol kol güzergâhlarında gerçekleşen seyahatlerdeki konak merkezleri aslında belliydi ve bunlar aynı zamanda at değişiminin yapıldığı her biri bir Tatar ofisi olarak işleyen menzillerdi. Bu nedenle bu tür seyahatler, güzergâhın içerdiği yol ve konaklama koşullarının Tatar tarafından daha baştan bilindiği ancak gezginlerin bir fikir sahibi olmadığı program çerçevesinde başlamıştır. Elbette ana ve tali yollar üzerinde Batı'dan Doğu'ya ya da Kuzey'den Güney'e doğru sıralanan konak merkezlerinin koşulları her yerde aynı değildi. Bu durum Fraser'in deneyimlediği gibi, seyyahların memnuniyetlerine etki eden bir unsur olarak onların gezi notlarına da yansımıştır:

Bu postahanelerin ilerleme araçlarının (atlar) ötesinde sağladığı konaklama imkânları küçük ve yetersizdir. Bazen sadece büyük bir kulübeden oluşurlar, daha çok ahır hizmeti verirler ve sürücüler (Soorajee) veya seyisler için bir ikametgâh görevi görürler. Ancak bir kasaba veya köyde bulduklarında, genellikle postane müdürünün evine bağlıdır ve ahır yanında kahve odası gibi bir mekân içerirler. Bu kahvehane, yolcunun keyifle oturabileceği veya uzanıp uyuyabileceği, ahşap platformlu, yükseltilmiş bir dairedir (Fraser, 1834: 83-84).

Seyyahlar, menzilhaneler dışında bazen derbentlerde konaklamışlardır. Kırsal alanlarda, örneğin askerî ve ticarî yolların kavşak mahallerinde veya geçit özelliği olan noktalarda bu yerlerin emniyetini sağlamak üzere kurulmuş Derbentler, bir nevi karakol vazifesi görmüşlerdir (Orhonlu, 1990: 9-10). Aynı zamanda yakalanan eşkiyaların cezalandırıldığı derbentlerin bu özelliği bazı gezginlerin seyahatnamelerinde yer almıştır. Nitekim Amasya ve Turhal arasında ilerleyen Smith ve Dwight, gece vakti sığındıkları bir derbentin önünde civarda faaliyet gösteren haydutların darağacında sallanan bedenlerini görmüşlerdir (Tuzcu, 2013: 227-228). Kuruluş amaçları konaklama olmadığı için Derbentler, gezginlerin zorunlu hâller dışında dinlenmek için tercih ettikleri bir mekân değildir, ancak ihtiyaç hâlinde bölgenin yabancılarına rehberlik hizmeti vermişlerdir (Geçmişten Günümüze Posta, 2007: 108).

Gezginlerin, yorucu yolculuklardan sonra iyi bir uyku çekip yorgunluklarını atabileceklerini umdukları mekânlar olarak menzilhanelerin genel olarak bu beklentileri karşıladığı söylenemez. En başta birçok Osmanlı postanesinin seyyahların en çok önemsedikleri şeylerden biri olan temiz mekân ihtiyacına cevap veremediği anlaşılmaktadır. Konak yerlerindeki yemekler ise çeşitleri ve lezzet yönleri kadar servis ve sunum şekilleri ile de seyyahların eleştirilerine konu olmuştur. Porter'ın notlarında, kahvaltıdan akşam yemeğine kadar Osmanlı menzilhanelerinde sunulan yeme-içme imkânlarıyla ilgili genel bir değerlendirme ile karşılaşılmaktadır. Porter menzilhanelerin yeme-içme imkânları hakkında şunları dile getirmiştir:

Postanedeki hizmete gelince; ekmek, yumurta ve kahve ile yetinmiş olmam ve bunlarla sınırlanmış olmamdan pişmanlık duymadım ama Tatarlar bu kadar basit bir diyete çok öfkeliydiler ve ne zaman böyle bir yemek önlerine çıksa, sofranın gazabına uğradı. Buralarda vezir, paşa ve baş-aşçı rütbesi altında, ister efendi ister hizmetkâr olsun, mağrur beğçisinden en cimri çukur temizleyicisine kadar konaklayan herkes, pansiyon halkıyla aynı tahtaya bağdaş kurar ve parmaklarını ortadaki büyük tabağa uzatır. Bu devasa yemek, tepsinin ortasında, genellikle misafir sayısı kadar ekmekle döşenmiş alçak, yuvarlak bir masanın üzerinde duruyor. Kahvaltının diğer bileşenleri genellikle; koyulaştırılmış süttan iki tabak lor peyniri, biraz bal ve biraz üzüm şurubudur. Gün ortasında kuru veya taze meyve ve ekmek verilir. Gün batımında, bir çeşit çorba ve tatlandırılmış sos ve soğanla karıştırılmış koyun veya keçi etinden bir güveç ve buğday pilavı sunulur. Tabaklar, yuvarlak bir sininin etrafında oturan ve parmakları ya da kaşıklarıyla yemeğe dalmaya hazır kişilerin önüne sırayla servis edilir (Porter, 1822: 695-696).

Konak yerlerindeki yeme-içme hizmetlerinden duyulan memnuniyet, seyyahın mensup olduğu toplumun yeme içme alışkanlıklarına ve tercihlerine göre değişmektedir. Gezginlerin, ana yemeğin lezzetinden değil genellikle bir tepside ortaklaşa yenilmesini gerektiren sunum şeklinden pek hoşnut olmadığı anlaşılmaktadır. Batılı ve Doğulu toplumların yemek adabının ve alışkanlıklarının farklılığı, gezginlerin damak zevkleri, örneğin diyet yapıyor olmaları gibi kişisel durumları bu

memnuniyetin derecesini etkilemiştir. Bu noktada diyet yapan seyyahlar ana yemeğin bir et yemeği olarak kurgulanmış olmasından ve yapmayanlar ise hem leziz hem doyurucu et yemeklerini her yerde bulamamış olmalarından şikâyetlenmişlerdir. Benzer tespitler uzun yolculuklar konusunda oldukça deneyimli bir seyyah olan Alexander'ın notlarından da okunmaktadır.

Tebriz'den ayrıldığımızdan beri ne et yedim ne de süt dışında herhangi bir sıvı tükettim ki sütü de en son içtiğimde bir hayli fazla içmiştim. Yani sadece ekme ve süte dayalı bir diyetle idare ediyordum. Bu rotayı izleyen birkaç İngiliz aklıktan öldüklerinden şikâyet ediyorlardı ki bu sanırım her seferinde biftek veya koyun pizolası yiyemiyor olduklarından olsa gerek. Böyle hızlı yolculuklarda genellikle hızlı şekilde yemek yiyorsanız, hızlı sindirilebilen şeyler tüketmek en iyisi (Alexander, 1827: 233-234; Haniççe, 2019: 90).

Menzilhanelerde geleneksel usuller ve yemeklerle ağırlanan gezginlere yapılan ikramlarda dikkate değer bir husus da hazmı kolaylaştıran özellikleriyle yöresel meyvelerin verilmiş olmasıdır. Bu durumu Porter ve Alexander kadar 1812 yılının Ağustos ayında Amasya'da kahvaltı yaparken nefis bir ekme ve sütün yanında kendisine erik ve bolca üzüm ikram edildiğini ifade eden William Ouseley'in kayıtlarından teyit edebilmekteyiz (Belge, 2020: 780-781).

Batılı seyyahların yemeklerden daha fazla hassasiyet gösterdikleri, üstelik daha az şartlar ve beklentilerle arzuladıkları bir başka şey daha vardır: Alkollü içkiler. Bununla birlikte İslam dininin içki yasağından haberdar olan gezginlerin yabancı oldukları coğrafyaların ve toplumların alkollü içki kültürünü deneyimlemek konusundaki ilgileri dikkate değerdir. Üstelik aynı tabaktan yemek yemeye itirazı olmalarına karşın aynı testiden şarap içmelerinin bir sakınca oluşturmayacağını beyan edecek kadar böyle bir ziyafete açıldılar. Ancak söz konusu olan gezginler misyonerler olunca belirli prensipler çerçevesinde hareket edilmiştir. Anadolu'da seyahat eden iki misyoner Smith ve Dwight'in seyahat deneyimlerinde yalnızca gezginlerin değil Tatar rehberlerin de görevleri sırasında alkol aldıkları anlaşılmaktadır. Smith ve Dwight'in notlarında bu durum şu cümlelerle ifade edilmiştir:

Tatarımızın menzilci ile arası iyi görünüyordu ve onlar hana gelenlerin ve gidenlerin önünde rakılarını (arak) içerken, bizim kendimize aynı hoşgörüyü göstermememizden kaynaklanan şaşkınlığını ifade etti. Gerekçesini açıkladık ama aynı zamanda yemeklerimizde ortak şarap kullanımına karşı daha az itirazımız olduğunu belirttik. Beklentimizin aksine tamamı Türk olan bir kasabada bize şarap ikram edildi. Brandy bu kadar alenen içilirken, şarap bir pelerin altında özenle gizlenerek getirildi. Burası İzmit ile Merzifon arasında şarap bulduğumuz tek yerdi ve Niksar ile Erzurum arasında şarap bulmak mümkün değildi. Ancak hemen hemen her yerde arak (rakı) bulabilirdik. Bunun nedeni, Türklerin ikincisini birincisinden çok daha kolay içmeleridir, belki de Kuran'da şarabın yasaklanması açık bir şekilde ifade edilirken damıtılmış likörlerin yasaklanmasının sadece ima edilmiş olmasındandır (Smith ve Dwight, 1834: 30).

İngiliz seyyahların anlatımlarına göre menzilhaneler, yolcuların çubuk ve nargile gibi tütün ürünlerini kullandıkları, bazen de içki içerek yorgunluklarını attıkları dinlenme mekânlarıydı. Kimi zaman böyle bir dinlenceye musiki eşlik ederdi. Çoğunlukla doğaçlama gerçekleşen bu tür programlar, gezginler ve Tatar rehberler başta olmak üzere kafiledaki herkesin birbirleriyle daha iyi bir iletişim kurmalarına imkân sağlamıştır. Porter, Anadolu'daki menzilhanelerden birinde tınısını ilk kez duyduğu kabak kemane eşliğinde gerçekleşen böyle bir eğlenceye şahit olmuştur. Son derece ilginç bulunduğu enstrüman hakkında bilgiler aktaran Porter'a göre Türkler ve İranlılar için millî bir çalgı kabul edilen kabak kemane, başlangıçta korkunç gürültüden başka hiçbir şeye yaramayacak bir enstrüman kanaati uyandırmıştı. Lakin kafilesinde yer alan sürücü tarafından ustalıklı çalınan enstrümanın *ezgilerine beş ya da altı dakika boyunca bir hayranlığın ölüm sessizliği eşlik etmişti. Müzik bazen ani gelişen vahşi tınılarla, bazen de bir hırıltı ya da bağırıyla çeşitlenerek, yükselerek ya da alçalarak bir tür haykırışa dönüştüğünde, yalnızca dinleyiciler değil kendisi de bu melodilerden etkilenmiş ve bu müzik aleti hakkındaki bütün düşünceleri değiştirmiştir* (Porter, 1822: 657).

7. Zorlu Yol Şartları, Tehlikeli Geçitler ve Tatar Rehberler

Bir Tatar rehber ile anlaştıktan sonra Osmanlı topraklarında günler sürecek yolculuklarına çıkan Batılı gezginler, yolda ya da konak yerlerinde şahit oldukları olayların ya da gözlemlerinin bir sonucu olarak Tatar rehberleri hakkında birtakım kişilik analizleri yapmışlar ve bunları da seyahat notlarına ilave etmişlerdir. Gezinlerin bu tür analizler yaparken rehberlerin mesleki yetenekleri ve tutumları ile kişilik özelliklerini ayrı ayrı değerlendirdikleri görülmektedir. Tatarların görevlerini yaparken daha fazla kazanç için başvurmuş oldukları meslek hileleri, (seyyahlar tarafından) dürüstlüklerinin sorgulanmasına neden olmuştur. Dahası, rehberlerin zaman zaman yalana başvurmaları seyyahları ciddi anlamda rahatsız etmiştir. Örneğin Erzurum'a hareket üzere İstanbul'da bir Tatar rehber ile anlaşılan Board misyonerleri Smith ve Dwight, tutumlarından zaten şüphelenmiş oldukları rehberlerinin aldatmacalarından Üsküdar'da bir ve Sapanca'da iki Ermeni'nin daha kafileye katılmasıyla iyice emin olmuşlardır. Oysa daha baştan yalnızca kendileri için kılavuzluk yapmak üzere ödeme yapmış olmalarına rağmen, Tatar rehber aynı güzergâhta iki-üç sözleşmeyi birleştirmiştir. Misyonerler "Türkiye'de her gün yaşanan bir olay olarak" istemeden de olsa kabullenmek durumunda kaldıkları *bu çifte anlaşma örneği*

hakkında “İyi atlar ya da barınaklar için acı çekmediğimiz sürece şikâyet etmemeye karar verdik.” diyerek bu durumu katlanılabilir bulmuşlardır (Smith ve Dwight, 1834: 32).

Bütün bu tespitleri, Tatar rehberlerin tamamını bağlayan ortak kişilik özellikleri olarak algılamak doğru olmaz. Nitekim biraz daha fazla kazanç için bazı hilelere ve yalanlara müracaat ettiklerini iddia ettikleri Tatar rehberlerin bu olumsuz özellikleri yanında gerçekte çok güvenilir insanlar olduklarını da açık bir dille ifade etmişlerdir. Tatarların bu konudaki haklarını teslim eden misyoner gezginler, rehberlerin gerçekten övgüye değer buldukları vasıflarından şöyle bahsetmişlerdir:

...yalan bir Tatarın ağzında gerçekten doğal olsa da dünyada bu kadar güvenilir bir insan grubu yoktur. Sadece kendilerine taahhüt edilen kâğıtlara (sözleşmelere) azami özen göstermezler. Aynı zamanda, soygunculara karşı tehlikeler hariç tutulmak üzere, makbuz veya yükümlülük olmaksızın binlerce dolar bir Tatarın valizinde, bir banka kasasındaki kadar güvenlidir (Smith ve Dwight, 1834: 37-38).

Gezginlere göre Tatarlar, meslekleri ve özellikle görevleri hakkında konuşmayan, konuşulmasından da hazzetmeyen ketum insanlardır. Bu özelliklerini ve tutumlarını yolda meslektaşlarının bulunduğu menzilhanelerde dahi korumuşlardır. Amerikan misyonerlerin bir menzildeki gözlemleri Tatarların sır saklamaktaki becerilerini ortaya koymaktadır:

Tatarlar ara sıra gelir, at değiştirir ve her zamanki gibi nargilelerini tütürür, ama mesleklerinden diğerlerine pek az şey söyleyerek yollarına devam ederdi. Tatarlar ülkenin haber taşıyıcılarıdır ve genellikle her kasabadaki sıradan insanların heyecanla dinleyip öğrendikleri bilgilerin sahibidirler. Ama birbirleriyle karşılaştıklarında, belki de soracak ya da anlatacak hiçbir şeyleri yokmuş gibi görünürler ve genellikle ağızlarından çıkan tek kelime basit bir selamdır (Smith ve Dwight, 1834: 37-38).

Kişilik özellikleri bir tarafa Tatarlar, menzilhanelerin eminleri (sorumluları) ve buldukları yerlerin ahali nezdinde büyük bir saygıya sahiptirler. Seyyahların anlatımlarına göre bu saygının ve otoritenin alametleri Tatar daha menzilhanelerin kapısından içeri girer girmez başlamaktadır. Bu konuda Kerr Porter’in tespitleri şu şekildedir:

Tatarlardan biri gelir gelmez, postanedeki tüm sıradan aylaklar, büyük adamın atından inmesine yardım etmek için acele eder. Tatar bu saygının bilinci içinde görevli yardımcılarını da yüklerini boşaltmaları için orada bırakarak menzihaneye girer. Bu sahne bizim menzilimizde meydana geldi. [Tatar] Ahmed Ağa, bu başboşları görür görmez artık kendi bölgesinde gibi görünüyordu (Porter, 1822: 656).

Seyyahlara göre; Tatarların bu derece otoriter ve kaba olmalarında onlara ceza vermenin güç olması gerçeği yatmaktadır. Tatarların bazı kişilik özellikleri seyyahlarda rahatsızlık nedeni olsa da gerçekte bu rehberler güvenlik söz konusu olduğunda kendi yaşamlarını tehlikeye atacak kadar görevlerinin hakkını teslim etmişlerdir. Bu uğurda canlarından olan Tatarlar da yok değildir. Gezginler at sırtında, ne zaman yağmacıların saldırısına uğrayacağını bilmeden ve daha önce görmedikleri, isimlerini dahi bilmedikleri dağlardan, vadilerden, ormanlardan ve ovalardan geçmek zorunda kalarak Şark topraklarında seyahat etmişlerdir (The Saturday Magazine, 1841: 128). Eşkıyaların meskeni hâline gelen birkaç tehlikeli geçitten sağ salim geçtikten sonra bazı seyyahlar, bir [Tatar] subayın koruması olmadan herhangi bir Hristiyan Avrupalının bu Türk bölgelerinden geçmesinin imkânsız olduğunu itiraf etmişlerdir. Bu itiraflar aynı zamanda Tatarların kaba ve rahatsız edici bulunan davranışlarının hoş görülmesi anlamına gelmektedir (Porter, 1822: 657).

19. yüzyıla kadar İran’dan İstanbul’a, Anadolu’nun sol kol güzergâhı üzerinden seyahat eden gezginlerin yolculuklarını emniyetle tamamlamaları için dikkat etmeleri gereken birkaç tehlikeli nokta bulunmaktaydı. Birçoğu Osmanlı sınırlarının İran’a yakın topraklarında bulunan bu noktalardan birisi Kars yakınlarındaki Kantepe Geçidi’dir. Bu noktadan geçerken burada sadece soygun ve cinayet efsaneleri yoktu; tüm yol aynı zamanda bu korkunç söylentileri doğrulayan izlerle doluydu diyen Porter, yolun ötesinde berisinde âdeta haydutların marifetlerinin bir belirtisi olarak serpiştirilen mezar kalıntılarını bu düşüncesine dayanak olarak gösterir. Gezgin, bu yolda atlarıyla tedirgin bir şekilde ilerlerken kendilerine rehberlik eden Tatarın bu mezarlardan birine uzun uzun baktığını ve duygulandığını fark etmiştir. Hüzün ile izlenen bu mezarın Tatarın bir yakınına ait olduğunu sonradan öğrenen Porter, bu şekilde yüze yakın mezar gördüğünü notları arasına kaydetmiştir. Porter, çok etkilendiği bu eşkıyalık efsanelerini dinlerken, bir taraftan da bu tür olayların neden önüne geçilemediği üzerine düşünmüş ve tespitlerini şu satırlarda dile getirmiştir:

Birkaç ay önce, İngiliz elçiliğinin Tatarlarından (veya kuryelerinden) biri ve onun emrinde seyahat eden bir tüccar, bu vadide yoldan çıkarılıp yağmalanmış ve ancak kendilerini nehre atarak kurtulmuşlar. Ertesi sabaha kadar çalılıkların arasında gizlenmişler, şans eseri (ya da daha doğrusu Tanrı), bu şekilde seyahat eden bazı insanlar tarafından keşfedildiklerinde bir arabaya alınarak Aşkale’ye getirilmişler. Orada yaraları iyileşene kadar yaklaşık iki ay kalmışlar. Bu saldırıların çoğu gece gerçekleşir. Bu, bazı komşu köylülerin genel olarak sahnedeki baş aktörler olduğundan şüphelenmemin bir nedenidir. Ve ikinci bir gözlemim; eğer bir Tatar yağmalanırsa, neredeyse her zaman hayatını da kaybeder. Bu durum onların (çevre sakinlerinin) suçluluğunun doğrulayıcı bir kanıtı gibi görünür. Zira Tatarlar çoğu kişiyle çok iyi tanıyor, belki de hayatta kalabilmek için bu geçidin yağmacılarının gerçekten kim olduğunun hikâyesini anlatamıyorlar (Porter, 1822: 677).

Tatar rehberlerin Erzurum civarından geçerken kullandıkları güzergâhın en zorlu geçidi ise *Şeytan Deresi*'dir. James Edward Alexander'ın son derece sarp bir coğrafya olarak tanımladığı bu yerin tüyleri ürperten yapısının gezginleri oldukça heyecanlandığı anlaşılmaktadır (Hanilçe, 2019: 90). Eşkîya söylenceleriyle birleştiğinde şöhreti uzak yerlere kadar ulaşan *Şeytan Deresi* yalnızca gezginleri değil rehberleri de dehşete düşüren bir yer olarak Porter'in notlarında detaylı biçimde tanımlanmıştır:

Endişeler altında ve zorlu yol şartlarının izin verdiği kadarıyla hızlı bir şekilde ilerlemeye çalıştık ve iki saat daha vardı. Bu sürenin sonunda görünen dehşetin son kısmına, yani zikzakla ilerlenen muazzam bir uçuruma vardık. Şeytanlar Vadisi olarak adlandırılan tepelerin ortasından en uygun şekilde geçtik. Kaygan bir yolu olan bu geçit, atlarımız için çok tehlikeliydi. Bu bölgenin aşılmasıyla o gün için tüm tehlikemiz geçmişti. Çıkış anında iki Tatarım selam verdiler ve büyük bir zaferle tabancalarını ateşlediler (Porter, 1822: 677).

James Morier'in belirttiği üzere gezginlerin Erzurum'dan sonraki durağı olan Aşkale civarında ise Kürt asıllı eşkîya grupları etkili olmuştur (Hanilçe ve Bulut, 2020: 429). Sol kol güzergâhının bu tehlike arz eden noktalarını Sivas-Tokat arasında Çamlıbel ve Tokat-Amasya arasında ise Çengel geçitleri izlemiştir (Belge, 2021: 263-265). Ayrıca gezginleri bu güzergâhta tehdit eden tek şey haydutlar ya da hırsızlar değildir. Asayiş olaylarından daha büyük bir tehlike olarak algılanan salgınlar, bu güzergâhta seyahat eden tüm yolcularda tarifsiz korkulara neden olmuştur. Bu meyanda 19. asır başlarında Amasya ve Merzifon gibi şehirler, vebanın neden olduğu dehşeti seyyahlara derinden hissettirmişlerdir (Genç, 2020: 21). Tatar kılavuzlar, bu tür vakaların görüldüğü durumlarda gezginleri salgının etkisi altındaki şehirlerden uzak tutup güzergâhın emniyetli olan bir sonraki istasyonuna taşıma gayreti içerisinde olmuşlardır. Merzifon'dan sonra Bolu, Düzce istikametinde başkente ilerleyen İngiliz seyyahların notlarından anlaşıldığı kadarıyla güzergâhın bu kısmı asayiş yönünden Doğu vilayetlerine göre çok daha emniyetliydi ve rehberler eşliğinde yol alan gezginlere daha güvenli bir seyahat imkânı sunmaktaydı.

Sonuç ve Değerlendirme

19. yüzyılda Osmanlı İmparatorluğu topraklarında rehberlik hizmetleri Tatarlarca ve menzilhanelerin imkânları kullanılarak verilmiştir. Menzillerin kiraya verilip, bir nevi özelleştirilmesiyle, Tatarlar özel rehberlik hizmetlerini yerine getirmek konusunda daha serbest hareket etmeye başlamışlardır.

Çağın eğilimlerine uygun olarak dünyayı tanıma, öğrenme ve yönetme isteği çerçevesinde, Avrupa basınında pek çok şey yazılıp çizildiğinden Osmanlı topraklarındaki seyahatlerde Tatarların sunmuş olduğu rehberlik hizmetleri Avrupa insanı tarafından da oldukça iyi bilinmiştir. Bu nedenle yabancı tüccarlar, misyonerler ve gezginler Osmanlı topraklarına adım attıkları andan itibaren rehberlik hizmetlerinden yararlanmak üzere Tatarlarla görüşmüşlerdir. İstanbul'da bulunan gezginlerin Tatar Ağa ile temas kurarak, Doğu vilayetlerinde olanların ise bir nevi Tatar ofisleri gibi çalışan menzilhanelerde görüşmeler yaparak rehberlik hizmeti aldıkları gözlemlenmektedir. Bu aşamada seyahat anlaşmalarının yapıldığı ve bunların bazılarının yazılı, mühürlü senetler şeklinde düzenlendiği dikkati çekmiştir.

Seyahat hazırlıkları, rehberlik hizmetlerinin önemli bir parçasını oluşturmuştur. Tatar Ağa'nın konağı hazırlık, toplanma ve hareket merkezi olarak kullanılmıştır. Seyahat için ihtiyaç duyulan malzemelerin belirlenmesinde olduğu gibi, seyahat güzergâhı ve konak yerleri de Tatar'ın tercihi bırakılmıştır. Bu noktada Tatarın seyahat ve yol bilgisine büyük bir saygı ve güven duyulduğu çok açıktır. Nitekim yolcuların ilerledikleri ülkenin coğrafyasına, insanına, kültürüne yabancılıkları ve dil konusundaki eksiklikleri rehberler eşliğinde ilerlemeyi âdeta zorunlu kılmıştır. Bütün bu nedenler kadar önemli bir başka neden de seyyahların daha hızlı bir seyahat arzulanması ve Tatarların bu konudaki şöhretidir.

Seyyahlar, eserlerinde, özellikle Osmanlı doğu sınırından girişten itibaren Amasya'ya kadar eşkıyaların yol güvenliğine verdiği zarardan söz etmişlerdir. Eşkîyaların izlerinin derinden hissedildiği bazı geçit özelliği gösteren yerler birçok seyyahın notları öne çıkarılmıştır. Örneğin, Aşkale-Otlukbeli arasına konumlanan *Şeytan Deresi* güvenlik zaaflarının fazlaca hissedildiği yerlerden birisidir. Seyyahların eşkıyalık konusundaki endişelerinden gerçekten Amasya psikolojik bir sınırdır ve Merzifon'dan itibaren gece duraklamaları azalmaktadır ve yolculuğun süresi de kısalmaktadır.

Seyyahların tanımlamalarında Tatarların görünüşleri ve davranışları hakkında önemli tasvirlere rastlamak mümkündür. Bu tasvirlerde seyyahlar bir dilemma içerisinde. Bir yandan Tatarları küçük çıkarlar için kurnazlık yapan kişiler olarak suçlayan seyyahlar diğer yandan da birçok tehlikeden kendilerini koruyan bu insanların cesaretinden, güçlü fiziki yapılarından, gittikleri yerlerde gördükleri saygıdan ise övgüyle bahsetmektedirler ve hatta Tatarların ufak tefek kurnazlıklarının çektikleri zahmetle mukayese edildiğinde hoş görülecek bir durum olduğunun da altını çizerek. Seyyahların notlarında Tatarlar farklı özellikleriyle âdeta farkı bir milleti temsil eder gibi betimlenmiştir.

Tatarların konaklama, yeme-içme ve yolculuğun diğer koşullarını belirlemedeki ayrıcalıklı ve tartışmasız konumu seyyahların anlatılarında önemli bir yer tutmaktadır. Bununla birlikte, gezginlerin konaklama ve yeme-içme konusunda pek bir seçenekleri olmadığı, yolculuğun bu istirahat kısmından pek de memnun kalmadıkları anlaşılmaktadır. Zira, gezginler,

rahat yataklar ve damak tatlarına uygun yemekleri bulamamaktan şikayetçilerdir. Yine de bireylerin yiyecek bulabilmekten ve dinlenecek yerler olmasından da hoşnut oldukları anlaşılmaktadır.

Seyyah notlarından anlaşıldığı kadarıyla, modern anlamda posta örgütünün kurulmasından evvel Tatarlarca yürütülen posta hizmetlerinin örgüt yapısı, memurları ve kıyafetleriyle özel bir alan olarak belirdiği anlaşılmaktadır. Seyyahların gözlemlerinde Tatarlar giyimleri, cesaretleri, mesleki bilgileri, deneyimleri, gizemleri, ketumlukları ve dokunulmazlıklarıyla öne çıkarılmıştır. Seyyahların anlatımıyla Osmanlı toplumu içinde Tatarlar, bugünün modern tabiriyle saygın bireyler olarak tanımlanmıştır.

Bu çalışmada Osmanlı Devleti'nde resmî posta işlerini yürüten Tatarların Osmanlı sınırları içerisinde seyahat eden yabancı devlet vatandaşlarına belirli bir ücret karşılığında sunduğu rehberlik ve mihmandarlık hizmetleri anlatılmıştır. Çalışma zaman olarak 19. yüzyıl, kaynak olarak İngiliz seyyahları ve yol güzergâhı olarak Erzurum-İstanbul hattıyla sınırlandırılmıştır. Bununla birlikte, daha çok seyyah metinleri açığa çıkarıldıkça ve Türkçeye kazandırıldıkça Tatarlar hakkında yeni ve daha zengin bilgiler ortaya çıkacaktır. Bu anlamda Fransız seyyahlar başta olmak üzere Avrupalı daha başka gezginlerin notlarının incelenmesi konunun çok daha bütüncül ve kapsamlı biçimde ele alınmasına hizmet edecektir. Bu bakımdan bu çalışma Tatarlarca yürütülen rehberlik hizmetleri hakkında bir başlangıç olma iddiasındadır, fakat her şeyi söyleme ve nokta koyma gibi bir iddiaya sahip değildir. Yapılacak yeni çalışmalar buradaki bulguları zenginleştirecektir.

Kaynakça

- Açıkel, A. (2004). Osmanlı Ulak-Menzilhâne Sistemi Çerçevesinde Tokat Menzilhânesi (1690-1840). *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 19 (2), 1-33.
- Ahipaşaoğlu, S. (2001). *Turizmde Rehberlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alexander, J. E. (1827), *Travels From India to England: Comprehending a Visit to the Burman Empire, and a Journey Through Persia, Asia Minor, European Turke, in the years 1825-1826*. London: Parbury, Allen.
- Belge, H. (2020). Seyyah William Ouseley'in Gezi Notlarında Amasya. Gültekin Gürçay (Ed.) *Anadolu 5. Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi-(26-27 Aralık 2020) Tam Metin Kitabı* (s. 777-786) içinde. Diyarbakır: Ubak Yayınevi.
- Belge, H. (2021). İsveçli Gezgin Jean Otter'in Şark Seyahati: Tokat ve Amasya İzlenimleri (1734-1744). *Turkish Studies-Historical Analysis*, 16 (3), 251-266. DOI: <https://doi.org/10.7827/Turkishstudies.51645>.
- Canatar, M. (2002). "Kavas". *İslam Ansiklopedisi*, 25, TDV Yayınları, Ankara, 66-68.
- Çadırcı, M. (1981). Posta Teşkilâtı Kurulmadan Önce Osmanlı İmparatorluğunda Menzilhâne ve Kiracıbaşılık. *VIII. Türk Tarih Kongresi (11-15 Ekim 1976), Kongreye Sunulan Bildiriler II* (s. 1359-1365) içinde. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Çelik, E. (2019). Osmanlı'nın Ecnebî Misafirleri: Seyyah-Turist, Güzergâh ve Devlet (1863-1914). *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.
- Çerçi, F. (2003). Haberleşme Hizmetleri ve Osmanlı Devleti'nde Ulak Organizasyonu (Gelibolulu Mustafa Âlî'nin Bu Konudaki Görüşleri). *Atatürk Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (20), 190-221.
- Çetin, C. (2007). İşlevleri ve Özellikleri Bakımından Konya Menzilleri (XVII.-XVIII. Yüzyıllar). *Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (21), 295-344.
- Demiryürek, M. (2016). İngiltere Tercümanları ve 1758 Tercüman Reformu. *Bellekten*, 80 (211), 439-482.
- Düstûr, *Seyyâhîne Tercümanlık Edenler Hakkında Nizâm-nâme* (1939). 1. Tertip, Cilt: 6 (s. 784-785) içinde. Ankara: Devlet Matbaası.
- Düstûr, *Seyyâhîne Tercümanlık Edenler Hakkında Nizâm-nâme* (1335). 1. Tertip, Cilt: Mütemmim (s. 188-189) içinde. Der-saadet: Hilal Matbaası.
- Ekin, Ü. (2022). Osmanlı İmparatorluğu'nda Ulaşım ve İletim Örgütlenmesi. *Kadim*, (3), 31-52.
- Fraser, J. B. (1838). *A Winter's Journey (Tâtar,) from Constantinople to Tehran: with Travels Through Various Parts of Persia*. London: Richard Bentley.
- Geçmişten Günümüze Posta* (2007). Ankara: PTT Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Genç, S. (2020). 1812 Yılında Batılı Bir Diplomat Sir William Ouseley'in İzinde Kars'tan İstanbul'a Seyahat. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 4-34.

- Halaçoğlu, Y. (1981). Osmanlı İmparatorluğu'nda Menzil Teşkilatı Hakkında Bazı Mülahazalar. *Osmanlı Araştırmaları*, (2), 123-132.
- Halaçoğlu, Y. (2002). *Osmanlılarda Ulaşım ve Haberleşme (Menziller)*. Ankara: PTT Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Halaçoğlu, Y. (2004). "Menzil". *İslam Ansiklopedisi*, 29, TDV Yayınları, İstanbul, 159-161.
- Halaçoğlu, Y. (2012). "Ulak". *İslam Ansiklopedisi*, 42, TDV Yayınları, İstanbul, 77-79.
- Hanılçe, M. (2019). 1826 Sonbaharında Erzurum'dan İstanbul'a Seyahat-Britanyalı Asker James Edward Alexander: Hayatı ve Erzurum'dan İstanbul'a Yolculuğu. *Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 67-108.
- Hanılçe, M., Bulut, Y. (2020). James Morier'le 1809 Yazında Erzurum'dan Amasya'ya Seyahat. *Türk Dünyası Araştırmaları*, 126 (249), 409-448.
- Hanılçe, M. (2022). Batılı Seyyahların Gravürlerinin Gözünden Bir Osmanlı Kenti: Tokat. *XVIII. Türk Tarih Kongresi (1-5 Ekim 2018, Ankara) Kongreye Sunulan Bildiriler 2* (s. 309-352) içinde. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayını.
- Hanılçe, M. (2022). "Seyyâhîne Tercümanlık Edenler Hakkında Nizâmname", *Türkiye Turizm Ansiklopedisi*, 12, Detay Yayıncılık, Ankara, 252.
- Kartın, C. (2016). XIX ve XX. Yüzyıl'da İngiliz Seyyahların Gözüyle Doğu. Çağatay Özdemir ve Yunus Emre Tekinsoy (Ed.). *Yabancı Seyahatnamelerde Türkiye* (s. 83-110) içinde. Ankara: Türkyurdu Yayınları.
- Kaya, A., Yetgin, D. (2021). Seyahatnamelerde Turist Rehberleri. *Turizm Akademik Dergisi*, (2), 37-55.
- Lybyer, A. H. (1987). Osmanlı Türkleri ve Doğu Ticaret Yolları. *Tarih İncelemeleri Dergisi*, 3 (1), 141-157.
- Mirza Muhammed Hüseyin Ferahani (1342). *Sefername-yi Mirza Muhammed Hüseyin Ferahani, (Hafız Ferman Fermaniyan)*. Tahran.
- Orhonlu, C. (1990). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Derbend Teşkilatı*. İstanbul: Eren Yayıncılık.
- Overland Journey From India to England. *The Saturday Magazine*, 1841, Vol.18, No. 561, 121-128.
- Pakalın, M. Z. (1993). *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü* II. ve III. İstanbul: MEB Yayınları.
- Porter, R. K. (1822). *Travels in Georgia, Persia, Armenia, Ancient Babylonia, During the Years 1817, 1818, 1819 and 1820*, Vol. II. London: Longman, Hurst, Rees, Orme and Brown.
- Sak, İ., Çetin, C. (2004). XVII. ve XVIII. Yüzyıllarda Osmanlı Devleti'nde Menziller ve Fonksiyonları: Akşehir Menzilleri Örneği. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (16), 179-221.
- Smith, E. ve Dwight, H. G. O (1834). *Missionary Researches in Armenia: Including a Journey Through Asia Minor, and into Georgia and Persia with a Visit to the Nestorian and Chaldean Christians of Oormiah and Salmas*. London: George Whigtman.
- Tuzcu, A. (2013). *Seyahatnamelerde Amasya*. Amasya: Amasya Belediyesi Kültür Yayınları.

Extended Abstract

Aim and Scope

Many travelers from the Western world, especially from Europe, came to the Ottoman lands in the 19th century, made various observations and analyzes, noted them down and later published them in a book. Travelers are sometimes an adventurer who desires to know geographies and communities far from their countries, sometimes a merchant pursuing his interests in the attractive markets of Asia, sometimes a missionary who takes it upon himself to convey the divine message to all humanity, and sometimes a scientist or orientalist trying to gather knowledge from the science and art of the rich Eastern civilization, and sometimes they were in the Ottoman lands with the identity of a diplomat to represent their countries. The details of these extremely difficult journeys that the travelers made between the geographies they encountered for the first time, the languages and cultures they were unfamiliar with have been a matter of curiosity. This curiosity also forces the readers of the travelogue to think about the individual and institutional guidance services received by travelers who make mysterious and dangerous journeys in Anatolia, Mesopotamia, Iran, the Caucasus and Asia. In this study, the guidance services carried out by Tatars in the Ottoman lands, based on the travel notes of some British travelers, are discussed. In this context, the institutional framework of the guidance services, its functioning, wage policy, road preparations, accommodation and food and beverage opportunities offered in the menzilhane, clothing of Tatars and character analyzes were included. Thus, in particular, the introduction of the guidance services received by foreign

travelers along the way in the Ottoman lands is aimed, in general, making a modest contribution to the history of Ottoman transportation and communication.

Methods

In this study, firstly, a literature review was conducted on the institutions and guides providing guidance services in the Ottoman Empire. In this context, the studies on the *menzilhane* and Tatars were examined. However, the travel books containing the observations of British travelers in the Ottoman lands from the beginning of the 19th century until the establishment of the Ottoman modern postal organization in 1840 constituted the main source of this study. In this context, especially travel notes of travelers such as *Sir Robert Ker Porter*, *J. Morier*, *William Ouseley*, *J. E. Aleksander*, *J. B. Fraser*, and American Board missionaries *Eli Smith* and *H.G.O. Dwight* referenced because they used the guidance service of the Tatars for their travels in the Ottoman country. Apart from this, an issue of *The Saturday Magazine* which published an article on the subject in 1841 was used.

Findings

In the Ottoman Empire, until the last period, the guidance services were carried out by the Tatars using the facilities of the *menzilhane* organization. The travelers preferred to carry out their travels in the Ottoman lands under the guidance of the Tatars, due to their sensitivity to security and speed issues. Because by using the possibilities of the *Menzils*, the Tatars ensured that the journeys were completed quickly and in the shortest possible time by changing horses at certain intervals. In the 19th century, by allowing *menzils* to be rented, a kind of privatization of the *menzils* in the Ottoman Empire happened and the Tatars started to act more freely in fulfilling the special guidance services. However, privatization brought some problems with it, and some abuses were experienced in the use of post offices. It also prevented the establishment of a price standard for the services provided.

Conclusion

Safety is not the only reason travelers agree with Tatar guides for the route. The passengers' ignorance about the geography and road conditions of the country they are traveling to, their foreignness to different cultures, and their lack of language are other important reasons that make it necessary to proceed with the guides. It is possible to come across important descriptions of the appearance and behavior of the Tatars in the descriptions of the travelers. In these depictions, the travelers are clearly in a dilemma. On the one hand, travelers who accuse Tatars of being cunning for petty interests, on the other hand, praise the courage, strong physical structure, and respect they receive wherever they go, of these people who protect themselves from many dangers, however, they also underline that the petty cunning of the Tatars is tolerable when compared to the hardship they endured. In the notes of the travelers, Tatars are depicted as representing a different nation with different characteristics.

The privileged and undisputed position of the Tatars in determining the accommodation, eating-drinking, and other conditions of the journey has an important place in the narratives of the travelers. However, it is understood that travelers do not have many options for accommodation, eating drinking, and they are not very satisfied with this resting part of the journey. Travelers are complaining about not being able to find comfortable beds and food that suits their palate. However, it is understood that individuals are also satisfied with being able to find food and having places to rest.

As understood from the traveler's notes, it is understood that before the establishment of the postal organization in the modern sense, the postal services run by the Tatars emerged as a special area with its organizational structure, officers, and clothes. In the observations of the travelers, Tatars were highlighted with their dress, courage, professional knowledge, experience, mysteries, secretiveness, and immunity. In the Ottoman society, Tatars were defined as respectable individuals in today's modern terms, as described by travelers.

Kuzey Anadolu Fay Zonu (KAFZ) Üzerinde Yer Alan Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinde Aktif Tektonizmanın Jeomorfolojik Verilerle Belirlenmesi

Determination of Active Tectonicism with Geomorphological Data in Yedisu Basin (Bingöl) and Its Surroundings on The North Anatolian Fault Zone (NAFZ)

Kemal Kırınşan¹

Öz

Yedisu Havzası (Bingöl), Kuzey Anadolu Fay Zonu (KAFZ) üzerinde oluşmuş çek-ayır tipi bir tektonik havzadır. Yedisu Havzası, coğrafik olarak Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Fırat Bölümü içerisinde bulunur. Bu çalışmanın amacı, Yedisu Havzası ve çevresinde aktif tektonizmanın jeomorfolojik verilerle belirlenmesidir. Bunun için literatür verileri çeşitli ölçeklerde jeoloji ve topografya haritaları, 5*5 m çözünürlüklü Sayısal Yükselti Modeli, deprem verileri, Google Earth görüntüleri ve saha verileri kullanılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS), jeomorfolojik yöntemler ve jeomorfometrik indisler birlikte kullanılmıştır. Çalışma sonucunda Yedisu Havzası ve çevresinde Yedisu Segmenti ve onun tali kollarının aktifliği nedeniyle çok sayıda morfolojik yapıların (basınç sırtları, fay diklikleri, kapatıcı sırtlar, asılı vadiler, ötelenmiş dereler, alüvyal yelpazeler, heyelanlar ve taraçalar) oluştuğu görülmüştür. Yedisu Havzası ve çevresinde Üst Miyosen ve Kuvaterner döneminde etkili olan tektonizma, magmatizma ve akarsu süreçleri sahada eğim değerlerinin yüksek olmasına neden olmuştur. Havzanın güneyinde tektonizmanın kuzeye nazaran daha aktif olması sonucunda güneyde bulunan alüvyon yelpazeleri, kuzeyde bulunanlara göre daha fazla yükselti ve eğim değerlerine sahip olmuştur. Yedisu Havzası'nda yer alan Perisuyu Çayı ve kolları üzerinde bulunan taraçalar aktif tektonizma sonucunda deforme olmuş ve tali kollar üzerinde çok sayıda nehir atımları meydana gelmiştir. Yine havza ve çevresinde aktif tektonizmanın tetiklediği birçok heyelan oluşmuştur. Morfolojik veriler, jeomorfometrik indisler ve depremsellik verilerine göre Yedisu Havzası ve çevresinde Yedisu Segmenti için yeni faylar önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kuzey Anadolu Fay Zonu (KAFZ), Jeomorfoloji, Aktif Tektonik, Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS), Yedisu Havzası (Bingöl)

Abstract

Yedisu Basin (Bingöl) is a pull-apart type tectonic basin formed on the North Anatolian Fault Zone (NAFZ). The Yedisu Basin is geographically located within the Upper Euphrates Section of the Eastern Anatolia Region of Turkey. The aim of this study is to determine the active tectonism in Yedisu Basin and its surroundings with geomorphological data. For this, literature data, geology and topography maps at various scales, 5*5 m resolution Digital Elevation Model, earthquake data, Google Earth images and field data were used. In the evaluation of the data, Geographic Information Systems (GIS), geomorphological methods and geomorphometric indices were used together. As a result of the study, it has been observed that many morphotectonic structures (pressure ridges, fault scarps, covering ridges, hanging valleys, offset streams, alluvial fans, landslides and terraces) are formed in Yedisu Basin and its surroundings due to the activity of the Yedisu Segment and its sub-branches. The tectonism, magmatism and fluvial processes that were effective in the Yedisu Basin and its surroundings during the Upper Miocene and Quaternary periods caused the slope values to be high in the area. As tectonism is more active in the south of the basin than in the north, the alluvial fans in the south have higher elevation and slope values than those in the north. The terraces had on Perisuyu Stream and its branches located in the Yedisu Basin have been deformed as a result of active tectonism, and many offset streams have occurred on the secondary branches. Again, many landslides triggered by active tectonism have occurred in and around the basin. According to morphotectonic data, geomorphometric indices and seismicity data, new faults have been proposed for Yedisu Segment in Yedisu Basin and its surroundings.

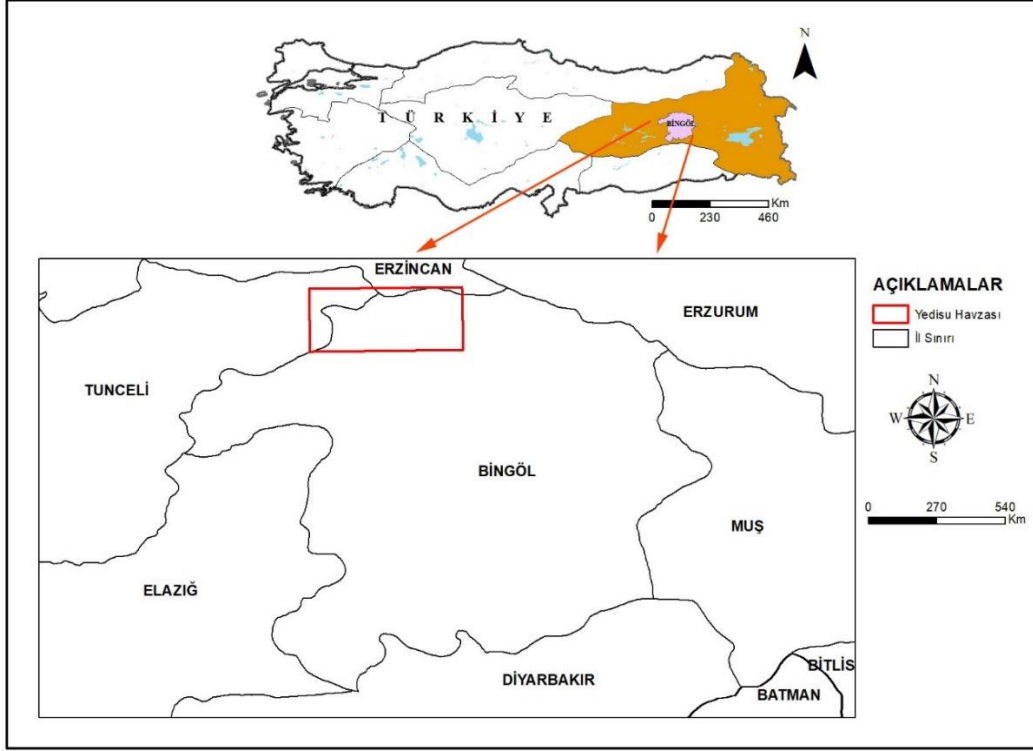
Keywords: North Anatolian Fault Zone (NAFZ), Geomorphology, Active Tectonics, Geographic Information Systems (GIS), Yedisu Basin (Bingöl)

Submitted: 28 / 05 / 2022

Accepted: 26 / 08 / 2022

¹Bingöl Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, kkiransan@bingol.edu.tr, Bingöl, Türkiye, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-6024-4571>

Literatürde Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinde aktif tektonizmanın jeomorfolojik yapı üzerindeki etkilerini morfolojik veriler ve jeomorfometrik veriler ile ortaya koyan çalışmalar pek yoktur. Ayrıca Türkiye’de KAFZ üzerinde iki önemli sismik boşluklardan biri olan ve kırılma potansiyeli çok yüksek olan Yedisu Sismik Boşluğu için detaylı fay haritalamaları bulunmamaktadır. Bu çalışmada amaç, Yedisu Havzası ve çevresinde aktif tektonizmanın jeomorfolojik verilerle belirlenmesidir. Bunun için öncelikle çalışma sahasında aktif tektonizmayı ortaya koyan morfolojik şekiller araştırılmıştır. Daha sonra aktif tektonizmanın varlığını ortaya koyan jeomorfometrik indisler çalışma sahasına uygulanmıştır. Ayrıca morfolojik veriler ve jeomorfometrik indis verilerine göre çalışma sahası için bazı fay kolları önerilmiştir.



Şekil 2. Yedisu Havzası ve Çevresinin Lokasyon Haritası

1. Metod ve Malzeme

Bu çalışmada literatür kaynakları, 1/100.000 ölçekli jeoloji haritaları, 1/250.000 ölçekli diri fay haritaları, 1/25.000 ölçekli topografya haritaları, 5*5 m çözünürlüklü Sayısal Yükselti Modeli (SYM) verisi, deprem kataloğu verileri, Google Earth görüntüleri ve arazi verileri kullanılmıştır. Veriler değerlendirilirken Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS), jeomorfolojik yöntemler ve jeomorfometrik indisler birlikte kullanılmıştır. Sahanın jeoloji, eğim, fiziki, deprem aktivite ve morfolojik haritaları ile diğer görsellerin hazırlanmasında CBS yazılımları (Arcgis, Global Mapper), ofis yazılımları (excel) ve grafik yazılımlarından (Adobe photoshop) yararlanılmıştır. 1/100.000 ölçekli ve 1/250.000 ölçekli jeoloji ve diri fay haritaları CBS yöntemleri ile sayısallaştırılarak sahanın jeoloji ve tektonik haritaları oluşturulmuştur. 1/25.000 ölçekli topografya haritalarından CBS teknikleri ile sahanın sahanın sayısal akarsu, yerleşme ve fay gibi veriler elde edilmiştir. 5*5 m çözünürlüklü SYM verisi ile CBS teknikleri kullanılarak kabartma, eğim, fiziki haritaları ile çeşitli topoğrafik profiller oluşturulmuştur. Deprem kataloğu verilerinden sahanın deprem aktivite haritası elde edilmiştir. Elde edilmiş tüm jeoloji, tektonik, fiziki, eğim, deprem, akarsu haritaları, literatür verileri ve arazi gözlemleri CBS programlarında birlikte değerlendirilerek çalışma sahasının aktif tektonizmasının belirlenmesinde jeomorfolojik özelliklerin etkileri ortaya konulmuştur.

Ayrıca çalışma sahasında aktif tektonik özelliklerin belirlenmesinde jeomorfometrik indislerden hipsometrik eğri ve integral, dağ cephesi sinüslük oranı (Smf), drenaj havzası asimetrisi (AF) ve akarsu uzunluk-gradyan indeksi (SL) uygulanmıştır. Jeomorfometrik indisler uygulanmadan önce çalışma sahası kuzeyde 6 ve güneyde 6 olmak üzere 12 farklı hidrografik havzaya ayrılmıştır. Daha sonra her bir indis için gerekli olan parametreler havza bazında belirlenerek indis uygulamaları gerçekleştirilmiştir.

Hipsometrik eğriler, üzerinde çalışılan bölgenin yükseklik dağılımını gösterirler. Hipsometrik eğri, toplam yükseklik oranının (h/H = Rölatif Yükseklik), toplam alana (a/A = Rölatif Alan) karşı izdüşürülmesiyle belirlenir. Hipsometrik integral (HI) ise bu eğri altındaki alanı sayısal olarak gösterir. Hipsometrik integral değeri, ortalama ve minimum yükseklik arasındaki farkın,

maksimum ve minimum yükseklik arasındaki farka oranlanmasıyla hesaplanmaktadır (Strahler, 1952). Dağ cephesi sinüslük oranı dağ cephesini oymaya çabalayan aşınma kuvvetleri ile dağ cephesini düzleştirmeye çabalayan tektonik kuvvetler arasındaki ilişkiyi gösteren bir indekstir (Keller, 2002; Bull 2007). Dağ Cephesi Eğrilik Oranı aşağıda gösterilen formülle hesaplanır.

$$Smf = Lmf / Ls$$

Smf = Dağ cephesi sinüslüğü

Lmf = Dağ dibinde belirgin eğim kırığı boyunca dağ cephesi boyu.

Ls = Dağ önu düz çizgi uzunluğu.

Drenaj Havzası Asimetrisi, aktif tektonizmanın etkin olduğu akarsu havzalarında drenaj ağları tektonik rejimin etkilerini yansıtırlar ve kendine has özel geometriler ortaya koyarlar. Tektonik tiltlenmeyi (eğimlenmeyi) anlamak için asimetri kavramı ortaya çıkmıştır (Keller ve Pinter, 2002). Asimetri faktörü aşağıdaki formüle göre hesaplanır:

$$(AF) = 100 (Ar/At)$$

AF: Asimetri faktörü

Ar = Havza içinde ana akarsu gövdesinin akış yönüne göre sağ alanı

At = Havzanın toplam alanı

Akarsu uzunluk-gradyan indeksi (SL İndeks), akarsuyun gücüyle ilişkilidir. Akarsu yatağının belirli bir kolunda sahip olunan toplamdaki akarsu gücü, onun yatağını aşındırma ve sediment taşınması açısından önemli bir hidrolik değişkendir. Bu güç su yüzeyinin eğiminin ve akımın bir ürünüdür (Keller ve Pinter, 2002). Aşağıdaki formül ile hesaplanır.

$$SL = (\Delta H / \Delta L) \cdot L$$

SL: Akarsu uzunluk-gradyan indeksi

ΔH : Kolun yükseklik değişimi

ΔL : Kolun uzunluğu

$\Delta H / \Delta L$: Kanal eğimi

L: İndeksin hesaplandığı yerden vadinin en yüksek noktasına kadar olan mesafe

2. Bulgular ve Tartışma

KAFZ'nun en doğu kısmındaki segmentlerden Yedisu Segmenti yaklaşık 70-100 km uzunluğunda olup pek çok araştırmacı tarafından tek bir fay kolu olarak haritalanmıştır. Segment üzerinde 30-70 km arasında atım olduğu belirtilmektedir (Barka vd., 1987; Akyüz vd., 2009; Herece ve Akay, 2003; Allen, 1969; Tutkun ve Hancock, 1990; Emre vd., 2005b). Yine Şengör vd. (2005) tarafından KAFZ'nun özellikle Erzincan ile Yedisu arasında göreceli olarak daha dar bir makaslama zonu boyunca uzandığı, Yedisu ve Karlıova arasında ise yaklaşık 10 km genişliğinde bir zon içerisinde yer aldığı söylenmektedir. Tutkun ve Hancock (1990) ise Yedisu Havzası ve çevresinde Yedisu Segmenti'ni bir fay zonu şeklinde (Çerme Fayı, Karapolat Fayı, Ayanoğlu Fayı) haritalamıştır. Yine Erzincan ve Yedisu arasında ilk arazi araştırmalarını gerçekleştiren Allen (1969) ise Yedisu civarında Perisuyu Çayı'na kuzeyden katılan kollar üzerinde birçok dere ötelenmesinden bahsetmektedir.

Tarihsel dönemde en son deprem 1784 yılında 7 büyüklüğünde meydana gelmiştir. Aletsel dönemde ise en büyük deprem, segmentin batı kısmında Bingöl'ün Kiğı ilçesi sınırları içerisinde 26 Temmuz 1967 yılında (Kiğı Depremi) 6.0 büyüklüğünde gerçekleşmiştir. Bu depremin dışında çalışma alanı sınırları içerisinde segment üzerinde 3 ile 5.3 büyüklüğünde pek çok deprem meydana gelmiştir. Yaptığımız araştırma ve analiz çalışmalarına göre çalışma alanı içerisinde Yedisu Havzası ve çevresinde aktif tektonizma ile ilişkili kapan ve basınç sırtları, ötelenmiş dereler, bel verme gölcükleri, havzalar, çizgisel vadiler, heyelanlar, taraçalar, üçgen yüzeyler, fay diklikleri ve alüvyal yelpazeler gibi çok sayıda şekiller bulunmuştur. Yine Perisuyu Çayı ve kolları üzerinde çok sayıda dere atımları tespit edilmiştir. Ayrıca çalışma sahasının kuzey ve güneyinde yer alan havzalara uygulanan jeomorfometrik indislerde aktif tektonizmayı ortaya koyan verileri bulunmuştur. Bu çalışmada elde edilen bulgulara göre Yedisu Havzası ve çevresinde Yedisu Segmenti tek bir fay kolundan ziyade birden çok koldan oluşan bir fay zonu şeklinde bulunduğu (Tutkun ve Hancock (1990) ve Allen (1969) ile uyumlu olarak) ortaya çıkmıştır.

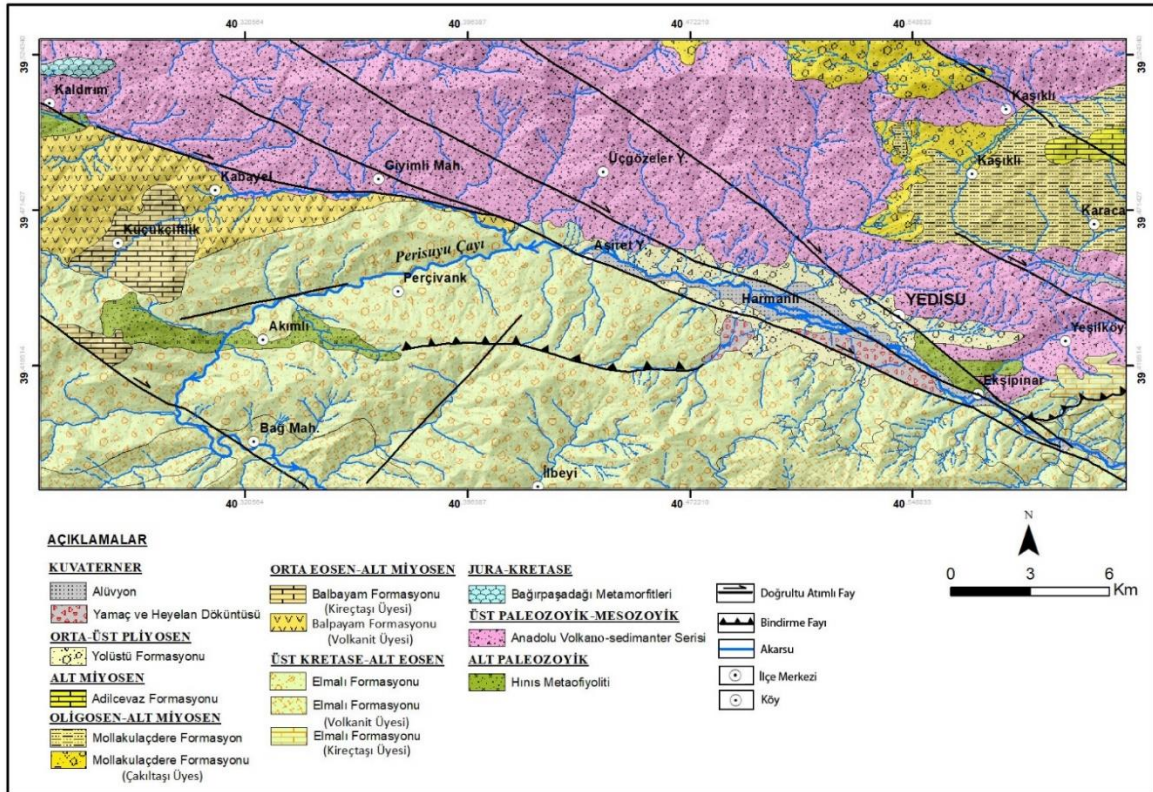
Bu bölümün birinci alt başlığında Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinin jeolojik ve jeomorfolojik ana hatları, ikinci alt başlığında Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinde aktif tektonizmanın jeomorfoloji üzerinde etkileri anlatılmıştır. Üçüncü

alt başlığında morfolotektonik veriler, nehir atımları ve aletsel dönem deprem verilerine göre Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinde Yedisu Segmenti yeniden ele alınarak bu segment için bazı fay kolları önerilmiştir. Dördüncü alt başlığında ise Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinde aktif tektonizmanın etkilerini ortaya koymak için hipsometrik eğri ve integral, dağ cephesi sinüslük oranı (Smf), drenaj havzası asimetrisi (AF) ve akarsu uzunluk-gradyan indeksi (SL) gibi jeomorfometrik indisler uygulanmıştır

2.1. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Jeolojik ve Jeomorfolojik Ana Hatları

Yedisu Havzası (Bingöl), Doğu Anadolu'da yer aldığından sahanın jeolojisi, Doğu Anadolu'nun jeolojik gelişimi ile birlikte değerlendirilmelidir. Doğu Anadolu'nun jeolojik gelişimine bakıldığında Paleotektonik dönemde çeşitli orojenezler gerçekleşmiş ve bunların izleri günümüze ulaşmamıştır. Orta Miyosen'de ise Doğu Anadolu'da en son oluşmuş olan Alp Orojenezinin oluşturduğu morfoloji, büyük ölçüde aşınmış ve peneplene yakın bir görünüm kazanmıştır. Neotektonik dönemde (Orta Miyosen'den Kuvaterner'e kadar olan süre içerisinde) etkili olan tektonik ve volkanik süreçlerin etkisiyle Doğu Anadolu bugünkü jeolojik ve jeomorfolojik görünümüne ulaşmıştır (Erinç, 1953). Literatürde Doğu Anadolu'nun jeolojik gelişiminde dört farklı dönemden bahsedilir (Şaroğlu ve Güner, 1981; Şaroğlu ve Yılmaz, 1984). Birinci dönem, Paleozoyik-Mezozoyik döneme karşılık gelir ve sahanın temelini karşılık gelen gnays, mikaşist ve mermerlerden oluşan metamorfik kayalar ile temsil edilir. İkinci dönem Üst Kretase dönemi olup, bu dönemin kayaları Neotetis'in kuzey kolunun kapanmasının ürünleri olan ofiyolitik melanjdan oluşur. Üçüncü dönem, Eosen-Alt Miyosen dönemi olup, bu dönem ise denizel sedimanter kayalar ile temsil edilir ve alttaki birimlerin üzerine uyumsuz olarak gelir. Dördüncü dönem Üst Miyosen-Kuvaterner dönemidir ve bu dönemin kayaları ise karasal ve gölsel ortamlarda Neotektonik ve Neovulkanik olaylarla çökelmiş olan volkano-sedimanter kayalardır.

Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresi jeolojik gelişim itibarıyla Doğu Anadolu ile uyumluluk gösterir. Havza ve çevresinde birinci dönem kayaları görülmemektedir. İkinci dönem kayalarını Hınıs Metafiyoliti ve Anadolu volkano-sedimanter serisi oluşturur. Üçüncü dönem kayaları Elmalı Formasyonu, Balpayam Formasyonu, Mollakulaçdere Formasyonu ve Adilcevaz Formasyonundan meydana gelir. Dördüncü dönem kayaları ise Yolüstü Formasyonu ve Kuvaterner yaşlı alüvyon ile yamaç/heyelan döküntülerinden oluşur (Şekil 3). Sahanın stratigrafisine bakıldığında en yaşlı kayaları Alt Paleozoyik yaşlı Hınıs Metafiyoliti meydana getirir. Bu birim peridotit ve piroksenitlerden meydana gelir (Tarhan, 1989a). Sahada Yedisu ilçesinin doğusunda Ekşipnar köyü civarında, batıda Akımlı ve Kaldırım köyü çevrelerinde yüzeylenir (Şekil 3).

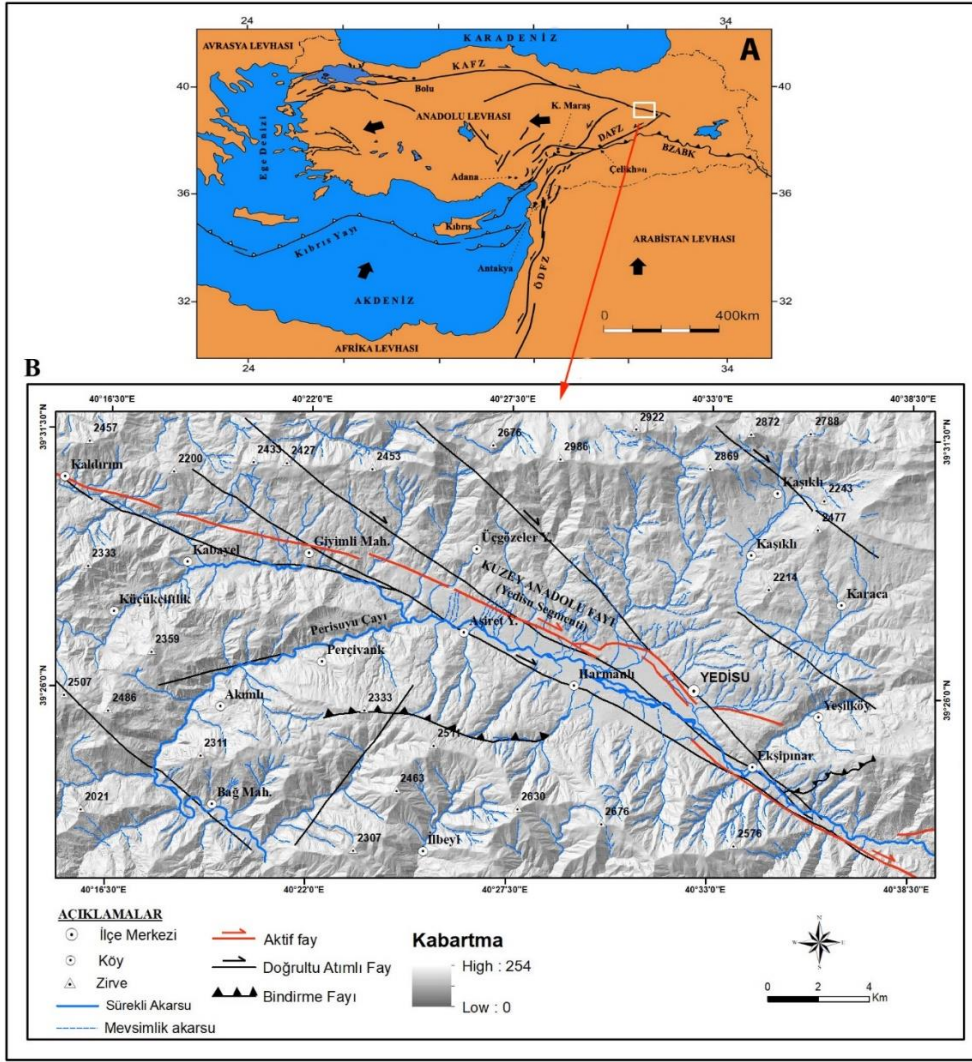


Şekil 3. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Jeoloji Haritası (Tarhan, 1997; Tarhan, 1998 ve Tarhan, 2007'den değiştirilerek hazırlanmıştır).

Bu birimin üzerine uyumsuzlukla Üst Paleozoyik-Mezozoyik yaşlı Anadolu volkano-sedimanter serisi gelir. Bu birim Neotetis'in kuzey kolunun kapanması ile oluşmuşlardır (Şengör ve Yılmaz, 1981). Bu birim farklı kökenli kayaç türleri (magmatik, sedimanter), farklı fasiyes ve ortamlarda (karasal, sıg, neritik, şelf ve derin deniz) çökelmiş yaygın ve sürekli kayaç türlerinden oluşur. Bu birimi sahada meydana getiren kayaçlar ise serpantin, çört ve denizel kireçtaşlarıdır (Tarhan, 2007). Bu birim araştırma sahasının tamamen kuzey kesimlerinde yüzeylenmektedir (Şekil 4). Bu birimin üzerine uyumlu olarak Jura-Kretase yaşlı Bağırpaşadağı Metamorfiteri gelir. Birim mermer, kalkışist ve rekristalize kireçtaşlarından oluşur (Tarhan, 2007). Araştırma sahasında çok sınırlı bir alanda sahanın sadece kuzeydoğu kesimlerinde yüzeylenir. Üst Kretase-Alt Eosen yaşlı Elmalı Formasyonu açısız uyumsuz olarak bu birimi örter. Bu birim tüflü kireçtaşı, kıltaşı, marn, kumtaşı, çakıltaşı, çamurtaşı gibi kayaç türlerinden oluşur ve volkanit ile kireçtaşı üyesi olmak üzere iki alt birimden meydana gelir (Tarhan, 2007). Araştırma sahasının güney, güneybatı ve güneydoğu kesimlerinde çok geniş alanlarda yüzeylenir (Şekil 4).

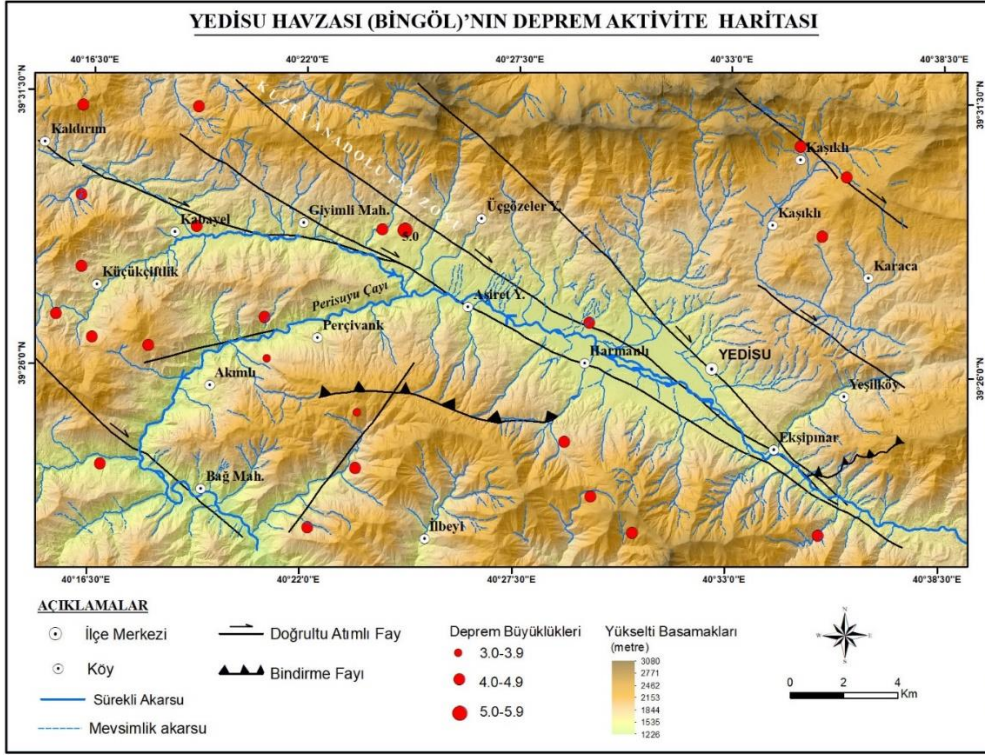
Bu birim uyumlu olarak Orta Eosen-Alt Miyosen yaşlı Balpayam Formasyonu tarafından örtülür. Formasyonu oluşturan kayaçlar, tüflü kireçtaşı, mikritik kireçtaşı, kıltaşı, marn, kumtaşı, çamurtaşı, lav ve piroklastiklerden meydana gelir (Tarhan, 2007). Araştırma sahasının batı kesimlerinde yüzeylenir. Bu formasyon uyumlu olarak Oligosen-Alt Miyosen yaşlı Mollakulaçdere Formasyonu tarafından örtülür. Bu birim marn, kıltaşı, kumtaşı, tüflü marn, kireçtaşı, çamurtaşı ve piroklastik kayaçlardan oluşur. Karasal, evaporit ve denizel ortamlarda çökelmişlerdir. Bu birim çakıltaşı üyesi alt birimden meydana gelir (Tarhan, 2007). Araştırma sahasının daha çok kuzeydoğu kesimlerinde yüzeylenir. Alt Miyosen yaşlı Adilceva Formasyonu bu birimi uyumlu olarak örter. Birim tuf içerikli resifal kireçtaşı, tüfit, kalkaranit, kumtaşı, çakıltaşı ve marndan oluşur (Tarhan, 2007). Araştırma sahasının kuzey-kuzeydoğu kesiminde çok sınırlı bir alanda yüzeylenir. Bu birimin üzerine uyumsuz olarak Orta-Üst Pliyosen yaşlı Yolüstü Formasyonu gelir. Bu birim çakıltaşı, kumtaşı, silttaşı, çamurtaşı, kıltaşı, marn ve gösel kireçtaşlarından oluşur (Tarhan, 2007). Araştırma sahasında Yedisu Havzası'nın kenar kesimlerinde yüzeylenir. Bu birimin üzerine yine uyumsuz olarak Kuvaterner yaşlı heyelan ve yamaç döküntüleri ile alüvyonlar gelir. Bu birimler havzanın orta kesimlerinde Perisuyu Çayı'nın vadi tabanında yüzeylenirler (Şekil 3).

Doğu Anadolu'da Orta Miyosen'de kıta-kıta çarpışmasıyla Neotektonik dönem (Şengör vd., 1980) başlamıştır. Bu dönemde Doğu Anadolu'da sıkışma tektonik rejimi başlamış ve bunun sonucunda bölgede doğu-batı doğrultulu kuzey ya da güneye eğimli yüksek açılı bindirmeler, doğu-batı uzanımlı kıvrımlar, KD-GB uzanımlı sol yönlü doğrultu atımlı faylar, KB-GD uzanımlı sağ yönlü doğrultu atımlı faylar, kuzey-güney yönlü açılma çatlakları ve bu çatlaklardan çıkan yaygın volkanitler oluşmuştur (Şaroğlu ve Güner, 1981). Bu çerçevede Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinde Doğu Anadolu'nun tektonik gelişimiyle uyumlu neotektonik yapılar meydana gelmiştir. Bunlar bindirme fayları ile sağ ve sol yanal doğrultu atımlı faylardır. Bindirme faylarından biri havzanın güneyinde Şeydan Dağları civarında Elmalı Formasyonu içerisinde bulunur. Diğer ise havzanın doğusunda KD-GB doğrultusunda Elmalı Formasyonunda yer alır. Sağ yanal doğrultu atımlı faylar, Yedisu Havzası'nda kuzeyden güneye doğru KB-GD doğrultusunda uzanış gösterirler ve bu faylar KAFZ sistemine bağlı faylar olup aktifler. DAFZ sistemine bağlı sol yanal doğrultu atımlı faylar havzada KD-GB doğrultusunda uzanış gösterirler ve sahada sınırlı alanda bulunur. (Tarhan, 2007). Yedisu Havzası (Bingöl)'nda yer olan bir diğer önemli tektonik yapı, KAFZ içerisinde yer alan Yedisu Segmenti'dir. Bu segment, yaklaşık olarak 70-80 km uzunluğunda olup aktif bir fay özelliğindedir (Şekil 4).



Şekil 4. A) Doğu Akdeniz Bölgesi'nin aktif tektonik unsurları (Oklar Levhaların Hareket Yönlerini Göstermektedir BAZBK: Bitlis-Zağros Aktif Bindirme Kuşağı DAFZ: Doğu Anadolu Fay Zonu; KAFZ: Kuzey Anadolu Fay Zonu; ÖDFZ: Ölüdeniz Fay Zonu). B) Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Tektonik Haritası (Siyah renkli faylar Tarhan, 2007'ye göre kırmızı renkli faylar ise MTA 2012 Türkiye Diri Fay Haritaları Erzurum ve Erzincan paftalarına göre çizilmiştir).

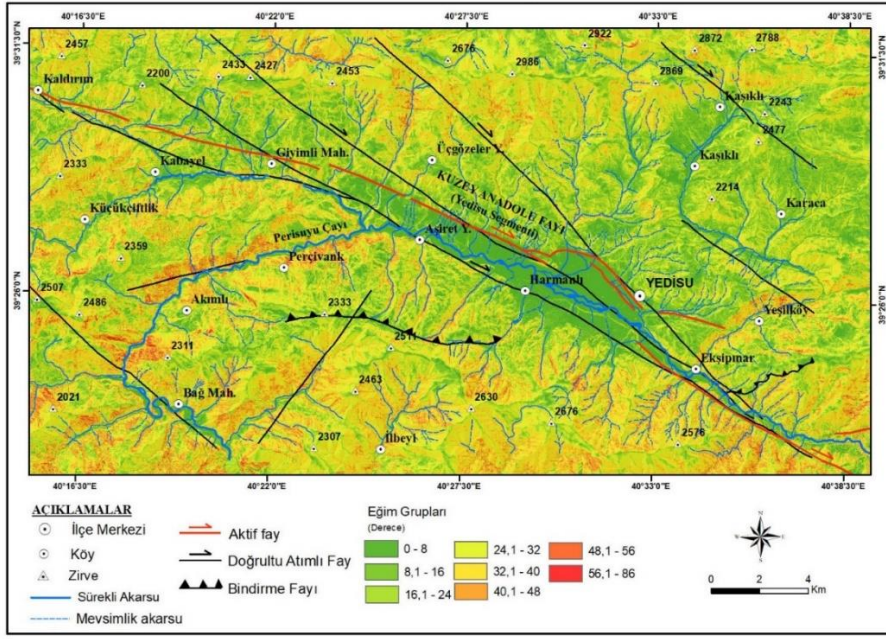
Yedisu Havzası (Bingöl) içerisinde yer alan Yedisu Segmenti, KAFZ'nda yer alan iki sismik boşluktan biri olup kırılma potansiyeli çok yüksek olan bir segmenttir (Barka ve Kadinsky-Cade, 1988). Yedisu Havzası ve çevresinde tarihsel dönemlerde M.S 800'lü yıllardan 1800'lü yıllara kadar birçok büyük deprem meydana gelmiştir. Bu depremlerden en son ve en yıkıcı olanı 1784 gerçekleşmiştir. Bu depremin 7-8 dakika kadar sürdüğü, Erzincan, Muş, Erzurum ve Bingöl çevrelerinde yoğun yıkımlara neden olduğu ve yaklaşık olarak 12000 civarında insanın öldüğü bildirilmektedir (Ambraseys ve Finkel, 2003). Paleosismolojik verilere göre Yedisu Segmenti için deprem tekrarlanma aralığı 245 ± 55 yıl olarak belirlenmiştir (Akyüz vd., 2009). Aletsel dönem depremlere bakıldığında bu segment üzerinde meydana gelmiş en büyük deprem, 26 Temmuz 1967 yılında (Kiğı Depremi) 6.0 büyüklüğünde meydana gelmiştir. Deprem ciddi maddi hasara neden olmuş ve 100 civarında insan hayatını kaybetmiştir. Deprem sonucunda 4 km'lik yüzey kırığı ve 20 cm'lik sağ yönlü yanal atım oluşmuştur (Ergin vd. 1971, Ambraseys 1975, Tchalenko 1977). Bunun dışında günümüze kadar olan süre içerisinde sahad 3-5 büyüklüğünde küçük ve orta ölçekli depremler görülmektedir (Şekil 5).



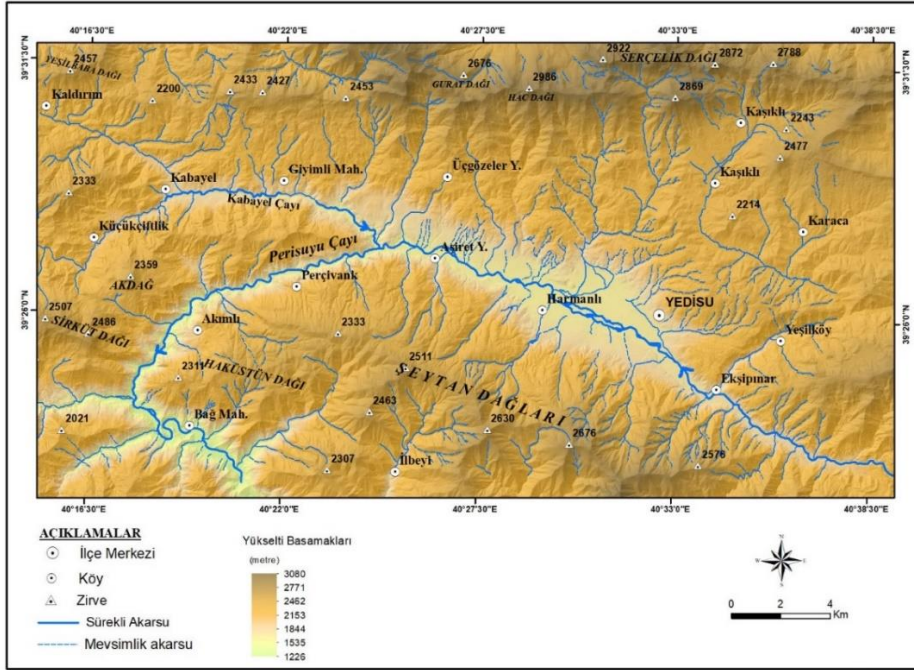
Şekil 5. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Deprem Aktivite Haritası (Deprem verileri Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi BDTİM Deprem Sorgulama Sistemi'nden indirilmiştir 1900-2021).

Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinin jeomorfolojik özelliklerinin oluşmasında Üst Miyosen'den Kuvaterner dönemine kadar olan süreç içerisinde meydana gelen tektonizma, magmatizma ve akarsu süreçleri başlıca etken olmuştur (Şaroğlu ve Güner, 1981; Şaroğlu ve Yılmaz, 1984). Havzada eğim değerleri kısa mesafeler boyunca değişim gösterir. Neotektonik hareketler bu durumun oluşmasında etkili olmuştur. Havzada eğim değerlerinin arttığı yerler faylar tarafından kesilen sahalara karşılık gelir. Havzanın orta bölümlerinde eğim değerleri 0-8° arasında olup havzanın kenarlarına doğru gidildikçe bu değerler artmaktadır. Eğim değerlerinin yüksek olduğu sahalara akarsular tarafından derin yarılmış vadiler ve faylar tarafından kesilmiş yamaçlar olup buralarda eğim değerleri 48-86° arasındadır (Şekil 6). Yedisu Havzası (Bingöl), orta bölümlerinin alçak olması, çevre kesimlerinin de yüksek dağlar ile çevrili olması yönüyle jeomorfolojik havza karakteri göstermektedir. Sahada yer alan temel jeomorfolojik üniteler yüksek dağlık alanlar, plato alanları, ovalar, boğazlar, vadi tabanları, ovalar, taraçalar, birikinti koni ve yelpazeleridir. Havzanın çevresinde yükselti 2000-3000 m arasında olan yüksek dağlar bulunur. Bunlar kuzeyde Yeşilbaba Dağı (2457 m), Gurat Dağı (2676 m), Hac Dağı (2986 m) ve Serçelik Dağı (2922 m); güneyde Sirküt Dağı (2507 m), Haküstün Dağı ve Şeytan Dağları (2676 m)'dir (Şekil 7).

Havzada platolar daha çok doğu ve batı bölgelerinde bulunur. Havzada bulunan en önemli Yedisu Ovası'dır. Ovanın kuzey-güney yönündeki genişliği yaklaşık 3.5-4 km, doğu-batı yönündeki uzunluğu ise yaklaşık 10 km'dir. Ovanın güney ve kuzey kesimleri faylarla sınırlanmış olup yükselti güney kesimde daha fazladır. Havzada bulunan bir diğer önemli jeomorfolojik birim boğazlar ve derin vadilerdir. Bunlar çoğunlukla fay zonlarının olduğu yerlerde meydana gelmişlerdir. Sahada birçok yerde görülmelerine rağmen en önemli boğaz, Perisuyu Çayı tarafından sahanın batı kesiminde oluşturulmuştur. Yine sahanın doğusunda Yeşilköy ile Ekşipınar köyleri arasında Perisuyu'nun bir kolu tarafından dar ve derin bir boğaz oluşturulmuştur. Taraçalar, sahada görülen önemli bir morfolojik birim olup, Perisuyu Çayı tarafından Yedisu Ovası içerisinde oluşturulmuşlardır. Bunlar Perisu Vadi tabanının her iki tarafında 2-3 basamak halinde görülürler. Havzada dikkat çeken en önemli morfolojik birim, alüvyal koni ve yelpazeleridir. Bunlar Yedisu Havza'sının tabanında hem kuzey hem de güney kesimlerde sıralı bir şekilde görülürler. Güney tarafta olanları kuzey göre daha belirgin ve daha fazla eğim değerlerine sahiptirler.



Şekil 6. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Eğim Haritası

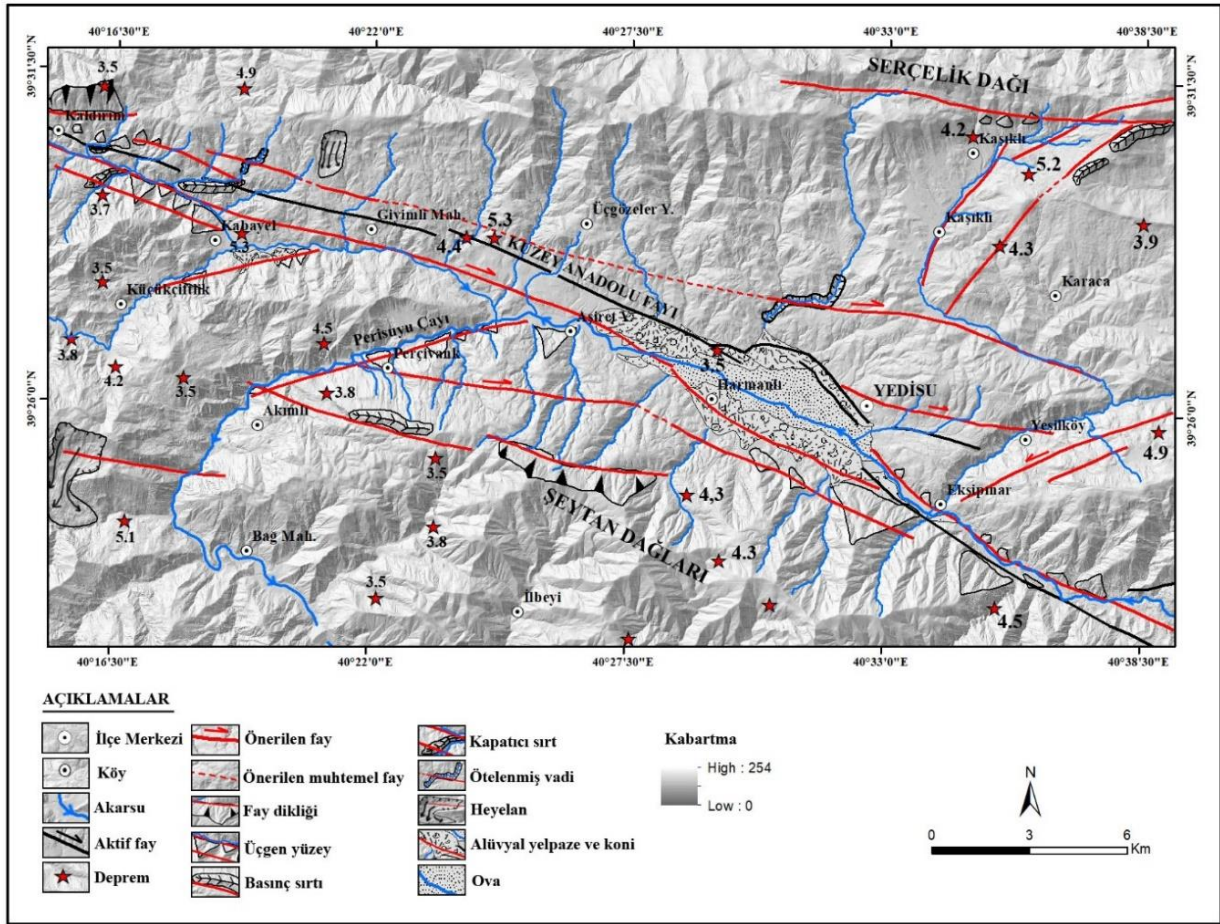


Şekil 7. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Fiziki Haritası

2.2. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinde Aktif Tektonizmanın Jeomorfolojik Yapı Üzerindeki Etkileri

Yer bilimlerinde tektonik terimi, yer kabuğunun deformasyonu ile ilişkili şekilleri, yapıları ve süreçleri ifade eder. Aktif tektonik ise insanlığın hayatını önemli derecede etkileyecek bir zaman ölçeğinde yer kabuğunda meydana gelen deformasyon süreçlerine karşılık gelir (Keller ve Pinter, 2002). Tektonik jeomorfoloji, tektonik süreçlerle meydana gelen şekilleri, jeomorfolojik prensiplerle inceleyen bir bilimdir. Herhangi bir sahanın jeolojik gelişiminde aktif tektoniğin rolünün anlaşılmasında jeomorfolojik kayıtlar temel araştırma kaynağı sunarlar. Aktif faylanma fay sarplığı, çizgisel çöküntü alanları, çizgisel uzamış vadiler, ötelenmiş drenajlar, terk edilmiş akarsu kanalları, basınç sırtları, kapanma sırtları, eğimlenmiş yamaçlar, kaynak suları, taraçalar, alüvyal yelpazeler, asılı vadiler, grabenler, ve çek-ayır havza gibi farklı ölçeklerde şekiller meydana getirir (McCalpin, 1986; Burbank ve Anderson, 2011; Keller ve Pinter, 2002).

Yedisu Havzası (Bingöl), Türkiye'nin en uzun ve en önemli aktif fay zonu olan KAFZ üzerinde oluşmuş olan çek-ayır tipi bir tektonik havza karakterindedir (Barka ve Kadinsky-Cade, 1988). İçerisinde Yedisu ilçesinin de bulunduğu havza yaklaşık olarak 20-25 km²'lik bir alan kaplar. Havzanın orta kesimlerinde bulunan Yedisu Ovası, KAFZ tarafından oluşturulmuş bir tektonik ova olması nedeniyle KAFZ'nun uzanışına paralellik göstererek KB-GD doğrultusunda yayıllık gösterir. Güneyden kuzeye doğru eğimli olan ovanın yüzeyinde yükselti 1400-1570 m arasında değişir. Aktif tektonizma, Yedisu Havzası ve çevresinin jeomorfolojik yapısı üzerinde çok önemli etkilerde bulunmuştur. Havzada bulunan önemli morfolojik birimler, basınç sırtları, kapatıcı sırtlar, fay diklikleri ve basamakları, asılı vadiler, çizgisel vadiler, çizgisel çöküntü alanları, ötelenmiş sırtlar ve dereler, alüvyal yelpazeler, heyelanlar, havzalar ve taraçalardır (Şekil 8). Fay diklikleri (fault scarps), aşınma öncesinde fayın hareketi sonucunda oluşan ve fay düzleminin ortaya çıktığı yüksek eğimli yamaçlardır. Bu fay diklikleri, fayların tekrar aktif hale gelmesiyle meydana gelen depremler sonucunda kosismik yüzey kırıkları ve düşey atımlar sonucunda ortaya çıkarlar (Keller ve Pinter, 2002; Bingöl, 1986). Yedisu Havzası ve çevresinde fay diklikleri yaygın şekilde görülen şekiller arasında bulunur. Bunlardan en tipik olanı havzanın güneyinde Şeytan Dağları civarında ve havzanın batısında Kaldırım köyü kuzeyinde görülür (Şekil 9). Asılı vadiler (Hanging valleys), fay dikliklerinin yeni tektonik hareketler ile gençleşmesi sonucunda, daha önceden kurulmuş olan konsektant akarsuların vadilerinin fay dikliği önünde belli bir yükseltide askıda kalmasıyla oluşan vadilerdir (Atalay, 1973). Yedisu Havzası'nda asılı vadiler fay dikliklerinin olduğu alanlarda bulunmakla birlikte yaygın olarak orta ve kuzey kesimlerindeki dağlık bölgelerde faylanmaya bağlı olarak oluşmuşlardır (Foto 1). Araştırma sahasının çok geniş bir alan olması ve asılı vadilerin de daha küçük şekiller olması nedeniyle morfolojik haritasında asılı vadiler gösterilememiştir.



Şekil 8. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Morfolojik Haritası

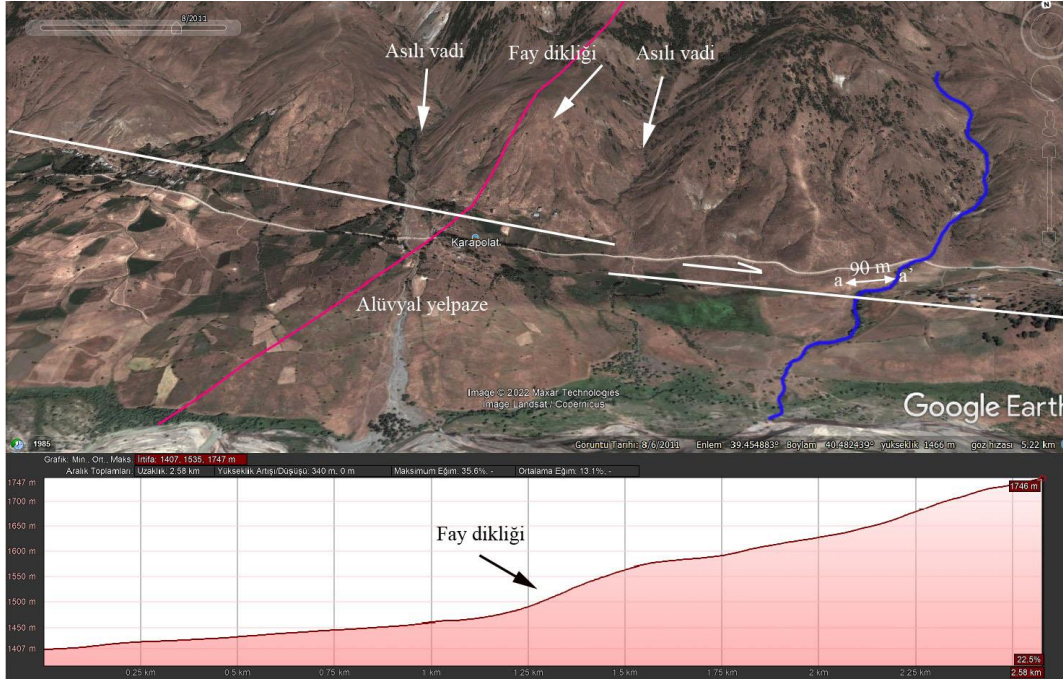


Foto 1. Yedisu Havzası'nda Karapolat Köyü Civarında Görülen Fay Diklikleri, Asılı Vadiler ve Akarsu Atımları

Alüvyal yelpazeler (Alluvial fan), fay diklikleri üzerinde arazinin eğimine uygun olarak akan konsekant akarsu ve kollarının aşındırdığı malzemeyi eğimin azaldığı yerde biriktirmesiyle oluşan koni ve yelpaze biçimindeki şekillerdir. Bu şekillerin oluşumunda faylanma ve erozyonel süreçler birlikte etkili olurlar. Dağ önü havzalarında bu şekiller, aktif faylanma, tiltlenme, yükselmenin jeomorfik belirteçleri olarak kullanılabilirler (Keller ve Pinter, 2002; Hoşgören, 1993). Yedisu Havzası'nda alüvyal koni ve yelpazeler, Perisuyu Çayı vadisinin her iki tarafında ana akarsuya katılan yan kollar tarafından yaygın şekilde oluşturulmuşlardır. Bu alüvyal koni ve yelpazelerin büyük çoğunluğu eski alüvyon yelpazesi özelliğinde olup Pliyosen yaşlı sedimanter çökellerden meydana gelirler. Bunlar üzerinde günümüzde aşınım süreçleri etkili olmaktadır. Bir kısmı ise yeni alüvyon yelpazesi karakterinde olup Kuvaterner yaşlı alüvyon çökellerinden oluşurlar. Havzanın kuzeyinde sıralı şekilde 3 tane büyük alüvyal yelpaze bulunmakta olup ana vadi tabanı ile yaklaşık 50-60 m'lik bir yükselti farkına sahiptir. Yine bunlar üzerinde eğim değerleri güneye nazaran daha düşüktür. Havzanın güneyinde ise 4 tane alüvyal yelpaze bulunur ve bunlar üzerinde eğim değerleri çok yüksektir. Ayrıca bu yelpazeler ile Perisuyu Çayı'nın vadi tabanı arasında yükselti farkı 60-120 m arasında değişir. Havzanın kuzeyinde bulunan alüvyal yelpazeler ile güneyinde bulunanlar arasında yaklaşık 70-160 m'lik bir yükselti farkı bulunur. Bu durumun oluşmasında Yedisu Havzası'nın güneyden sınırlayan fay kolunun kuzeyde bulunan fay koluna göre daha aktif olması ile açıklanabilir. Havzanın güneyinde daha aktif olan fay, havzanın kuzeye doğru tiltlenmesine neden olmuştur. Bu özellik havzada içerisinde K-G doğrultusunda alınan profillerde belirgin olarak görülebilmektedir (Foto 2-3) (Şekil 9). Yine bu durum ileriki bölümlerde açıklanacak morfometrik analizlerde de göze çarpmaktadır.

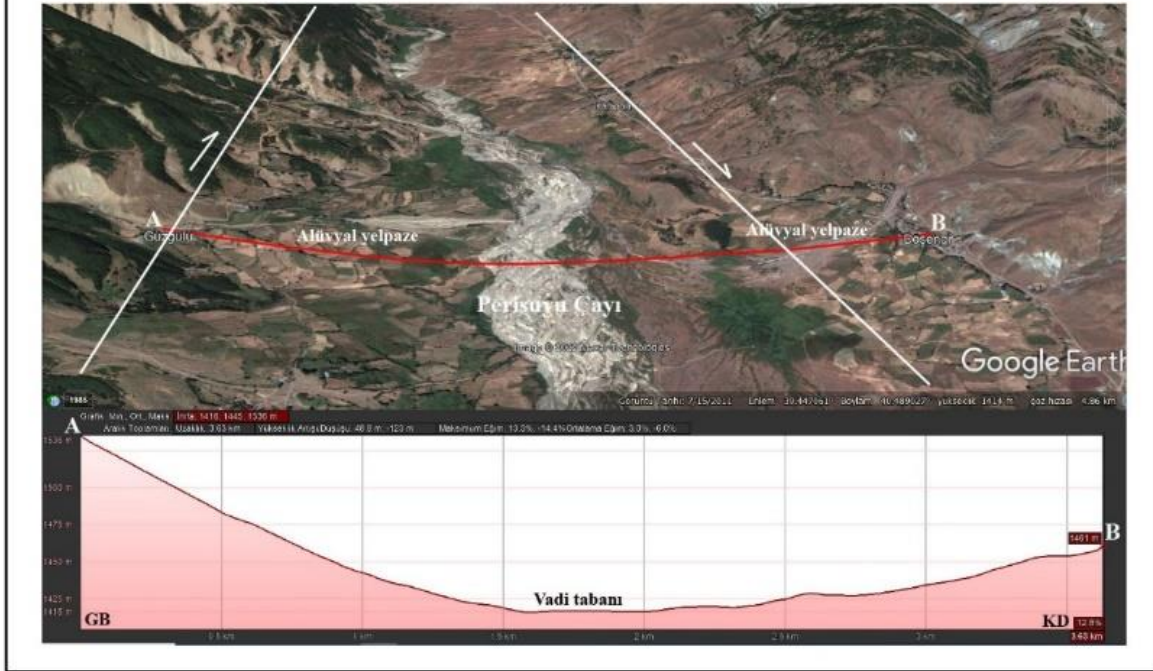
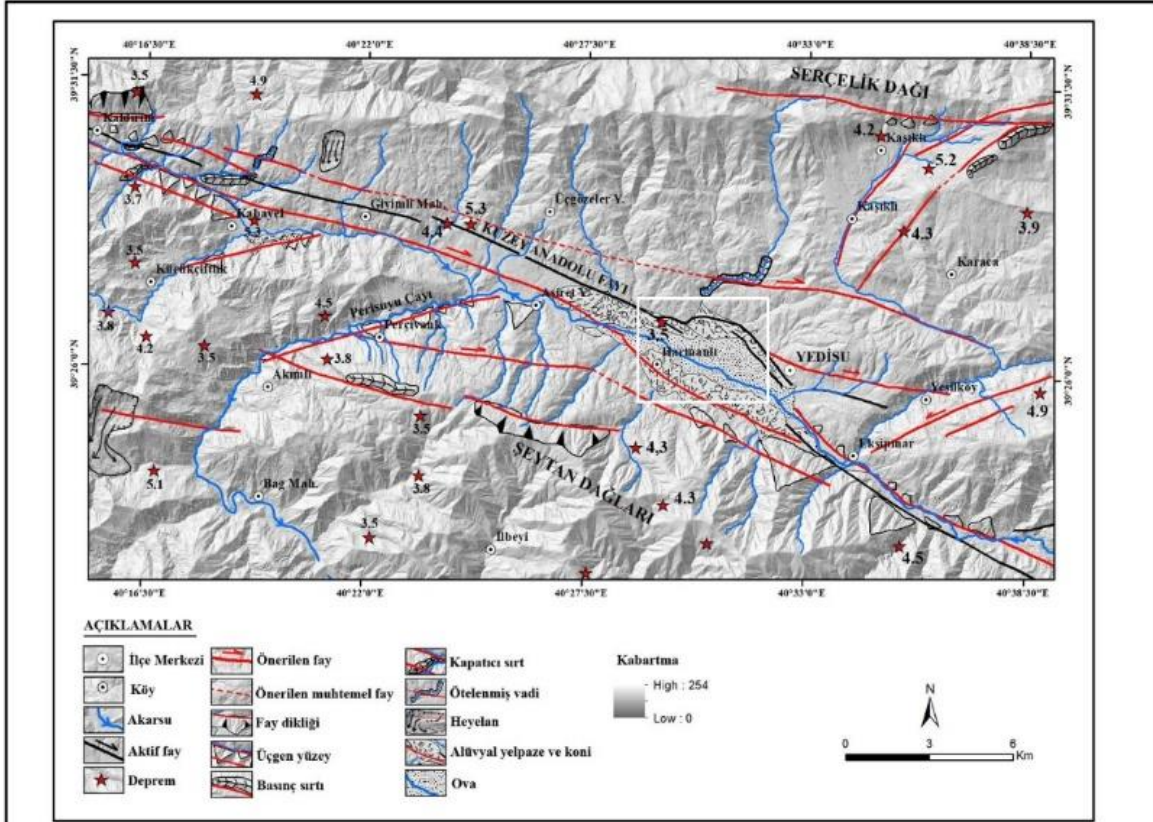
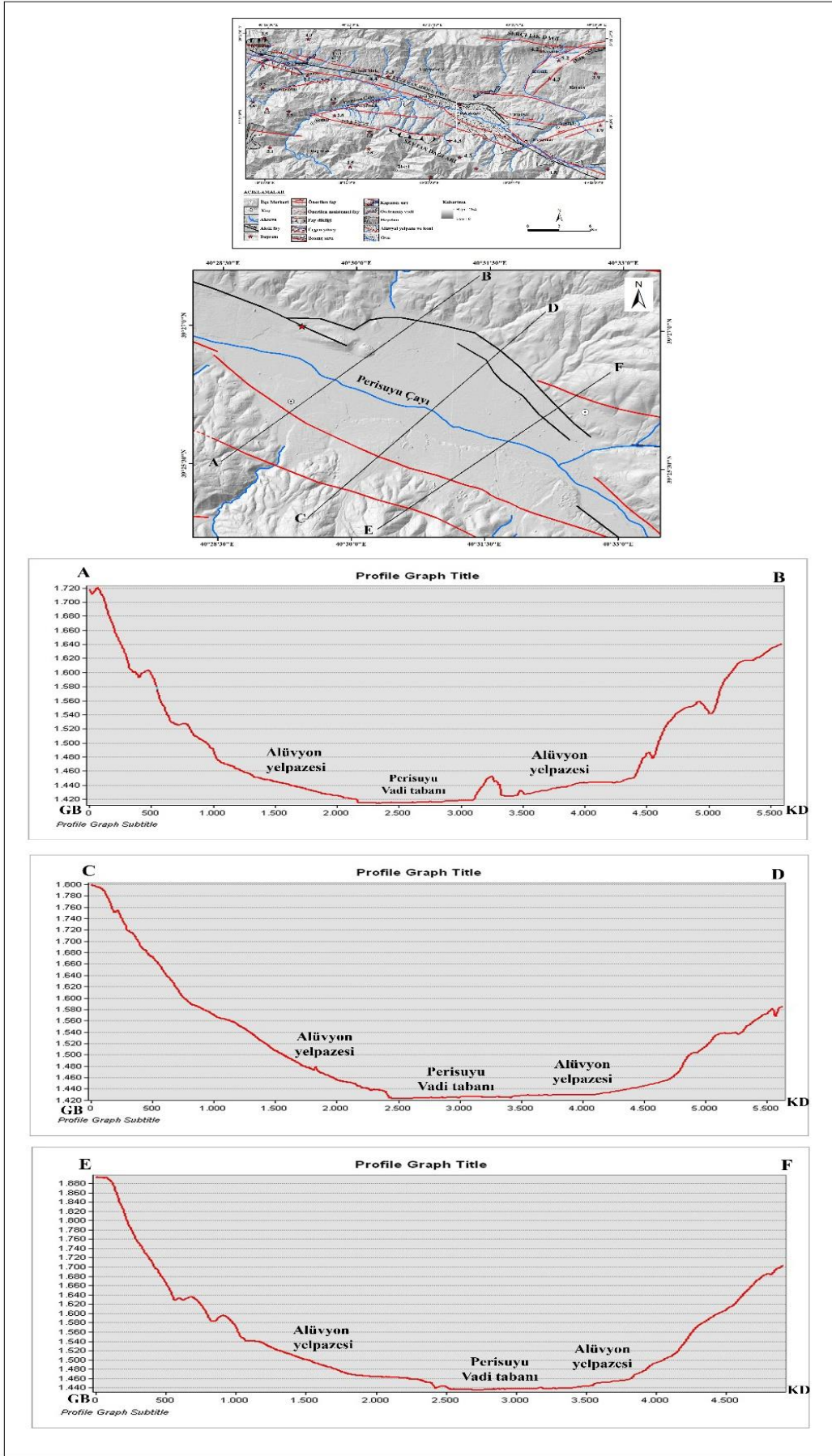


Foto 2. Yedisu Havzası'nda Havzanın Kuzey ve Güneyinde Bulunan Alüvyal Yelpazeler Arasındaki Eğim ve Yükselti Farkını Gösteren Uydu Görüntüsü ve Profil



Şekil 9. Yedisu Havzası'nda Alüvyal Yelpazeler Üzerinde KD-GB Doğrultusunda Alınmış Profiller



Foto 3. Yedisu Havzası'nın Güneyinde Bulunan Alüvyal Yelpaze ve Üçgen Yüzeyler (Google Earth Fotolardan Cemal Seyis'ten Alınmıştır).

Fay Façetaları (Üçgen yüzeyler-triangular facet), normal faylarla sınırlı havzalardaki dikey hareket ve akarsu vadilerindeki aşındırma üçgen yüzeylerin oluşumuna neden olur. Üçgen yüzeyler, dağları drene eden vadiler arasında meydana gelen yüksek tepe biçimli düz yüzeyler olup, aktif faylarla ilişkili dağ önünün karakteristik şekilleridir (Keller ve Pinter, 2002). Yedisu Havzası ve çevresinde fay façetaları, çok yaygın şekilde görülmekle beraber en tipik olanları havzanın kuzeybatısında Kabayel ile Kaldırım köyleri arasında; havzanın orta ve güneydoğu kesimlerinde Harmanlı ile Ekşipınar köyleri arasında ve havzanın kuzeyinde bulunan Serçelik Dağı'nın güney eteklerinde görülürler (Şekil 8) (Foto 3-4).

Basınç sırtları (Pressure ridges), herhangi bir fay zonu içerisinde fay kolları arasında sıkışmayla oluşmuş küçük eğimli sahalardır. Bir fay, önceden oluşmuş basınç sırtlarının içinden geçtiği yerlerde kapatıcı sırtlar oluşabilir (Keller ve Pinter, 2002). Yedisu Havzası ve çevresinde sağ yanal atımlı KAFZ'nun Yedisu Segmenti ve sol yanal atımlı diğer tali faylara bağlı olarak görülen en yaygın morfolojik şekiller basınç sırtlarıdır. Sahada irili ufaklı pek çok basınç sırtı olmakla birlikte en belirgin olanları havzanın güneybatısında Şeytan Dağları civarında, batıda Kabayel köyü çevresinde ve kuzeydoğuda Serçelik Dağı'nın doğu taraflarında görülür (Şekil 8) (Foto 5).

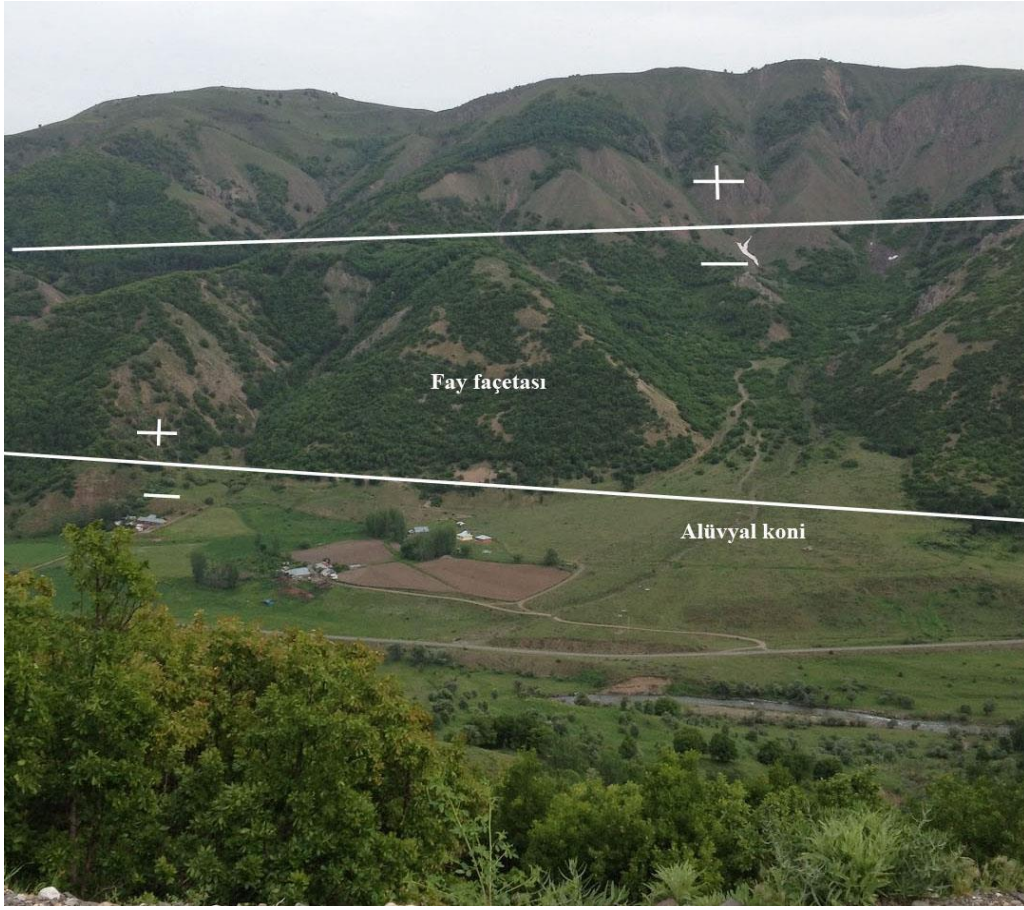


Foto 4. Yedisu Havzası (Bingöl)'nin Batısında Kabayel Köyü Civarında Aktif Faylanmayı Gösteren Fay Façetaları ve Alüvyal Koniler (Google Earth Fotolardan Özkan Özkaynak'tan Alınmıştır).

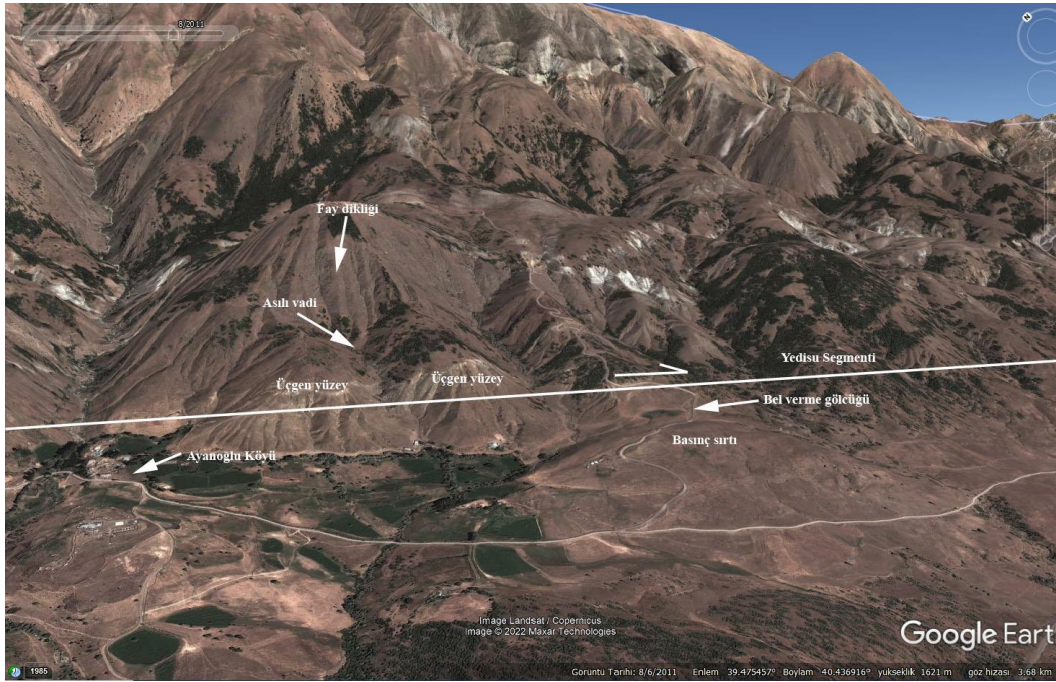


Foto 5. Yedisu Havzası (Bingöl)'nin Batısında Ayanoğlu Köyü Civarında Aktif Faylanmayı Gösteren Basınç sırtı, Üçgen Yüzeyler, Bel Verme Gölcüğü ve Fay Dikliği

Kapaticı Sırtlar (Sürgü sırtları, kapan sırtı), (shutter ridges) fayın topografyayı değiştirip derelerin karşısına tepeleri getirdiği yerlerdeki sırtlardır. Bu topografya, yaygın bir şekilde faya dik olarak bulunan akarsular tarafından oyulduğundan kapaticı sırtlar, bükülmüş akarsularla beraber bulunabilirler (Burbank ve Anderson, 2011). Yedisu Havzası'nda çeşitli boyutlarda birçok kapaticı sırt bulunur. Araştırma sahasında söz konusu kapaticı sırtların olduğu alanlarda akarsularda da önemli oranlarda atımlar gerçekleşmiştir (Şekil 8). Ötelenmiş Vadiler ve Akarsular (Offset walley and streams), faylar tarafından yer değiştirilmiş akarsulardır. Bu akarsular, göreceli olarak yer değiştirmenin yönlerini gösterirler. Atımlar, birkaç depremin kümülatif atımını yansıtır. Son aşamada fay izinde başı kopmuş bir akarsu üreterek fay zonu boyunca daha doğrusal bir yönde aşındırma yapabilirler (Keller ve Pinter, 2002). Doğru atımlı faylar boyunca akarsu yönlerinde meydana gelen sapmalar ve vadilerdeki ötelenmeler faylardaki hareketin göstergelerinden biridir ve bu yapılar aktif ve genç tektonik çalışmalarda sıklıkla kullanılmaktadır (Şengör, 2017). Ötelenmiş vadiler ve akarsular, Yedisu Havzası'nda çok fazla rastlanılan şekillerdendir. Bunlar, havzanın hemen her tarafında çeşitli ölçeklerde görülürler (Foto 1). Bunlarla ilgili detaylı açıklamalar ve gerekli görseller "Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinin Önerilen Aktif Fayları" isimli alt başlıkta verilecektir.

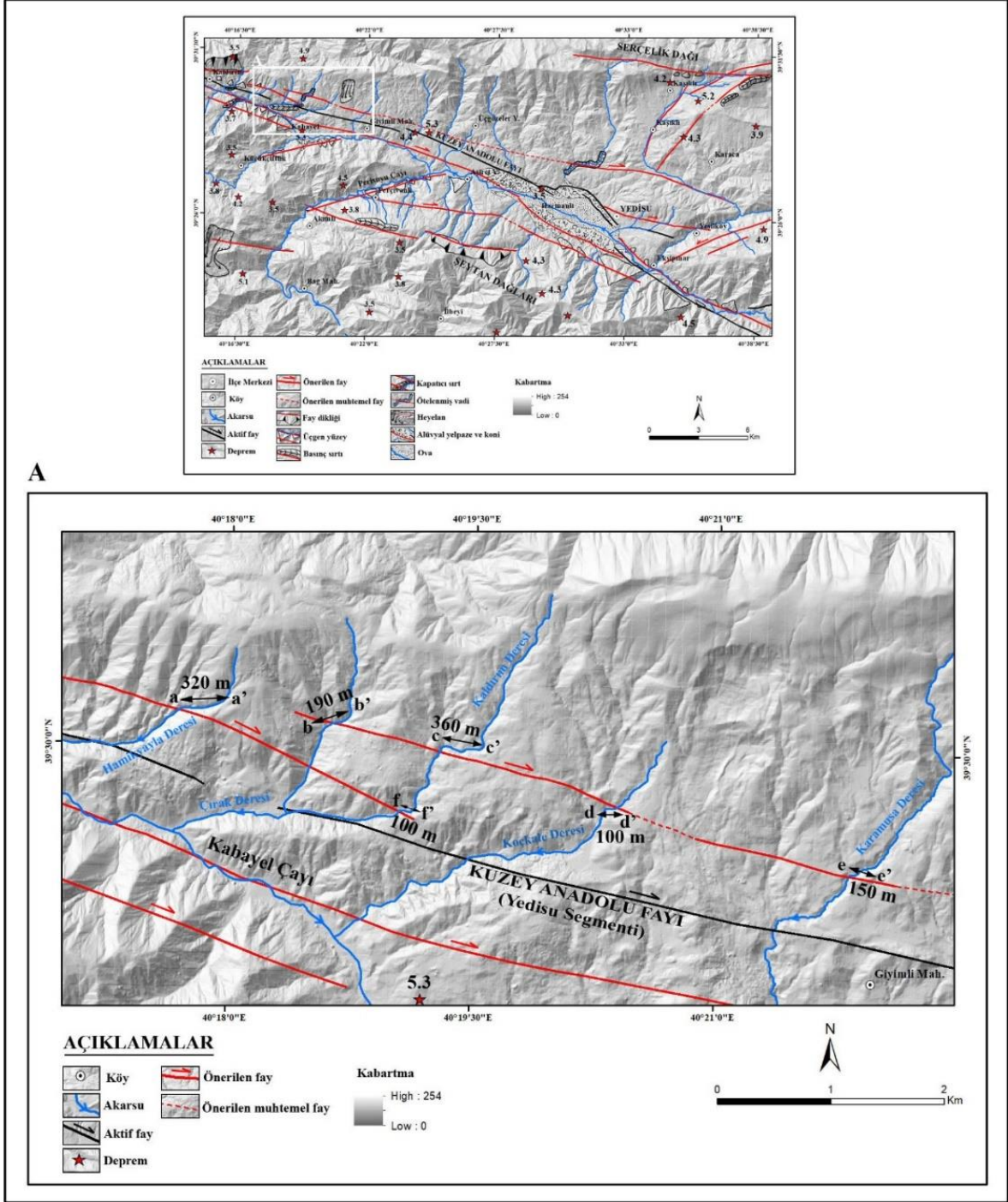
Çöküntü ve bel verme gölcükleri, fay zonlarında sıklıkla bulunurlar ve genellikle fay zonundaki iki kolun arasında oluşan çökmeyle ilişkilidirler (Keller ve Pinter, 2002). Yedisu Havzası'nda büyük çaplı çöküntü gölleri görülmemektedir. Ancak çok sayıda bel verme gölcükleri sahanın çeşitli yerlerinde göze çarpar. Küçük alanlar kapladığı için morfotektonik haritada gösterilememiştir. Bunlardan bazıları havzanın batısında Ayanoğlu köyü civarında bulunurlar (Foto 5). Yine Kabayel Deresi'nin Perisuyu Çayı'na karıştığı sahaya yakın yerde birkaç tane çöküntü göllerine rastlanılmaktadır. Akarsu Taraçaları (Terraces), alüvyal çökellerin oluşturduğu, güncel taşkın ovalarından topoğrafik olarak daha yüksekte konumlanan düzlükler olarak tanımlanmaktadır (Pazzaglia, 2013). Taraçalar, iklim ve tektonik kaynaklı olmakta birlikte karma faktörlerin de şekillendirdiği taraçalar da gelişebilmektedir. Dolgu taraçaları ve alüvyal taraçalar olmak üzere ikiye ayrılırlar (Keller ve Pinter, 2002). Yedisu Havzası'nda akarsu taraçalarının en iyi gözlemlendiği sahalar, Perisuyu Çayı vadi tabanının her iki tarafında bulunurlar. Bu taraçalar 2-3 basamak şeklinde vadi tabanının her iki tarafında gözlenirler. Çok dar alan kapladıkları için morfotektonik haritada gösterilememişlerdir. Yedisu Ovası'nda yer alan bu taraçalar, aktif tektonizmadan dolayı eğimlenerek ilksel konumlarını kaybetmişlerdir.

Heyelanlar (Landslides), kayalardan, döküntülü malzemeden veya topraktan oluşan malzemenin, yer çekimin etkisiyle bulunduğu yerden ayrılarak yer değiştirmesi olarak adlandırılırlar (Erinç, 2010). Heyelanlar, yağışlar, ani kar erimeleri, depremler ve antropojenik süreçler sonucundan tetiklenebilirler (Glade vd., 2000; Larsen ve Simon, 1993). Yedisu Havzası'nda aktif tektonikle ilişkili heyelanlar özellikle fay zonları üzerinde yer alırlar. Bu heyelanlardan bir tanesi havzanın batısında Perçivank köyü civarında Perisuyu vadi tabanının kuzey kesiminde bulunur. Yine havzanın güneybatı kesiminde Bağ Mahalesi'nin batısında fay ile ilişkili bir diğer heyelan bulunur. Yine havzanın kuzeyinde Üst Paleozoyik-Mesozoyik yaşlı Anadolu volkano-sedimanter serisi içerisinde fay ve litoloji ile ilişkili heyelanlar görülebilmektedir (Şekil 8).

2.3. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinde Önerilen Aktif Faylar

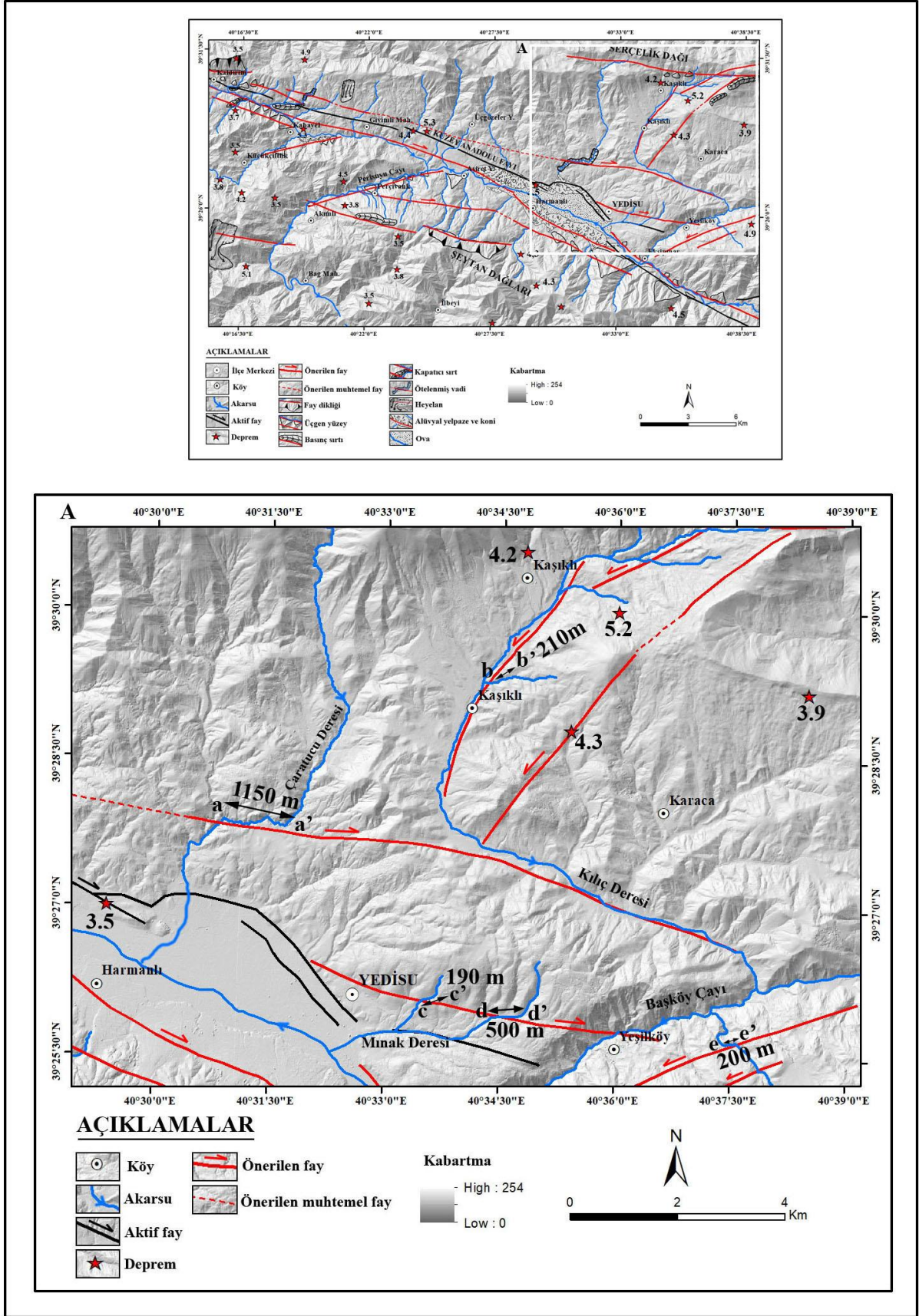
Bu bölümde Yedisu Havzası ve çevresinde morfotektonik veriler, nehir atımları ve aletsel dönem deprem verilerine göre Yedisu Segmenti yeniden ele alınarak segment için bazı fay kolları önerilmiştir. Ayrıca sol yanal doğrultu atımlı bazı konjigat fay kolları da havza içerisinde tanımlanmıştır. Fay kollarının tespitinde öncelikle nehir atımları göz önünde bulundurulmuş daha sonra morfotektonik ve deprem verileri hesaba katılmıştır. Buna göre çalışma alanı doğu, orta ve batı bölgeler olmak üzere 3 bölüm halinde incelenmiştir.

Çalışma alanının batı bölümünde Perisuyu Çayı'nın önemli kollarından olan Kabayel Çayı'nın tali kolları üzerinde çok sayıda nehir atımları tespit edilmiştir. Bu kollardan Koçkale Deresi üzerinde 100 m; Kaldırım Deresi'nde 100 m ve 360 m; Çırac Deresi'nde 190 m; Hamikyayla Deresi'nde ise 320 m sağ yanal atımlar bulunur. Yine bu bölgede nehir atımlarının olduğu alanlarda aktif faylanmayı işaret eden çok sayıda morfotektonik birimler yer alır (Şekil 10).



Şekil 10. Yedisu Havzası ve Çevresinde Sahanın Batı Bölümünde Önerilen Fay Kolları ve Bunların Üzerinde Görülen Nehir Atımları.

Çalışma alanının orta bölümünde Perisuyu Çayı'na güneyden katılan tali kollar üzerinde nehir atımları tespit edilmiştir. Bunlardan Acielma Deresi üzerinde 215 m; Aşiret Deresi üzerinde 270 m; Mike Deresi üzerinde 400 m; Dağyayla Deresi üzerinde 400 m ve Karataş Deresi üzerinde 470 m nehir atımları bulunur. Yine bu nehir atımlarının olduğu yerlere yakın kesimlerde çeşitli morfolotektonik şekiller ve depremler yer alır (Şekil 11).



Şekil 12. Yedisu Havzası ve Çevresinde Sahanın Doğu Bölümünde Önerilen Fay Kolları ve Bunların Üzerinde Görülen Nehir Atımları.

2.4. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinde Aktif Tektonizmayı Ortaya Koyan Jeomorfometrik Analizler

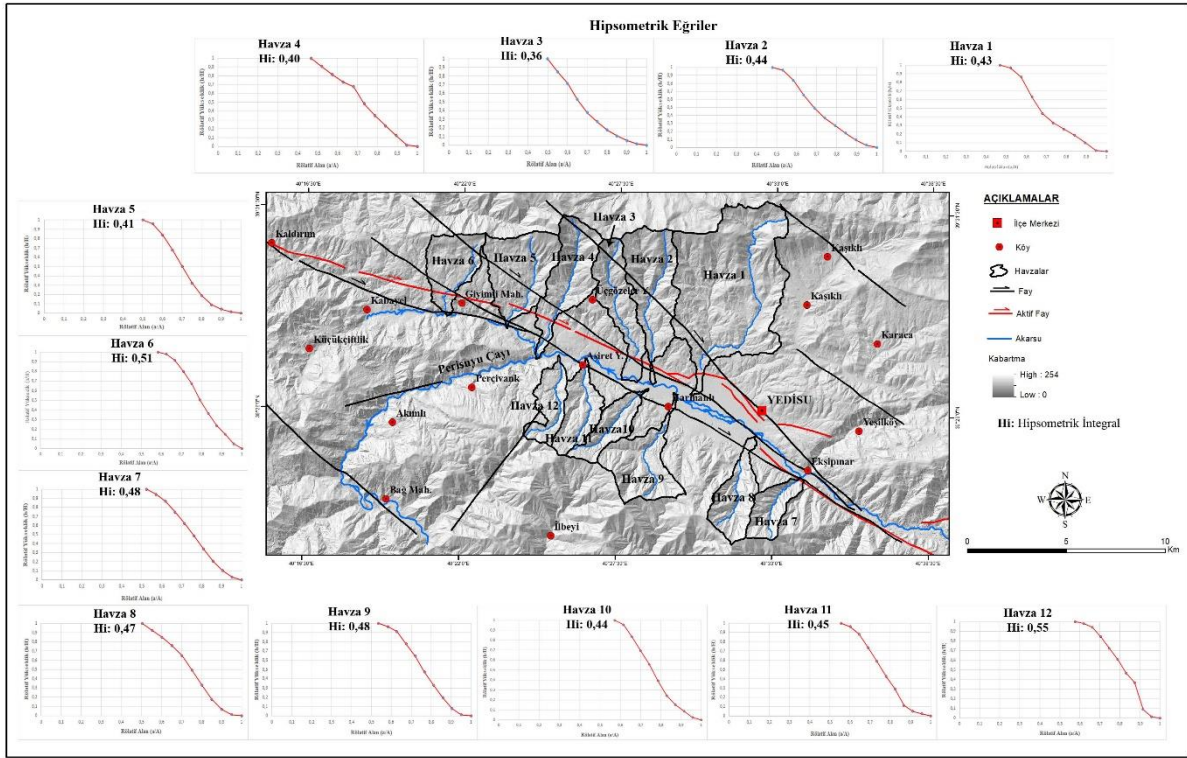
Tektonizmanın aktif olduğu alanlarda drenaj ağları, akarsu aşındırması ve süreçleri, havza asimetrisi ve drenaj tipleri, kıvrılma ve kırılma gibi tektonik kuvvetlerin etkisiyle ilksel yapılarından uzaklaşarak farklı özelliklere dönüşürler (Cox, 1994). Aktif tektonizmanın etkisi sonucu oluşan bu özellikler jeomorfometrik indisler yardımıyla ortaya konulabilir. Aktif tektonik tarafından oluşturulmuş deformasyonların belirlenmesi ve sınıflandırılmasında bu indisler yaygın olarak kullanılmaktadır (Keller ve Pinter, 2002). Akarsu havzalarının boyut, yükselti ve eğim gibi sayısallaştırılabilir özelliklerinden yararlanılarak elde edilen veriler jeomorfometrik indis formülleri ile birlikte değerlendirilerek hesaplanmaktadır. Bu çalışmada Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinde aktif tektonizmanın etkilerini ortaya koymak için hipsometrik eğri ve integral, dağ cephesi sinüslük oranı (Smf), drenaj havzası asimetrisi (AF) ve akarsu uzunluk-gradyan indeksi (SL) uygulanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresi İçin Hesaplanan Jeomorfometrik İndisler

| Drenaj Alanı | Toplam Alan (km ²) | Smf | Hİ | AF | SL |
|--------------|--------------------------------|------|------|-------|---------|
| Havza 1 | 36.83 | 1.48 | 0.43 | 69.59 | 1116.20 |
| Havza 2 | 13.16 | 1.56 | 0.44 | 56.53 | 1702.76 |
| Havza 3 | 8.38 | 1.56 | 0.36 | 48.44 | 1576.61 |
| Havza 4 | 10.84 | 1.85 | 0.40 | 50.92 | 1715.05 |
| Havza 5 | 12.25 | | 0.41 | 65.14 | 1119.12 |
| Havza 6 | 7.90 | | 0.51 | 61.01 | 766.77 |
| Havza 7 | 4.82 | | 0.48 | 38.58 | 1398.49 |
| Havza 8 | 6.43 | 1.23 | 0.47 | 44.63 | 1157.41 |
| Havza 9 | 9.74 | 1.51 | 0.48 | 53.18 | 1077.09 |
| Havza 10 | 5.34 | | 0.44 | 58.23 | 748.03 |
| Havza 11 | 6.48 | | 0.45 | 32.87 | 659.00 |
| Havza 12 | 5.26 | | 0.55 | 36.69 | 682.96 |

Hipsometrik eğrinin biçimi, akarsu havzasının jeomorfolojik gelişim dönemi ile yakından bağlantılıdır. Yaşlı havzalarda bu eğri içbükey, olgun havzalarda S şeklinde ve genç havzalarda ise dışbükey görünümündedir (Strahler, 1952; Ohmori, 1993). Yüksek hipsometrik integral değeri genç topografik bölgeleri işaret ederken; düşük değerler ise yaşlı topografileri göstermektedir (Keller ve Pinter, 2002).

Çalışma sahasında hipsometrik eğri ve integral hesaplamaları için öncelikle sahaya ait 5*5 çözünürlüklü SYM verisi kullanılarak saha; kuzeyde 6, güneyde 6 olmak üzere 12 farklı havzaya ayrılmıştır. Genel olarak bakıldığında kuzeyde yer alan havzaların hipsometrik eğrileri çoğunlukla içbükey iken; güneydekiler ise çoğunlukla dışbükey bir görünümündedirler. Yine hipsometrik integral değerleri ise kuzeyde düşük (ort. 0.42), güneyde ise yüksek (0.47) değerlerdedir (Şekil 13). Bu veriler, havzanın kuzeyinde tektonizmanın güneye göre daha az aktif olduğunu ve havzanın güneyinde aktif tektonik süreçlerin daha ön planda olduğunu göstermektedir. Bu veri, havzanın güneyinde aktif tektonik ile ilişkili morfolojik şekillerin kuzey göre daha fazla olması verileri ile uyumluluk göstermektedir. Ayrıca çalışma sahasında Yedisu Segmenti'nin aktif kollarının belirlenmesi bu veri önemli bir dayanak olmaktadır.



Şekil 13. Yedisu Havzası (Bingöl) ve Çevresinde Hesaplanan Hipsometrik Eğri ve İntegral Değerleri.

Aktif tektonik alanlarda aktif fay ile jeomorfolojik süreçler arasındaki ilişkiyi sayısal olarak gösteren indislerden biri dağ cephesi sinüslük oranıdır. Bu indeks, dağ cephesini oymaya çabalayan aşınma kuvvetleri ile dağ cephesini düzleştirmeye çabalayan tektonik kuvvetler arasındaki ilişkiyi gösteren bir indekstir (Bull 2008). Aktif tektonizma sonucu yükseltilen dağ cepheleri düzgün gidişleri ve düşük Smf değerleri ile karakterize olurlar. Tektonizmanın pasif olduğu dağ cepheleri ise erozyonel kuvvetler tarafından tahrip edildiklerinden düzensiz şekiller ve yüksek Smf değerleri gösterirler (Keller ve Pinter, 2002). Bu indis çalışma sahasının kuzey, kuzeydoğu ve güneydoğu kesimlerine uygulanmıştır. Buna göre 1.23 ile 1.85 arasında değerler bulunmuştur (Tablo) (Şekil 14). Havzanın kuzey ve kuzeydoğu kesimlerinde indis değerlerinin yüksek olması ve dağ cephelerinin düzensiz şekiller oluşturması buralarda erozyonel süreçlerin tektonik süreçlerden daha baskın olduğunu gösterir. Havzanın güneydoğu kesiminde ise indis değerlerinin düşük olması ve dağ cephelerinin düzenli şekiller oluşturması burada aktif tektonik süreçlerin ön planda olduğunu göstermektedir.

Aktif tektonik sahalarda akarsu drenaj ağları tektonizmanın izlerini taşırlar. Aktif tektonizmayı ortaya koyan indislerden biri de Drenaj Havzası Asimetrisidir. Bu indis ile bir akarsu havzasında akış yönü istikametine dik yöndeki tiltlenme (eğimlenme) niceliksel olarak ortaya konulabilir. Akarsu havzalarında asimetrik sadece aktif tektonik faktörlerle değil kayaçların litolojik özellikleri, iklim ve bitki örtüsü faktörleri tarafından da oluşturulabilmektedir. Litoloji, iklim ve bitki örtüsü faktörleri sabit olarak kabul edildiğinde asimetri faktörü değerinin 50 civarında olması tektonizmanın zayıf olduğunu ve havzanın simetrik bir şekle sahip olduğunu gösterir. Asimetri faktörü değerinin 50'den uzaklaşması ise havzada tektonizmanın aktif olduğunu ve asimetrik bir havza şeklinin geliştiğini ortaya koyar (Keller ve Pinter, 2002). Buna göre çalışma sahasına asimetri faktörü indisi uygulandığında değerler 32.87 ile 69.59 arasında değişir (Tablo 2). Sahada kuzeyde yer alan havzalar içerisinde 4 numaralı havzada asimetri değeri 50.92, güneyde yer alan havzalar içerisinde ise 9 numaralı havzada asimetri değeri 53.18'dir. Bu iki havza dışında sahada bulunan diğer havzalarda asimetri değeri 50'den düşük ya da yüksek olduğundan bu havzalarda tektonizma kaynaklı eğimlenme ve asimetrik havza şekli belirgindir.

Aktif tektonik sahalardaki deformasyonu ölçmek için kullanılan bir diğer indis, Akarsu Uzunluk - Gradyan İndeksi (SL)'dir. Bu indeks bir akarsu havzasının bir veya birden çok bölümünde yer alan akarsu gücü, litoloji, tektonik ve eğim arasındaki ilişkileri ortaya koyar Akarsu yüzey gradyan, yatak eğimiyle doğru orantılıdır. SL indeksi kanaldaki eğim değişikliklerine karşı son derece hassas olup; havzadaki aktif tektonik olasılığı, kayaçların dirençliliği ve topografyanın değerlendirilmesi açısından önem arzeder. Litolojik açıdan homojen sahalarda düşey bileşeni zayıf olan doğrultu atımlı fay zonlarında düşük SL değerleri ortaya çıkarken; düşey bileşenin yüksek olduğu doğrultu atımlı fay zonlarında ya da normal faylarda SL değerleri yüksek olmaktadır (Keller ve Pinter, 2002). Çalışma sahasında SL değerlerine bakıldığında en yüksek değer 1715.05 ile 4 numaralı havzada görülürken; en düşük değer ise 659 ile 11 numaralı havzada görülür (Şekil 15). Çalışma sahasında litolojinin homojen bir yapıda olmaması SL değerlerinin farklılaşmasında etkili olmuştur. Sahada yer alan akarsu

Sonuç ve Değerlendirme

KAFZ'nun doğu bölümünde yer alan Yedisu Segmenti Erzincan'ın Üzümlü ilçesi ile Bingöl'ün Yedisu ilçesi arasında yaklaşık olarak 70 km uzunluğunda olup KAFZ'nun önemli sismik boşluklarından biridir. Türkiye'nin Doğu Anadolu Bölgesi'nin Yukarı Fırat Bölümü içerisinde yer alan Yedisu Havzası, Türkiye'nin önemli aktif fay zonlarından biri olan Kuzey Anadolu Fay Zonu (KAFZ) üzerinde meydana gelmiş çek-ayır tipi bir tektonik havza özelliğindedir. Doğu Anadolu'nun jeolojik ve tektonik gelişimi ile uyumlu olan Yedisu Havzası ve çevresinde Paleozoyik-Mezozoyik yaşlı metamorfik kayalar, Üst Kretase yaşlı ofiyolitik melanjlar, Eosen-Alt Miyosen yaşlı denizel sedimanterler ve Üst Miyosen-Kuvaterner karasal ve gölsel çökeller bulunur. Yedisu Havzası (Bingöl) ve çevresinin jeomorfolojik özelliklerinin oluşmasında Üst Miyosen'den Kuvaterner dönemine kadar olan süreç içerisinde meydana gelen tektonizma, magmatizma ve akarsu süreçleri başlıca etken olmuştur. Bu süreçler, havza ve çevresinde eğim değerleri kısa mesafelerde değişiklik göstermesine neden olmuştur. Havza ve çevresinin suları Perisuyu Çayı ve kolları tarafından drene edilir.

Yedisu Havzası ve çevresinde Yedisu Segmenti ve onun tali kollarının aktifliğini ortaya koyan çok sayıda jeomorfolojik veriler (basınç sırtları, fay diklikleri, kapatici sırtlar, asılı vadiler, ötelenmiş dereler, alüvyal yelpazeler, heyelanlar ve taraçalar) elde edilmiştir. Havzanın güneyinde yer alan alüvyon yelpazelerinin kuzeyde yer alanlara göre daha fazla eğim ve yükselti değerlerine sahip olması tektonizmanın havzanın güney kesiminde kuzeye göre daha aktif olduğunu göstermiştir. Yedisu Havzası'nda yer alan Perisuyu Çayı ve kolları üzerinde bulunan taraçalar aktif tektonizma sonucunda deforme olmuş ve tali kollar üzerinde çok sayıda dere atımları meydana gelmiştir. Yine havza ve çevresinde aktif tektonizmanın tetiklediği birçok heyelan oluşmuştur.

Yedisu Havzası ve çevresinde aktif tektonizmayı gösteren çok sayıda morfolojik birimlerin olması, Perisuyu Çayı'nın tali kolları üzerinde çok sayıda dere atımlarının görülmesi, çalışma sahasının kuzey ve güneyinde yer alan havzalara uygulanan jeomorfometrik indislerde aktif tektonizmayı ortaya koyan verilerin bulunması, aletsel dönemde küçük ve orta ölçekli depremlerin meydana gelmiş olması, gibi tüm bu bilgi ve bulgulara göre Yedisu Havzası ve çevresinde KAFZ'nun Yedisu Segmenti'nin tek bir koldan oluşmadığı aksine birçok koldan oluşan bir fay zonu şeklinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum herhangi bir sahada aktif fayların belirlenmesinde jeomorfolojik verilerin daha çok göz önünde bulundurulması gerektiğini ortaya koymuştur. Ayrıca bu çalışmada elde edilmiş sonuçlar, Türkiye'de KAFZ üzerinde iki önemli sismik boşluklardan biri olan ve kırılma potansiyeli çok yüksek olan Yedisu Sismik Boşluğu için çok önemlidir. Yine Yedisu Havzası ve çevresinde Yedisu Segmenti için elde edilmiş olan bu sonuçlar, tüm kamu ve özel kurumlar tarafından sahada yapılması düşünülen planlama ve uygulamalarda göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Kaynakça

- Aksoy, M. E. (2009). *Active Tectonics and paleoseismology of the Ganos Fault Segment and seismic characteristics of the 9 August 1912 Mürefte Earthquake of the North Anatolian Fault (Western Turkey)*. Avrasya Yer Bilimleri Enstitüsü ve IPGS, İstanbul ve Strasbourg.
- Akyüz, H.S., Altunel, E., Zabcı, C., Sançar, T., Çakır, Z., Yalçiner, Ç. ve Gutsuz, P. (2009). *Kuzey Anadolu Fay Zonu Üzerindeki Yedisu Sismik Boşluğu ve Karlıova Fayı (Bingöl) Üzerinde Paleosismolojik ve Morfolojik Araştırmalar*. TÜBİTAK Proje No: 106Y174
- Allen, C. R. (1969). *Active Faulting in Northern Turkey*. Contribution No. 1577, Division of Geological Sciences, California Institute of Technology 32.
- Ambraseys, N. N. (1970). *Some characteristic features of the Anatolian Fault Zone*. Tectonophysics 9, 143-165.
- Ambraseys, N. (1975). *Studies in historical seismicity and tectonics*. Geodyn. T oday, 7-16, Pub. R. Soc. London.
- Ambraseys, N. N. ve Finkel, C. F. (2003). *Türkiye ve komşu bölgelerde sismik etkinlikler; bir tarihsel inceleme 1500-1800*. Tübitak Yayınları Akademik Dizi-4.
- Atalay, İ. (1973). *Sultandağları ile Akşehir ve Eber Gölleri havzalarının strüktürel, jeomorfolojik ve toprak erozyonu etüdü*. Doktora tezi (basılmış), Yeni Desen Mat., Ankara.
- Barka A. (1985). *Kuzey Anadolu Fay Zonundaki bazı Neojen-Kuaterner havzalarının jeolojisi ve tektonik evrimi*. Ketin Simp. Kitabı, Turk. " Jeol. Kurumu, Ankara, pp. 209-27.
- Barka, A.A., Toksoz, M.N., Gulen, L. & Kadinsky-Cade, K. (1987). *Segmentation, seismicity, and earthquake potential of the eastern part of the North Anatolian Fault Zone*. Bulletin of the Earth Sciences Application and Research Center of Hacettepe University. 14. pp. 337-352.

- Barka, A. A. ve Kadinsky-Cade, K. (1988). *Strike-slip fault geometry in Turkey and its influence on earthquake activity*. *Tectonics*. 7(3). pp. 663-684.
- Barka, A. A. (1992). *The North Anatolian fault zone*. *Annales Tectonicae* 6, 164-195.
- Bingöl, E. (1986). *Doğru atım sorunu ve jeolojisi*. Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü Yayınları, No: 28.
- Bull, W.B. & McFadden, L.D. (1977). Tectonic geomorphology north and south of the Garlock fault, California. In: Doehring, D.O. (Ed.), *Geomorphology in Arid Regions: Proceedings of the Eight Annual Geomorphology Symposium*, pp. 115-138.
- Bull, W. B. (2008). *Tectonic geomorphology of mountains: A New Approach to Paleoseismology*, 316 pp., Malden, USA.
- Burbank, D. W. & Anderson, R. S. (2001). *Tectonic geomorphology*. Malden, MA: Blackwell Science.
- Cox, R. T. (1994). *Analysis of drainage basin symmetry as a rapid technique to identify areas of possible Quaternary tilt-block tectonics: an example from the Mississippi Embayment*, *Geological Society of America Bulletin*, V. 106, p. 571-581.
- Emre, Ö., Özalp, S., Yildirim, C., Özaksoy, V. ve Doğan, A. (2005b). *12 ve 14 Mart Karlıova Depremleri'nin Değerlendirilmesi*, Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Emre, Ö., Duman, T. Y., Özalp, S., Şaroğlu, F., Olgun, Ş., Elmacı, H., & Çan, T. (2016). *Active fault database of Turkey*. *Bulletin of Earthquake Engineering*, 1-47.
- Ergin, K., Güçlü, U. ve Aksay, G. (1971). *Türkiye ve dolaylarının deprem kataloğu (1965-1970)*. İTÜ Maden Fakültesi, Arz Fiziği Enstitüsü Yayınları, No: 28.
- Erinç, S. (1953). *Doğu Anadolu Coğrafyası*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Erinç, S. (2010). *Jeomorfoloji I. Der Yayınları*, İstanbul.
- Glade, T., Crozier, M., & Smith, P. (2000). *Applying probability determination to refine landslide-triggering rainfall thresholds using an empirical, Antecedent Daily Rainfall Model*. *Pure and Applied Geophysics* 157(6-8), 1059-1079.
- Herece, A. ve Akay, E. (2003). *Kuzey Anadolu Fay (KAF) Atlası*. Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, Özel Yayın, Ser. 2, Ankara.
- Hoşgören, M.Y. (1993). *Jeomorfolojinin ana çizgileri*. İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayını, No: 3132, İstanbul.
- Hubert-Ferrari, A., Armijo, R., King, G., Meyer, B. & Barka, A. (2002). *Morphology, displacement, and slip rates along the North Anatolian Fault*, *Turkey, J. Geophys. Res.*, 107, ETG 9-1-ETG 9-33.
- Kozacı, O., Dolan, J. F. ve Finkel, R. C. (2009). *A late Holocene slip rate for the central North Anatolian fault, at Tahtaköy, Turkey, from cosmogenic ¹⁰Be geochronology: Implications for fault loading and strain release rates*, *J. Geophys. Res.*, 114, 1-12.
- Keller, E. A. ve Pinter, N. (2002). *Active tectonics, earthquakes, uplift and landscape*, 2nd edition, USA: Upper Saddle River, Prentice Hall.
- Ketin, İ. (1948). *Über die tektonisch-mechanischen Folgerungen aus den grossen anatolischen Erdbeben des letzten Dezenniums*. *Geologische Rundschau* 36, 77-83.
- Ketin, İ. (1957). *Kuzey Anadolu Deprem Fayı*. İstanbul Teknik Üniversitesi Dergisi 15, 49- 52.
- Ketin, İ. (1969). *Kuzey Anadolu Fayı Hakkında*. Maden Tetkik ve Arama Dergisi 72, 1-27.
- Larsen, M. C., & Simon, A. (1993). *A rainfall intensity-duration threshold for landslides in a humid-tropical environment Puerto Rico*. *Geografiska Annaler: Series A, Physical Geography*, 75(1-2), 13- 23.
- Maden Tetkik Arama ve Genel Müdürlüğü, (2012). *1/250000 Ölçekli Türkiye Diri Fay Haritaları Erzurum ve Erzincan Paftaları*.
- McCalpin, J. (1986). *Quaternary tectonics of the Sangre de Cristo and Villa Grove Fault Zones, in Contributions to Colorado Seismicity and Tectonics: A 1986 Update*. Colorado Geological Survey Special Publication 28, 59-64.
- McKenzie, D. (1972). *Active tectonics of the Mediterranean region*. *Geophysical Journal of the Royal Astronomical Society* 30 (2). 109-185.
- KOERI: Boğaziçi Üniversitesi Kandilli Rasathanesi ve Deprem Araştırma Enstitüsü, <http://www.koeri.boun.edu.tr/>

- Ohmori, H. (1993). *Changes in the hypsometric curve through mountain building resulting from concurrent tectonics and denudation*. *Geomorphology* 8, 263–277.
- Pavoni, V. N. (1961). *Die Nordanatolische Horizontalverschiebung*. *Geologische Rundschau* 51, 122-139.
- Pazzaglia, F.J. (2013). *Fluvial Terraces*, in, John F. Shroder (Editor-in-chief), Wohl, E. (Volume Editor). Vol 9, *Fluvial Geomorphology*, San Diego: Academic Press, p. 379-412.
- Pucci, S., De Martini, P. M. ve Pantosti, D. (2008). *Preliminary slip rate estimates for the Düzce segment of the North Anatolian Fault Zone from offset geomorphic markers*, *Geomorphology*, 97, 538-554.
- Stein, R.S., Barka, A.A. & Dieterich, J.H. (1997). *Progressive failure on the North Anatolian fault since 1939 by earthquake stress triggering*, *Geophysical Journal International*, 128, 594-604.
- Strahler, A.N. (1952). *Hypsometric (area-altitude curve) Analysis of Erosional Topography*. *Geological Society of America Bulletin*, 63, 1117-1141.
- Sözbilir, H., Tatar, O., Çakır, R., Eski, S., Softa, M., Duran, İ., Akgün, M., Utku, M. ve Koçbulut, F. (2020). *14 Haziran 2020 Bingö-Karlıova Depremi Ön İnceleme Raporu*, Dokuz Eylül Üniversitesi Deprem Araştırma ve Uygulama Merkezi Diri Fay Araştırma Grubu
- Şaroğlu F., Emre, Ö., & Kuşçu, İ. (1992a). *Active fault map of Turkey*. Ankara, Turkey: General Directorate of Mineral and Research Exploration of Turkey Publication (MTA).
- Şaroğlu, F., Emre, E., & Kuşçu, İ. (1992b). *The East Anatolian Fault zone of Turkey*. *Annales Tectonicae* 6, 99-125
- Şaroğlu, F. ve Güner, Y. (1981). *Doğu Anadolu'nun jeomorfolojik gelişimine etki eden öğeler*, *Jeomorfoloji, Tektonik, Volkanizma İlişkileri*. *Türkiye Jeoloji Kurumu Bülteni* 24/2, 39-50.
- Şaroğlu, F. ve Yılmaz, Y. (1984). *Doğu Anadolu'nun neotektoniği ve ilgili magmatizması*. *Türkiye Jeoloji Kurumu Ketin Simpozyumu Bildiriler Kitabı*, 149-162.
- Şengör, A.M.C. and Canitez, N. (1982). *The North Anatolian Fault*. In: H. Berekhemer and K. Hsü (Editors), *Alpine Mediterranean Geodynamics, Geodynamics*, pp. 205-216.
- Şengör, A. M. C., Tüysüz, O., İmren, C., Sakıncı, M., Eyidoğan, H., Gorur, N., Le Pichon, X. ve Rangin, C. (2005). *The North Anatolian Fault: A New Look*. *Annual Review of Earth and Planetary Sciences* 33, 37-112.
- Şengör, A.M.C. (2017). *Diversion of River Courses Across Major Strike-Slip Faults and Keirogens*. *Active Global Seismology: Neotectonics and Earthquake Potential of the Eastern Mediterranean Region*, 225.
- Şengör, A. M. C. (1979). *The North Anatolian transform fault: Its age, offset and tectonic significance*. *Journal of Geological Society London*, 136, 269–282.
- Şengör, A.M.C. (1980). *Türkiye neotektoniğinin esasları*. *Türkiye Jeoloji Kurumu Yayınları*, S.40.
- Şengör, A. M. C., & Yılmaz, Y. (1981). *Tethyan evolution of Turkey: a plate tectonic approach*. *Tectonophysics* 75, 181–241.
- Tchalenko, J.S. (1977). *A reconnaissance of the seismicity and tectonics at northern border of the Arabian plate (Lake Van region)*. *Revue de Geologie Dynamique et de Geographie Physique*, 19: 189-208.
- Tarhan, N.(1989a). *Hınıs-Varto (Erzurum-Muş) dolayının jeolojisi ve petrolojisi (Yayımlanmamış Doktora Tezi)*, İ.Ü Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Tarhan, N. (1997). *1/100000 ölçekli Açın-sama Nitelikli Türkiye Jeoloji Haritaları Erzincan J-45 Paftası*, Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, Jeoloji Etütleri Dairesi, Ankara.
- Tarhan, N. (1998). *1/100000 ölçekli Açın-sama Nitelikli Türkiye Jeoloji Haritaları Erzincan İ-45 Paftası*, Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, Jeoloji Etütleri Dairesi, Ankara.
- Tarhan, N. (2007). *1/100000 ölçekli Açın-sama Nitelikli Türkiye Jeoloji Haritaları Erzincan J-44 Paftası*, Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, Jeoloji Etütleri Dairesi, Ankara.
- Tarhan, N. (2007). *1/100000 ölçekli Açın-sama Nitelikli Türkiye Jeoloji Haritaları Erzincan İ-44 Paftası*, Maden Tetkik ve Arama Genel Müdürlüğü, Jeoloji Etütleri Dairesi, Ankara.
- Tutkun, S. ve Hancock, P. (1990). *Tectonic landforms expressing strain at the Karlıova continental triple junction (E Turkey)*. *Annales Tectonicae* IV, 182-195.

Zabci, C., Akyüz, H.S., Sançar, T., Karabacak, V., Altunel, E. and Yalçiner, Ç. (2009). *Paleoseismicity and Morphotectonic aspects of the Yedisu Seismic Gap of the North Anatolian Fault Zone (Turkey)*. Geophysical Research Abstracts, Vol. 11, EGU2009-8545.

Extended Abstract

Aim and Scope

Yedisu Basin (Bingöl) is a pull-apart type tectonic basin formed on the North Anatolian Fault Zone (NAFZ), one of Turkey's most important active fault zones. The aim of this study is to determine the active tectonics in and around the Yedisu Basin with geomorphological data. For this, first of all, morphotectonic shapes revealing active tectonism in the study area were investigated. Then, geomorphometric indices revealing the existence of active tectonism were applied to the study area. In addition, some fault branches were suggested for the study area according to morphotectonic data and geomorphometric index data.

Methods

In this study, literature resources, 1/100,000 scaled geological maps, 1/250,000 scaled active fault maps, 1/25,000 scaled topography maps, 5*5 m resolution Digital Elevation Model (DEM) data, earthquake catalog data, Google Earth images and terrain data used. While evaluating the data, Geographic Information Systems (GIS), geomorphological methods and geomorphometric indices were used together. GIS software (Arcgis, Global Mapper), office software (excel) and graphic software (Adobe photoshop) were used in the preparation of geology, slope, physical, earthquake activity and morphotectonic maps of the field and other images. In addition, hypsometric curve and integral, mountain front sinuosity ratio (Smf), drainage basin asymmetry (AF) and stream length-gradient index (SL) were applied to determine the active tectonic features in the study area.

Findings

According to our research and analysis studies, there are many shapes such as closing and pressure ridges, offset streams, undulation ponds, basins, linear valleys, landslides, terraces, triangular surfaces, fault scarps and alluvial fans related to active tectonism in and around the Yedisu Basin in the study area found. Again, many offset streams were detected on Perisuyu Stream and its tributaries. In addition, data revealing active tectonism were found in the geomorphometric indices applied to the basins located in the north and south of the study area. According to the findings obtained in this study, it was revealed that the Yedisu Segment in and around the Yedisu Basin is located in the form of a fault zone consisting of multiple branches rather than a single fault branch (consistent with Tutkun and Hancock (1990) and Allen, 1969).

Conclusion

Numerous geomorphological data (pressure ridges, fault scarps, pressure ridges, hanging valleys, offset streams, alluvial fans, landslides and terraces) revealing the activity of the Yedisu Segment and its sub-branches have been obtained in and around the Yedisu Basin. The fact that the alluvial fans in the south of the basin have higher slope and elevation values than those in the north showed that tectonism is more active in the southern part of the basin than in the north. Perisuyu Stream located in the Yedisu Basin and the terraces on its branches have been deformed as a result of active tectonism and many streams have occurred on the secondary branches. Again, many landslides triggered by active tectonism have occurred in the basin and its surroundings. According to all these information and findings, it has been concluded that the Yedisu Segment of the NAFZ in and around the Yedisu Basin does not consist of a single branch, on the contrary, it is in the form of a fault zone consisting of many branches. This situation revealed that geomorphological data should be taken into consideration more in the determination of active faults in any area. In addition, these results obtained for the Yedisu Segment in and around the Yedisu Basin should be taken into account in the planning and implementations that are thought to be made on the site by all public and private institutions.

Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerin Yiyecek İçecek Bölümlerine Yönelik Tripadvisor Yorumlarının Değerlendirilmesi

Evaluation of Tripadvisor Comments on Food and Beverage Sections of 4 and 5 Star Hotels in The East Black Sea Region of Turkey

Büşra Kaya¹, Kemal Enes², Bayram Kanca³

Öz

TripAdvisor, kullanıcılarına görüş barındırma, kıyaslama yapma ve reklam gibi imkânlar sağlamaktadır. Bu sebeple turizm sektöründeki yenilikçi araçlardan bir tanesi olmuştur. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin restoranlarında sunulan hizmetin niteliğine yönelik müşterilerde oluşan algının düzeylerini ve boyutlarını ortaya koyarak otel yöneticilerinin pazarlama iletişimi stratejilerini geliştirmelerine katkı sağlamaktır. Çalışmada nitel araştırma yöntemi, betimsel araştırma yaklaşımı ve tarama modeli benimsenerek ikincil verilerden yararlanılmıştır. Çalışma verilerini toplamak için ölçüt örnekleme tekniğinden kullanılmıştır. Yapılan taramada 3 bin 6 adet Türkçe yorum bulunmuştur. Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin restoranlarına ilişkin Tripadvisor yorumları incelenerek elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Verilerin analizinde uzman görüşleri alınarak bu yorumlar 117 ifade altında kodlanmıştır. Bu ifadelerin 53 tanesi olumlu 64 tanesi olumsuz olarak nitelendirilmiştir. Daha sonra bu ifadeler 5 kategoride sınıflanmıştır. Belirlenen kategoriler "yiyecek ve içecek", "hizmet kalitesi ve sunum", "tasarım ve atmosfer", "fiyat" ve "temizlik ve hijyen" olarak adlandırılmıştır. Bu kategoriler altında toplam 2701 olumlu ve 935 olumsuz yorum bulunmaktadır. En fazla olumlu ve olumsuz yorum "yiyecek ve içecek" kategorisi ile "hizmet kalitesi ve sunum" kategorisinde yer almaktadır. En fazla kahvaltı ile ilgili yorumlara rastlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tripadvisor, otel, restoran, e-WOM

Abstract

TripAdvisor provides its users with opportunities such as hosting opinions, making comparisons and advertisements. For this reason, it has become one of the innovative tools in the tourism sector. The aim of this study is to contribute to the development of marketing communication strategies by hotel managers by revealing the levels and dimensions of the perception of the customers about the quality of the service provided in the restaurants of 4 and 5 star hotels in the Eastern Black Sea Region of Turkey. Qualitative research method, descriptive research approach and scanning model were adopted in the study. Secondary data were used in the study. The criterion sampling technique was used to collect the study data. During the search, 3 thousand 6 Turkish comments were found. Content analysis was applied to the data obtained by examining Tripadvisor reviews about the restaurants of 4 and 5 star hotels in the Eastern Black Sea Region of Turkey. These comments were coded under 117 statements by taking expert opinions. There are 53 positive and 64 negative statements were described. These statements were then classified into 5 categories. The determined categories were named as "food and beverage", "service quality and presentation", "design and atmosphere", "price" and "cleanliness and hygiene". There are 2701 positive and 935 negative comments under these categories. The highest number of positive and negative comments are in the "food and beverage" category and in the "service quality and presentation" category. Most of the comments were related to breakfast.

Keywords: Tripadvisor, hotel, restaurant, e-WOM

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: M1, Z1, Z3

Submitted: 25 / 06 / 2022

Accepted: 27 / 09 / 2022

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi., Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekoturizm Rehberliği Anabilim Dalı, Giresun, Türkiye, bk.busrakaya28@gmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-6323-4934>.

² Öğr. Gör. Dr., Tarsus Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Mersin, Türkiye, kemalenes@gmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3488-314X>.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Giresun Üniversitesi, Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Giresun, Türkiye, b_kanca@hotmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-0398-8152>.

Giriş

Turistlerin tüketim tercihlerinde ve satın alma karar süreçlerinde referans grupları önceden yakın çevreleriyken, bugün ise internet sayesinde herkes deneyim sahibi olabilmektedir (Kocaman, 2018). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan bu büyük çaplı gelişme ile birlikte, dünya genelinde geniş bir kullanım alanına sahip olan internet araçları her alanda olduğu gibi turizm sektöründe de birtakım yenilikleri ve gelişmeleri beraberinde getirmektedir (Kılıç, 2022; Nilashi vd., 2021; Yazıcı Ayyıldız, 2020). Turizm işletmeleri de bu gelişmeleri takip etmekte ve sosyal ağlarda çıkan yorumları dikkate almaktadırlar (Ak ve Kızılırmak, 2019; Çelik, Gökçe ve Gökçe, 2017; Üngüren, Kaçmaz ve Yetkin, 2016). Bu doğrultuda ülkelerin, bölgelerin ve şehirlerin mevcut durumlarını ortaya koymak için bile sosyal ağlar kullanılabilir ve bu kapsamda bilimsel çalışmalar yapılabilir. Yapılan araştırmalar incelendiğinde (Amaral, Tiago ve Tiago, 2014) bölgelerin turist profillerini, (Aydın, 2016) restoranların sosyal medya imajını, (Eren ve Çelik, 2017) Türkiye'deki restoranların gastronomi imajını, (Yaşar, 2019) Kastamonu'da bulunan restoran müşterilerinin şikâyetlerinin değerlendirilmesi ile ilgili bilimsel çalışmaları gösterilebilmektedir. Görüldüğü üzere sosyal ağlar farklı amaç ve konular doğrultusunda bölgelerin durumları ile ilgili bizlere bilgiler aktarabilmektedir.

Sosyal ağların etki gücü ve ürünlerin pazarlamasında yaygın kullanımı (Law, Leung ve Wong, 2004) turistik hizmet alanlarından bir tanesi olan otel restoranlarının da bu ağlardaki bilinirliklerine ve imajlarına dikkat etmelerini gerektirmektedir (Aydın, 2016; Erdem ve Yay, 2017; Erol, Örgün ve Keskin, 2019; İbiş, Kızıldemir ve Çöp, 2019; Yetgin, Keküç ve Şayın, 2020). Sosyal ağlar arasında görüş barındırma, kıyaslama yapma ve reklam gibi imkânlar sağlayan TripAdvisor, turizm sektöründeki yenilikçi araçlardan bir tanesi olmuştur (Yoo, Sigala ve Gretzel, 2016). TripAdvisor, turistlerin çeşitli filtrelere göre arama yaparak kendilerine en uygun seyahati ya da restoranı seçmelerine katkı sağlamaktadır (Muñoz-Leiva, Hernández-Méndez ve Sánchez-Fernández, 2012). Sosyal ağların kullanım miktarı ve etki güçleri dikkate alındığında otel yöneticilerinin önemli gelir alanlarından bir tanesi olan restoranlar için TripAdvisor gibi sosyal ağlarda iyi bir yönetim stratejisi uygulamaları geniş kitlelere ulaşmalarına, olumlu imaj geliştirmelerine ve müşteri sayılarını arttırmalarına katkı sağlayabilir.

Bu çalışma ile Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin bünyesinde bulunan restoranların verdikleri hizmetlerin niteliklerinin tüketiciler tarafından nasıl algılandıkları TripAdvisor sosyal ağında bulunan yorumlara içerik analizi uygulanarak ortaya koyulmuştur. Çalışmanın amacı, Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin restoranlarında sunulan hizmetin niteliğine yönelik müşterilerde oluşan algının düzeylerini ve boyutlarını ortaya koyarak otel yöneticilerinin pazarlama iletişimi stratejilerini geliştirmelerine katkı sağlamaktır. Birçok bölgede benzer çalışmalar bulunmasına rağmen yapılan literatür taramalarında bu bölgeye yönelik çalışmalara rastlanılmamaktadır. Bölgedeki tüketici beklenti ve istekleri ile işletmelerin hizmet niteliğinin belirlenmesi işletme yöneticilerinin karar alma mekanizmalarını sağlıklı yürütmelerine sağlayacağı katkı ve gelecekte yapılacak bilimsel çalışmalara dayanak oluşturması açısından çalışmanın özgün olduğu düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

Turizm ürünlerinin doğası gereği müşterilerin önceden deneyimleme imkânı bulunmamaktadır (Alcazar, Pinero ve Maya, 2014). Bu durum tüketicilerin daha önce gitmediği bir destinasyon, konaklama tesisi veya restoran hakkında herhangi bir tahminde ya da tercihte bulunmasını zorlaştırmaktadır (Yaşar, 2019). Turizm işletmeleri genel olarak tüketicilere yönelik olarak kapsamlı bilgiler sunmakta ama turizm işletmelerinin sunduğu bu bilgiler tüketiciler için genelde taraflı olarak algılanmakta ve yeterli gelmemektedir (Kocaman, 2018). Bu bağlamda tarafsız bilgi arayışında olan tüketiciler için, çevrimiçi yorumlar satın alma davranışlarında etkili olmaktadır (Yazıcı Ayyıldız, 2020; Uçar ve Kırhasanoğlu, 2021). Tüketiciler arasında elektronik ortamda gerçekleşen bu tür ağızdan ağıza iletişimler e-WOM (e-Word-of-Mouth) olarak karşımıza çıkmaktadır (Zhang, Ye, Law ve Li, 2010). Ayrıca tüketiciler, ürünler veya markayla ilgili yorumlar yazılırken tüketici odaklı olduğunu düşünmektedirler (Kocaman, 2018). Bu sebeple çevrimiçi tüketici yorumları işletmelerin sunmuş olduğu bilgilerden daha güvenilir bulunmaktadır (Ha, 2002). Bundan dolayı TripAdvisor gibi sosyal ağlarda kullanıcıların mal ve hizmetler hakkındaki deneyimlerinin paylaşılmasıyla oluşturulan yorumlar (Amaral vd., 2014), potansiyel tüketicilere olumlu ya da olumsuz referans sağlamakta ve satın alma davranışlarını değiştirebilmektedir (Durmaz ve Yüksel, 2017; Tiago, Amaral ve Tiago, 2015).

Sosyal ağlarda çıkan yorumlar potansiyel tüketiciler dışında işletmeler içinde fırsatlar sunabilmektedir. Daha önce deneyimde bulunan tüketicilerin referansları sayesinde işletmeler tüketicilerin algılarını öğrenirken hem popülerlik kazanma hem de diğer işletmeler ile rekabet etme şansı elde etmektedirler (Aydın, 2016; Duran, 2003; Zhang vd., 2010). Ayrıca işletmeler müşterilerin tatmin olmadıkları noktalarda kendilerini geliştirerek müşterilerin genel olarak daha mutlu olmasını sağlayabilmektedir. Yapılan birçok çalışma yeni bir müşteri elde etmenin eskisini elde tutmaktan 5 kat daha maliyetli olduğu tezini çürütmesine rağmen daha yüksek maliyetlere yol açtığı konusu şüphe getirmemektedir (Lin ve Wang, 2006; Sharp, 2010; Ünal ve Aldırmaz Akkaya, 2019). Çünkü işletmeleri ziyarete gelen müşterileri elde tutmak yerine

yeni müşteriler yaratmak için reklam, pazarlama tanıtım gibi ekstra maliyetlerinde göz önüne alınması gerekmektedir (Anderson ve Kerr, 2002). Ayrıca mevcut müşterilerin sadakati için onların işletmelerden memnun olarak ayrılması oldukça önemlidir (Kerse, 2021). Bu durumun yönetilmesi ve takip edilmesi için sosyal ağlar birçok imkân sunabilmektedir. Bu sebeple işletmelerin sosyal ağları takip etmesi ve bu ağlardaki iletişimi yönetmeleri başarılarına katkı sağlayabilir.

Sosyal ağlara konu olan işletmeler; oteller, acenteler, restoranlar, sosyal aktivite merkezleri vb. olabilmektedir. Turistik ve turistik olmayan birçok işletme kullanıcıların gerek görmesi durumunda bu listeye eklenebilmektedir. Bu kapsamda birçok işletme sosyal ağlarda yorum alabilmektedir. Yapılan araştırma yerli ve yabancı turistlerin yeme içme ihtiyacını karşılaması ve turistik işletme olarak kabul edilmesi sebebi ile otel bünyelerinde bulunan restoranları kapsamaktadır. Otel bünyelerinde bulunan bu restoranlar genel olarak konaklayan müşterilere hitap etmesine rağmen çoğu otel, konaklamayan yerli ve yabancı müşterilere de hizmet verebilmektedir. Özellikle otellerde konaklamayan misafirler otellerin tanıtılmasında etkin bir rol oynamakta ve memnun olan müşteriler vasıtası ile sürdürülebilirliği sağlamaktadırlar (Akkuş ve Cengiz, 2013). Ayrıca birçok otel gelirlerin çeşitlendirilmesi ile oluşabilecek riskleri azaltmak ve mevcut gelirlerini artırmak istemektedir (Çömlekçi ve Güngör, 2015). Otellerin bünyesinde bulunan restoranlar bu kapsamda gelirlerin çeşitlendirilmesi amacıyla otellere iyi fırsatlar sunabilmektedir.

Araştırmaya konu olan otel restoranlarının değerlendirilmesi için sosyal ağlardan TripAdvisor seçilmiştir. Çünkü yapılan bazı (Ho, 2017; Xiang ve Gretzel, 2010) araştırmalar TripAdvisor sosyal ağında restoranlarla ilgili konularda çok fazla fikir ve yorumların paylaşıldığını göstermektedir. Öte yandan TripAdvisor, potansiyel tüketiciler tarafından güven duyulan dünyanın en büyük sosyal ağlarından bir tanesi olarak ifade edilmektedir (Kılıç, 2022; Lee, Law ve Murphy, 2011; Levy, Duan ve Boo, 2013; Tepavčević, Bradić ve Luković, 2021). Ayrıca Tripadvisor, kullanıcılara satın aldıkları tatil, konaklama, restoran vb. hizmetleri hakkında rahatça ve özgürce değerlendirme ve yorum yapma imkânı sunmaktadır.

Literatürde konu ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, Soriano (2002), yemeğin kalitesi, yemeğin maliyeti\değeri, hizmetin kalitesi ve yer; Gupta ve arkadaşları (2007), yemek, fiyat ve servis; Namkung ve Jang (2008), yemek, servis ve atmosfer; Liu ve Jang (2009), yemek, temizlik, servis ve fiyat; Zhang ve arkadaşları (2010), yiyecek, ambiyans ve hizmet kalitesi; Ha ve Jang (2010), atmosfer, yemek ve servis; Jeong ve Jang (2011), yemek kalitesi, hizmet kalitesi, atmosfer ve fiyat adaleti; Jo ve Oh (2011), mutfak ve yemek çeşitleri; Mohammad ve arkadaşları (2012), yemek kalitesi, fiyat, hizmet kalitesi, konum ve atmosfer; Akkuş ve Cengiz (2013), yiyecek kalitesi, hizmet kalitesi, fiyat ve değer; Zorlu ve arkadaşları (2013), yiyecek, hizmet atmosferi ve personel; Şahin, Çakıcı ve Güler (2014), yiyecek ve içeceklerin güvenilir olması, restoran atmosferi ve personelinin temizliği ve personelin davranışları; Kızılırmak ve arkadaşları (2015), lezzet, çeşit, atmosfer, kalite, sunum, hijyen ve temizlik, miktar; Aydın (2016), yiyecek kalitesi, menü çeşitliliği, temizlik, fiyat, atmosfer, çalışanların profesyonel görünümü, restoranın yeri ve yemek bekleme süresi; Mehtap ve arkadaşları (2016), yemek, personel, fiyat, servis, atmosfer ve temizlik; Güler, Birdir ve Dalgıç (2016), gıdayla ilgili özellikler, servisle ilgili özellikler, atmosferle ilgili özellikler, diğer özellikler; Bayram (2017) hizmet, yemek değer, atmosfer; Gan ve arkadaşları (2016), yemek, servis, atmosfer ve fiyat; Eren ve Çelik (2017), hizmet, değer, yiyecekler, atmosfer; Taştan ve Kızılırmak (2017) yiyecek ve içecek, çalışanlar, fiyat, fiziki yapı, servis, atmosfer, menü ve temizlik; Kocaman (2018), tavsiye, hizmet, memnuniyet, atmosfer, işletme, yiyecek ve içecek, fiyat; Erkmen (2019), yemeğin kültürel yönleri ve servis; Unur, Erdem ve Şeker (2019), yiyecek ve içecek, servis, ambiyans ve diğer kriterler; Yaşar (2019), yiyecek ve içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı, personel ve menü; İbiş ve arkadaşları (2019), ürün, fiyat, fiziki koşullar ve hizmet kalitesi; Çakmak ve Sarıışık (2020), yemek, hizmet, değer ve atmosfer; Pezenka ve Weismayer (2020), yemek, personel, içecekler, imkanlar, menü, rezervasyon, temizlik, tatlı yoğunluk, sessizlik, ödeme seçenekleri, konum ve ambiyans; Yazıcı Ayyıldız (2020), yemek, personel, fiyat, servis, atmosfer ve temizlik; Oğuzbalaban (2020), yiyecek ve içecek, fiyat, çalışanlar, servis, temizlik, fiziki yapı, menü ve atmosfer; İpar, Babaç ve Kök (2020), lezzet, müzik, hizmet kalitesi, tasarım, hijyen ve menü; İbiş (2021), ürün ve kalite, fiyat, sunum ve servis, fiziki koşullar; Tian, Lu ve McIntosh (2021), yemek, servis, harcama, sosyal ve diğer; Doğan ve Demirtaş (2021), yemek lezzeti, porsiyon\tabaklama, fiyat\memnuniyet, ambiyans ve mimari, temizlik\hijyen, yöresel yemek, personel yaklaşımı, menü çeşitliliği ve tavsiye; Şahin (2021), yemek, hizmet, değer ve atmosfer bakımında işletmeleri değerlendirmişlerdir.

2. Yöntem

Çalışmada sosyal bilimlerde yaygın bir şekilde kullanılan ve inançları, davranışları ve anlamları ortaya çıkırları bağlam içerisinde anlamak, tanımlamak ve açıklamak amacıyla nitel (kalitatif) araştırma yöntemi kullanılmıştır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2012; Büyüköztürk, Kılıç Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2018). Araştırmada amaçları bakımından betimsel araştırma yaklaşımı ve tarama modeli benimsenmiştir (Altunışık ve diğerleri, 2012; Büyüköztürk ve diğerleri, 2018). Çalışmada şu sorulara yanıt aranmaktadır:

- Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesindeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin restoranları tarafında verilen hizmetin nitelikleri tüketiciler tarafından nasıl algılanmaktadır?

- Bölgedeki 4 ve 5 yıldızlı otellerin restoran müşterileri hangi konularda TripAdvisor sosyal ağında yorum yapmayı tercih etmektedir?
- Müşteriler tarafından en beğenilen, en başarılı bulunan nitelikler nelerdir?
- Müşteriler tarafından en beğenilmeyen, en başarısız bulunan nitelikler nelerdir?
- Sunulan hizmetin niteliğine yönelik müşterilerde oluşan algının boyutları nelerdir?

Çalışmada ikincil verilerden yararlanılmıştır. Çalışma verilerini toplamak için nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan ölçüt örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır. Ölçüt örnekleme, çalışmanın amacıyla ilgili olarak belirlenen niteliklere (ölçütlere) sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumların belirlenerek bu kriterleri sağlayanların örnekleme dahil edilmesi olarak tanımlanmaktadır (Büyüköztürk vd., 2013; Marshall ve Rossman, 2014). Türkiye’de uygulanan “Turizm Tesislerinin Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” gereği 4 ve 5 yıldızlı otellerde restoran hizmeti zorunluluğu bulunmaktadır (TÜROFED, 2005). Çalışma da bu yönetmelikten hareketle 4 ve 5 yıldızlı otellerin restoranları ile sınırlı tutulmuştur. Doğu Karadeniz Bölgesinde bulunan 6 ilin (Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon) 1 Ocak 2022 tarihinde Kültür ve Turizm Müdürlüklerinin resmi internet sitelerinde yer alan turizm işletme belgeli otellerin listesi incelenmiştir. İlgili sitelerde Artvin’de 1 otel (4 yıldızlı), Giresun’da 1 otel (4 yıldızlı), Gümüşhane’de 1 otel (5 yıldızlı), Ordu’da 11 otel (8 tanesi 4 yıldızlı, 3 tanesi 5 yıldızlı), Rize’de 7 otel (2 tanesi 4 yıldızlı, 5 tanesi 5 yıldızlı), Trabzon’da 30 otel (26 tanesi 4 yıldızlı, 4 tanesi 5 yıldızlı) olmak üzere bölgede 51 tane 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesi tespit edilmiştir. Daha sonra bu otellerin 50 tanesinin TripAdvisor sosyal ağında bulunduğu saptanmıştır. Böylece araştırma kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı 50 otelin restoranlarının TripAdvisor sosyal ağında bulunan müşteri yorumları incelenmiştir. Çalışma verilerinin güncel olabilmesi, değerlendirmelerin tutarlılığı açısından son 10 yılda yapılan yorumlar dikkate alınmış ve en son 28 Ocak 2022 tarihinde sistemden veri alınmıştır. Yapılan taramada 3 bin 6 adet Türkçe yorum bulunmuştur. Elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi yazılı materyallerin sistemli olarak analiz edilmesi üzerine kurgulanmaktadır (Balci, 2011). Bu kapsamda öncelikle veriler kategorize edilerek yorumların içeriğine göre kodlanmıştır. Elde edilen kategoriler, frekans ve yüzde tabloları ile ifade edilmiştir. Kategorilerin oluşturulmasında çalışmanın literatür kısmında bahsedilen çalışmalarda kullanılan kategorilerden yararlanılmıştır (Soriano, 2002; Gupta, McLaughlin ve Gomez, 2007; Namkung ve Jang, 2008; J. Ha ve (Shawn) Jang, 2010; Jeong ve Jang, 2011; Mohammad vd., 2012; Zorlu, Çeken ve Kara, 2013; Kızıllırmak, Alrawadieh ve Aghayeva, 2015; Mehtap, Tannisevdi ve Doğan, 2016; Gan, Ferns, Yu ve Jin, 2016; Taştan ve Kızılcık, 2017; Yaşar, 2019; Yazıcı Ayyıldız, 2020). İçerik analizinde elde edilen kodlamalar literatürdeki bu çalışmalara benzer gruplandırmalar yapılarak kategorilendirilmiştir.

3. Bulgular

Uzman görüşleri alınarak TripAdvisor’dan elde edilen 3 bin 6 adet yorum 117 ifade altında kodlanmıştır. Bu ifadelerin 53 tanesi olumlu 64 tanesi olumsuz olarak nitelendirilmiştir. Daha sonra bu ifadeler 5 kategoride sınıflanmıştır. Belirlenen kategoriler “yemek ve içecek”, “hizmet kalitesi ve sunum”, “tasarım ve atmosfer”, “fiyat” ve “temizlik ve hijyen” olarak isimlendirilmiştir. Bu kategoriler altında toplam 2701 olumlu ve 935 olumsuz yorum bulunmaktadır. Bu durum otel restoranlarının müşterilerinin olumlu şeyleri daha çok paylaştığı şeklinde yorumlanabilir. En fazla olumlu yoruma yemek ve içecek kategorisi sahipken (1835) en fazla olumsuz yoruma da yine yemek ve içecek kategorisi (609) sahiptir. Bunu 406 adet olumlu yorum ve 167 adet olumsuz yorum ile hizmet kalitesi ve sunum kategorisi takip etmektedir. Olumlu yorumların üçüncü sırasını tasarım ve atmosfer (292) kategorisi oluştururken olumsuz yorumların üçüncü sırasında fiyat (95) bulunmaktadır. Olumlu yorumların dördüncü sırasında fiyat (88) yer alırken olumsuz yorumların dördüncü sırasında tasarım ve atmosfer (33) yer almaktadır. Bunun yanında en az olumlu yoruma temizlik ve hijyen grubu sahipken (80), en az olumsuz yoruma da yine temizlik ve hijyen grubu (31) sahiptir. Oluşturulan kategoriler tablo 1 ve tablo 2’de sunulmuştur. Görüldüğü üzere restoran müşterilerinin en çok dikkat ettiği konular temel ürün olan yemek ve içecekler ile hizmet kalitesi ve sunum olmuştur. Olumlu ve olumsuz yorumlar arasında öncelik farkı ise fiyatlar ile tasarım ve atmosferde olmuştur. Bu durum müşterilerin göreceli olarak fiyat pahalılığına tasarım ve atmosferden daha çok önem verdiği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 1. TripAdvisor’daki Olumlu Yorumlara İlişkin İçerik Analizi Sonuçları

| Gruplar | İfadeler | Σi (2701) | % | İfadeler | Σi (2701) | % |
|----------------|------------------------|-----------|-------|----------------------|-----------|------|
| Yemek & İçecek | Kahvaltı muhteşem | 536 | 29,21 | İçecekler güzel | 45 | 2,45 |
| | Kahvaltı güzel | 208 | 11,34 | Kahvaltı kaliteli | 40 | 2,18 |
| | Yemekler lezzetli | 177 | 9,65 | Yemekler kaliteli | 30 | 1,63 |
| | Yemekler güzel | 174 | 9,48 | Ürünler taze | 19 | 1,04 |
| | Kahvaltı çeşitleri iyi | 167 | 9,10 | Deniz ürünleri güzel | 13 | 0,71 |
| | Kahvaltı lezzetli | 137 | 7,47 | Tatlılar lezzetli | 7 | 0,38 |
| | Yemekler mükemmel | 92 | 5,01 | Mezeler iyi | 6 | 0,33 |

| | | | | | | |
|------------------------------------|------------------------------------|-----|-------|----------------------------------|-------------|--------------|
| | Yöresel yemekler çok hoş, lezzetli | 80 | 4,36 | Alkol olması iyi | 5 | 0,27 |
| | Kahvaltıdaki yöresel ürünler güzel | 50 | 2,72 | Zeytinyağlılar güzel | 2 | 0,11 |
| | Yemek çeşitleri iyi | 47 | 2,56 | Toplam | 1835 | 67,94 |
| Hizmet kalitesi & Sunum | Personel güler yüzlü | 127 | 31,28 | Restoran hizmeti kaliteli | 53 | 13,05 |
| | Personel hizmeti iyi | 117 | 28,82 | Personel profesyonel | 41 | 10,10 |
| | Sunum güzel | 68 | 16,75 | Toplam | 406 | 15,03 |
| Tasarım & Atmosfer | Manzara güzel | 71 | 24,32 | Ambiyans hoş | 11 | 3,77 |
| | Canlı müzik olması güzel | 64 | 21,92 | Mekân ferah ve dinlendirici | 10 | 3,42 |
| | Deniz kenarında olması güzel | 53 | 18,15 | Mekân geniş ve konforlu | 8 | 2,74 |
| | İç tasarım ve dekorasyon iyi | 18 | 6,16 | Havuz başında olması güzel | 6 | 2,05 |
| | Şık mekân | 17 | 5,82 | Mekân samimi ve sıcak | 3 | 1,03 |
| | Doğa ile iç içe olması güzel | 16 | 5,48 | Mekân modern | 3 | 1,03 |
| | Mekân iyi | 12 | 4,11 | Toplam | 292 | 10,81 |
| Fiyat | Fiyatlar normal | 21 | 23,86 | Kahvaltı ücretsiz | 5 | 5,68 |
| | Fiyatlar uygun | 21 | 23,86 | Fiyatlar ucuz | 4 | 4,55 |
| | İçecekler ikram | 11 | 12,50 | Kuymak ikram | 3 | 3,41 |
| | Yemek ve fiyat dengeli | 7 | 7,95 | Hizmet kalitesi ve fiyat dengeli | 3 | 3,41 |
| | İkramlar şahane | 7 | 7,95 | Çok pahalı değil | 1 | 1,14 |
| | Dışarıya göre fiyatlar iyi | 5 | 5,68 | Toplam | 88 | 3,26 |
| | | | | | | |
| Temizlik & Hijyen | Restoran temiz | 45 | 56,25 | Covid-19 önlemleri var | 6 | 7,50 |
| | Yemekler temiz | 14 | 17,50 | Araç ve gereçler temiz | 3 | 3,75 |
| | Kahvaltı temiz | 12 | 15,00 | Toplam | 80 | 2,96 |

Tablo 1’de otel restoranlarına yönelik müşteriler tarafından yapılan olumlu yorumlara ilişkin yapılan kodlamalar “yiyecek ve içecek” (1835), “hizmet kalitesi ve sunum” (406), “tasarım ve atmosfer” (292) “fiyat” (88), “temizlik ve hijyen” (80) olarak 5 kategori altında belirlenmiştir. “Yiyecek ve içecek” kategorisi altında 19 kod yer almaktadır. Bu kodlamaları sırasıyla “kahvaltı muhteşem” (536), “kahvaltı güzel” (208), “yemekler lezzetli” (177), “yemekler güzel” (174), “kahvaltı çeşitleri iyi” (167), kahvaltı lezzetli (137), “yemekler mükemmel” (92), “yöresel yemekler lezzetli” (80), “kahvaltıdaki yöresel ürünler güzel” (50), “yemek çeşitleri iyi” (47), “içecekler güzel” (45), “kahvaltı kaliteli” (40), “yemekler kaliteli” (30), “ürünler taze” (19), “deniz ürünleri güzel” (13), “tatlılar lezzetli” (7), “mezeler iyi” (6), “alkol olması iyi” (5), “zeytinyağlılar güzel” (2) ifadeleri oluşturmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde müşterilerin otel restoranlarında daha çok kahvaltı yaptıkları çıkarımı yapılabilir. Bunda Doğu Karadeniz otellerinin yaygın olarak oda-kahvaltı pansiyon tipinde çalışmaları gösterilebilir. Yine bölgede yerleşik bir adet haline gelen “pazar pidesi” olarak adlandırılan aile ile birlikte pazar günü kahvaltı alışkanlığı da etkili olmuş olabilir. Müşterilerin yiyecek ve içecek deneyimlerine ait bazı yorumlar aşağıda belirtilmiştir:

“Kahvaltı gayet iyiydi, masada olması gereken her şey vardı.”

“Kahvaltı nefis! Çok çeşit olmamasına rağmen yediğiniz her şey çok lezzetli...”

“Karadeniz’in en lezzetli yemeklerini yedim.”

“Akşam yemeğindeki meze çeşitlerinin lezzeti ve sunumları, sabah kahvaltısının çeşitleri ve lezzeti son derece özenliydi”

Otel restoranlarına yönelik yapılan olumlu yorumlara bakıldığında müşteriler tarafından yiyecek ve içecek kategorisinden sonra en fazla olumlu yorumu hizmet kalitesi ve sunum grubu almıştır. Hizmet kalitesi ve sunum ile ilgili müşteri tarafından yapılan olumlu yorumlar “personel güler yüzlü” (127), “personel hizmeti iyi” (117), “sunum güzel” (68), “restoran hizmeti kaliteli” (53), “personel profesyonel” (41) olmak üzere 5 ifade altında toplanmıştır. Bölgedeki otel restoranlarında profesyonel personel ile çalışıldığını, yapılan yorumların içeriği göstermektedir. Ayrıca hizmet kalitesi ve sunumlar başlığındaki olumlu yorumların olumsuzlardan fazla olması da genel anlamda bu konuda bölgede belirli bir hizmet kalitesinin sağlandığı şeklinde yorumlanabilir. Müşterilerin restoranlar ile ilgili hizmet kalitesi ve sunum değerlendirmelerine ait bazı yorumlar aşağıda belirtilmiştir:

“...özellikle personelin samimiyeti ve profesyonelliği bizi buraya bağladı...”

“Restoran ekibi çok hızlı ve çok samimiydi.”

“Restoran ekibi harika, çok hızlı, güler yüzlü ve hizmet sever.”

“...restoran hizmet memnuniyetimiz üst seviyede.”

Müşteriler tarafından otel restoranlarına yönelik yapılan olumlu yorumlarla ilgili üçüncü sırada tasarım ve atmosfer kategorisi bulunmaktadır. Tasarım ve atmosfer kategorisi ile ilgili olumlu ifadeler 13 alt başlık altında toplanmıştır. Bunları “manzara güzel” (71), “canlı müzik olması güzel” (64), “deniz kenarında olması güzel” (53), “iç tasarım ve dekorasyon iyi” (18), “şık mekân” (17), “doğa ile iç içe olması güzel” (16), “mekân iyi” (12), “ambiyans hoş” (11), “mekân ferah ve dinlendirici” (10), “mekân geniş ve konforlu” (8), “havuz başında olması güzel” (6), “mekân samimi ve sıcak” (3), “mekân

modern” (3) ifadeleri oluşturmaktadır. Bu kategoride manzara ile ilgili yorumların öne çıktığı görülmektedir. Bölgenin yeşil bitki örtüsü ile turizmde bilinirliğini işletmelerin de ürünlerinin bir parçası olarak kullanabildikleri şeklinde yorumlanabilir. Tasarım ve atmosfer ile ilgili öne çıkan müşteri yorumları aşağıda belirtilmiştir:

“...manzara benim için harikaydı.”

“Manzara karşısında kahvaltı yapıp günün keyfini çıkarabilirsiniz.”

“...bahçe düzeni güzel, mavi ve yeşil ile iç içe yenilen yemek harika...”

“...kendimi evimde gibi hissetmeme olanak sağlıyor.”

Müşteriler tarafından otel restoranlarına yönelik yapılan olumlu yorumların dördüncü sırada fiyat kategorisi yer almaktadır. Fiyat kategorisinde bulunan olumlu yorumlardan 11 ifade elde edilmiştir. Bunları; “fiyatlar normal” (21), “fiyatlar uygun” (21), “içecekler ikram” (11), “yemek ve fiyat dengeli” (7), “ikramlar şahane” (7), “dışarıya göre fiyatlar iyi” (5), “kahvaltı ücretsiz” (5), “fiyatlar ucuz” (4), “kuymak ikram” (3), “hizmet kalitesi ve fiyat dengeli” (3), “çok pahalı değil” (1) ifadeleri oluşturmaktadır. Müşterilerin fiyat ile ilgili olumlu yorumlarından bazıları aşağıda belirtilmiştir:

“...yemeklerin fiyatı her gün tercih edebileceğim düzeydeydi.”

“Öğle ve akşam yemeklerini otelde yedik fiyatlar uygundu.”

“...ikramlar sınırsız, daha ne istersiniz ki?”

“...isteğe göre mihlama gibi spesiyal ikramlar var.”

Otel restoranlarına yönelik müşteriler tarafından yapılan olumlu yorumların son sırasında temizlik ve hijyen kategorisi bulunmaktadır. Bu kategorideki yorumlar 5 ifade altında toplanmıştır. İfadeleri sırasıyla “restoran temiz” (45), “yemekler temiz” (14), “kahvaltı temiz” (12), “covid önlemleri var” (6), “araç ve gereçler temiz” (3) oluşturmaktadır. Bu durum çalışma alanının 4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgesi otellerden oluşması sebebiyle ilgili belge standartları gereği bölgede belirli bir temizlik ve hijyen düzeyinin sağlandığı ya da müşterilerin dışarda yemek yemeye ilgili en az dikkat ettikleri şeyleri bu kategoridekilerin oluşturduğu düşünülmektedir. Müşterilerin temizlik ve hijyen grubuyla ilgili olumlu ifadelerini açıklayan bazı yorumlar aşağıda belirtilmiştir:

“...bu dönemde özellikle temizlik konusundaki hassasiyetleri hoşuma gitti”

“...restoranda temizlik üst seviyede”

“Dikkatimi çeken tek şey restoranın bu kadar düzenli ve temiz olmasıydı”

“Restoranın kahvaltısı ve yemekleri çok temiz, kesinlikle tavsiye ederim.”

Tablo 2. TripAdvisor'daki Olumsuz Yorumlara İlişkin İçerik Analizi Sonuçları

| Gruplar | İfadeler | Σi (935) | % | İfadeler | Σi (935) | % |
|-------------------------|-----------------------------------|----------|-------|------------------------------|------------|--------------|
| Yiyecek & İçecek | Kahvaltı çeşitleri az | 78 | 12,81 | Yemekler lezzetli değil | 17 | 2,79 |
| | Kahvaltı kötü | 74 | 12,15 | Kahvaltı lezzetli değil | 16 | 2,63 |
| | Kahvaltı kalitesi kötü | 53 | 8,70 | Et ürünleri kötü | 11 | 1,81 |
| | Yemekler kötü | 51 | 8,37 | Ürünler bayat | 9 | 1,48 |
| | Yemekler vasat | 50 | 8,21 | Tatlılar lezzetli değil | 6 | 0,99 |
| | Yemek çeşitleri az | 49 | 8,05 | Mezeler zayıf | 6 | 0,99 |
| | Kahvaltı vasat | 39 | 6,40 | Tatlı yok | 6 | 0,99 |
| | Kahvaltıda yöresel ürünler yok | 31 | 5,09 | Kahvaltı açık büfe değil | 5 | 0,82 |
| | Yemek kalitesi kötü | 28 | 4,60 | Deniz ürünleri yok | 4 | 0,66 |
| | Yemekte yöresel ürünler yok | 28 | 4,60 | Meze çeşitleri az | 3 | 0,49 |
| | İçecekler zayıf | 23 | 3,78 | Akşam yemeği açık büfe değil | 3 | 0,49 |
| | Alkol yok | 19 | 3,12 | Toplam | 609 | 65,13 |
| Hizmet kalitesi & Sunum | Personel hizmeti kötü | 50 | 29,94 | Personel kaba | 14 | 8,38 |
| | Sunum kötü | 37 | 22,16 | Eksik menü | 14 | 8,38 |
| | Restoran hizmeti kalitesiz | 29 | 17,37 | Personel sayısı yetersiz | 6 | 3,59 |
| | Personel profesyonellikten uzak | 17 | 10,18 | Toplam | 167 | 17,86 |
| Fiyat | Fiyatlar pahalı | 21 | 22,11 | Yöresel ürün ekstra ücretli | 6 | 6,32 |
| | İçecekler ekstra ücretli | 18 | 18,95 | Akşam yemekleri pahalı | 4 | 4,21 |
| | Akşam yemeği ekstra ücretli | 10 | 10,53 | Ekstra ücret alındı | 4 | 4,21 |
| | Kahvaltı pahalı | 7 | 7,37 | Yemek fiyat oranı dengesiz | 3 | 3,16 |
| | Kahvaltı ekstra ücretli | 7 | 7,37 | İkram yok | 2 | 2,11 |
| | Hizmet kalitesi ve fiyat dengesiz | 6 | 6,32 | Kuver parası var | 1 | 1,05 |
| | Alkol pahalı | 6 | 6,32 | Toplam | 95 | 10,16 |

| | | | | | | |
|--------------------|--------------------------------|---|-------|-----------------------------------|-----------|-------------|
| Tasarım & Atmosfer | Mekân küçük | 8 | 24,24 | Restoran yemekhane gibi | 2 | 6,06 |
| | Müzik rahatsız edici | 4 | 12,12 | Havasız | 1 | 3,03 |
| | Mekân kalabalık | 4 | 12,12 | Manzara kötü | 1 | 3,03 |
| | Restoranda düşün var | 3 | 9,09 | Mekân iyi değil | 1 | 3,03 |
| | Klima yok | 3 | 9,09 | Canlı müzik yok | 1 | 3,03 |
| | Mekân aydınlatması yetersiz | 2 | 6,06 | Konforlu değil | 1 | 3,03 |
| | Mekân sıradan | 2 | 6,06 | Toplam | 33 | 3,53 |
| Temizlik & Hijyen | Araç ve gereçler lekeli, kirli | 7 | 22,58 | Masa ve sandalyeler eski/kirli | 4 | 12,90 |
| | Yemekler temiz değil | 7 | 22,58 | Kapalı restoranda sigara içiliyor | 2 | 6,45 |
| | Kahvaltı temiz değil | 5 | 16,13 | Covid-19 önlemleri yok | 2 | 6,45 |
| | Restoran temiz değil | 4 | 12,90 | Toplam | 31 | 3,32 |

Tablo 2'de otel restoranlarına yönelik müşteriler tarafından yapılan olumsuz yorumlara ilişkin içerik analizi sonucu gösterilmiştir. Müşteriler tarafından yapılan 935 olumsuz yorum 64 ifade altında toplanmıştır. Bu ifadeler “yemek ve içecek” (609), “hizmet kalitesi ve sunum” (167), “tasarım ve atmosfer” (33) “fiyat” (95), “temizlik ve hijyen” (31) olmak üzere 5 kategoride gruplanmıştır.

Yiyecek ve içecek kategorisinde “kahvaltı çeşitleri az” (78), “kahvaltı kötü” (74), “kahvaltı kalitesi kötü” (53), “yemekler kötü” (51), “yemekler vasat” (50), “yemek çeşitleri az” (49), “kahvaltı vasat” (39), “kahvaltıda yöresel ürünler yok” (31), “yemek kalitesi kötü” (28), “yemekte yöresel ürünler yok” (28), “içecekler zayıf” (23), “alkol yok” (19), “yemekler lezzetli değil” (17), “kahvaltı lezzetli değil” (16), “et ürünleri kötü” (11), “ürünler bayat”(9), “tatlılar lezzetli değil” (6), “mezeler zayıf” (6), “tatlı yok” (6), “kahvaltı açık büfe değil” (5), “deniz ürünleri yok” (4), “meze çeşitleri az” (3), “akşam yemeği açık büfe değil” (3) olmak üzere toplam 23 ifade yer almaktadır. Olumlu yorumlara benzer bir şekilde bu kategorideki ifadelerin ağırlığını yine kahvaltı ile ilgili yorumların oluşturduğu görülmektedir. Yapılan yorumların ürünün niteliğinden çok çeşitliliği ile ilgili olduğu ortaya çıkan başka bir konudur. Ayrıca bölgedeki müşterilerin yöresel ürünleri tercih ettikleri de görülmektedir. Yiyecek ve içecek kategorisi ile ilgili olumsuz değerlendirmede bulunan müşterilerin bazı yorumları şunlardır:

“Restoranın kötü yanı yemekler diyebilirim, lezzet konusunda sorunları var”

“Sabah kahvaltısında çeşit yoktu”

“4 aile 5 yıl önce gitmiştik o dönem sadece akşam yemeğini eksik bulmuştuk. Şimdi ise her şey eksik ve vasattı, akşam yemeğini hiç vermeseler daha iyiydi.”

“...kendi bölgesinin yemek çeşitlerini yansıtmıyordu”

Müşteriler tarafından otel restoranlarına yönelik yapılan olumsuz yorumları ikinci sırada hizmet kalitesi ve sunum oluşturmaktadır. Bu kategorideki yorumlar 7 ifade altında kodlanmıştır. Bu ifadeler “personel hizmeti kötü” (50), “sunum kötü” (37), “restoran hizmeti kalitesiz” (29), “personel profesyonellikten uzak” (17), “personel kaba” (14), “eksik menü” (14), “personel sayısı yetersiz” (6) olarak belirlenmiştir. Hizmet kalitesi ve sunum ile ilgili olumsuz yorumların aynı kategorideki olumlu yorumların yaklaşık %41'i kadar olduğu görülmektedir. İstatistiki olarak olumsuz yorumlar daha az olsa da bazı otellerin personel eğitimine yeterince özen göstermediği ya da deneyimsiz personel ile hizmet verdiği görülmektedir. Müşterilerin hizmet kalitesi ve sunum ile ilgili değerlendirmelerini belirtilen bazı yorumları şu şekildedir:

“Restorandaki hizmet kalitesi sıfır (0) denecek kadar kötü, personel berbat”

“...yeterli ve tecrübeli personel mevcut değil”

“Menüden yemek seçip margarita pizza siparişi verdim, peynirli ekmek geldi. Ne bir pesto sos ne bir roka... Koskoca otelde pizza sunumu yapmayı bilmiyorlar, beğenmeyip geri gönderdim.”

Müşteriler tarafından en fazla yorum alan üçüncü kategoriyi fiyat ile ilgili ifadeler oluşturmaktadır. Fiyat kategorisi altında “fiyatlar pahalı” (21), “içecekler ekstra ücretli” (18), “akşam yemeği ekstra ücretli” (10), “kahvaltı pahalı” (7), “kahvaltı ekstra ücretli” (7), “hizmet kalitesi ve fiyat dengesiz” (6), “alkol pahalı” (6), “yöresel ürünler ekstra ücretli” (6), “akşam yemekleri pahalı” (4), “ekstra ücret alındı” (4), “yemek ve fiyat oranı dengesiz” (3), “ikram yok” (2), “kuver parası var” (1) olmak üzere 13 ifade yer almaktadır. Fiyatla ilgili olumsuz yorumların genellikle fiyata dahil olan ya da olmayan şeylerle ilgili olduğu görülmektedir. Müşterilerin ana yemeğin yanında yenilen ya da içilen şeyleri fiyata dahil olarak istediği görülmektedir. Müşteriler tarafından fiyat ile ilgili yapılan bazı olumsuz yorumlar şunlardır:

“...fiyat ve kalite kıyaslaması yapılırsa bu fiyata çok daha kaliteli mekânlar mevcut”

“...kahvaltıdaki kuymak için ekstra ücret alındı”

“...akşam yemeği için ekstra ücret aldılar”

“Alkol tüketebileceğiniz bir restoran ancak alkol fiyatlarının oldukça gereksiz pahalılığı var ve bence anlamsız pahalı”

Olumsuz yorumların yer aldığı dördüncü kategori tasarım ve atmosfer olarak adlandırılmıştır. Bu kategorideki yorumlar 13 ifade altında toplanmıştır. Bu ifadeleri sırasıyla “mekân küçük” (8), “müzik rahatsız edici” (4), “mekân kalabalık” (4), “restoranda düşün var” (3), “klima yok” (3), “mekân aydınlatması yetersiz” (2), “mekân sıradan” (2), “restoran yemekhane gibi” (2), “havasız” (1), “manzara kötü” (1), “mekân iyi değil” (1), “canlı müzik yok” (1), “konforlu değil” (1) oluşmaktadır. Bu kategorideki olumlu yorumları manzara ile ilgili şeyler, olumsuz yorumları ise mekânın ölçüleri ve kullanım olanakları oluşturmaktadır. Bu durum bölgede yatırım eksikliğinin olduğunun göstergesi olarak yorumlanabilir. Müşterilerin tasarım ve atmosfer kategorisinde yer alan olumsuz yorumlarından bazıları şunlardır:

“...5 yıldızlı bir otel ama restoranı küçük...”

“...gündüz restoran diye gösterdikleri yerde bir düşün!!!...”

“Restoran çatı katında ve 40 derecelik sıcakta kliması bulunmuyor.”

“Arkada piyanist şantörün coşması eşliğinde yemek yedik...”

Müşteriler tarafından en az olumsuz yorum temizlik ve hijyen kategorisinde yapılmıştır. Bu kategoride 8 ifade yer almaktadır. Bunlar; “araç ve gereçler lekeli ve kirli” (7), “yemekler temiz değil” (7), “kahvaltı temiz değil” (5), “restoran temiz değil” (4), “masa ve sandalyeler eski veya kirli” (4), “kapalı restoranda sigara içiliyor” (2), “covid önlemleri yok” (2) oluşmaktadır. Bölgedeki otel restoranları ile ilgili yapılan 3 bin 6 yorum arasında 31 yorum ile %1 gibi küçük bir orana sahip olsa da bazı işletmelerin bu konuya yeterince önem vermediği ya da deneyimsiz personeller tarafından yapılan ya da gözden kaçan önemli hatalar görülebilir. Temizlik ve hijyen kategorisine ait bazı olumsuz müşteri yorumları şunlardır:

“...çatal, bıçak, bardak vs. temiz değildi.”

“...hangi bardağı aldıysam kirli ve parmak izi vardı.”

“...kapalı mekânda nasıl sigara içilebiliyor...”

“...yemeklerden biri tavuk ızgaralı makarna şefin önerisi şefin kılıyla geldi. Flörence usulü tavuk bir adet kalmış o da arkadaşımın gıda zehirlenmesi nedeniyle akşamı hastanede geçirmesine neden oldu.”

Sonuç ve Değerlendirme

Çevrimiçi müşteri değerlendirmelerini (e-WOM) ele alan sosyal ağlar içerisinde seyahat, konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri için kullanıcılar tarafından en çok TripAdvisor sosyal ağı tercih edilmektedir (Miguéns, Baggio ve Costa, 2008). Müşteriler gittikleri restoranları yiyecek-içecek, hizmet kalitesi, atmosfer, fiyat, temizlik gibi kriterlere göre değerlendirerek potansiyel müşterilere ve işletmelere bilgi sağlamaktadır (Çuhadar ve Güney, 2018). Bu nedenle restoranlara yönelik yapılacak araştırmalarda TripAdvisor gibi sosyal ağların dikkate alınmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmada Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan 4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgeli 50 otelin bünyesinde yer alan restoranlara ait TripAdvisor müşteri yorumları içerik analizi yöntemiyle incelenmiş; restoranların mevcut hizmetlerinin niteliği ve müşterilerinin algı düzeyleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına bakıldığında otel bünyesinde yer alan restoranların hizmetlerini değerlendirmede müşterilerin temel aldığı unsurlar yiyecek ve içecek, hizmet kalitesi ve sunum, tasarım ve atmosfer, fiyat, temizlik ve hijyen olarak sınıflanmıştır.

Çalışmada bölgedeki otel restoranları ile ilgili olumlu yorumları kapsayan ifadelerin çoğunlukta olduğu görülmektedir. Restoranda yapılan kahvaltının muhteşem olması, personelin güler yüzle hizmet etmesi, manzaranın güzel olması, fiyatların normal bulunması, restoranın temiz olması müşterilerin bahsettiği olumlu yorumları kapsayan ifadelerin başında yer almaktadır. İşletmeler açısından bu durum iki şekilde önemlidir. Birincisi bu sonuç genel anlamda bölgede yiyecek-içecek hizmetlerinin iyi düzeyde olduğunu gösterebilir. Bu durumda rekabette öne çıkmak için ürün niteliği dışındaki alanlara da odaklanılması gerekmektedir. İkinci durum ise bölgedeki müşterilerin olumlu duygu ve düşüncelerini daha çok paylaşma eğiliminde olduğudur. Aydın'ın (2016) yaptığı çalışma sonucunda da Tripadvisor üzerinden yapılan yorumların işletmelerin imajlarına önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Farklı olarak Aydın'ın (2016) yaptığı çalışmada en önemli etken fiyat çıkarken bu çalışmada fiyat ile birlikte, yukarıda bahsedilen diğer nedenler de ön plana çıkmaktadır. Bu durum işletmelerin sosyal ağlar üzerinden e-WOM ile olumlu imaj oluşturmalarında ve tanınırlıklarını arttırmada müşterilerinden daha kolay faydalanabilme olanağı sağlayabilir.

Yapılan çalışmanın Eren ve Çelik'in (2017) 100 restoran işletmesine yönelik 1.000 adet yorum üzerinde yaptıkları çalışma ile birlikte en fazla yorumu kapsayan çalışmalardan biri olduğu görülmektedir. İki çalışmada da yapılan yorumların birçoğunda mutlaka bir yemek veya içecek adı ya da türü olduğu görülmektedir. Bu durum işletmelerin atmosfer, hizmet kalitesi, manzaranın güzel olması gibi etmenler dışında menülerindeki servis edilen ürünlere daha çok odaklanmaları gerektiğini göstermektedir.

En fazla olumlu ve olumsuz yorum yiyecek ve içecek kategorisi ile hizmet kalitesi ve sunum kategorisinde yer almaktadır. Bu durum İlbay'ın (2021) yılındaki çalışması ile benzerlik göstermektedir. Restoran müşterilerinin en çok dikkat ettiği konular temel ürünün unsurları olmuştur. Müşterilerin en çok kahvaltı ile ilgili yorum yapması bölgedeki otel restoranları için kahvaltı menülerinin en önemli ürünleri olduğunu göstermektedir. İyi bir kahvaltı menüsü ve profesyonel hizmet ile işletmelerin başarılı olabileceği görülmektedir. Konuyla ilgili yapılan olumsuz yorumların çeşitlilik ve yöresel ürünlerin az olmasıyla ilgili olması işletmeler için geliştirebilecekleri en temel unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Olumsuz yorumların arasında üçüncü sırada yer alan fiyatla ilgili unsurlar da fiyata dahil olan ya da olmayan şeyler üzerinedir. Müşterilerin bazı şeylerin fiyata dahil olarak ikram edilmesini istediği görülmektedir. Yöresel ürünlerle zenginleştirilmiş kahvaltı menüsü ve ikram ürünler ile müşteri memnuniyeti artırılabilir. Müşteriler bölgedeki otel restoranlarının manzaralarından hoşnut olmakla birlikte restoranları küçük, kalabalık, yetersiz havalandırma ve aydınlatmaya sahip olarak tanımlamaktadır. Daha seyrek masa düzeni ve uygun iklimlendirme ve aydınlatma ile müşterilerin bu konudaki şikayetleri de ortadan kaldırılabilir. Masa sayısının azaltılması göreceli olarak daha az müşteriyi ağırlanacağını düşündürse de daha az sayıda masa ile hizmet vermek talebin yoğun olduğu izlenimi yaratabilir ve hem müşteri memnuniyeti yoluyla hem de tercih edilirliliğin artması ile gelir düzeyi korunabilir hatta artırılabilir. Masa sayısının azaltılması personelin iş yoğunluğunu da azaltacağı için hizmet kalitesini artırabilir ve sunumda yaşanabilecek hataları minimize edebilir. Bölgedeki otel restoranları ile ilgili yapılan yorumların %1 gibi küçük bir oranını temizlik ve hijyenle ilgili olumsuz yorumlar oluşturmuştur. Hizmet sektöründe insan faktörü önemli bir unsurdur. Hizmeti veren kişi ürünün bir parçası olarak görülmektedir. Deneyimsiz personeller tarafından yapılan ya da gözden kaçan hatalar müşterilerin memnun olduğu birçok şeyi göz ardı etmelerine neden olabilir. Temizlik ve hijyen en az yorum yapılan konu olsa da bu çalışma müşterilerin yaptığı yorumları incelediği için müşterilerin karşılaştıkları durumlar hakkında yorum yapmamış olma ihtimali göz ardı edilmemelidir. Personelin eğitim ihtiyaçlarının analiz edilerek gerekli konularda onlara eğitim verilmesi işletmelerin hizmet kalitesini ve olumlu imajını artırabilir. Böylelikle işletmeler başarılı olabilir.

Bu çalışma bölgede bu konuda yapılmış öncü bir çalışmadır. İşletmelerin hizmet niteliğini ve müşterilerin algı düzeyini ortaya koymada önemli olduğu düşünülmektedir. Gelecekte birincil verilerden yararlanılarak nitel ve nicel araştırmalar yapılması işletmelerin başarısını arttırmaya yardımcı olabilir. Ayrıca müşterilerin algılama düzeyleri üzerinde etkili olan unsurların da ortaya koyulması önem arz etmektedir. Hizmet sektörünün en önemli unsurlardan biri şüphesiz işletme çalışanlarıdır. Hizmetin niteliği üzerinde direkt etkileri bulunmaktadır. Bölgede otel restoranlarında çalışanların iş tatmini, hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti gibi kavramlar üzerine algı düzeylerinin belirlenmesi verilen hizmetle ilgili bakış açısını genişletebilir.

Kaynakça

- Ak, S. ve Kızıllırmak, İ. (2019). Otel işletmelerinde e-şikâyetler ve e-şikâyet yönetimi üzerine bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 820-832. doi:10.26677/TR1010.2019
- Akkuş, Ç. ve Cengiz, G. (2013). Beş yıldızlı otel restoranları müşteri memnuniyeti: Erzurum ilinde bir araştırma. *Journal of Yasar University*, 8(31), 5229-5252.
- Alcazar, M. del C. H., Pinero, M. S. ve Maya, S. R. de. (2014). The effect of user-generated content on tourist behavior: The mediating role of destination image. *Tourism & Management Studies*, 10(özel sayı), 158-164.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitabevi.
- Amaral, F., Tiago, T. ve Tiago, F. (2014). User-generated content: Tourists' profiles on tripadvisor. *International Journal of Strategic Innovative Marketing*, 1(3), 137-145. doi:110.15556/IJSIM.01.03.002
- Anderson, K. ve Kerr, C. (2002). *Customer relationship management*. New York: Mcgraw-Hill Companies.
- Aydın, B. (2016). Sosyal medyada restoran imajı: Tripadvisor örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13-30.
- Balçı, A. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeleri*. Ankara: Pegem.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2013). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2018). *Eğitimde bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çakmak, M. ve Sarıışık, M. (2020). Yiyecek içecek işletmesine ilişkin tüketici yorumlarının içerik analizi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 4(3), 362-383.

- Çelik, S., Gökçe, F. ve Gökçe, Y. (2017). An evaluation on the use of social media among thermal hotel enterprises: A case of Afyonkarahisar. Bilici, N., Pehlivanlı, R. ve Ashirkhanova, K. (Ed.), *Innovation and Global Issues in Social Sciences* (s.234-245) içinde. Antalya: Congress.
- Çoban, S., Çoban, E. ve Yetgin, D. (2019). Şehir turizminde faaliyet gösteren otellere yönelik e-yorumların incelenmesi: Eskişehir ili örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 542-558. doi:10.26677/tr1010.2019.177
- Çömlekçi, İ. ve Güngör, B. (2015). Beş yıldızlı otel işletmelerinde muhasebe - finans yöneticilerinin finansal riskten korunma yöntemlerine ilişkin algıları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33, 49-66.
- Çuhadar, M. ve Güney, Ö. İ. (2018). Kırsal turizm bölgelerindeki restoranlara yönelik çevrimiçi müşteri değerlendirmelerinin analizi: Eğirdir örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(1), 160-175. doi:10.29131/uiibd.421227
- Doğan, S. ve Demirtaş, S. (2021). Tripadvisor.com'da yer alan restoranlara yönelik yabancı yorumların içerik analizi ile değerlendirmesi: Hatay ili üzerine bir araştırma, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 5(2), 199-212.
- Duran, E. (2003). *Otel işletmelerinde bilgi yönetiminin rekabet avantajları* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Durmaz, A. ve Yüksel, M. (2017). The effect of e-wom on purchase intention: Evidence from e-commerce sites. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 231-239.
- Erdem, Ö. ve Yay, Ö. (2017). Tripadvisor'daki müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Antalya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 227-249. doi:10.21325/jotags.2017.147
- Eren, R. ve Çelik, M. (2017). Çevrimiçi gastronomi imajı: Türkiye restoranlarının tripadvisor yorumlarının içerik analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 4(2), 121-138.
- Erkmen, E. (2019). Managing restaurant attributes for destination satisfaction: What goes beyond food. *Administrative Sciences*, 9 (19), 2-11.
- Erol, G., Örgün, E. ve Keskin, E. (2019). Sosyal medyada restoran imajı: Kapadokya. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 3290-3302. doi:10.21325/jotags.2019.529
- Gan, Q., Ferns, B. H., Yu, Y. ve Jin, L. (2016). A text mining and multidimensional sentiment analysis of online restaurant reviews. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(4), 465-492. doi:10.1080/1528008X.2016.1250243
- Güler, O., Birdir, K. ve Dalgıç, A. (2016). Tripadvisor.com'da yer alan restoran şikâyetlerinin analizi: Mersin ve Hatay'da yöresel yiyecek sunan restoranlara yönelik bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4 (1), 153-153. doi:10.21325/jotags.2016.28
- Güler, O. ve Yayla, F. (2020). Hijyen restoranlar için hala bir şikâyet nedeni mi? Mersin'deki alakart restoranlara yönelik çevrimiçi müşteri şikâyetleri üzerinden bir araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(4), 3740-3753. doi:10.26677/TR1010.2019
- Gupta, S., McLaughlin, E. ve Gomez, M. (2007). Guest satisfaction and restaurant performance. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48(3), 284-298. doi:10.1177/0010880407301735
- Ha, H. Y. (2002). The effects of consumer risk perception on pre-purchase information in online auctions: Brand, word-of-mouth and customized information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8(1), JCMC813. doi:10.1111/J.1083-6101.2002.TB00160.X/4080398
- Ha, J. ve (Shawn) Jang, S. C. (2010). Perceived values, satisfaction, and behavioral intentions: The role of familiarity in Korean restaurants. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 2-13. doi:10.1016/J.IJHM.2009.03.009
- Heung, V. C. S. (2002). American theme restaurants: A study of consumer's perceptions of the important attributes in restaurant selection. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 7(1), 19-28. doi:10.1080/10941660208722106
- Ho, V. (2017). Giving offense and making amends: How hotel management attempts to manage rapport with dissatisfied customers. *Journal of Pragmatics*, 109, 1-11. doi:10.1016/j.pragma.2016.12.001
- İbiş, S. (2021). İstanbul'daki asırlık restoranlar ve bu restoranlara yönelik çevrimiçi yorumların incelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 127-138. doi:10.29226/TR1001.2020.254
- İbiş, S., Kızıldemir, Ö. ve Çöp, S. (2019). İstanbul'daki Çin restoranlarına yönelik yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 505-521. doi:10.21325/jotags.2019.375

- İpar, M. S., Babaç, E. ve Kök, A. (2020). Yeşil nesil restoranlara yönelik müşteri yorumlarının içerik analizi ile değerlendirilmesi. *Journal of Gastronomy Hospital and Travel*, 3(2), 260-269. doi:10.33083/joghhat.2020.48
- Jeong, E. H. ve Jang, S. C. S. (2011). Restaurant experiences triggering positive electronic word-of-mouth (ewom) motivations. *International Journal of Hospitality Management*, 30(2), 356-366. doi:10.1016/j.ijhm.2010.08.005
- Jo, Y. ve Oh, A. (2011). Aspect and sentiment unification model for online review analysis help other customers find the most helpful reviews. *In proceedings of the forth ACM international conference on web search and data mininig*, 815-824.
- Kerse, Y. (2021). Müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati arasındaki ilişkiye yönelik bir meta analiz çalışması. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 397-406. doi:10.33206/mjss.810834
- Kim, Y. J. ve Kim, H. S. (2022). The impact of hotel customer experience on customer satisfaction through online reviews. *Sustainability*, 14(2), 1-13. doi:10.3390/su14020848
- Kılıç, H. (2022). *Elektronik ağızdan ağıza iletişim: Antalya Kemer bölgesi 5 yıldızlı otellerin tripadvisor Türk misafirlerin yorumlarının incelemesi* (Yayımlanmamış Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kızılırmak, İ., Alrawadieh, Z. ve Aghayeva, S. (2015). Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki otel müşterilerinin seyahat e-yorumlarına yönelik bir içerik çözümlemesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), 110-121. doi:10.17823/gusb.222
- Kocaman, S. (2018). Turizmde elektronik ağızdan ağıza iletişim (ewom) ve Alanya'daki restoran yorumlarının değerlendirilmesi üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 953-973. doi:10.21325/jotags.2018.343
- Law, R., Leung, K. ve Wong, R. (2004). The impact of the internet on travel agencies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 100-107. doi:10.1108/09596110410519982
- Lee, H. A., Law, R. ve Murphy, J. (2011). Helpful reviewers in tripadvisor, an online travel community. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(7), 675-688. doi:10.1080/10548408.2011.611739
- Levy, S. E., Duan, W. ve Boo, S. (2013). An analysis of one-star online reviews and responses in the Washington, D.C., lodging market. *Cornell Hospitality Quarterly*, 56(1), 49-63. doi:10.1177/1938965512464513
- Lin, H. H. ve Wang, Y. S. (2006). An examination of the determinants of customer loyalty in mobile commerce contexts. *Information and Management*, 43(3), 271-282. doi:10.1016/j.im.2005.08.001
- Liu, Y. ve Jang, S. C. (Shawn). (2009). Perceptions of Chinese restaurants in the U.S.: What affects customer satisfaction and behavioral intentions? *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 338-348. doi:10.1016/J.IJHM.2008.10.008
- Marshall, C. ve Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. New York: Sage.
- Mehtap, Y. G., Tanrısevdi, A. ve Doğan, S. (2016). A content analysis of online consumer reviews: A case study on food and beverage enterprises in Kuşadası. *International Refereed Journal of Marketing and Market Researches*, 39(9), 1-1. doi:10.17369/uhsad.2016923643
- Miguéns, J., Baggio, R. ve Costa, C. (2008). Social media and tourism destinations: TripAdvisor case study. *Paper Presented at the Advances in Tourism Research*, 26(28), 1-6.
- Mohammad, H., Ali, D., Afshin, R. ve Ali, H. (2012). Evaluation of factors affecting customer loyalty in the restaurant industry. *African Journal of Business Management*, 6(14), 5039-5046.
- Muñoz-Leiva, F., Hernández-Méndez, J. ve Sánchez-Fernández, J. (2012). Generalising user behaviour in online travel sites through the travel 2.0 website acceptance model. *Online Information Review*, 36(6), 879-902. doi:10.1108/14684521211287945
- Namkung, Y. ve Jang, S. C. (2008). Are highly satisfied restaurant customers really different? A quality perception perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 40(2), 142-155. doi:10.1108/09596110810852131/FULL/HTML
- Nazri, F. N. M., Simpong, D. B. ve Radzi, N. A. M. (2022). The effect of service quality on customer satisfaction. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 14(1), 187-199.

- Nilashi, M., Samad, S., Ahani, A., Ahmadi, H., Alsolami, E., Mahmoud, M., Majeed, H. D. ve Alarood, A. A. (2021). Travellers decision making through preferences learning: A case on Malaysian spa hotels in tripadvisor. *Computers and Industrial Engineering*, 158, 107-348. doi:10.1016/j.cie.2021.107348
- Oğuzbalaban, G. (2020). Safranbolu restoranlarına yönelik çevrimiçi müşteri şikâyetlerinin analizi: Tripadvisor örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2898-2915. doi:10.21325/jotags.2020.744
- Öztürk, Y. ve Eşiyok, H. (2021). 5 yıldızlı konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi yorumların incelenmesi: Ankara örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 9(5), 232-249. doi:10.21325/jotags.2021.952
- Pantelidis, I. S. (2010). Electronic meal experience: A content analysis of online restaurant comments. *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(4), 483-491. doi:10.1177/1938965510378574
- Pezenka, I. ve Weismayer, C. (2020). Which dactors influence locals' and visitors' overall restaurant evaluations? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(9), 2793-2812. doi:10.1108/IJCHM-09-2019-0796
- Saad Andaleeb, S. ve Conway, C. (2006). Customer satisfaction in the restaurant industry: An examination of the transaction-specific model. *Journal of Services Marketing*, 20(1), 3-11. doi:10.1108/08876040610646536
- Şahin, A., Çakıcı, A. C. ve Güler, O. (2014, Kasım). *Tüketicilerin masa servisi yapan restoranlarda önem verdiği hususların şikâyet davranışı eğilimlerine etkisi*. 15. Ulusal Turizm Kongresinde sunulan bildiri, Gazi Üniversitesi Ankara. Erişim adresi: https://toleho.anadolu.edu.tr/wp-content/uploads/2020/04/15_Ulusal_Turizm_Kongresi_Turkiye_Bildir.pdf
- Şahin, S. Z. (2021). Çevrimiçi müşteri yorumları: Tripadvisor'da Çorum restoranları üzerine inceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 610-622. doi:10.26677/tr1010.2021.683
- Sharp, B. (2010). *How brands grow what marketers don't know*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Soriano, D. R. (2002). Customers' expectations factors in restaurants: The situation in Spain. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 19(8|9), 1055-1067. doi:10.1108/02656710210438122/FULL/XML
- Taştan, H. ve Kızılıçık, O. (2017). Kahramanmaraş'ta bulunan yiyecek içecek işletmelerine yönelik tripadvisor.com'da paylaşılan şikâyetlerin sınıflandırılması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(1), 270-284.
- Tepavčević, J., Bradić, M. ve Luković, S. (2021). Analysing the satisfaction of halal restaurant guests through online ratings on tripadvisor. *Journal of Economics, Management and Informatics*, 12(1), 1-13. doi:10.5937/bizinfo2101001t
- Tiago, T., Amaral, F. ve Tiago, F. (2015). The good, the bad and the ugly: food quality in UGC. *Procedia & Social and Behavioral Sciences*, 175, 162-169. doi:10.1016/j.sbspro.2015.01.1187
- Tian, G., Lu, L. ve McIntosh, C. (2021). What factors affect consumers' dining sentiments and their ratings: Evidence from restaurant online review data. *Food Quality and Preference*, 88, 104060. doi:10.1016/j.foodqual.2020.104060
- TÜROFED. (2005). *Turizm tesislerinin belgelendirilmesine ve niteliklerine ilişkin yönetmelik*. [<https://www.turofed.org.tr/yonetmelikler/turizm-tesislerinin-belgelendirilmesine-ve-niteliklerine-iliskin-yonetmelik>], Erişim tarihi: 21.06.2022
- Uçar, Ö. ve Kirhasanoğlu, M. (2021). Doğu Karadeniz'deki 5 yıldızlı konaklama işletmelerine yönelik çevrimiçi müşteri şikâyetlerinin incelenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 2149-2165.
- Unur, K., Erdem, A. ve Şeker, F. (2019). Adana ilinde bulunan restoranlara yönelik internet üzerinden yapılan tüketici şikâyetlerinin incelenmesi: Tripadvisor.com örneği. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(4), 317-331. doi:10.31771/jrtr.2019.34
- Ünal, A. ve Aldırmaz Akkaya, F. (2019). Müşteri maliyetlerinin analizine yönelik bir çalışma: Sigorta sektörü örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(3), 1693-1711. doi:10.20491/isarder.2019.699
- Üngüren, E., Kaçmaz, Y. Y. ve Yetkin, M. (2016). Otel yöneticilerinin otel değerlendirme sitelerine yönelik tutumları üzerine bir araştırma. *International Journal of Management Economics and Business*, 12(28), 99-122. doi:10.17130/ijmeb.20162819848
- Vilnai-Yavetz, I. ve Gilboa, S. (2010). The effect of servicescape cleanliness on customer reactions. *Services Marketing Quarterly*, 31(2), 213-234. doi:10.1080/15332961003604386
- Xiang, Z. ve Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188. doi:10.1016/j.tourman.2009.02.016

- Yaşar, Z. (2019). Kastamonu'da yöresel yiyecek içecek hizmeti sunan restoranlara ilişkin tüketici şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Tripadvisor örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 241-250.
- Yazıcı Ayyıldız, A. (2020). Şirince'de faaliyette bulunan yiyecek ve içecek işletmelerinin tripadvisor yorumlarının içerik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2960-2973. doi:10.26677/TR1010.2020.
- Yetgin, D., Keküç, M. ve Şayin, M. (2020). Restoranlara yönelik tripadvisor yorumlarının içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(3), 2090-2109. doi:10.21325/jotags.2020.650
- Yim, E. S., Lee, S. ve Kim, W. G. (2014). Determinants of a restaurant average meal price: An application of the hedonic pricing model. *International Journal of Hospitality Management*, 39, 11-20. doi:10.1016/J.IJHM.2014.01.010
- Yoo, K. H., Sigala, M. ve Gretzel, U. (2016). Exploring tripAdvisor. *Open Tourism*, 1, 239-255. doi:10.1007/978-3-642-54089-9_17
- Yüksel, A. ve Yüksel, F. (2002). Market segmentation based on tourists' dining preferences. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26(4), 315-331. doi:10.1177/109634802237482
- Zhang, Z., Ye, Q., Law, R. ve Li, Y. (2010). The impact of e-word-of-mouth on the online popularity of restaurants: A comparison of consumer reviews and editor reviews. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 694-700. doi:10.1016/j.ijhm.2010.02.002
- Zorlu, Ö., Çeken, H. ve Kara, A. M. (2013). Otel işletmelerinde restoran şikâyetlerinin şikâyet davranışlarına etkisi: Afyonkarahisar ili örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(3), 529-554.

Extended Abstract

Aim and Scope

The influence of social networks and their widespread use in the marketing of products (Law, Leung ve Wong, 2004) require hotel restaurants, which is one of the touristic service areas, to pay attention to their awareness and image in these networks (Aydın, 2016; Yetgin, Keküç ve Şayin, 2020). TripAdvisor, which provides opportunities such as hosting opinions, comparing and advertising among social networks, has been one of the innovative tools in the tourism sector (Yoo, Sigala ve Gretzel, 2016). The aim of this study is to contribute to the development of marketing communication strategies by hotel managers by revealing the levels and dimensions of the perception of the customers about the quality of the service provided in the restaurants of 4 and 5 star hotels in the Eastern Black Sea Region of Turkey.

Methods

Qualitative research method, descriptive research approach and scanning model were adopted in the study. In the study, data were collected using the criterion sampling technique on secondary data. In this respect, TripAdvisor reviews of restaurants in 4 and 5 star hotels in the Eastern Black Sea Region of Turkey were examined. Content analysis was applied to the obtained data.

Findings

As a result of the content analysis, 3 thousand 6 Turkish comments were found. These comments were coded under 117 statements by taking expert opinions. There are 53 positive and 64 negative statements were described. These statements were then classified into 5 categories. The determined categories were named as "food and beverage", "service quality and presentation", "design and atmosphere", "price" and "cleanliness and hygiene". There are 2701 positive and 935 negative comments under these categories. The most positive reviews include the food and beverage category (1835), while the most negative comments are still the food and beverage category (609). This is followed by 406 positive comments and 167 negative comments as well as quality of service quality and presentation categories. The third order of positive reviews is the design and atmosphere (292) category, while the third rank of negative comments is price (95). The fourth order of positive reviews is price (88), while the fourth order of negative comments is design and atmosphere (33). It also has the least positive interpretation of cleanliness and hygiene (80), while the least negative interpretation is also the cleanliness and hygiene group (31).

Conclusion

In the study, it is seen that there are more positive comments about the hotel restaurants in the region. The excellent breakfast in the restaurant, the friendly service of the staff, the beautiful view, the reasonable prices, the cleanliness of the restaurant are among the positive comments mentioned by the customers. This results in a general sense would indicate that food and beverage services are at good level in the region and that customers tend to have more positive feelings and thoughts. This is important for businesses to focus on areas other than product qualification for competitive advantage and to make better use of customers with e-WOM for positive image creation.

The most positive and negative comments are in the food and beverage category and the service quality and presentation category. The subjects that restaurant customers pay the most attention to have been the elements of the basic product. The fact that customers mostly comment on breakfast shows that breakfast menus are the most important products for hotel restaurants in the region. It is seen that businesses can be successful with a good breakfast menu and professional service. The fact that the negative comments made on the subject are related to the diversity and the scarcity of local products emerge as the most basic element for businesses to develop. The negative aspects of price are also on things that are included or not included in the price. It seems that customers want some things to be offered as included in the price. Customer satisfaction can be increased with a breakfast menu enriched with local products and catering products. Customers enjoy the views of hotel restaurants in the area, but describe them as small, overcrowded, poorly ventilated and illuminated. Customer complaints on this subject can also be eliminated with less frequent table arrangement and appropriate air conditioning and lighting. Although reducing the number of tables suggests that relatively fewer customers will be accommodated, serving with fewer tables can create the impression that the demand is intense, and the income level can be maintained or even increased by both customer satisfaction and increasing preference. Reducing the number of desks will also reduce the workload of the personnel, thus increasing the service quality and minimizing the errors that may occur in the presentation. Although cleanliness and hygiene are the least commented subjects, the possibility that customers did not comment on the situations they encounter should not be overlooked, since this study examines the comments made by the customers. In the service sector, the human factor is an important element and the person providing the service is seen as a part of the product. Mistakes made or overlooked by inexperienced staff can cause customers to ignore many things they are happy with. Analyzing the training needs of the personnel and providing them with training on the necessary issues can increase the service quality and positive image of the enterprises. This is how businesses can be successful.

Girişimcilerin Perspektifinden Performans Yönetimine Nitel Bir Bakış

The Qualitative Look at Performance Management from The Perspective of Entrepreneurs

Derya Çevik Taşdemir¹

Öz

Yönetici davranışlarıyla 'performans' kavramının yanlış yönetimi sonucu ortaya çıkan olumsuz durum çalışanların üretkenliklerinin üzerinde bir değişiklik yarattığı bilinmektedir. Bu çalışmada, girişimcilerin "performans" yaklaşımlarının tespiti, performans değerlendirme sistemlerini anlamlandırmak, uyguladıkları sistemin çalışanın motivasyonunu nasıl ve hangi koşullarda etkilediğini betimlemek amaçlanmaktadır. Gaziantep ilinde bulunan 15 girişimciyle odak grup yöntemi ile görüşmeler gerçekleştirilmiş ve ulaşılan veriler MAXQDA 2020 nitel veri analizi programı ile kodlanarak ve kategorize edilerek analiz edilmiştir. Çalışmaya katılan girişimcilerin performans kriterleri çalışanın işini sevmesi ve iyi yapması, yenilikçi olması ve ekip çalışmasıdır. Girişimciler; performans düşüklüğünün önüne geçmek için çalışanlar ile eğitim vermekte, motivasyon görüşmeleri yapmakta, çalışanlarını uyarmakta ve bazı durumlarda işten çıkarmaktadır; ödül ve motivasyon için çalışanları övmekte, prim sistemi kullanmakta, çalışanlara ek maaş vermektedir. Ücretlendirmeyi gerçekleştirirken ise çalışanın işte gösterdiği performansını, çalışanın deneyimini ve yapılan işin niteliğini göz önünde bulundurmaktadır. İşin niteliği belirlerken ise; işin emek yoğunluğunu, teknolojisini ve sürekliliğini değerlendirmektedir. Çalışma, profesyonel liderler olan girişimcilerin, çalışanların performanslarını belirlemelerine yönelik algıları hakkında doğrudan ve dolaylı olarak ayrıntılı bilgi sağlamakta ve organizasyonlarda kritik güç olarak belirtilen performans kavramına yönelik; girişimcilere, yöneticilere, araştırmacılar ve politikacılara öneriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Performans Yönetimi, Endüstriyel İlişkiler, İş Psikolojisi, Sosyal Politika.

Abstract

It is known that the negative situation that arises as a result of the mismanagement of the concept of 'performance' with managerial behaviors creates a change on the productivity of the employees. In this study, it is aimed to determine the "performance" approaches of entrepreneurs, to make sense of their performance evaluation systems, to describe how and under what conditions the system they implement affects the motivation of the employee. Focus group interviews were conducted with 15 entrepreneurs in Gaziantep and the data obtained were analyzed by coding and categorizing with the MAXQDA 2020 qualitative data analysis program. The performance criteria of the entrepreneurs participating in the study are that the employee loves his job and does it well, being innovative and teamwork. Entrepreneurs provide training, conduct motivational interviews, warn their employees and in some cases fire them in order to prevent poor performance. In addition, entrepreneurs praise employees as reward and motivation, use bonus system, and give additional salary to employees. While making the remuneration, the performance of the employee at work, the experience of the employee and the quality of the work done are taken into consideration. While determining the nature of the job, the labor intensity, technology, and continuity of the job are evaluated. The study provides detailed information, directly and indirectly, about the perceptions of entrepreneurs, who are professional leaders, towards determining the performance of their employees; and makes suggestions to entrepreneurs, managers, researchers and politicians.

Keywords: Entrepreneurship, Performance Management, Industrial Relations, Occupational Psychology, Social Policy.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 06 / 07 / 2022

Accepted: 22 / 09 / 2022

¹ Dr. Öğr. Üyesi, Gaziantep Üniversitesi, Oğuzeli Meslek Yüksekokulu, Gaziantep, Türkiye, deryaceviktasdemir@gmail.com, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-0006-9652>

Giriş

Siyasetçiler ve politika yapımcılar, girişimciliği toplumsal sorunlara bir çözüm olarak görürken, akademik alanda da girişimcilik önemli ölçüde büyümekle birlikte başarılı ve müreffeh bir bilim alanı olarak görülmektedir. Alanyazında girişimcilik araştırmaları önemli ölçüde artmakla birlikte, girişimciliğin farklı yönleri üzerine araştırmalar bulunmaktadır (Landström ve Harirchi, 2018: 46). Ancak, başarısız işletmeler arasında yapılan araştırmalar; girişimcilerin uygun olmayan stratejiler geliştirmeleri nedeniyle başarısız olduklarını bulgulamaktadır (Jansen ve Van Wees, 1994: 35). İnsan kaynaklarını etkin bir şekilde yöneten kuruluşların, yönetemeyenlere kıyasla gelecekte daha başarılı olacakları düşünülmektedir (Özer, 2009:3). Organizasyonların stratejik kaynaklarından olan 'çalışan faktörü'nden olabildiğince fazla sağlamak; organizasyonlara verimlilik ve rekabet edilebilirlik bakımından önemli ölçüde fayda sağlayacaktır.

Araştırma genelinde şu soru cevaplanacaktır: "Bilimsel bir alan olarak girişimciliğin gelişimini ve başarısını sürdürebilmek için insan kaynağına yönelik performans değerlendirme kriterleri nelerdir? Dünya genelinde artan küreselleşme ve sertleşen rekabet ile birlikte organizasyonlar düşük maliyet avantajına sahip rakipleriyle mücadele etmekte zorlanmaktadır. Bu nokta da performans yönetimi çalışanların organizasyonel amaçlarına erişim için katkı sağlamak ve bu organizasyonların daha etkili ve verimli olmalarını sağlamaktadır (Wilton, 2016: 187; Çetin vd., 2018: 151).

Girişimcilik iklimi, yöneticiyi etkileyen ve organizasyondaki girişimci davranışları geliştiren girişimci yönelimin bir öncüsüdür. Bu araştırma, Gaziantep'teki girişimcilerin performans değerlendirme için kullandıkları yöntemleri incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın amaçları arasında; girişimcilerin performans kavramına ve performans değerlendirme sistemlerini yaklaşımlarını belirlemek, oluşturdukları sistemin işgörenin motivasyonuna etkisine ışık tutmak yer almaktadır. Araştırma, girişimcilerin performans algılarına yönelik keşfedici ve aydınlatıcı bir bakış açısı sunmakta olup, girişimcilerin performans değerlendirmelerine yönelik olarak ortaya koydukları stratejilerin ve uygulamaların belirlenmesi açısından önemlidir. Ülkemizde istihdamın yaklaşık üçte birinin girişimci işletmelerde gerçekleştiği düşünüldüğünde, gerçekleştirilen çalışmanın girişimcilerin performans algılarının belirlenmesi bakımından önem arz etmektedir. Nicel araştırmalardan oldukça farklı ve subjektif bir sürece sahip olan nitel araştırma süreci, sorunsal tüm dinamikleriyle ve detaylı bir şekilde ele almaktadır (Baltacı, 2019). Alanyazın taraması yapıldığında, bu konudaki nitel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen keşfedici çalışmaların sınırlı sayıda olduğu gözlemlenmektedir. Belirtilen yönleri ile araştırma, girişimcilerin, işgönerlerin motivasyonları ve performansına yönelik algıları hakkında doğrudan ya da dolaylı olarak bilgi sağlayacak ve alanyazına katkı sağlayacaktır.

Mevcut araştırmada, Gaziantep'te yer alan 15 imalat girişimcinin verilerini kullanarak girişimcilerin performans yönetimi ile ilgili görüşlerini analiz edilmektedir. Bu araştırmada, girişimcilerin performans değerlendirme girişimlerinin daha iyi anlaşılmasına yönelik konuları ele alarak geniş bir sunum gerçekleştirilmektedir. Öncelikle, tanım ve kavramsal bir bakış açısı sunulacaktır. Sonrasında, performans sorunlarına atıfta bulunarak, bunlar arasındaki olası ilişkilere işaret edilecek, konuya ilişkin ampirik bulgulara dayanılarak, genellikle girişimcilerin karşılaştığı gayri resmi yapıları, dinamik ortamı ve açıklayan bir performans değerlendirme sürecini aydınlatacaktır. Ek olarak, girişimci işletmelerde performans değerlendirme süreçlerinin nasıl tasarlandığını ve hangi koşulların girişimcilerin performans değerlendirme kararlarını şekillendirdiğini anlamının yolu işaret edilmektedir. Çalışma, girişimci işletmelerde performans kriterleri, performans sorunlarına çözüm stratejileri, uyguladıkları ücretlendirme kriterlerini belirleme noktasında keşfedici bir aydınlanma sağlamaktadır. Bu çalışma ile girişimcilerin performans değerlendirme yaklaşımlarına ilişkin detaylandırma, etkileme ve nedensellik süreçlerinin kapsamını daha iyi anlamının yolu açılmaktadır. Araştırmanın sonuçlarının girişimcilerin performans uygulamalarına ve performans yönetim stratejilerine ışık tutması ve performans yönetim stratejilerinin geliştirilmesi açısından önemli görülmektedir.

1. Alanyazın İncelemesi

Bu bölümde algılanan girişimcilik ve performans yönetimi kavramlarına ilişkin tanımlar ve kavramsal bir bakış açısı sunulmaktadır.

Türk Dil Kurumu (TDK), girişimcilik kavramını; "Üretim için bir işe girişen, kalkışan kimse, müteşebbis." ve " Ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis." olmak üzere iki farklı şekilde tanımlamaktadır. Girişimcilik, "mevcut örgütsel alanın dışında ikamet eden yarı özerk veya özerk örgütsel varlıkların yaratılması" ile sonuçlanan girişimci faaliyetleri tanımlar (Sharma ve Chrisman 1999: 19). Girişimcilik kavramı ile ilgili çok fazla tanım bulunmaktadır. Tablo 1, sunulan tanımların kısa bir seçimini sunmaktadır.

Tablo 1. Girişimcilik Kavramına Yönelik Bazı Tanımlar

| Kaynak | Tanım |
|---------------------------|--|
| Knigh (1921) | Belirsizlik ve risk almak suretiyle elde edilen kazanç |
| Schumpeter (1934) | Firma organizasyonunun - yeni ürünler, hizmetler, hammadde kaynakları, üretim yöntemleri, pazarlar, organizasyon biçimleri gibi yeni kombinasyonlarının gerçekleştirilmesi |
| Hoselitz (1952) | Belirsizlik içeren üretken kaynakların eşgüdümü ile yeniliklerin tanıtımı ve sermayeye erişim |
| Cole (1959) | Kar odaklı bir iş başlatmak ve geliştirmek amacıyla amaca yönelik gerçekleştirilen faaliyet |
| Gartner (1985) | Yeni organizasyonların oluşturulması |
| Kuratko & Hodgetts (2004) | Dinamik bir vizyon, değişim ve yaratma süreci |
| McClelland (1961) | Orta derecede risk alma |

Kaynak: Dollinger (2008: 9).

Girişimcilik kavramının genel olarak belirsizlik, risk durumunda bir değişim vasıtası ile kar amaçlı faaliyetler oluşturma noktasında yoğunlaştığı görülmektedir. Girişimcilik uzun zamandır istihdam yaratmanın kaynağı ve ekonomik büyümenin motoru olarak görülmektedir. Girişimci liderliğindeki KOBİ'lerin sosyal istikrar ve ekonomik refah sağlamadaki önemini kabul eden Çin'in bu yönde politika izlediği ve gelişim sağlandığı bilinmektedir (Chu vd., 2011: 85). Girişimciler ve küçük işletmeler bölgesel ve ulusal düzeyde, ekonomik büyümeye ve istihdam sağlamaya yönelik hem sektörel hem de bölgesel düzeyde önemli ölçüde katkı sağlamaktadır (Yıldırım ve Karayılan, 2019: 143). İstihdamın yaklaşık üçte biri girişimci işletmelerde olup 2018 yılı ihracat içerisindeki payları %56,2 olup, 11. Kalkınma Planında 2023 yılı hedefi %60' tır (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2018). Bu hedefe erişim için girişimci işletmelerde kritik faktörlerden olan insan kaynağının yönetimi büyük önem arz etmektedir.

Örgütlerin varlık sebebi insandır, işletmeler insan ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetleri insanlar aracılığıyla gerçekleştirmektedirler. Bu kapsamda, işletmelerde "örgütün amacı" öte yandan; çalışan boyutunda; fiziksel ve düşünsel emek olarak "örgütün aracı" niteliğindedir (Taslak ve Kara, 2009:193). Sosyal sermayenin finansal sermaye kadar önemli olduğu günümüzde organizasyonların etkin bir şekilde faaliyetlerini sürdürebilmeleri bakımından girişimcilerin performans yönetimi sürecini başarılı bir şekilde uygulamaları büyük önem arz etmektedir. Performans yönetimi süreci, organizasyonun karlı ve rekabetçi bir şekilde faaliyetlerinin yürütümü için ihtiyaç duyduğu stratejik hedefleri tanımlama ile başlar, çalışanların iş yürütüm şekillerinin belirlenmesi ile devam eder. Bu noktada yöneticilerin "büyük resim" yaklaşımı ile organizasyonun etkin olabilmesi için gerekli uygulamaları hayata geçirmeleri gerekmektedir (Çetin vd., 2018: 151). Ancak, etkili performans yönetimini kurumsallaştırmak, özellikle gelişmekte olan ülkelerde oldukça güçtür (Ohemeng ve Kamga, 2020: 87).

Performans kavramı temel olarak; bir çalışanın, grubun ya da örgütlenmiş bir sistemin iş yapma düzeyi şeklinde tanımlanabilir (Şimşek ve Çelik, 2011: 93). Performans yönetimi, bireysel performansa yoğunlaşarak kurumsal hedeflere daha iyi ulaşılmasına odaklanan birbirine kenetlenmiş bir dizi politika ve uygulamadır (Sisson ve Storey, 2000: 87; Ohemeng ve Kamga, 2020: 87). Bir sürecin yönetimi, öncelikle o sürecin kontrolü ile mümkün olmaktadır. Kontrolün ön koşulu ise ölçümdür. Öyleyse performans yönetimini sağlayabilmenin ön koşulu performans ölçümüdür. Performans ölçümü firmanın hesap verme yükümlülüğünün önemli araçlarından biridir. Bu sebeple performans ölçümü neticesinde ulaşılan veriler, organizasyonun daha verimli yönetimi ve firmanın hesap verebilitesi konularında önemli ölçüde fikir vermektedir. Bu bağlamda, performansın etkin yönetiminde performans göstergelerinin tespit edilmesi gerekmektedir (Elitaş ve Ağca, 2006: 349).

İnsan kaynağı yönetiminin önemli fonksiyonundan olan performans değerlendirme, işgörenin belirlenen bir görevde, etkililik ve etkinlik düzeyinin saptanmasına dair tüm çalışmaları ifade etmektedir. Çalışanların performans değerlendirme süreci meşakkatli süreçtir. Çünkü günümüzde çalışanların iş başarısını etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır (Argon, 2010:140). Çalışanların performans seviyelerin saptamak için kullanılan metodlardan bazıları geçmişten bu yana süregelen "klasik" olarak nitelenen metodlardır. Diğerleri ise, klasik değerlendirme yöntemlerinin uygulamadaki eksiklerini gidermek ve daha nesnel olabilmek adına geliştirilmiş "modern" metodlardır (Ferecov, 2015: 2). Kullanılan yöntemler organizasyonun yapısına göre farklılık gösterebilmekte, bir organizasyonda etkili olan bir model başka bir organizasyonda benzer şekilde etkili olmayabilmektedir. Tüm işletmeler için uygun olabilecek tek bir yöntem yoktur, bu nedenle, işletmeye göre belirli bir iş faaliyetinin ihtiyaçlarını ve değerlendirme hedeflerini karşılayacak bir performans değerlendirme yöntemi oluşturmalıdır (Narkunienė ve Ulbinaitė, 2018: 135).

Performans değerlendirme, sadece kurumsal ve köklü firmalarda değil, aynı zamanda girişimci firmalarda da önemli kabul edilmektedir. Serinkan ve Cabar, (2008: 21) KOBİ niteliğindeki girişimci işletmelerde insan kaynakları istihdamının düzenli olmadığını, işgücü devirinin yüksek olduğunu bu durumun çalışanların uzmanlaşmasını ve verimli bir şekilde çalışmasını olumsuz yönde etkilediğini belirtmiştir. Çetin (2013: 56-57), KOBİ niteliğindeki girişimci işletmelerin performansa dayalı ücretlendirme tekniklerini kullandıklarını ancak bunların etkinlik düzeyinin şaibeli olduğunu belirtmiştir. Çelebioğlu (2012: 32) ise insan kaynakları departmanının görevlerini işyeri sahiplerinin ve/veya yöneticilerinin, ya da idari, mali işlerden sorumlu kişilerin üstlendiğini, bu konuya gereken önemin verilmediğini ve bu kişilerin insan kaynakları gereklerini uygulayacak düzeyde uzmanlığa sahip olmadıklarını ifade etmiştir. Performans değerlendirme, aynı zamanda, yüksek nitelikli çalışanların istihdam durumunu sürdürmek ve terfi için iyi bir alternatiftir. Hubner ve Baum, (2018: 360)'a göre yüksek maaş ve iş güvenliğinin sağlanması ile ilişkili yüksek maliyetler nedeniyle yeni girişimler için bu sürecin sürdürülebilirliğini sağlamak her zaman kolay olmamaktadır. Dinamik ortamlarda firmaların kurucuları, sahipleri ya da yöneticileri olan girişimciler, genellikle kaynak kısıtlamalarıyla karşı karşıyadır. Girişimci ortamlarda, performans yönetimi genellikle iş başında, deneyimsel ya da tepkisel olarak seçilmiştir. Alanyazın, girişimciler bağlamında performans yönetimi uygulamasına ilişkin derinlemesine vaka çalışmasına dayalı ampirik araştırmalara ilişkin sınırlı örnekler sunmaktadır. Çoğunlukla, bunların nicel çalışmalar olduğu görülmekle birlikte (Sousa vd.,2006; Serinkan ve Cabar, 2008 ;Wiesner vd., 2007; Çelebioğlu, 2012), vaka çalışması yürüten (Hudson vd.,2001; Garengo ve Bititci, 2007; Sharma ve Bhagwat, 2007; Çetin, 2013) çalışmalar da bulunmaktadır, ancak bu çalışmalar, temel olarak performans yönetiminin operasyon yönetimi, üretim yönetimi, hizmet yönetimi, teknoloji yönetimi, stratejik yönetim gibi sınırlı yönlerine odaklanmıştır (Ateş vd., 2013:29). Makalelerde, direkt olarak insan odaklı performans yönetimi ve girişimcilerin performans kriterlerine yönelik özel bir odaklanma sağlayan bir çalışmaya rastlanmamıştır.

2. Yöntem

İnsanın karmaşık bir yapıya sahip olması sebebiyle, herhangi bir olguya dair bütüncül bir anlayışın elde edilmesi çoklu perspektiflerden bakış ile mümkün olabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 28). Araştırmada, sorunsal tüm dinamikleriyle bütünsel olarak ve derinlemesine incelenmek için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırma deseni olarak, nitel araştırmalarda en yaygın veri toplama aracı görüşme olan ve olgulara yönelik anlamla keşfetmek maksadıyla görüşmenin araştırmacılara sunduğu esneklik, etkileşim ve irdeleme özelliklerinden ötürü "olgu bilim" deseni kullanılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Elde edilen veriler "MAXQDA 2020" paket programı ile analiz edilmiştir. Bu süreçte, bileşenler oluşturularak ve oluşturulan bu bileşenler kodlar vasıtasıyla kodlama yöntemleriyle düzenlenmiştir. Ayrıca, çalışma grubu, araştırmanın sınırlıkları, veri toplama araçları konularında bilgiler aşağıda sunulmaktadır.

2.1. Çalışma Grubu

Nitel araştırmalarda yaygın veri toplama yöntemleri görüşme ve gözlemdir. Bu sebeple, büyük bir örneklem ile çalışmak hem vakit, hem de maliyet bakımından pek mümkün değildir. Ayrıca örneklem grubunun büyük olması; verilerin analizinde güçlük yaşanması gibi bir takım zorluklar oluşturmaktadır (Karataş, 2015: 70). Araştırmada, 'maksimum çeşitlilik örnekleme' tekniği ile örnekleme ulaşılmıştır. Bu örneklem yönteminde hedef, küçük bir örneklem ile bu örnekleme'deki probleme taraf olabilecek kişilerin çeşitliliğini olabildiğince ortaya çıkarmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 108). Araştırmaya katılan katılımcıların araştırmaya dahil olmaları için öncelikle girişimci olmaları ve gönüllü olma koşulu aranmıştır. Bu kapsamda yeni gelişmekte olan ve 5 organize sanayi bölgesi olan Gaziantep'teki girişimciler araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma genelinde, genelleme kaygısı güdülmeksizin evrende olması muhtemel çeşitliliği temsil edecek 15 girişimci ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırmaya yönelik verilerin elde edilmesine yönelik, görüşmeler 01.02.2021-01.03.2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Görüşme sırasında araştırmaya yönelik temel bilgi verilmiştir. Ayrıca, veri kayıplarını önlemek için katılımcıların bilgisi dâhilinde, kayıt cihazı kullanılmış olup, katılımcıların görüşme sonunda talep etmesi durumunda kayıtların kısmen veya tamamen silinebileceği belirtilerek, kayıt cihazının katılımcı üzerindeki olumsuz etkisi minimize edilmiştir. Mülakat yaklaşık 45 dakikalık süre içerisinde gerçekleştirilmiştir. Söz konusu araştırmadaki elde edilen veriler mülakat kayıtlarıyla sınırlıdır.

2.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmada, girişimcilerin kendi işletmelerinde insan kaynağını harekete geçirme sorumluluğunda liderler oldukları varsayılmaktadır. Ayrıca; katılımcıların araştırmada kullanılan soruları anlayabildikleri ve tarafsız cevaplayacakları, görüşlerini samimi ve gerçeğe uygun olarak sunacakları, araştırmanın amacına uygun olarak seçildiği, araştırma kapsamında kullanılan soruların araştırmanın amacını gerçekleştirmeye uygun olduğu, varsayılmaktadır. Sosyal bilimler alanında birçok araştırmada olduğu gibi bu araştırma da çeşitli sınırlılıklara sahiptir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Girişimcilerin sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik soruların dışında işletmede performans algılarını aydınlatmaya yönelik sorular soru havuzu içerisinde oluşturulmuştur. Bu araştırmada kullanılmak üzere; alanyazın taranmış, bu alanda çalışma yürüten araştırmacılar ve yöneticiler ile görüşmeler sürdürerek ve girişimcilerin iş ve iş dışı performans grafiklerinde etken faktörler düşünülerek görüşme soruları hazırlanmış olup, bu amaçla odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Sorular, konuyu ilişkin araştırmada araştırılmak isteneni ortaya çıkarmaya yönelik olarak açık uçlu olarak tasarlanmıştır. Soru havuzundaki soruların test edilmesi için pilot uygulama gerçekleştirilerek, soruların güncellemeleri sağlanmıştır. Son haliyle, araştırma genelinde belirtilen beş soruya cevap aranmıştır;

1. İşyerinde çalışanların performansının değerlendirilmesi hangi kriterlere göre yapılmaktadır?
2. Performans düşüklüğü yaşanması durumunda, bu durumu çözümlmek için neler yapılmaktadır?
3. Çalışanların performansını arttırmak için kullanılan ödül ve motivasyon araçları nelerdir?
4. Çalışanlar için ücretlendirme hangi kriterlere göre yapılmaktadır?
5. Çalışanların işinin niteliği hangi faktörlere göre belirlenmektedir? (Zorluk durumu, teknoloji gerektirmesi, bedensel efor gerektirmesi, vb.)

Araştırmadaki geçerlik; ulaşılan yargıların ve bulguların anlamlı ve tutarlı olması, görüşmecilerin gerçek görüş ve düşüncelerini belirtmeleri, araştırmada elde edilen verilerin alanyazın ile örtüşmesi, bulguların, araştırmacı tarafından saklanması, araştırmacının verilerin analizinde objektif olması (Türmüklü, 2000:550; Yıldırım ve Şimşek, 2011) ile araştırmanın geçerliği sağlanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın geçerliliğinin sağlanması için, görüşmecilerin gerçek görüşlerini belirtme dahilinde mümkün olduğunda yönlendirme yapılmamış olup mülakatlardaki görüşmeler bire bir veri analiz programına aktarılmıştır.

Nitel araştırmaların güvenilirliği ise araştırmacının, araştırmaya dâhil edilen her bir kişiye aynı soruyu aynı sözcüklerle ve aynı üslupla sorması, iki farklı araştırmacının aynı paragrafı, iki farklı zamanda aynı şekilde kodlaması, yazıya aktarılırken muhtemel bir sorun yaşanmaması, (Türmüklü, 2000: 551) sonuçların, verilerle açık bir biçimde ilişkilendirilmesi, araştırma verilerinin başkaları tarafından incelenebilecek şekilde arşivlenmesi ve verilerin araştırma sorularının gerektirdiği şekilde detaylı bir şekilde ve amaca yönelik olarak toplanması (Yıldırım ve Şimşek, 2011) ile araştırmanın güvenilirliği sağlanabilmektedir. Bu kapsamda, her görüşmeciye sorular aynı şekilde yöneltilmiş olup ham veriler başkalarının talep etmesi durumunda incelenebilecek şekilde kayıt altında tutularak araştırmanın güvenilirliği sağlanmaktadır. Tüm bunlara ek olarak bu araştırma için Hasan Kalyoncu Üniversitesinden gerekli etik kurul izni alınmıştır.

3. Bulgular

Makalenin bu bölümünde araştırma yöntemi doğrultusunda, ulaşılan bulgulara yer verilmektedir.

3.1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Araştırma, 13'ü erkek, 2'si kadın olmak üzere 15 katılımcıyla yürütülmüştür. Katılımcıların kaç yıldır sektörde buldukları ile ilgili olarak verilere incelendiğinde 21 yıl ve üzeri deneyim sahibi (%66,67, n=10) katılımcıların oranlarının en yüksek olduğu, sonrasında 11-15 yıl deneyime (%13,33, n=2) sahip olanların ve 1-5 yıl deneyime (%13,33, n=2) sahip olanların geldiğini, en az olarak ise 16-20 yıl deneyime (%6,67, n=1) sahip olan katılımcıların geldiği bulgulanmaktadır. Katılımcıların yaş bilgileri ise şu şekildedir: 9 katılımcının 51 yaş ve üzeri (%60, n=9) oran ile en yüksek dağılıma sahip olduğu, sonrasında 41-50 yaş aralığında (%26,66, n=4) olanların geldiği, 31-40 yaş aralığında (%6,66, n=1) olanların ve 21-30 yaş aralığında (%6,66, n=1) olanların ise oransal olarak en düşük yaş grubunda olduğu bulgulanmaktadır. Katılımcıların çalışan sayısı ile ilgili bilgileri ise şöyledir; girişimcilerin büyük çoğunluğu 1-100 arası (%53,32, n=8) çalışan istihdam etmektedir. Bunu, 101-300 arası (n=4, 26,66) çalışan sayısı izlemekte ve en az oranın 301-500 arası (n=3, %19,98) çalışan istihdam eden girişimciler olduğu saptanmaktadır.

3.2. Araştırmaya Ait Tema ve Kodlar

Yapılan analizler neticesinde, araştırmanın 5 tema ve bu temalara ait kodlardan oluştuğu sonucuna varılmıştır. Oluşturulan temalar; performans kriterleri, performans düşüklüğüne çözüm, işin niteliği, ödül ve motivasyon araçları, ücretlendirme kriterleridir. Tablo 2'de araştırmaya ait tema ve kodlar belirtilmektedir.

Tablo 2. Oluşturulan Tema ve Kodlar

| Oluşan Temalar | Oluşan Kodlar |
|------------------------------|---|
| Performans Kriterleri | İşini sevmek ve iyi yapmak Yenilikçilik İş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler ve ekip çalışması Kendini geliştirmek Aidiyet duygusu Hedef odaklı olmak Zamanında işlerin yapılması Çalışan iş verimliliği Saygı göstermek Yapılan fedakârlık Dürüstlük ve ahlaki nitelikler |
| Performans Düşüklüğüne Çözüm | Eğitim ve motivasyon görüşmeleri İşten çıkarma Uyarı Huzur ortamı temini Sabır Prim vermemek |
| Ödül ve Motivasyon Araçları | Prim sistemi Ek maaş-zam Çeşitli sportif aktiviteler İyi davranmak ve övgü Ailelerine yardım ve hediyeler vermek Tatile göndermek İzin vermek Çalışma kurallarında esneklik Yükseltme imkânları sunmak |
| Ücretlendirme Kriterleri | Deneyim Eğitim Güvenirlilik Kıdem Nitelik Performans Piyasa şartları Pozisyon-Yapılan iş Yetenek |
| İşin Niteliği | Yoğun emek gerektirme durumu Teknoloji gerektirme durumu Süreklilik gerektirme durumu Yenilikçilik gerektirme durumu Ekip çalışması gerektirme durumu Bilgi ve uzmanlık gerektirme durumu Vardiya Sistemi Stres durumu Fedakârlık gerektirme durumu Yüksek personel çeşitliliği Yüksek riskli bir iş olma durumu Disiplin durumu |

3.2.1. Endüstriyel Girişimcilerin Performans Kriterleri Algısına Yönelik Bulgular

Araştırmanın ilk teması olan performans kriterleri teması katılımcılar tarafından 11 kategoride belirlenmiştir. Bu kategoriler; işini sevmek ve iyi yapmak, yenilikçilik, iş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler ve ekip çalışması sürdürmek, kendini geliştirmek, aidiyet

duygusu, hedef odaklı olmak, zamanında işleri yapmak, çalışan iş verimliliği, saygı göstermek, yapılan fedakârlık, dürüstlük ve ahlaki nitelikler olarak adlandırılmıştır. Performans kriterleri temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen kategorisi “işini severek en iyi şekilde yapmak” kategorisidir. Katılımcılar performans değerlendirme yaparken kriter olarak çalışanların işlerini severek ve iyi bir şekilde yapmış olmalarına önem vermektedir. Konu ile ilgili 2D ve 7D kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“İnsan sevmeden yaptığı işte başarılı olamaz, başarı kaydedemez hiçbir adım atamaz (2D).”

“Çalışanlarımın başarısını yaptıkları işe göre değerlendiriyorum. Özenli çalışmaları, işe verdikleri önem ve o işi severek yapmalarına önem veriyorum (7D).”

Performans kriterleri algısı temasının katılımcılar tarafından en çok değinilen ikinci kategorisi yenilikçilik olmuştur. Katılımcılar konuyla ilgili çalışanların çağın gereklerine uyum sağlayarak yenilikçi düşüncelere sahip olmalarının performans değerlemede etkili olduğundan bahsetmişlerdir. 3D ve 15D kodlu katılımcılar şunları ifade etmiştir:

“Personellerimizin mesai saatleri içerisinde şirketimiz adına yenilikçi görüş düşünceleri bizim için değerlidir (3D).”

“Çalışanlarımızın sürekliliği yeniliğe ve gelişime açık olması gerekir. Yeni yatırımlar, farklı sektörler geleceğimize daha da ışık tutar bu sayede de aynı noktada kalmayız (15D).”

Performans kriterleri temasının bir diğer sıkça ifade edilen kategorisi iş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler ve ekip çalışmasıdır. Buna göre girişimciler, insan kaynağının performansını değerlendirirken, iş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler geliştirmeleri ve ekip çalışmalarına yatkın olmalarına önem vermektedirler. Zira yapılan işin niteliğine göre değişmekle birlikte profesyonel yaşamda başarılı olabilmek için kolektif eylemlerin başarıyla sürdürülebilmesi, bunun için de çalışanın iş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler içinde olması beklenmektedir. Belirlenen konu ile ilişkili olarak 14D ve 15D kodlu katılımcılar şunları ifade etmiştir:

“Toplu çalışma yani grupla çalışabilme becerisine ve sosyal ilişkileri bizim için önemli (14D).”

“Çalışanlarımızın başarıların işyerindeki aktifliklerine, potansiyel gücüne, işteki tutum ve davranışlarına, örgütsel sorunları çözmedeki yaratıcılıklarına, ekip çalışmalarına göre değerlendirmeler yapıyoruz (15D).”

3.2.2. Performans Düşüklüğüne Çözüm Stratejilerine Yönelik Bulgular

Araştırmanın ikinci teması olan performans düşüklüğüne çözüm stratejileri teması katılımcılar tarafından 6 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; eğitim ve motivasyon görüşmeleri, işten çıkarma, uyarı, huzur ortamı oluşturmak, sabır göstermek ve prim vermemek şeklindedir. Performans düşüklüğüne çözüm stratejileri temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen kategorisi eğitim ve motivasyon görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara göre eğitim ve motivasyon görüşmeleri (9), performans düşüklüğüne en yaygın ve etkili düşünülen çözümdür. Belirlenen konu ile ilişkili olarak 1D kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir:

“Dönem dönem çalışanlarımızın problemlerinden dolayı performans düşüklüğü yaşadığımız oluyor uyarılarla, telkinlerle eğitimlerle bu işi çözmeye çalışıyoruz (1D).”

Performans düşüklüğüne çözüm stratejileri temasının katılımcılar tarafından en çok değinilen ikinci kategorisi işten çıkarma olmuştur. Katılımcılar konuyla ilgili çalışanların performanslarının düşük olmasında durumunda, çalışanları işten çıkardıklarından bahsetmişlerdir. 4D kodlu katılımcı şunları ifade etmiştir:

“Başarısızlık kişinin kendisinden geliyorsa hep beraber bunu konuşup artık o kişiyle çalışmıyoruz (4D).”

Performans düşüklüğüne çözüm stratejileri temasının katılımcılar tarafından en çok değinilen üçüncü kategorisi uyarma olmuştur. Katılımcılar konuyla ilgili çalışanların performanslarının düşük olmasında durumunda, çalışanları uygun bir şekilde uyardıklarından bahsetmişlerdir.

3.2.3. Ödül ve Motivasyon Stratejilerine Yönelik Bulgular

Araştırmanın üçüncü teması olan ödül ve motivasyon stratejileri teması katılımcılar tarafından 9 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; prim sistemi, ek maaş-zam, iyi davranmak ve övgü, çeşitli sosyal ve sportif aktiviteler, ailelerine yardım ve hediyeler vermek, tatile göndermek, izin vermek, çalışma kurallarında esneklik, yükseltme imkânları sunmak şeklindedir. Ödül ve motivasyon stratejileri temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen iki kategoriden biri prim stratejisi uygulamaktır. Katılımcılar prim sistemini ödül ve motivasyon aracı olarak kullanılması konusunda büyük ölçüde hemfikirlerdir. Konu ile ilgili 14D ve 15D kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Çalışanlarımızın birbirleriyle rekabet etmeleri için ve daha fazla satış yapıp aylık gelirimiz de bizi yükseltmeleri için onlara ayrıca prim veriyoruz (14D).”

“Ay sonunda en çok üretimi çıkaran bölüme maaşlarından ayrı şekilde ekstra prim veriyoruz. Çalışanlarımıza bunu öncelik söylemekteyiz ki ay içerisinde iş motivasyonları artsın ve daha istekli şekilde çalışma arzuları olsun (15D).”

Ödül ve motivasyon stratejileri temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen iki kategoriden diğeri ek maaş/zam kategorisidir. Katılımcılar çalışanlarını motive etmek için ek maaş verebiliyor ya da maaşlarına zam uygulayabilmektedirler. Bunun ödül motivasyon araçlarının önemli bir parçası olduğundan bahsetmiştir. Konu ile ilgili 10D kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir:

“Gereken zamanlarda onların söylemesine gerek kalmadan zam yaptığımda iş yerinde performanslarının ve azimlerinin arttığını fark ediyorum (10D).”

Ödül ve motivasyon stratejileri temasının katılımcılar tarafından sıkça ifade edilen bir diğer kategori iyi davranma ve övgüdür. Katılımcılar sosyal bir varlık olan insanı motive etmek adına, performansın iyi olması durumunda çalışanlarına iyi davrandıklarını ve övgüler sunarak çalışana benzer olumlu reaksiyonlar sunduklarını ifade etmişlerdir. Konu ile ilgili 7D ve 12D kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Çalışanlarımın başarılı olduğu bir durumda onları tebrik ederim teşekkür ederim (7D).”

“İnsan, karşısındaki personele işini iyi yaptığına dair bir güzel söz bile söylese o çalışanı mutlu ediyor. Yani patron bana güzel bir şeyler söyledi diye çalışan kendi kendine motive oluyor (12D).”

3.2.4. Ücretlendirme Kriterlerine Ait Görüşlerine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bir diğer teması olan ücretlendirme teması katılımcılar tarafından 9 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; performans, yapılan işin niteliği, deneyim, kıdem, nitelik, yetenek, eğitim, piyasa şartları, güvenilirliktir. Ücretlendirme kriterleri temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen kategorisi performanslarına göre ücretlendirme uygulamaktır. Konu ile ilgili 4D ve 9D kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Performansı yüksek olan kişinin de ücretinin yüksek olması gerekiyor (4D).”

“İş performansı yüksek aylık gelirimize katkıda bulunan personellerimize de ödediğimiz ücret kişiden kişiye değişmektedir (9D).”

Ücretlendirme kriterleri temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen ikinci kategorisi pozisyonlarına- yaptıkları işe göre ücretlendirme uygulamalarıdır. Konu ile ilgili 13D kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir:

“Çalışanlarımıza buldukları iş fonksiyonlarına göre ücret ödemekteyiz. Her işin kendine göre zorluğu olduğu gibi çalışanlarımızın fabrikaya yaptığı katkı ve başarıya göre de ücret farklılık göstermektedir (13D).”

Ücretlendirme kriterleri temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen üçüncü kategorisi deneyimlerine göre ücretlendirme uygulamalarıdır. Konu ile ilgili 13D kodlu katılımcının ifadesi şu şekildedir:

“Uzun yıllardır ve fazla mesai yapan çalışanımla kısa zaman diliminde yanımda çalışmakta olan kişiye aynı ücreti ödememekteyim (13D).”

3.2.5. İşin Niteliği Teması Önerilerine Ait Görüşlerine İlişkin Bulgular

Performansların değerlendirilmesi konusunda katılımcıların fikirleri alınarak, katılımcıların performans değerlendirmesinde etkili olan beşinci temanın işin niteliği teması olduğu bulgulanmıştır. Buna göre katılımcılar performans değerlendirmesi yaparken işin niteliğini göz önünde bulundurmaktadır. İşin niteliği teması katılımcılar tarafından 12 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; yoğun emek gerektirme durumu, teknoloji gerektirme durumu, süreklilik gerektirme durumu, yenilikçilik gerektirme durumu, ekip çalışması gerektirme durumu, bilgi ve uzmanlık gerektirme durumu, vardiya sistemi, stres durumu, fedakârlık gerektirme durumu, yüksek personel çeşitliliği, yüksek riskli bir iş olma durumu ve disiplin durumu olarak adlandırılmıştır. İşin niteliği temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen kategorisi yoğun emek gerektirme durumudur. İşin yoğun emek gerektirme durumu katılımcıların performans değerlendirmesinde en çok ifade edilen tema olmuştur. Konu ile ilgili 14D kodlu katılımcıların ifadeleri şu şekildedir:

“Vakit ve emek çok önemli. Çalışanlarımızın iş performansındaki motivasyonlarını her zaman adaletli bir şekilde ödüllendiriyor ve bunun takip edilmesi noktasında özen gösteriyoruz (14D).”

İşin niteliği temasının katılımcılar tarafından en çok ifade edilen ikinci kategorisi teknoloji gerektirme durumudur. Onu ise süreklilik gerektirme durumu izlemektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Performans yönetimi, organizasyonun karlı ve rekabetçi olması ve ihtiyaç duyduğu stratejik hedeflerde başarılı olabilmesi için, çalışanların iş yürütüm şekillerinin belirlenmesi ile mümkündür. Bu noktada organizasyonda yönetici konumunda olan girişimcilerin “büyük resim” yaklaşımı ile organizasyonun etkin olabilmesi için performans değerlendirme uygulamalarını

hayata geçirmelidir (Çetin vd., 2018: 151). Bunu sağlamanın yolu, performans yönetiminin mevcutta nasıl gerçekleştiğinin tespiti ve yönetimi ile mümkündür. Zira tespit edilmeyen bir unsurun kontrol edilmesi, kontrol edilemeyen bir unsurun ise yönetilmesi beklenemez. Bu çalışmada, performans unsurlarının iş yaşamında konumlandırılması ve belirleyiciliğine ilişkin olarak, girişimcilerin performans değerlerken göz önünde bulunduğu kriterler belirlenmeye çalışılmıştır.

Alanyazın, girişimciler bağlamında performans yönetimi uygulamasına ilişkin derinlemesine vaka çalışmasına dayalı ampirik araştırmalara ilişkin örneklerin çoğunlukla, nicel çalışmalardır (Sousa vd.,2006; Serinkan ve Cabar, 2008; Wiesner vd., 2007; Çelebioğlu, 2012). Vaka çalışması yürüten (Hudson vd., 2001; Garengo ve Bititci, 2007; Sharma ve Bhagwat, 2007; Çetin, 2013) çalışmaların ise, genellikle performans yönetiminin; operasyon yönetimi, üretim yönetimi, hizmet yönetimi, teknoloji yönetimi, stratejik yönetim gibi sınırlı yönlerine odaklandıkları (Ateş vd., 2013:29) görülmektedir. Gerçekleştirilen araştırmada, alanyazından farklı olarak; direkt olarak insan odaklı performans yönetimi ve girişimcilerin performans kriterlerine yönelik özel bir odaklanma gerçekleştirilmiştir. Girişimcilerin etkileşime girdiği kurumsal teori merceğinden etkili bir performans yönetim sürecini anlamının önünü açmaktadır. Makale, alanyazına beş şekilde katkıda bulunmaktadır.

İlk olarak, girişimcilerin performans kriterlerinin neler olduğunu göstermiştir. Çalışmaya katılan girişimcilerin performans kriterleri çalışanın işini sevmesi ve iyi yapması, yenilikçi olması, iş arkadaşlarıyla iyi ilişkiler ve ekip çalışması sürdürmesi, kendini geliştirmesi, aidiyet duygusu, hedef odaklı olması, zamanında işleri yapması, çalışmalarını verimli bir şekilde sürdürmeleri, saygılı, fedakâr, dürüst olmaları ve ahlaki nitelikleri taşıyor olmalarıdır. İkinci olarak çalışanların düşük performans göstermesi durumunda girişimcilerin uyguladığı çözüm stratejileri aydınlatılmıştır. Çalışmaya katılan girişimcilerin performans düşüklüğüne çözüm stratejileri; eğitim ve motivasyon görüşmeleri gerçekleştirmek, işten çıkarmak, uyarmak, huzur ortamı oluşturmak, sabır göstermek, prim vermektir. Üçüncüsü, girişimcilerin ödül ve motivasyon stratejilerini anlamaya katkıda bulunur. Çalışmaya katılan girişimcilerin ödül ve motivasyon stratejileri; prim sistemi, ek maaş-zam, iyi davranmak ve övgü, çeşitli sosyal ve sportif aktiviteler, ailelerine yardım ve hediyeler vermek, tatile göndermek, izin vermek, çalışma kurallarında esneklik, yükseltme imkanları sunmaktır. Dördüncü olarak çalışmaya katılan girişimcilerin, çalışanların ücretlendirmesini gerçekleştirirken göz önünde bulundurdıkları kriterleri açıklamaktadır. Buna göre girişimciler ücretlendirme yaparken; çalışanın performansını, yapılan işin niteliğini, çalışanın deneyimini, kıdemini, niteliğini, yeteneğini, eğitimini, piyasa şartlarını ve çalışanın güvenilir olup olmadığını göz önünde bulundurmaktadır. Beşinci olarak, çalışmaya katılan girişimcilerin işin niteliğini değerlendirirken hangi faktörleri kıstas olarak kabul ettiklerini aydınlatmaktadır. Buna göre; işin niteliği; işin yoğun emek gerektirme durumuna, teknoloji gerektirme durumuna, süreklilik gerektirme durumuna, yenilikçilik gerektirme durumuna, ekip çalışması gerektirme durumuna, bilgi ve uzmanlık gerektirme durumuna, vardiya sistemi uygulanması durumuna, stres durumuna, fedakârlık durumuna, yüksek personel çeşitliliği gerektirme durumuna, yüksek riskli bir iş olma durumuna ve disiplin durumuna bağlıdır.

Dijitalleşmenin artışıyla, daha da küresel hale gelen dünyada, rekabet her geçen gün daha da artmakta ve bunun doğal bir sonucu olarak girişimcilerin uzun vadede ayakta kalması güçleşmektedir. İşte bu noktada, iş dünyası, beşeri sermaye türlerinde biri olan insan sermayesinin önemini kavramıştır. Böylelikle, çalışanın niteliklerden mümkün olan en yüksek ölçüde yararlanması daha mümkün hale gelmiştir (Akin, 2010: 8). İlişkisel analizlerde, girişimciler en çok ' çalışanın işini severek yapmalarına' ve 'işten çıkarma' konularına değinmişlerdir. Bu noktada girişimcilerin etkin bir insan kaynakları yönetim sistemi kullanmadıkları ve ataerkil metotlar ile çalışanın performansını yönettikleri görülmektedir. Girişimcilerin performans yönetimini etkin ve etkili bir şekilde gerçekleşmesi için, eski personel yönetimi kalıplarını sorgulamaları ve etkili insan kaynağı yönetimi ilkelerini keşfetmeleri çok gerekmektedir. 11.Kalkınma Planında, adeta ülkenin lokomotifleri olarak değerlendirilen girişimlerin ihracat ve ARGE harcamalarının 2023 yılına kadar artırımını hedeflenmiş ve bu kapsamda girişimcilik kültürü geliştirilecek, hedef ve performans bazlı odaklı destek modelleri oluşturulacağı belirtilmiştir. Bu değişimi yönlendirmek, önemli sosyal sermayeye sahip profesyonellerden yardım alınması ile mümkündür. Girişimcinin kazanması, ülkenin kazanması anlamına gelmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmada, kamu kurum ve kuruluşlarının, sivil toplum örgütlerinin, mesleki örgütlerinin senkronize bir şekilde çalışarak, girişimcileri modern ve etkili insan kaynağı yönetim ilkeleri konusunda eğitmesi önerilmektedir. Ayrıca bu konuda gerek ulusal gerek uluslararası alan yazında sınırlı sayıda çalışma olduğu görülmektedir. Gelecek araştırmacılara üretim sistemlerinin en etkili girdilerinden biri olan insan sermayesinin yönetimi için performans yönetimi ve insan kaynakları yönetimi konularında niteliksel çalışmalar gerçekleştirmeleri önerilmektedir.

Her araştırmada olduğu gibi bu araştırma da bilimin doğal yapısından kaynaklı olarak bir takım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu araştırmanın en önemli kısıtı, araştırmanın Gaziantep ilindeki girişimciler ile gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bu sınırlılıktan yola çıkarak, farklı coğrafyalarda uygulanacak araştırmalardan farklı sonuçlara ulaşılabileceği düşünülmektedir. Çalışmanın farklı girişimciler ya da yöneticiler ile mülakatlar yapılarak sonuçların karşılaştırılması, farklı sonuçların elde edilmesine faydalı olacaktır.

Araştırmada elde edilen bulguların özellikle gerçekleştirildiği evren olan girişimci işletmeler başta olmak üzere tüm işletmelere faydalı olması ve bu araştırmadaki sonuçların işletmeler, sektörler hatta ülkeler için bir strateji olarak değerlendirilmesi araştırmacılara, girişimcilere, yöneticilere ve politikacılara önerilmektedir.

Kaynakça

- Akın, A. (2010). İnsan sermayesi kaynakları açısından girişimci özellikleri (Anadolu girişimcileri üzerine bir araştırma). *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26(1), 8-22.
- Argon, T. (2010). Akademisyenlerin performans değerlendirme, motivasyon ve örgütsel adalet ile ilgili görüşlerine ilişkin nitel bir çalışma. *International Online Journal of Educational Sciences*, 2(1).
- Ates, A., Garengo, P., Cocca, P., & Bititci, U. (2013). The development of SME managerial practice for effective performance management. *Journal of small business and enterprise development*.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Bierwerth, M., Schwens, C., Isidor, R., & Kabst, R. (2015). Corporate entrepreneurship and performance: A meta-analysis. *Small business economics*, 45(2), 255-278.
- Chu, H. M., Kara, O., Zhu, X., & Gok, K. (2011). Chinese entrepreneurs. *Journal of Chinese Entrepreneurship*.
- Cole, A. (1959). *Business enterprise in its social setting*. Harvard University Press. Cambridge, Mass.
- Çelebioğlu, A. (2012). *KOBİ'lerde insan kaynakları yönetimi: Bursa ilinde bir uygulama*. Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Bilecik.
- Çetin, C., & Dinç, E. Elmalı ve Mehmet Lütfi Arslan (2018). *İnsan Kaynakları Yönetimi, İstanbul: Beta Yayınları (Altıncı Baskı)*.
- Çetin, G. (2013). *Performans yönetimine göre ücretlendirme ve Türkiye'de Kobilere uygulanması üzerine bir çalışma*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul.
- Dollinger, M.J., (1999). *Entrepreneurship: Strategies and resources*. NJ: Prentice-Hall, Upper Saddle River,
- Elitaş, C., & Ağca, V. (2006). Firmalarda çok boyutlu performans değerlendirme yaklaşımları: Kavramsal bir çerçeve. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 343-370.
- Ferecov, R. (2015). İnsan kaynaklarını yönetimde performans değerlendirme yöntemleri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8).
- Garengo, P. and Bititci, U. (2007), "Towards a contingency approach to performance measurement: an empirical study in Scottish SMEs", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 27 No. 8, pp. 802-25.
- Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of management review*, 10(4), 696-706.
- Hoselitz, B. F. (1952). Entrepreneurship and economic growth. *The American Journal of Economics and Sociology*, 12(1), 97-110.
- Hubner, S. V., & Baum, M. (2018). Entrepreneurs' human resources development. *Human Resource Development Quarterly*, 29(4), 357-381.
- Hudson, M., Smart, A. and Bourne, M. (2001), "Theory and practice in SME performance measurement systems", *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 21 No. 8, pp. 1096-115.
- Jansen, P. G., & Van Wees, L. L. (1994). Conditions for internal entrepreneurship. *Journal of Management Development*.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. *Manevi temelli sosyal hizmet araştırmaları dergisi*, 1(1), 62-80.
- Knight, F. H. (1921). *Risk, uncertainty and profit* (Vol. 31). Houghton Mifflin.
- Kuratko, D. and Hodges, H.E., (2004), *Entrepreneurship theory process and practice*, 6th ed., South-Western College Publication, Mason, OH.
- Landström, H., & Harirchi, G. (2018). The social structure of entrepreneurship as a scientific field. *Research Policy*, 47(3), 650-662.
- McClelland, D. C., & Mac Clelland, D. C. (1961). *Achieving society*. NJ: Van Nostrand.
- Narkunienė, J., & Ulbinaitė, A. (2018). Comparative analysis of company performance evaluation methods. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(1), 125-138.
- Ohemeng, F. L., & Kamga, O. (2020). Administrative leaders as institutional entrepreneurs in developing countries: A study of the development and institutionalization of performance management in Ghana's public service. *Public Administration and Development*, 40(1), 87-100.

- Özer, M. A. (2009). Performans Yönetimi Uygulamalarında Performansın Ölçümü ve Değerlendirilmesi. *Sayıştay Dergisi*, (73), 3-29.
- Schumpeter, J. (1934). The theory of economic development Harvard University Press. Cambridge, MA.
- Serinkan, C., & Cabar, H. (2008). KOBİ'lerin yönetim ve organizasyon sorunları: Denizli'deki tekstil işletmelerinde bir araştırma. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-28.
- Sharma, M.K. and Bhagwat, R. (2007), "Performance measurement system: case studies from SMEs in India", *International Journal of Productivity and Quality Management*, Vol. 2 No. 4, pp. 475-509.
- Sisson, K., & Storey, J. (2000). *Realities of human resource management: Managing the employment relationship*. McGraw-Hill Education (UK).
- Sousa, S.D., Aspinwall, E.M. and Rodrigues, A.G. (2006), "Performance measures in English small and medium enterprises: survey results", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 13 Nos 1/2, pp. 120-34.
- Şimşek, M. Ş., & Çelik, A. (2011). Genel işletme (7. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Taslak, S., & Kara, M. (2014). İşletme bilimine giriş:(modern işletmecilik). Bursa: Ekin Basım Yayın.
- Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2018). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Kamu Harcamalarında Etkinlik Çalışma Grubu Raporu.
- Türnüklü, D. (2000). Eğitimbilim araştırmalarında etkin olarak kullanılacak nitel bir araştırma tekniği: Görüşme . Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 24 (24), 543- 559.
- Wiesner, R., McDonald, J. and Banham, H.C. (2007), "Australian small and medium sized enterprises (SMEs): a study of high performance management practices", *Journal of Management and Organisation*, Vol. 13 No. 3, pp. 227-48.
- Wilton, N. (2016). *An introduction to human resource management*. Los Angeles: Sage.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, İ., & Karayılan, D. (2019). kuruluş aşamasında girişimcilerin sermaye kullanım düzeyleri: Gaziantep ili örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(37), 142-156.

Extended Abstract

Aim and Scope

Throughout the research, performance evaluation criteria for human resources are explained in order to maintain the development and success of entrepreneurship as a scientific field. With the increasing globalization and stiffening competition around the world, organizations have difficulty in fighting with their competitors with low cost advantage. At this point, performance management contributes to the achievement of the organizational goals of the employees and enables these organizations to be more effective and efficient (Wilton, 2016: 187; Çetin et al., 2018: 151). This research aims to examine the methods used by entrepreneurs in Gaziantep for performance appraisal and determining the approaches of entrepreneurs to the concept of performance and performance evaluation systems, to shed light on the effect of the system they create on the motivation of the employees. The research offers an exploratory and enlightening perspective on the performance perceptions of entrepreneurs. The research carried out is important in terms of determining the strategies and practices that entrepreneurs put forward for performance evaluations. Using the data of 15 manufacturing entrepreneurs, the entrepreneurs' views on performance management are analyzed. In this research, a wide presentation is made by addressing the issues for a better understanding of the performance appraisal initiatives of entrepreneurs. First of all, a definition and a conceptual point of view are presented, then; By referring to performance problems, possible relationships between them will be pointed out, and based on empirical findings on the subject, a performance appraisal process will be explained in the informal structures and dynamic environment faced by entrepreneurs. In addition, the way to understand how performance evaluation processes are designed in entrepreneurial enterprises and which conditions shape the performance evaluation decisions of entrepreneurs is pointed out. The study provides an exploratory enlightenment at the point of determining the performance criteria, solution strategies to performance problems, and the remuneration criteria they apply in entrepreneurial enterprises. This study paves the way for a better understanding of the scope of elaboration, influencing and causality processes regarding the performance appraisal approaches of entrepreneurs. The results of the research are considered important in terms of shedding light on the performance practices and performance management strategies of entrepreneurs and the development of performance management strategies.

Method

In the research, qualitative research method was used to examine the problematic with all its dynamics holistically and in depth. In qualitative research, the "phenomenology" design is the most common data collection tool because of its

flexibility, interaction and scrutiny features of the interview in order to explore the facts with meaning (Yıldırım & Şimşek, 2011). The obtained data were analyzed with the "MAXQDA 2020" package program. In this process, the components were created and these components were organized by coding methods through codes. In the research, 15 entrepreneurs who will represent the possible diversity in the universe were interviewed without worrying about generalization. In order for the participants to be included in the research, first of all, they were required to be entrepreneurs, to operate in Gaziantep and to be volunteers. In order to obtain the data for the research, the interviews were carried out between 01.02.2021 and 01.03.2021. The interview took place in approximately 45 minutes. The data obtained in the said research is limited to the interview records. Apart from the questions to determine the socio-demographic characteristics of the entrepreneurs, the questions to clarify the performance perceptions in the business were created within the question pool. To be used in this research; Interview questions were prepared by researching the literature, holding interviews with academics and managers working in this field, and considering the effective factors in the business and non-business performance graphs of entrepreneurs, and focus group interviews were conducted for this purpose. The questions were designed as open-ended in order to reveal what is wanted to be researched in the research on the subject. In order to test the questions in the question pool, a pilot application was carried out and the questions were updated. In addition to all these, the necessary ethics committee permission was obtained from Hasan Kalyoncu University for this research.

Findings

This article, which paves the way for understanding an effective performance management process through the lens of institutional theory with which entrepreneurs interact, contributes to the literature in five ways. First, it showed what the performance criteria of entrepreneurs are. Play the performance criteria of the entrepreneurs participating in the study. Employees like their job and do it well, be innovative, maintain good relations and teamwork with their colleagues, develop themselves, have a sense of belonging, be goal-oriented, do the work on time, continue their work efficiently, be respectful, altruistic, honest and have moral qualities. Second, solution strategies applied by entrepreneurs in case of low performance of employees are clarified. The solution strategies for the underperformance of the entrepreneurs participating in the study are as follows to conduct training and motivational interviews, to fire, to warn, to create an atmosphere of peace, to show patience, to give bonuses. Third, it contributes to understanding entrepreneurs' reward and motivational strategies. Reward and motivation strategies of entrepreneurs participating in the study are bonus system, additional salary-raise, good behavior and praise, various social and sports activities, giving aid and gifts to their families, sending them on vacation, giving permission, flexibility in working rules, and offering opportunities for promotion. Fourth, it explains the criteria that the entrepreneurs participating in the study take into account when remuneration of the employees. Accordingly, while making remuneration, entrepreneurs take into account the performance of the employee, the nature of the work done, the experience, seniority, qualification, ability, education, market conditions, and whether the employee is reliable. Fifth, it clarifies which factors are considered as criteria by the entrepreneurs while evaluating the quality of the work. Accordingly, the nature of the job, in other words the job requirements such as intensive labor, technology, continuity, innovation, teamwork, knowledge and expertise, shift system, stress, altruism, high personnel diversity, and high risk, and the job's dependence on status and discipline are those criteria.

Conclusion

With the increase of digitalization, the competition is increasing day by day in the world that has become more and more global, and as a natural consequence of this, it becomes difficult for entrepreneurs to survive in the long run. At this point, the business world has grasped the importance of human capital, which is one of the types of human capital. Thus, it has become more possible for the employee to benefit from the qualifications to the highest possible extent (Akin, 2010: 8). In relational analyses, entrepreneurs mostly mentioned 'employee doing their job with pleasure' and 'dismissal'. At this point, it is seen that the entrepreneurs do not use an effective human resources management system and they manage the performance of the employee with patriarchal methods. Entrepreneurs need to question old personnel management patterns and discover effective human resource management principles in order to perform performance management effectively and efficiently. In Turkey's 11th Development Plan, it is aimed to increase the export and R&D expenditures of enterprises, which are considered as the locomotive of the country, until 2023, and it is stated that an entrepreneurial culture will be developed and target and performance-based support models will be created in this context. Directing this change is possible with the help of professionals with significant social capital. If the entrepreneur wins, it means the country wins. In this context, in this study, it is recommended that public institutions and organizations, non-governmental organizations, professional organizations work in a synchronized manner and train entrepreneurs on modern and effective human resource management principles. In addition, it is seen that there are a limited number of studies in both national and international literature on this subject. Future researchers are recommended to carry out qualitative studies on performance management and human resources management for the management of human capital, which is one of the most effective inputs of production systems.

Form in James Joyce's Ulysses: Fragmentation and Closure

James Joyce'un Ulysses Romanında Biçim: Parçalanma ve Kapanış

Serhat Uyurkulak¹

Abstract

Regarded as one of the masterpieces of modernist literature, James Joyce's Ulysses was serialized between 1918 and 1920, and was published in 1922 in book form. Both in the period of its serialization and since its publication, there have been frequent discussions about Ulysses, and scholars have tried to tackle it from within diverse interpretive frameworks. In these interpretive and analytical endeavors, Ulysses' extraordinarily rich formal quality has always occupied a prominent place. This article focuses on some of the major formal analytical approaches to Joyce's novel, and it examines various kinds of interpretive practices carried out on Ulysses as well as the meanings that were sought in the text as a whole. The discussion made in the article underlines the problematic aspects of the approaches that choose to apply Homer's epic the Odyssey and its content to Joyce's work in a mode of one-to-one matching, including the musical reading of Ulysses' form. Moreover, it is argued that the phenomena of fragmentation and loss of totality, the dominant social and subjective experience of the period that gave rise to modernist literature, should be taken to the center in Ulysses' formal analyses.

Keywords: Ulysses, James Joyce, modernist literature, modernist novel, literary form.

Öz

James Joyce'un modernist edebiyatın başyapıtlarından biri kabul edilen Ulysses başlıklı romanı 1918-1920 yılları arasında tefrika edilmiş ve 1922 yılında kitap olarak yayımlanmıştır. Hem tefrika edildiği dönemde hem de yayımlanmasından bu yana Ulysses hakkında yoğun tartışmalar yapılmış, roman farklı yorumlama çerçevelerinden ele alınmaya çalışılmıştır. Bu yorumlama ve çözümleme çabalarında Ulysses'in olağanüstü bir çeşitlilik gösteren biçimsel özelliği her zaman önemli bir yer işgal etmiştir. Bu makalede James Joyce'un romanına yönelik belli başlı biçimsel çözümleme yaklaşımları üzerinde durulmakta, bu yaklaşımlarda Ulysses'e dair ne tür yorumlama pratikleri gerçekleştirildiği ve metnin tümüyle ilgili ne gibi anlam arayışlarına girişildiği ele alınmaktadır. Makalede yapılan tartışmada, Ulysses'in biçiminin müzikal okuması da dâhil olmak üzere, Homeros'un Odysseia destanını ve bu metnin içeriğini Joyce'un eserine birebir eşleyerek uygulamayı tercih eden yaklaşımların sorunlu yanları vurgulanmaktadır. Bunun yanında, Ulysses'in biçimsel çözümlerinde modernist edebiyatın ortaya çıktığı dönemin egemen toplumsal ve öznel deneyimi olan parçalanma ve bütünlük kaybı olgularının mutlaka merkezde yer alması gerektiği öne sürülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ulysses, James Joyce, modernist edebiyat, modernist roman, edebi biçim.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

Submitted: 09 / 07 / 2022

Accepted: 08 / 09 / 2022

¹ Dr. Öğretim Üyesi, Fenerbahçe Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, serhat.uyurkulak@fbu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-7717-5402>.

Introduction: Major Approaches to *Ulysses*, Old and New

Ever since its publication in 1922, literary critics and scholars have extensively discussed *Ulysses*' structure and form, and sometimes, its formlessness. One of the earliest and most receptive of such formal analyses appeared in T.S. Eliot's 1923 essay "*Ulysses*, Order and Myth," where he asserted that after the exhaustion of the representational capacities of the novel as a genre, James Joyce presented his contemporaries with a method that could enable them to make modern life a subject-matter of literature. This method was original as its principle was to be found in mythic structure; "using the myth [and] manipulating a continuous parallel between contemporaneity and antiquity is a way of controlling, of ordering, of giving a shape and a significance to the immense panorama of futility and anarchy which is contemporary history." (Eliot, 2005: 167) Modern condition was one of decay and chaos, and the task of the new literature was to make it into a sensible and meaningful whole. This was also what Eliot argued he intended to do in his five-part poem *The Waste Land*, published in the same year as *Ulysses*.

Ulysses is set in Dublin on a single day in the June of 1904, and in the most general sense, it moves along the theme of home rule. This theme has diverse significances in the novel vis-à-vis the lack of self-determination of colonial Ireland at the time and the lives of Leopold Bloom and Stephen Dedalus as modern counterparts of two main characters in Homer's epic. To start with the characters, in the novel's first episode set in the Martello Tower, we find Stephen alienated and ostracized by Buck Mulligan and the Englishman Haines despite that he is the one who pays the rent for the house and that the two Oxford students are merely his guests. Stephen is the young Telemachus in the *Odyssey* who finds his household overrun by suitors willing to marry his mother Penelope in the absence of his father and to become king usurping his rights as the heir. Besides, Bloom is practically expelled from his house and has to wander all day before returning to his wife Molly who prepares to cheat on him with Blazes Boylan sometime during the day. According to the Homeric parallel, Bloom is Odysseus who sails for ten years all around the Mediterranean Sea to return to his wife and throne in Ithaca after his victory in the Trojan War. Stephen and Bloom spend the day without the prospect of gaining access to their own territories as both happen to have lost the keys to their houses. This only reinforces the theme of home rule (or its lack, thereof) on the individual level; however, home rule has an immediate cultural and political significance as it is the slogan of Irish nationalists who fight to achieve independence from the British colonial rule. This dual aspect of the figure of home and the theme of home rule will prove highly crucial in our discussion of certain formal analyses of *Ulysses*' Homeric maneuvers and their significances, so we will return to this point later on.

Contrary to Eliot, in "The Ideology of Modernism" dated 1962, Georg Lukács accused modernist literature of not producing a cohesive representation of social life, of not representing it as totalizable or as something one can grasp by recognizing its fundamental structure. Anti-realism constituted the ideological basis of all modernist trends, and Lukács' discussion of the different functions of *monologue intérieur* in Joyce and Thomas Mann can be taken as an instance elucidating this point. The technique of interior monologue (or stream of consciousness), or technique as such, was the very aesthetic ambition that *Ulysses* relied upon; it was the absolute form-giving principle that determined not only the narrative pattern but also the depictions of characters. In Mann's *Lotte in Weimar*, however, "the *monologue intérieur* is simply a technical device, allowing the author to explore aspects of Goethe's world which would not have been otherwise available." (Lukács, 1971: 18) The opposition between Joyce and Mann was one of intention or attitude deriving from their respective ideologies. Joyce, precisely with his extensive use of "sense- and memory-data, their powerfully charged—but aimless and directionless—fields of force, give[s] rise to an epic structure which is *static*, reflecting a belief in the basically static character of events." (Lukács, 1971: 18) Mann, on the other hand, followed the tradition that structured events and characters in a dynamic and developmental way, and this enabled him to retain the idea of history and the changeability of society.

Diverging from the formalists who praised the technical and stylistic mastery of modernist writers, Lukács asserted that what one had to consider in a modernist work was not its form, which was in fact a non-form. Critics should rather focus on "the view of the world, the ideology or *weltanschauung*" of modernism propagating the fragmentation of the subject, angst, despair, and alienation as an eternal human condition. Modernists made the ideological decision to reject history and the reality of modern society. The protagonist or the narrative point of view was deliberately disintegrated to such an extent that the external world was no longer penetrable, and in this state depicted in complete disarray the only option left to the subject was to take refuge in nothingness. (Lukács, 1971: 19) This gesture foreclosed the possibility of perceiving any kind of wholeness (e.g., society or subjective and historical temporality) that might enable the subject to act in a meaningful way, and that was revealed in the non-structured and the non-plotted texture of modernist works.

Lukács' observation about the excessive use of data in *Ulysses* coming from sense perceptions and remembrances finds an interesting—and most likely, unintentional—echo in contemporary criticism. (Emerson, 2017) But this time the tone is not negative in that the emphasis is not on the aimlessness of the proliferation of such data in the novel—the ultimate aim, for Lukács, being the cognitive and aesthetic training in imagining the abolishment of bourgeois society and capitalism. Kent Emerson approaches *Ulysses* from a comparative textual media perspective and views not only this sheer

proliferation of sense- and memory-data but also the ever-expanding lists of so many different elements—objects, places, names, allusions, concepts—as the sign of a new formal and structural program called “database aesthetics.” (Emerson, 2017: 42) The continual beckoning to database aesthetics in the novel becomes a complete shift with “Cyclops,” and in the penultimate episode “Ithaca,” it reaches its apex. Emerson writes that

database as a media form represents a useful model for accounting for all the elements appearing in Ulysses because (...) the comparison illuminates characteristics operating in “Ithaca” that resemble information retrieval dynamics of databases. However, the database comparison helps in a more profound way. Because they organize and present elements of information according to an associational logic, databases feature the structural links like hypertext, but those links are by nature composed of informational relationships shared by the elements they connect. Every element in a database is related to others through shared informational characteristics, each feature of each element having the potential to relate to others through associational relationships. In addition to a helpful structural metaphor (...), comparison with databases allows us to define the logic behind the links throughout Ulysses. (Emerson, 2017: 43)

According to this analogy, the important thing is not so much the inertia of the epic form rising on the fields of force made by multiple kinds of data as the fact that in his more experimental episodes, Joyce managed to invent a narrative form that worked with a whole new set of principles anticipating data science or computing. Then, it seems possible to suggest that rather than being a shortcoming or causing harm, Joyce’s extensive employment of data and lists through an associational logic enables him to reflect the enormous diversity of modern life and subjectivity more adequately—a standpoint that is somewhat akin to Eliot’s.

In his thought-provoking essay making a persuasive case for Bloom’s death in “Ithaca,” David Bertolini (2015) claims that “Penelope,” the final episode of *Ulysses*, is actually a piece of writing in itself that is separate from the rest of the novel. The reason why “Penelope” does not belong in *Ulysses* is because Bloom dies in the preceding episode and the novel ends there. (Bertolini, 2015: 40) “Penelope” stages a new reality expressed throughout the novel with the term “metempsychosis” (transmigration of souls), and now Bloom and his wife inhabit the same body (Molly’s) and share one consciousness. Without going deeper into the specifics of this argument, it should be noted for the purposes of this study that by dissecting “Penelope” from *Ulysses*, Bertolini invalidates all the interpretations that are “predicated upon understanding *Ulysses* as a novel comprised of a series of interconnecting events, brute forces, and malleable characters, with ‘Penelope’ as its radical conclusion.” (Bertolini, 2015: 45) If this claim does not break up the entire novel formally and structurally, it at least rejects the notion that there is a conclusion or closure to *Ulysses*. Indeed, Joyce himself may be implying that he sees “Penelope,” Molly’s extended monologue, as a separate piece when he writes,

The first sentence contains 2500 words. There are eight sentences in the episode. It begins and ends with the female word yes. It turns like the huge earth ball slowly surely and evenly round and round spinning, its four cardinal points being the female breasts, arse, womb and cunt expressed by the words because, bottom (in all senses bottom button, bottom of the class, bottom of the sea, bottom of his heart), woman, yes. (as cited in Weir, 2015: 210)

With its own bodily coordinates, beginning and ending with the same word (Yes), and rotating like an earth ball, “Penelope” seems to have been given a self-sustained and self-enclosed life, disconnecting it from the seventeen episodes it follows.

Another striking but relatively obscure approach to the form of *Ulysses* belongs to Ahmet Hamdi Tanpınar. Two years before Lukács’ essay, in a letter he sent from Paris to artist Adalet Cimcoz in Istanbul, Tanpınar inquires about a novel he had lent to one of their mutual friends: “Please ask Teo if he will give *Ulysses* back to me. I cannot do without this book. If he won’t, I’ll happily buy a new copy.”² (Tanpınar, 1992: 154) Relatedly, in an essay about Tanpınar and the circle of Turkish artists and writers he met in Paris in 1960, Ferit Edgü recounts how his copy of *Ulysses* ended up in Tanpınar’s hands and how the latter reacted when asked to return the book: “He said, ‘Please don’t take it away from me. Because I can’t sleep without reading a page from it every night.’” Edgü notes that he was quite surprised by Tanpınar’s response. “To be honest,” he says, “I couldn’t see a relationship between James Joyce and Tanpınar’s novelistic universe. I’m unable to see a connection even today.” (Edgü, 2008: 570)

Beyond a talismanic quality that Tanpınar might have attributed to *Ulysses*, the reason why he could fall asleep only after having read a page from Joyce’s novel may be that it functioned as a book of nursery rhymes rather than a prayer book. Sean Sheehan emphasizes how in *Ulysses* Joyce constantly draws attention to the materiality of language and the material aspect of the novel as writing and textual production: “The book becomes a self-reflexive, carnivalesque work combining a heteroglossic style with innovative narrative strategies and stylistic aberrations.” (Sheehan, 2009: 13-14) In a qualified sense, Fredric Jameson refers to this quality as “autistic textualization” whereby the narrative, especially in the novel’s last episodes, is radically depersonalized, sentences are produced in a void, and “the book begins to elaborate its own text,

² All translations from Turkish to English were made by the author.

under its own momentum, with no further need of characters, point of view, author or perhaps even reader.” (Jameson, 2007a: 148) Although it is a veritably reified form of addressing the divine, the prayer still requires a minimum degree of thinking or engagement with meaning. A nursery rhyme, on the other hand, is lulling enough with its often-meaningless repetitions, mere sounds, onomatopes, and so on. Pushed as it is to the extreme in the more experimental episodes of the novel, this kind of non-mimetic textuality may result in what Henry Staten calls the “becoming formless of form.” (Staten, 1997: 381)

Did Tanpınar regard these aspects of *Ulysses* as a mode of writing that liberates one from the obligation to signify? There is no record to support this assumption. However, it is known for certain that he admired *Ulysses* for its form and for the solution it provided to an important problem Tanpınar himself faced while writing his monumental novel *A Mind at Peace*, namely creating a totalizing narrative despite an immense variety of material that does not necessarily present an internal logic of closure. In a diary entry from 1958, Tanpınar compares Virginia Woolf to Joyce and writes: “I’ve recently read *Mrs. Dalloway*. It’s very beautiful but formless. (...) It isn’t like *Ulysses*. Is it formless or does it lack resilience [*mukavemetsiz*]? But aren’t these the same thing?” (Tanpınar, 2010: 140) Where Lukács found formlessness, Tanpınar detected resilience of form over narrative material. Joyce did succeed in keeping *Ulysses* together despite his encyclopedic striving to include as many data, elements, and characters as possible from the life and history of Dublin. This ambition underlay the equally encyclopedic Istanbul novel *A Mind at Peace* (1949) as well.

Having overviewed these somewhat overlapping and contradicting classical and contemporary views, in what follows, this essay will continue examining *Ulysses*’ form and structure in tandem with the *Odyssey*-based interpretive strategies and arguments. This examination will pay special attention to the social and ideological implications of these arguments and will focus more particularly on the musical analyses of the novel’s formal organization and progression. The central point made in this study is that the content of the *Odyssey* cannot be used as the basis of any kind of formal analysis of *Ulysses* precisely when its cultural and ideological engagements are concerned. It is rather the case that the Homeric parallel should be taken literally, as it were, as the grid providing the form and the closure that this notoriously scattered novel would otherwise lack.

1. Reading Form into *Ulysses*: The Musical Approach and Homeric Projections

Eliot’s reading of *Ulysses* gave way to one of its most canonical readings that concerned not only the novel’s structure but also its content and significance. To be sure, that long-cherished reading which has served as an interpretive guide for each episode by drawing on the Homeric parallel was motivated by the novel’s title and Joyce’s own interventions. While *Ulysses* was serialized in *The Little Review* between 1918 and 1920, Joyce used episode titles from the *Odyssey*, and when the novel was published in 1922, these Homeric references had been replaced by numbers. (Levine, 2004: 123) Moreover, in 1920, in order to explain the underlying structure of *Ulysses*, Joyce gave Carlo Linati a schema containing the same titles and even the names of main figures from the *Odyssey* that corresponded to certain characters in each episode. He produced a similar document in 1921 for Stuart Gilbert.

Joyce was apparently aware of the difficulty the public might have in making sense of *Ulysses*, therefore he wanted to provide his readers with various tools to penetrate the text. In doing so, he also initiated several reading procedures that have over the years been conventionalized in literary scholarship. Jennifer Levine calls one of these procedures the poetic model, which regards *Ulysses* as “a vast symbolic project whose logic is metaphorical and allusive rather than narrative.” (Levine, 2004: 129) Fredric Jameson, furthermore, identifies three types of readings that have overdetermined our interpretation of the novel, and he calls them the mythical, the psychoanalytical, and the ethical approaches which signify the readings of *Ulysses*, “first in terms of the *Odyssey* parallel; second, in terms of the father-son relationship; and third, in terms of some possible happy end according to which this day, Bloomsday, will have changed everything, and will in particular have modified Mr. Bloom’s position in the home and his relationship with his wife.” (Jameson, 2007a: 137) None of these readings is satisfactory for Jameson since, in one way or another, they subject *Ulysses* to a moralizing reading. One may even suggest that the psychoanalytical and the ethical readings too are motivated by the *Odyssey* parallel as they feel compelled (alongside numerous other literary references such as *Hamlet* or *La Vita Nuova*) to allude to the temporarily broken Telemachus-Odysseus relationship, the nostos of the latter, and such ancient virtues as heroism, resourcefulness, cunning, and patriarchal authority that shaped the ideology of Homer’s world. All in all, each of these interpretations seems to be trying to read a form or structure into *Ulysses* by following certain themes and motifs adopted from the *Odyssey*. Also, they often aim to demonstrate the restoration of various types of orders—psychological, marital, social, patriarchal—at the end of the novel. Here, we would like to look at a different kind of reading that would be expected to avoid the shortcomings of the abovementioned procedures precisely because it takes as a model the only non-referential form of art, but that ultimately merges those readings into another theme-based formal analysis. This method reads *Ulysses* as a musical composition, and specifically, as a sonata.

Don Noel Smith presents one of the most emblematic musical analyses of the novel and argues that if we were to find a musical analogue to the structure of *Ulysses*, it would have to be the sonata. Taking the *Oxford Companion to Music* which defines the sonata form under the title “Development” as his departure point, Smith sets out to explain how the three common processes of musical composition might enable us to better understand the working of *Ulysses*. These are “a) the statement of musical themes or subject, b) the treatment of them by breaking them up into their constituent members and making new passages out of these (...), and c) the repetition of them.” (Smith, 1972: 81) While examining how these developmental movements occur in the novel, Smith focuses on three themes: “1) the search for the father, or for protection, guidance, authority, and most of all identity; 2) wandering and return; 3) usurpation, perceived as disorder or an unrightful order by those who feel displaced.” (Smith, 1972: 82) Although it is possible to see Stephen and Bloom as two different themes that can be named as the first and the second according to the sequence with which they are introduced, Smith prefers to take them as subjects that cause the accruing of various themes, the most significant of which are the three cited above. Smith then divides the novel into three sections reflecting the stages of statement, development, and recapitulation in the sonata form, and he considers the last episode, “Penelope,” as the coda in which the themes are resolved.

In Smith’s analysis, episodes 1 through 6 (“Telemachus” and “Hades”) constitute the exposition or the statement of themes. Accordingly, the first three episodes foreground the main themes in relation to Stephen, the younger protagonist who is tormented by the lack of meaning and direction in a world where fluidity and uncertainty prevail in the absence of a nurturing mother and a protective father that would effectively establish a center, a point of return for the son in search of one. As the “Telemachus” episode ends, we encounter the older protagonist of the novel, and this time the same themes are reiterated in relation to Bloom, “except that the search for the father is inverted, appearing in its obverse form, the search for the son—someone to care for, rely upon, share with, in an exclusively masculine sense.” (Smith, 1972: 82) Although Bloom is also a wandering figure, he has a home, a point that he starts from and eventually returns to. While in the case of Stephen the theme of usurpation is linked to the presence of the Englishman Haines in the Martello Tower, in Bloom’s case, it emerges with Blazes Boylan preparing to have an affair with his wife Molly. Smith argues that the themes of search for the father/son, wandering and return, and usurpation are resolved at the end of Bloom’s movement throughout the novel; as for Stephen, the resolution of these themes is rather projected into the future.

Episodes 7 through 15 (“Aeolus” and “Circe”) display the novel’s development and the main operation in these episodes is the modulation of the (musical) subjects and themes. With “Aeolus,” Bloom ceases to be the focal point; “[h]is day is interwoven with that of Stephen: paralleling, counterpointing, intersecting, and finally merging with it.” (Smith, 1972: 83) The themes and the two subjects start to recapitulate with “Eumeus,” and this movement is reinforced in “Ithaca,” episodes 16 and 17 respectively. “Eumeus” is a kind of bridge between development and recapitulation as this is the first instance where Stephen and Bloom are engaged in close conversation, and although they still retain their distinct concerns and characters, they are intimately connected and intermingled in their exchange of ideas and meanderings. “Ithaca” functions as an abstract recapitulation of the previous experiences and explorations of the two subjects while the last episode, “Penelope,” is the coda whose purpose is to effect the resolution of the themes and to give a stronger sense of closure to the work. In “Penelope,” Molly, with the secureness coming from her identity, does not feel the need to wander and search for another person who will confirm her spiritual or physical being. “She does not remove from home all day, remaining at center, in key;” hence, at the end of the episode, the two subjects, with their common themes (father and son, returning wanderer, usurped usurper) unite and resolve in relation to Molly, in this final chord. (Smith, 1972: 91)

This analysis seems to be purely formalistic with its references to strictly technical/compositional terms of music, but it works only if one makes the preliminary verdict that *Ulysses* unquestioningly espouses the Homeric themes together with all the moral-social values they project. Nevertheless, the restoration of patriarchal order, the reestablishment of the father-son relationship, the attendant rebirth of kinship or organic community, and the reconstitution of the sovereign subject are themes or conditions that in *Ulysses*’ world appear to be either in severe crisis or completely undermined. For one, Barry McCrea’s reading of *Ulysses* as a queer family epic is a powerful rejection of the conventional interpretations of the novel. (McCrea, 2009) From this perspective and among other instances, the breakpoint of the novel in “Eumeus” stages the meeting of Stephen and Bloom as a gay marriage (McCrea, 2009: 80), let alone as the reunion of father and son: “The driver never said a word, good, bad or indifferent. He merely watched the two figures, as he sat on his lowbacked car, both black-one full, one lean-walk towards the railway bridge, *to be married by Father Maher.*” (Joyce, 2000: 775)

Smith’s musical analysis shares the Homeric bias of the four reading procedures cited above and it promotes as perfectly attainable what is no longer possible in modernity—a situation that was diagnosed and even lamented by Lukács, but also erroneously attributed to the individual preferences of modernist authors like Joyce, instead of being located in the concrete conditions caused by capitalist modernity. Furthermore, the most significant features imposed on *Ulysses* through the sonata analogy are development and resolution (of themes) within a tonally hierarchical movement, along with a thoroughly controlled structure that conforms to established musical patterns. These aspects have much broader philosophical and

social-political implications. For instance, it is noted that “one of the remarkable aspects of tonality is the high degree of interdependence between the various dimensions of a composition, such as pitch, rhythm, dynamics, timbre and form,” and unlike atonality, in tonal music, functional relations between these dimensions are clearly defined. (Headlam, Lansky & Perle, 2013) Tonality is achieved with compositional practices that both utilize and foster a sense of unity based on interdependent elements with definite functions and organized around normative procedures. This definition, one could argue, is analogous to the conceptualization of modern sovereignty and national community. Organicism of social classes instituted through certain norms and procedures that are seen as reflecting the common will and interests of people is the principal element of representational or contractual sovereignty theorized in the age of bourgeois revolutions. In this analogy, the sovereign figure, or the notion of sovereignty itself becomes the home key in relation to which all dissonances are turned into consonances, and in the final moment, resolved and unified.

The idea of a musical process finding its departure point and justification in the home key and developing along a hierarchically organized movement of tones and themes also suggests the notion of organic autonomy Daniel Chua presents in *Absolute Music*. As he writes, in the nineteenth century, “[i]nstrumental music was declared autonomous. It had soul. This was not a mechanical autonomy, but an organic one: machines are made, organisms generate themselves. (...) The energy [of musical material], however diverse, emanates from the unity of the rational soul.” (Chua, 1999: 146) Taking the referential function of the law-giving home key into consideration, one may add that this self-generating and self-justifying soul is the very logic that ordains tonal music in general. Yet, Chua continues, “the self-creating structure of the instrumental music is (...) the delusion of the male ego kicking against nature, believing that deep within its being is an organic force that could create a fallen world into his perfect image.” (Chua, 1999: 147-8) Once again, this characterization echoes the vision of the autonomous self of modernity as well as the heroic figure of the self-made bourgeois, and likewise, the movement that is evoked in the sonata analogy reflects that self-becoming ego which explores the world by essaying its dissonant chords but ultimately reaches a point of reconciliation, mastery, and re-stabilization thanks to its own rational center.

2. Fragmentation(s) and Resolution: Role of the *Odyssey*

Does the formal-structural character of *Ulysses* reinforce such notions as organicism, progress/development, unity of the self, and its integration into or reconciliation with the external world? Arguably, these values were rather inherent in the aesthetics and ideology of the national moment of capital itself. In other words, such notions retained a social-cultural value only in that period in which realism could become the dominant mode of representation since the loss of social and experiential totality was not yet experienced as an all-pervasive phenomenon. Reading *Ulysses* along the lines of Homeric themes or in accordance with the implications of the sonata form and tonal music amounts to subjecting it to interpretive procedures that rather fit the older novelistic forms and aesthetics.

We should nevertheless admit that in the first six episodes of the novel (“Telemachus” through “Hades”), Joyce uses a somewhat realistic narrative style echoing the novel’s generic role in the delineation and portrayal of the nation, the city, or the country. The two protagonists do not meet until the seventh episode, “Aeolus,” but we do not think that under the title *Ulysses* there are two distinct narratives set in different societies, telling the stories of two characters inhabiting different temporal or spatial coordinates. This pattern might also be seen as an example of the movements of the subjects/themes in the dominant and subordinate keys during the expository part of the sonata. Enda Duffy notes that the greatest merit of the nineteenth-century novels that the first episodes of *Ulysses* draw on was “to show many members of a diverse community simultaneously going about their business, unaware of each other, in a single place.” In the case of *Ulysses*, he adds, “[o]nce the novel moves suddenly from Sandymount to Eccles Street and the whole other world of Bloom household is introduced in ‘Calypso,’ this strategy of imagining different subjects existing simultaneously is shown as key to notating a potential national community.” (Duffy, 1994: 52) Stuart Gilbert evokes the same point with respect to the technique Joyce employs particularly in “Wandering Rocks” in order to create a sense of community. Gilbert observes that the structure of this episode is suggestive and unique in the novel. The episode features eighteen short scenes that end in a *coda* showing a viceregal passage through the city. “All these scenes take place in the streets of Dublin between the hours of 3 and 4 p.m., and their synchronism is indicated by the insertion in each fragment of one or more excerpts from other fragments, which serve to fix the correspondence in time.” (Gilbert, 1952: 227) What we have got is eighteen short scenes occurring in one place during an hour, eighteen episodes taking place during an ordinary day in Dublin, and fragments inserted in each scene and episode from the others to create synchronicity—the parallelism seems so obvious that Gilbert defines “Wandering Rocks” as the small-scale model of *Ulysses* as a whole.

However, it seems possible to assert that in devising such a synchronicity, Joyce does not try to instill in readers a sense of collectivity and unity in the same way as nineteenth-century novelists did. He rather attempts to illustrate upon what kind of a perceptual basis that organism called the nation or national community can be imagined and represented in the first

place. That particular novelistic strategy—the classical, realistic narrative form—is just one among many other styles and techniques utilized throughout *Ulysses*. Joyce supersedes the structural parallelism that Gilbert points out and turns it into a mere effect, while the novel also reveals what is absorbed into the social organism as it increasingly focuses on the diverse temporalities of the mind which are not sequential or clocked but move with the chaotic spontaneity of remembrances, nervous stimulations, and expressions of the unconscious. As Franco Moretti suggests, fragments of other Dubliners' speech keep coming up as "pieces of undigested language" in Bloom's (and arguably in Stephen's) stream of consciousness. These fragments "are mixed up with innumerable other things—noises, commonplaces, memories, onomatopoeias—and at the first sight they are barely even distinguishable. In the long run, however, they will have a quite different significance, because it is precisely from this undigested language that the polyphony of *Ulysses* develops." (Moretti, 1996: 187-8) Below is an example of such undigested language from the "Sirens" episode. The passage features a Leopold Bloom who, having had a couple of drinks during the workday, is anxious that a fellow Dubliner passing by may hear him if he releases gas, but is at the same time relieved that a tram is approaching with all the covering noise it makes:

Seabloom, greaseabloom viewed last words. Softly.
 When my country takes her place among.
Prrpr.
Must be the bur.
Eff. Oo. Rrpr.
 Nations of the earth. *No-one behind. She's passed.* Then
 and not till then. *Tram. Kran, kran, kran. Good oppor.*
Coming. Krandrkrankran. I'm sure it's the burgund. Yes.
One, two. Let my epitaph be. Karaaaaaa. Written. I have.
Prrppffrrppfff.
 Done. (Joyce, 2000: 375-376)

Below is another excerpt from the "Aeolus" episode set in the *Freeman's* newspaper office that shows the slightly more digested language of Stephen stopping by to leave the school headmaster Mr. Deasy's article on foot and mouth disease. The passage reads both like an interior monologue and stream of consciousness, and it presents a mixture of Stephen's memory-data connected to Mr. Deasy's article and to some lines from Dante's *Inferno* that pop up in his mind by association:

Mouth, south. Is the mouth south someway? Or the south a mouth? Must be some. South, pout, out, shout, drouth. Rhymes: two men dressed the same, looking the same, two by two.

..... la tua pace
 che parlar ti piace
 Mentre che il vento, come fa, si tace.

He saw them three by three, approaching girls, in green, in rose, in russet, entwining, per l'aer perso in mauve, in purple, quella pacifica oriafiamma, gold of oriflamme, di mirarir fe piu ardenti. But I old men, penitent, leadenfooted, underdarkneath the night: mouth south: tomb womb. (Joyce, 2000: 175)

Through passages as the ones above, Joyce disrupts the alleged identity and continuity of the themes and subjects mentioned in the sonata analogy, and he unweaves their unity through a kind of linguistic machinery that works almost independently of the characters and displays no reliable logic of coherence.

Curiously enough, Joyce also dissects the novel's "body" into different organs and the social fabric of Dublin into multiple institutional spaces such as the school, the graveyard, the newspaper, or the hospital. Michael Tratner comments on the structure and the designated organ and symbol of "Wandering Rocks," and by implication, describes how Joyce is transfiguring the older novelistic form and program in *Ulysses*:

Joyce dubbed the "organ" of this chapter the "blood," which, combined with his use of "citizens" as its symbol, suggests he is taking up a conservative metaphor and one invoked by nationalist movements everywhere. But this chapter makes us think of the circulation of the blood in its numerous different veins, not of the unity produced by people of "one blood" joining together. Indeed, throughout the novel, Joyce twists biological metaphors to subvert the oppressive and essentially conservative results of nationalist essentialism. He assigns an organ to each chapter, which roughly translates into assigning each institution in the novel an organ, suggesting that this novel presents a view of society as an organic whole. But his presentation of organs emphasizes that each organ is radically different from the others. Joyce thus subverts the most common political uses of the metaphor of an organic nation as distortions. (...) The breakage and discontinuity in this novel are efforts to show the relationship of that personal multiplicity to the institutional multiplicity of any social order. (Tratner, 1995: 187)

Following Tratner, one may assert that by radically compartmentalizing the life in Dublin along with his novel's form, Joyce also releases the social heteroglossia with all the different styles, languages, and institutional discourses it contains, and he does this with no anticipation of reunion and resolution in a single linguistic key or in a dominant tone. After "Aeolus,"

the episode with which the stylistic and formal experiments of *Ulysses* become even more explicit, the place or the institution that an episode is set begins to determine both the idiom and the subject of conversations among the Dubliners. For instance, "Aeolus," set in a newspaper office, is written in the journalistic discourse and its organization reflects the pattern of a newspaper—it is composed of sixty-three sections titled in the way stories are headlined in a newspaper. In the "Oxen of the Sun" set in a maternity hospital, Joyce parodies the different styles observed in English literature from the eleventh to the early twentieth century, thereby including in his novel not only one of the elements of heteroglossia (i.e., literary discourse) but also its historical and generic variations—its gestation, birth, and maturation. This abundance of linguistic idioms in *Ulysses* is accompanied by a diversity of narrators and narrative points of view. In other words, the omniscient third-person narrator of the opening episodes using a rather standard language and keeping a relatively neutral stance towards events and characters later transforms into various narrative voices having different degrees of command over the narrative material and coming from different social groups.

For Tratner, by showing the effects of institutional roles and languages on the characters, Joyce suggests that the self "is no longer located inside the individual but becomes something maintained by outside forces." (Tratner, 1995: 191) This is one of the ways in which *Ulysses* debunks the claims of the subject of modernity regarding its self-generated and self-contained character. Moreover, unlike the nineteenth-century novels that often have an overarching style and a controlling structure, in Joyce's text, the diverse languages and discourses that inform (and even dissolve) individual and collective subjects are not made subservient to a single narrative center or to a sovereign style. In the last section of "Wandering Rocks," having traversed all the fragments of the episode and been saluted by some of the citizens of Dublin, the viceregal cavalcade emerges in full view like a knot that gives the episode a peculiar sense of unity and continuity.

Yet, Tratner suggests that the sovereign, which ordinarily claims to represent everyone in a society, is here "reduced to a passing perception, something seen by all, but only among many sights, and a sight that produces quite disparate responses: it is not the basis of unity of the whole nation, but merely one institution that intersects other institutions in many ways." (Tratner, 1995: 186) If we were to draw a parallel between the increasingly autonomous linguistic and stylistic elements in *Ulysses* and the multitude of citizens walking in the streets of Dublin, the failure of the political authority to represent and unify the nation would also appear as a sign of the author's deliberate rejection of creating a totalizing representation of Dublin's social life. In the "Cyclops" episode, we are given the description of a coin on which Queen Victoria's image is pressed:

Thereon embossed in excellent smithwork was seen the image of a queen of regal port, scion of the house of Brunswick, Victoria her name, Her Most Excellent Majesty, by grace of God of the United Kingdom of Great Britain and Ireland and of the British dominions beyond the sea, queen, defender of the faith, Empress of India, even she, who bore rule, a victress over many peoples, the wellbeloved, for they knew and loved her from the rising of the sun to the going down thereof, the pale, the dark, the ruddy and the ethiop. (Joyce, 2000: 387)

This list, however long and populated, recalls the failure to unite and represent. But the same failure is witnessed in a mirrored form in the discourse and deeds of Irish nationalists, as it is evident with the character named "citizen" and his ferocious discrimination against the Jewish Bloom in the "Cyclops" episode. However, if Joyce rejected to produce a totalizing narrative, he would have been implying that just as political sovereignty is realized through the negation or suppression of actual differences within society, the authorial sovereignty was realized through the subsumption of the mentioned stylistic and linguistic plurality into a centered and strictly organized text. And, in this sense, Joyce would have been undermining the role not only of the author but also of the novel as the authoritative narrative form of modernity.

To be sure, one cannot argue that these remarks are entirely inaccurate; however, we maintain that one should probably avoid applauding *Ulysses* from the perspective of the literary-aesthetic program of postmodernism, whereby Joyce becomes a dedicated champion of pastiche, intertextuality, decentered subject, death of the author, sheer difference, and so on. It rather seems to be the case that when certain aspects of capitalist modernity begin to take root amidst a relatively traditional mode of social life such as the one found in colonial Ireland or Dublin, the processes causing the loss of totality or unity in the experience of subjectivity and sociality are felt much more intensely. In this regard, Joyce, rather than merely celebrating the emancipatory or subversive role of decentralization, may indeed be struggling to create a narrative and formal apparatus that can register the manifold effects of fragmentation on the more "organic" community of Dublin, the psyche or the self, the experience of temporality, language, and on the available ways of representing all these elements.

Conclusion: Narrative Grid and Resilience of Form in *Ulysses*

Tanpınar's remark about the resilience of *Ulysses* concerned the form and structure that Joyce used to manage an ever-diversified, potentially infinite linguistic and narrative material. This endeavor illustrates two things at once: In the historical milieu that gave rise to modernism, social totality—characters, classes, languages, experiences, and so on—became increasingly imperceptible or inaccessible for representation; nonetheless, the modernist novelist tried to contain that

totality as successfully as realism had previously done. In this connection, we may consider the relationship Jameson establishes between modernism and the crisis of representation witnessed in the period that shaped the agenda of literary modernism:

The concept of such a crisis is (...) a useful interpreting tool for the modernist period because although the great modernists didn't understand that it couldn't be resolved, they tried to do so, resulting in projects like Joyce's Ulysses. The premise of all modernism is that language cannot express these things—that finally human psyche is too complicated, you can't trace the map of society, you can't position yourself outside of an individual life and look down at totality from above—and yet this is exactly what Joyce tries to do. This is, then, a necessary failure, but it is a failure whose authenticity is guaranteed by the urgency of the impossible attempt to represent this totality [and] this crisis is a desperate matter for the modernist artist, in which he invests all of his existence and passion. (Jameson, 2007b: 142)

One may then argue that, alongside the phenomena of separation, fragmentation, and (semi)autonomization experienced in social and subjective life, it is precisely Joyce's restless desire to create a totalizing, and not a gratuitously decentralized, narrative which results in the unceasing proliferation of linguistic materials and narrative styles in *Ulysses*. In other words, the more strongly Joyce wills to represent totality, the more expansive and diversified his text becomes. However, as it was stated in the beginning of this article, this proliferation itself creates another structural problem that has to do with narrative closure. Discussing Jameson's reading of *Ulysses* in tandem with his notion of national allegory, Ian Buchanan mentions two fundamental problems that every writer faces; namely, how to generate sentences and how to bring them to a closure. As he suggests, these problems have become even severer with the collapse of realism as the dominant mode of writing that determined the production of narratives. In this post-realist condition, writers had to invent their own codes and methods for creating texts. In order to overcome these obstacles, that is, to generate sentences that could register the lives of Dubliners on Bloomsday in an adequately detailed way, and to prevent these sentences from proliferating endlessly, Joyce used an allegorical structure: "Without the conceit of the epic allegory, any form of closure Joyce imposed would be intolerably arbitrary." (Buchanan 2006: 180-1) And to this, one may add that by abolishing time and linear progression in *Ulysses*, Joyce creates a spatial form as the one seen in paintings, whereby another means of totalization and closure is put to use. (Tskhvediani, 2018: 364)

The Homeric original draws the limits of *Ulysses* as a whole and it structures the narrative internally by providing the outlines of its smaller units that are the eighteen episodes. "The *Odyssey* parallel," Jameson writes, can "be seen as one of the organizational frameworks of the narrative text: but it is not itself the interpretation of that narrative, as the ideologues of myth have thought. Rather it is itself (...) what remains to be interpreted." (Jameson 2007a: 139) While Homer's epic provides a schema of closure for Joyce's ever-expanding totalizing narrative, there is another, more literal "map" used to fulfill the same role, and that is Dublin itself: "[I]n *Ulysses* space does not have to be made symbolic in order achieve closure and meaning: its closure is objective, endowed by the colonial situation itself." (Jameson 2007a: 165) Perhaps it was Joyce's idea of manipulating primarily the *Odyssey*'s structure (not its themes) and the spatial grid of Dublin (or any kind of grid for that matter) that Tanpınar regarded as a remarkable solution to the representational problems faced by the modernist novel. Woolf's *Mrs. Dalloway*, Tanpınar seems to have suggested, was not written with a similar method adding to the formal possibilities and strengths of modernism, and this absence left the novel formless and without resilience in a world of decomposition yielding a vast array of narrative material. Tanpınar himself exploited such structural frameworks as Istanbul, its historical geography, and the patterns of Sufi mystical love and music functioning as the main elements of his "dream aesthetics." *A Mind at Peace* is at least as ambitious as *Ulysses* in its endeavor to create a totalizing narrative that can register and respond to certain forms of fragmentation and separation experienced (and suffered) in the national situation of a modernizing Turkey. However, this discussion is outside the scope of this study.

References

- Bertolini, C.D. (2008). Bloom's death in "Ithaca," or the END of *Ulysses*. *Journal of Modern Literature*, 31(2), 39-52. <https://www.jstor.org/stable/30053267>. Access date: 29.08.2022.
- Buchanan, I. (2006). National allegory today: A return to Jameson. In C. Irr & I. Buchanan (Eds.), *On Jameson: From postmodernism to globalization* (pp. 173-189). New York: SUNY Press.
- Chua, D. (1999). *Absolute music and the construction of meaning*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Duffy, E. (1994). *The subaltern Ulysses*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Edgü, F. (2008). Tanpınar ve *Ulysses*. In A. Uçman & H. İnci (Eds.), "*Bir gül bu karanlıklarda*": *Tanpınar üzerine yazılar* (pp. 569-570). İstanbul: 3F Yayınevi.

- Eliot, T.S. (2005). *Ulysses, Order and Myth*. In L. Rainey (Ed.), *Modernism: An anthology* (pp. 165-167). New York: Blackwell Publishers.
- Emerson K. (2017). Joyce's *Ulysses*: A database narrative. *Joyce Studies Annual*, 40-64. <https://www.jstor.org/stable/26798610>. Access date: 26.08.2022
- Headlam, D., Lansky, P., & Perle, G. (2013) Atonality. *Oxford Music Online*. <https://doi.org/10.1093/gmo/9781561592630.article.47354>. Access date: 04.03.2022
- Gilbert, S. (1952). *James Joyce's "Ulysses"*. New York: Vintage Books.
- Jameson, F. (2007a). *The modernist papers*. London, New York: Verso Books.
- Jameson, F. (2007b). *Jameson on Jameson* (I. Buchanan, Ed.). Durham: Duke University Press.
- Joyce J. (2000). *Ulysses*. London, New York: Penguin Books.
- Levine, J. (2004). *Ulysses*. In D. Attridge (Ed.), *The Cambridge companion to James Joyce* (pp. 122-137). Cambridge: Cambridge University Press.
- Lukács, G. (1971). *Realism in our time: literature and class struggle* (J. & N. Mander, Trans.). New York: Harper & Row.
- McCrea, B. (2009). Family and form in *Ulysses*. *Field Day Review*, Vol. 5, 74-93. <https://www.jstor.org/stable/25664527>. Access date: 29.08.2022
- Moretti, F. (1996). *Modern epic* (Q. Hoare, Trans.). London, New York: Verso Books.
- Sheehan, S. (2009). *Joyce's Ulysses: A reader's guide*. London, New York: Continuum Books.
- Smith, D.N. (1972). Musical form and principles in the scheme of *Ulysses*. *Twentieth Century Literature*, 18/2, 79-92. <https://doi.org/10.2307/440721>.
- Staten, H. The decomposing form of Joyce's *Ulysses*. *PMLA*, 112(3), 380-392. <https://www.jstor.org/stable/462947>. Access date: 27.08.2022
- Tanpınar, A.H. (1992). *Tanpınar'ın mektupları* (Z. Kerman, Ed.). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Tanpınar, A.H. (2010). *Günlüklerin ışığında Tanpınar'la başbaşa* (İ. Enginün & Z. Kerman, Eds.). İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Tratner, M. (1995). *Modernism and mass politics: Joyce, Woolf, Eliot, Yeats*. Stanford: Stanford University Press.
- Tskhvediani, I. (2018). Dissolving temporal sequence: Spatial form in James Joyce's *Ulysses*. *Journal of Literature and Art Studies*, 8(3), 359-365. <https://doi.org/10.17265/2159-5836/2018.03.002>.
- Weir, D. (2015). *Ulysses explained: How Homer, Dante, and Shakespeare inform Joyce's modernist vision*. New York: Palgrave MacMillan.

Makroekonomik Değişkenlerin Kitle Fonlama Sistemlerinin Gelişimine Etkisi: AB Ülkeleri Üzerine Bir Uygulama

The Effects of Macroeconomic Variables on The Development of Crowdfunding Systems: An Application on EU Countries

Burcu Zengin¹

Öz

Alternatif finansman sistemlerinden biri olan kitle fonlama sistemi, yaşanan finansal krizlerin de etkisiyle, hızla gelişmekte ve geleneksel finansman yöntemleri ile rekabet edebilir bir seviyeye gelmektedir. Ancak, kitle fonlama sistemlerinin gelişim hızı ülkeler bazında değişmektedir. Çalışmanın amacı ülkeler arası farklılıkların söz konusu ülkelerin makroekonomik değişkenlerinden nasıl etkilendiğinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda, kitle fonlama sistemlerinin (borç bazlı, pay bazlı ve toplam) işlem hacimleri AB ülkelerinde çoklu doğrusal regresyon modeli ile incelenmiştir. Çalışmada, borç bazlı kitle fonlama sisteminde etkili olan değişkenlerin yurtiçi tasarruflar, cari açık, belirsizlikten kaçınma endeksi ve banka-ATM sayısı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Pay bazlı kitle fonlama ve toplam kitle fonlama sisteminde ise etkili olan değişkenlerin yurtiçi tasarruflar, ödenmemiş borçlar olduğu belirlenmiştir. Bu noktada, yurtiçi tasarrufların her üç modelde de en önemli değişken olduğu görülmektedir. Yurtiçi tasarrufların artırılması ile ülkelerin sermaye birikiminin ve kitle fonlama sistemlerine olan talebin artması beklenmektedir. Ayrıca, ülkelerin kitle fonlama sistemlerini geliştirme amacını, makroekonomik verilerine göre kendilerine en uygun türdeki sistemle gerçekleştirebilecekleri düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kitle Fonlama Sistemleri, Alternatif Finansman Yöntemleri, Çoklu Doğrusal Regresyon.

Abstract

The crowdfunding system, which is one of the alternative financing systems, is developing rapidly with the effect of the financial crises and is reaching a level that can compete with traditional financing methods. However, the pace of development of crowdfunding systems varies between countries. The aim of the study is to determine how the differences between countries are affected by macroeconomic variables. For this purpose, the transaction volumes of crowdfunding systems (debt-based, equity-based, and total) were examined with the multiple linear regression model in EU countries. In the study, it was found that the effective variables in the debt-based crowdfunding system are domestic savings, current account deficit, uncertainty avoidance, and number of banks-ATMs. It was determined that the effective variables in the equity-based and the total crowdfunding systems are domestic savings and outstanding loans. It was seen that domestic savings are the most important variable in all three models. It is expected that with the increase in domestic savings, the capital accumulation of the countries and the demand for crowdfunding systems will increase. In addition, it is thought that countries can achieve their goal of developing their crowdfunding systems with the most appropriate type of system according to macroeconomic data.

Keywords: Crowdfunding, Alternative Financing Systems, Multiple Linear Regression.

Araştırma Makalesi (Research Paper)

JEL Codes: G20, G21, G23

Submitted: 26 / 07 / 2022

Accepted: 19 / 09 / 2022

¹ Arş. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Ankara, Türkiye, burcu.zengin@hbv.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-5275-6748>

Giriş

Kitle fonlama sistemi, alternatif finansman sistemleri arasında en göze çarpan finansman yöntemi olup, giderek daha çok yaygınlaşmaktadır. Günümüzde, dünyanın birçok ülkesinde bu alternatif yöntem daha çok uygulanır ve kabul edilir olmuştur. Ancak, ülkeler bazında bu sistemin gelişme hızı değişmekte ve bu değişimin nedenleri açıkça bilinmemektedir. Bu çalışmanın, ülkeler arasındaki farklılaşmanın nedenlerine dikkat çekerek kitle fonlama sistemlerinin gelişimine yardımcı olması beklenmektedir. Çalışmanın amacı, kitle fonlama sistemlerinin Avrupa Birliği ülkeleri bazında nasıl bir gelişme yaşadığı ve hangi makroekonomik değişkenlerden etkilendiğinin belirlenmesidir. Çalışmanın, kitle fonlama sistemleri ile ilgili literatürdeki ampirik çalışma eksikliğinin giderilmesi adına bir adım olacağı ve ileride yapılması beklenen çalışmalar için öncü olacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın ilk bölümünde kitle fonlama sistemleri açıklanmış ve sistemlerin farklı tanımları ve çeşitleri üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde Avrupa Birliği ülkelerinde kitle fonlama sisteminin yıllar içerisindeki gelişimi incelendikten sonra, günümüzdeki işlem hacimleri üzerinden değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmanın sonraki bölümünde, literatür taramasına yer verilmiş ve kitle fonlama sistemini tanıtan çalışmalar ile kampanyaların başarısını değerlendiren ve sistemle ilgili önerilerde bulunan çalışmalar literatüre katkıları ile özetlenmiştir. Bu noktada, çalışmanın da üzerinde durduğu makroekonomik değişkenlerin kitle fonlama sistemini nasıl etkilediğine ilişkin yapılmış çalışmalara ayrı bir önem gösterilmiş ve bu çalışmalar analizdeki değişkenlerin belirlenmesi esnasında temel alınmıştır. Çalışmanın uygulama kısmında ise, borç bazlı kitle fonlama sisteminin, pay bazlı kitle fonlama sisteminin ve toplam kitle fonlama sisteminin makroekonomik değişkenlerden nasıl etkilendiğini göstermek adına 3 farklı çoklu doğrusal regresyon analizi uygulanmıştır. Yurtiçi tasarrufların, ödenmiş borçların, cari açığın, banka-ATM sayılarının ve belirsizlikten kaçınma endeksinin kitle fonlama sistemlerini nasıl etkilediğinin incelendiği çalışmada, ülkelerin finansal gelişmişliklerinin, o ülkelerdeki yerleşiklerin finansal erişimlerinin ve finansal belirsizlik konusundaki davranışlarının kitle fonlama sistemlerinin gelişimini etkileme hali değerlendirilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın son bölümünde, model sonuçları analiz edilerek, kitle fonlama sistemleri hakkında çıkarımlarda bulunulmuştur.

1. Kitle Fonlama Sistemleri

Kitle fonlama sistemleri, 2008 Krizi'nin etkilerinden kurtulmak adına yeni kurulan ve küçük işletmelerin, farklı ve yenilikçi girişimlerin, sosyal faydası yüksek sanatsal etkinliklerin başvurduğu bir yöntemdir. Krizin geleneksel yöntemlerle finansman sağlamayı zorlaştırması ile birlikte farklı alternatifler ortaya çıkmıştır. 2020 yılında yaşanan Covid Krizi olarak da ifade edilen değişim de, birçok alanda olduğu gibi finansman sistemlerinde de etkisini hissettirmiştir. Bu noktada, küçük işletmelerin, yeni kurulan girişimlerin finansman sağlamada yaşadığı zorlukların üstesinden gelmek adına alternatif finansman yöntemlerine yöneldiği bilinmektedir. Geleneksel finans sistemlerinin, kurumlarının ve finansman yöntemlerinin artan bir şekilde sorgulandığı ve yerlerine farklı alternatiflerin denendiği bu kriz sonrası toparlanma dönemlerinde, alternatif finansman sistemlerine olan ilgi de anlaşılırdır. Bu yöntemlerden biri de kitle fonlama (crowdfunding) adıyla anılmakta ve alternatif finansman yöntemlerine yönelen ilginin büyük bir kısmını üzerinde toplamaktadır.

Kitle fonlama farklı tanımlarla anılsa da bütün tanımların ortak yönü, oluşan paradigma değişimleri ile birlikte geleneksel finansman yöntemlerinin de değişmesi, alternatif finansman yöntemlerinin giderek yükselen bir trend halini alması ve bu yöntemlerin en önemlilerinden birinin kitle fonlama sistemi olmasıdır. Bir tanıma göre, kitle fonlama sofistike küçük bir grubun fonları sağlamasının aksine büyük bir topluluğun (genellikle internet üzerinden oluşturulan kitlenin) girişimcinin ihtiyaç duyduğu fonları sağlaması anlamına gelmektedir (Belleflamme & Lambert, 2014:2). Yenilikçi bir finansman yöntemi olarak görülen bu sistem, genellikle kitle fonlama platformlarının internet üzerinden fon kaynakları ile fona ihtiyaç duyan girişimcileri karşılaştırmasına dayanmakta ve bu platformların güven ve kullanım kolaylığı sağlamasının avantajı (European Commission, 2017:7) ile kitlelerin ilgisini çekmektedir. Bütün tanımlarda ortak olarak, internet ve web sitelerinin kullanılmasına ve geleneksel finansal aracı kurumlara ihtiyaç duyulmamasına vurgu yapılmaktadır (Mollick, 2013:9; Micic, 2015:13).

Kitle fonlamasını avantajları üzerinden niteleyen tanımlar da mevcuttur. Bu tanımların işaret ettiği üzere, kitle temelli karar verme ve inovasyondan yararlanan sistem bunu projelerin veya işletmelerin finansmanına uygulamaktadır (World Bank, 2013:8). Teknoloji etkin bu finansal hizmet, fon ihtiyacı olan iş projelerine yardımcı olduğu gibi, portföylerini çeşitlendirmek isteyen yatırımcılar için de bir alternatif yaratmaktadır. Geleneksel finans kaynaklarının dışındaki bu sistemin, ekonomideki finans kaynaklarını çeşitlendirdiği ve teminatı, sabit kıymetleri veya bir finansal sicil kaydı olmayan genç ve yenilikçi şirketler için yeni fırsatlar doğurduğu üzerinde durulmaktadır. Sermaye piyasalarında tarihsel olarak yeterince temsil edilmeyen grupların kitle fonlama ile finansal hizmetlere erişiminin sağlanması, finansman kaynaklarına ulaşabilme yeteneğinin genel kitlelere yayılmasını ve sistemin demokratikleşmesini sağlamaktadır (Mollick & Robb, 2016:77). Sistem finansal faydalarının yanı sıra, kitlelerin sağlayacağı değerli bir bakış açısı ve bilgi de sunmaktadır. Bu çerçevede, kitle fonlaması projenin sadece proje sahibi tarafından değerli görülüp görülmediğini, kitlelerin aynı değeri verip vermediğini de

göstermektedir. Kitle fonlama sisteminde başarılı olan bir projenin, değerini kanıtladığı düşünüldüğünden diğer finansman yöntemlerine (melek yatırımcı, girişim sermayesi, bankalar vb.) ulaşmada da yardımcı olacağı düşünülmektedir. Başarılı projelerin riski az olarak görüldüğünden avantajlı finansman kaynaklarının sağlanmasında etkili olmaktadır. Ayrıca, müşteri olması muhtemel olan kişilere ulaşarak güçlü bir pazarlama aracı olarak da iş görmektedir (European Commission, 2018:2, Sheldon & Kupp, 2017:20, European Commission, 2017:9).

Kitle fonlama tanımları, genelde bir çatı kavram olarak kullanılmakta ve farklı niteliklerine göre farklı isimlendirilen alternatif finansman yöntemleri ile karıştırılmaktadır. Her ne kadar birbirlerine benzer tarafları olsa da, kitle fonlamanın diğer alternatif finansman yöntemleri ile arasında bazı farklar bulunmaktadır. Girişim sermayesi (venture capital), girişim sermayesi yatırım ortaklıkları tarafından yapılan, yüksek yatırım tutarlarını içeren, görece düşük getiri sağlamasına rağmen genel kurulda yönetim katılma hakkının yatırımcılara verildiği bir alternatif finansman yöntemidir. Melek yatırım (angel financing), genelde bireysel yatırımcıların orta seviyedeki yatırım tutarlarını yüksek getiri sağlama amacı ile yeni kurulan işletmelere yatırmalarını ifade etmektedir. Melek yatırımı diğer alternatif finansman yöntemlerinden ayıran nokta, yatırımcı ve girişimci arasında aracı olmaması ve doğrudan bir bağlantı ile yatırım kararının verilmesidir. Bu nedenle, yatırım kararının verilmesi daha uzun ve ayrıntılı bir süreç haline almakta, ancak verilen yatırım kararı sadece o andaki finansmanı değil, sonraki süreçte gereken bağlantıların kurulmasını da sağlamaktadır. Kitle fonlama ise, kalabalıkların (büyük kitlelerin) düşük yatırım tutarları ile yeni kurulan, yenilikçi işletmeleri veya projeleri genellikle internet üzerinden desteklemesidir. İnternet üzerinden kitle fonlama platformları aracılığıyla yapılan işlemin maliyeti, hem yatırımcı hem de girişimci açısından diğer alternatiflere göre çok daha düşüktür. Kitle fonlamanın çeşidine göre değişse de, genelde kitle fonlamada fon arz eden kalabalıkların desteklenen işletmenin genel kurulunda bulunmaması, yönetimin girişim sahibinde kalmasını ve temsil maliyetlerinin düşmesini sağlamaktadır (Fettahoğlu ve Khusayan, 2017:504; Wallmeroth vd:2017:68; Luo vd:2022:390). Bu noktada, paya dayalı kitle fonlamaya bir parantez açılmalıdır. Paya dayalı kitle fonlamada, fon arz eden kitleler, bilgi formunda oydan yoksun olduklarına dair bir ibare olmadığı sürece, diğer pay sahipleri gibi genel kurulda yer alarak yönetimde söz sahibi olabilirler. Bu noktada, bir avuç büyük yatırımcı yerine çok sayıda küçük yatırımcıya pay oranları ile uyumlu bir şekilde yönetimde söz hakkı verilmesi, diğer alternatif finansman sistemlerinin aksine yönetim gücünü girişimciye kaydırmaktadır (Drover vd:2017:1843). Bu durumun, girişimin gelecekteki devamlılığı ve yönetsel açıdan oluşabilecek sorunların hızlı çözümü açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Diğer alternatif finansman yöntemleri ile benzer tarafları da bulunmaktadır. Geleneksel finansman sistemlerinden ayrılarak, finansal sistemin içerisinde kendine yer bulamayan yatırımcı ve girişimcilerin sisteme dahil edilmesini sağlama amaçları en önemli ortak yönleridir. Alternatif finansman yöntemleri günümüzde, birbirleri ile daha çok bağlantılı hale gelerek, yeni ve daha avantajlı karma yöntemlerin türemesine neden olmaktadır. Mikrofinansman artık online platformlar üzerinden yapılabılırken, melek yatırımcılar bir araya gelerek kitle fonlama sistemindeki bir projeye de finansman desteği sağlayabilirler. Gün geçtikçe gelişen ve değişen bir alan olan girişimci finansmanı alanındaki yöntemlerin tanımları ve aralarındaki ayırım da bu değişime bağlı olarak farklılaşmaktadır.

Kitle fonlama sisteminin sürekli değişimine bağlı olarak, ülkeler ve uluslararası kurumlar sisteme yönelik düzenlemeleri ve tanımlamaları güncelleştirmektedir. Sistem, fonlamanın taşıdığı özelliklere göre çeşitlendirilerek genişletilmiş, zenginleştirilmiş ve buna yönelik olarak farklı isimlerle anılmaya başlanmıştır. Kitle fonlama sistemi genel olarak dört çeşide ayrılmaktadır²:

- **Bağış Bazlı Kitle Fonlama:** Bağışçıların herhangi bir maddi beklenti içerisinde olmadan, hayırseverlik ve sivil toplum düzeni motivasyonları ile bireylere, projelere veya işletmelere sağladıkları fonlara dayanmaktadır. Büyük yardımseverlik organizasyonları, sosyal ve sanatsal projeler için bağış toplamak alışıldık bir finansman biçimidir. Bu tarihsel fonlama yöntemi, kitle fonlama platformları aracılığıyla online teknolojiler ve ödeme sistemleri kullanılarak internet üzerinden yapılan bağış bazlı kitle fonlama sistemine dönüşmüştür (CCAF, 2019:31; Freedman & Nutting, 2015:5; Gerber vd, 2012:)
- **Ödül Bazlı Kitle Fonlama:** Destekçilerin parasal olmayan ödül ve ürün beklentisi ile bireylere, projelere, yeni kurulan işletmelere sağladıkları fonları içermektedir. Ödül türleri, el yazısıyla yazılmış bir teşekkür kartından, kurucularla bir buluşma veya selamlaşmadan ön sipariş, indirimler veya finanse edilen ürün veya hizmetin özel haline kadar farklı varyasyonlarda olmaktadır (Hoegen vd, 2018:341). Bu durum, geliştirilen ürünün destekçilerine gösterilmesine ve destekçilerin (aynı zamanda ilk müşterilerin) geri bildirimlerine dayalı olarak ürünün piyasaya sürülmeden önce geliştirilmesine de olanak tanımaktadır (Skotte & Juvik, 2019:26).
- **Borç Bazlı Kitle Fonlama:** Ödül ve bağış bazlı kitlesel fonlamadan farklı olarak kişilerin bir maddi beklenti ile yaptığı fonlama türlerinden biridir. Pay bazlı kitle fonlama ile birlikte oluşturdukları yatırım bazlı kitle fonlama (investment-based crowdfunding) sistemi, kişilerin bu fonlama yöntemini bir yatırım gibi görmelerini ve maddi beklentilerini ifade etmektedir. Yatırım bazlı kitle fonlama, yatırım bazlı olmayan kitle fonlamadan (non

² Bahsi geçen ayırım literatürde en çok kabul gören ayırımdır. Ancak, önden kar/gelir paylaşımı, önalım, borçlanma senetleri özelliğindeki kitle fonlama ve birden çok uygulamanın karışımı olan hibrit modeller de bu sınıflandırmaya dahil edilmelidir (European Commission, 2012:10).

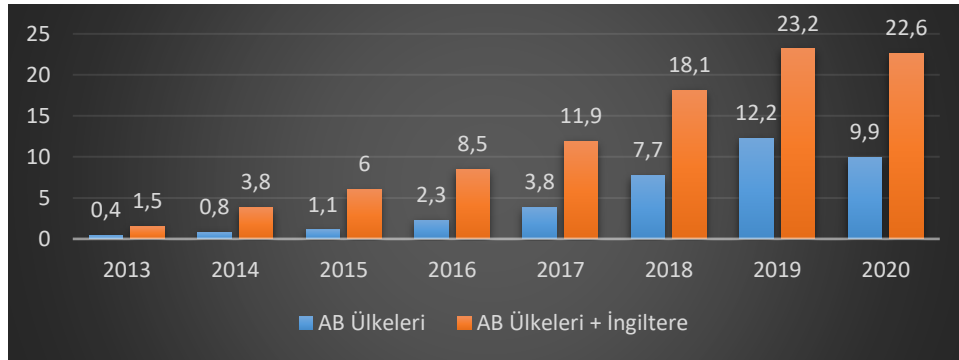
investment-based crowdfunding) çok daha büyük hacimlerde gerçekleşmektedir. Borç bazlı kitle fonlama sisteminde, fonlama geleneksel banka sistemindeki gibi girişimcilerin para ödünç alması ve karşılığında faiz ödemesi ile gerçekleşmektedir. Arada banka gibi bir aracı kurumun olmadığı sistemde, platformlar güveni sağlamak ve başvuruları inceleyerek kredibilitelerine göre onay vermektedir. Platformun onay verdiği projelerin çevrimiçi yayınlanması ve fon arz edenlerin bu iş fikirlerine borç vermesi sonucunda sistem çalışmaktadır. Eğer beklenen tutar sağlanırsa, başarılı kabul edilen iş fikrine platform tarafından kredi verilmekte, tam tersine tutar sağlanamazsa başarısız kabul edilen iş fikrine kredi verilmemektedir (CCAF, 2021:30; Anbar, 2020:245). Geleneksel finansal sistemden farklı olarak, daha ucuz faiz oranları ve kredi başvuru sürecinin hızlı ilerlemesi ile zaman ve maliyet tasarrufu sağlanmaktadır (Skotte & Juvik, 2019:27).

- Pay Bazlı Kitle Fonlama: Pay bazlı kitle fonlamada, yatırımcılar, diğer hisse senetlerine benzer şekilde, işletmelerin yapacakları kardan temettü kazanabilirler veya paylarını daha yüksek bir kazançtan satarak sermaye kazancı elde edebilirler. Firma ve platform, kampanya çevrimiçi hale gelmeden önce, firmanın değerlemesi ve arttırılacak özsermaye miktarı üzerinde anlaşmalıdır. Ödül veya bağıştaki gibi bireylerin de başvurduğu bir sistem değildir, mutlaka şirketler üzerinden bir sermaye artışı yapılmalıdır. Ayrıca, bu sisteme erişim yalnızca akredite yatırımcılarla sınırlandırılabilir. Akreditasyon şartı olmasa bile yatırım limitleri, yürürlükteki mevzuata bağlı olarak kişilerin gelirlerine veya net değerlerine göre değişiklik gösterebilmektedir. Oy kullanma hakkını elde edip etmemeleri de bilgi formlarına bağlı olarak değişmektedir (OECD, 2020:105; Block vd:2021:867,868).

Kitle fonlama sistemleri, farklı şekillerde sunulsa da, hepsinin ortak özelliği hem kitlesel bir fonlama yöntemi olarak küçük birikimlerin ve küçük yatırımcıların büyük iş fikirlerine ve projelere yatırım yapabilmesine, hem de genç işletmelerin ve yeni kurulan girişimlerin finansmanda yaşayacakları sıkıntıya çözüm olarak bu yöntemlere başvurabilmesine olanak tanimasıdır.

2. Avrupa Birliği Ülkelerinde Kitle Fonlama Sistemleri

Kitle fonlama sistemlerinin tarihi incelendiğinde, bağış ve ödüle dayalı finansman sistemlerinin uzun bir geçmişe dayandığı görülmektedir. Mozart'ın konçertolarına destek karşılığında teşekkür ettiği bir konser taslağı verdiği, Alexander Pope'un İlyada'yı İngilizceye çevirirken ihtiyaç duyduğu kaynağı bağışçılardan bulduğu ve Joseph Pulitzer'in Özgürlük Anıtı'nın inşasına yardımcı olmak adına halkı The New York Times gazetesi aracılığıyla desteğe çağırdığı bilinmektedir (Ryu, 2019:13). Bu finansman yöntemleri kitle fonlama sistemlerinin atası sayılmaktadır. Ancak, günümüzdeki anlamıyla kitle fonlama sisteminin başlangıcı, 1996 ve 1997 yılları arasında İngiliz rock grubu Marillion'un ABD'deki turunu internet üzerinden hayranlarından sağladığı 60.000 ABD Doları ile finanse etmesi olarak gösterilmektedir (Kallio & Vuola, 2021). Bu ilk adımdan sonra, yatırım bazlı olmayan kitle fonlama sistemlerinden (ödül ve bağış), getiri amacını ilk sıraya koyan, faiz veya temettü/sermaye kazancı getiren yatırım bazlı kitle fonlama sistemlerine (borçlanma ve pay bazlı) geçiş yaşanmış ve internetin etkisiyle maliyet etkin finansman yöntemlerine yoğunlaşmıştır. Çalışma çerçevesinde, bu sistemin ilk kez ortaya çıktığı ve adının konularak belirli düzenlemelerin yapıldığı günden bugüne sistemde sürekli bir büyüme yaşayan Avrupa Birliği ülkeleri incelenmiştir. Bu nedenle, 2013 yılından bugüne AB ülkelerindeki kitle fonlama sisteminde yaşanan değişimler Grafik 1'de gösterilmiştir.



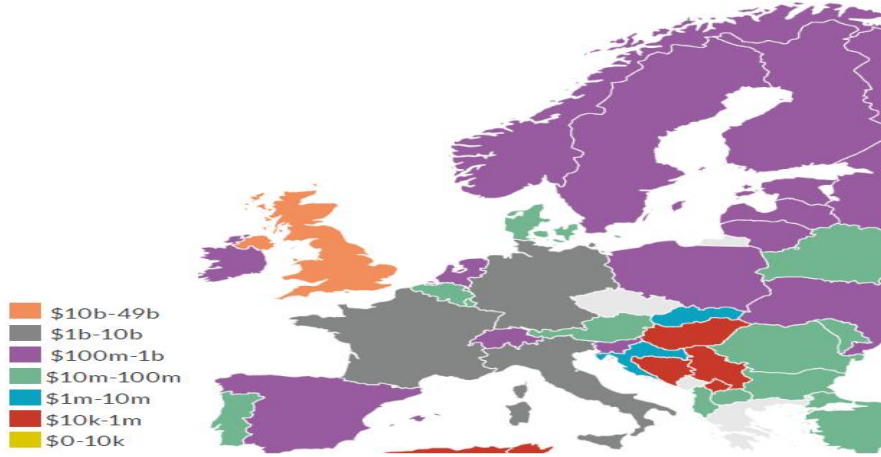
Grafik 1. AB Ülkeleri ve İngiltere'de Yıllar İtibariyle Kitle Fonlama Sisteminin Gelişimi (Milyar ABD Doları)

Kaynak: CCAF, 2021:36; CCAF, 2020:38

Grafik 1'de görüldüğü gibi, kitle fonlama sistemi ortaya çıktığı günden beri düzenli olarak büyümüş ve alternatif bir finansman sistemi olarak kendini kabul ettirmiştir. Yalnızca 2020 yılında bir düşüş yaşanmış, ancak bu durumun da 2020 yılında yaşanan Covid Krizi ile ilgili olduğu ve bu kriz neticesinde oluşan işsizlik ve resesyonun bütün diğer finansman

kaynakları gibi kitle fonlama sistemlerini de olumsuz etkilediği düşünülmektedir. Bu olağandışı durum haricinde, kitle fonlamanın büyüyen bir hacmi olduğu ve finansal sistemi değiştirmeye yönelik yenilikçi bir yaklaşım olarak kabul edildiği görülmektedir.

Kitle fonlama sisteminin düzenlemesi ile ilgili tüm Avrupa Birliği ülkelerindeki uygulamalar standart değildir, bu nedenle sistem uygulamaları birbirinden farklılaşmaktadır. Şekil 1’de Avrupa Birliği’ne üye ve aday ülkelerin 2020 yılı kitle fonlama sistemi işlem hacimleri gösterilmiştir. Buna göre, İngiltere Avrupa Birliği’nden çıkmasına rağmen, Avrupa’nın en yüksek kitle fonlama hacmine sahip ülkesi olarak değerlendirilmektedir. Avrupa bölgesinin en yüksek hacmine sahip diğer ülkeleri ise, Fransa, Almanya ve İtalya olarak sıralanabilir. Haritada görülen bir diğer nokta ise, kitle fonlama sistemine tam olarak adapte olamayan ve bu finansman sisteminde geride olan ülkelerdir. Bunlar, Bosna Hersek, Kuzey Makedonya, Kosova ve Macaristan olarak sıralanabilir.



Şekil 1. AB Ülkelerinin Kitlese Fonlama İşlem Hacimleri (Dolar, 2020)

Kaynak: CCAF, 2021:39

Avrupa Birliği ülkelerindeki kitle fonlama sistemlerinin uyumlu ve belirli bir düzen dahilinde olması için, 10 Kasım 2020’de kabul edilen düzenlemelerin 10 Kasım 2021’de uygulamaya girmesi sağlanmıştır³. Bu düzenlemelerin amacı, yatırımcı ve işletmelere güvenli, kolay, hızlı ve maliyet etkin bir kitle fonlama sistemi sağlayarak sistemin potansiyelini ortaya çıkarmaktadır.

3. Literatür Taraması

Kitle fonlama sistemi yeni ve sürekli gelişen bir finansman yöntemidir. Bu sistem, kısa bir zamanda alternatif finansman yöntemlerinin en yeni ve en çok kabul gören çeşitlerinden biri haline gelmiştir. Bu nedenle, kitle fonlama sistemi finans bilim dalının en güncel konularından biri olmuş ve yeni oluşan literatür yapılan çalışmalarla zenginleştirilmiştir. Ancak, hala konunun yeniliği, değişkenliği ve veri konusundaki yetersizlikler çalışma yapılmasını zorlaştırmaktadır. Yapılan çalışmalar, kitle fonlama sistemini tanıtıcı, nitel çalışmalar ve kitle fonlama platformlarından alınan verilerle projelerin başarısının değerlendirilmesini içeren çalışmalar üzerinde yoğunlaşmıştır. Kitle fonlama sistemini tanıtan çalışmalar ile kampanyaların başarısını değerlendiren ve sistemle ilgili önerilerde bulunan çalışmalar Tablo 1’de özetlenmiştir.

Tablo 1. Kitle Fonlama Sistemi ile İlgili Çalışmalar

| Yazar | İçeriği |
|-------------------------------|---|
| Belleflamme & Lambert (2014) | Çalışmada, girişimciler ve yatırımcılara dair yapılan diğer çalışmalara yer verilmiş, ancak literatürdeki bir eksiklik olarak nitelenen kitle fonlama platformları üzerine yapılan çalışmaların azlığına dikkat çekilmiştir. Çok taraflı platformlar teorisindeki gelişmelerin, kitle fonlama platformlarının çalışmasına nasıl entegre edileceğine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. |
| Burtch, Ghose & Wattal (2014) | 2005-2010 yılları arası Kiva.org platformunda gerçekleşen işlemlere dayanan çalışmada, borç bazlı kitlese fonlamanın (P2P) coğrafi mesafe ve kültürel farklılıklardan nasıl etkilendiği değerlendirilmiştir. |

³ Official Journal of the European Union, Legislative Acts, Regulations, 20.10.2020, L 347/1.

| | |
|---|---|
| Bouncken, Komorek & Kraus (2015) | Borç verenlerin kültürel olarak benzer ve coğrafi olarak yakın borçluları tercih ettiği ifade edilmiş ve gelecekteki kampanyaların başarısı için önerilerde bulunulmuştur. |
| Mollick & Robb (2016) | Çalışmada, kitle fonlama sistemi tanıtılmış ve web 2.0 tabanlı bir alternatif finansman yöntemi olduğu üzerinde durulmuştur. |
| Cho & Kim (2017) | Çalışmada, kitle fonlama sisteminde kitlenin bir projeyi destekleme kararına nasıl ulaştığı ve finansal olarak yeterince temsil edilmeyen grupların sermaye piyasalarına erişimleri ile sistemin demokratikleştirilmesine nasıl katkıda buldukları araştırılmıştır. |
| Kurt Cihangir (2018) | Kitle fonlama kampanyalarının başarısını etkileyen kültürel faktörlerin araştırılması için Güney Kore ve ABD'deki kampanyalar değerlendirilmiştir. ABD'de destekçiler ve proje organizatörleri arası iletişimin ve sık sık yapılan güncellemelerin başarıyı olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ancak, Güney Kore'de destekçi sayısının kampanya başarısında tek etken olduğu ve proje yorumlarının başarıyı olumsuz etkilediği ifade edilmiştir. |
| Kurt Cihangir (2018) | Kitle fonlama kavramı açıklanarak, diğer alternatif finansman yöntemleri ile karşılaştırılmıştır. Türkiye'deki gelişiminin incelendiği çalışmada, yapılacak düzenlemelerle ilgili değerlendirmelerde bulunulmuştur. |
| Block, Hornuf & Moritz (2018) | 71 finansman kampanyasındaki 39.399 yatırım kararının incelendiği çalışmada, 2 Alman pay bazlı kitle fonlama platformu üzerinden kampanyalardaki güncelleme yayınlarının, bilgilendirmelerin projelerin başarısını nasıl etkilediği üzerinde durulmuştur. Güncellemelerin ve bilgi yayınlamanın yatırım sayısı ve başlangıçtaki yatırım tutarı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu bulunurken, güncellenmenin dilinin kolay olmasının da önemli bir etken olduğu belirlenmiştir. |
| Anbar (2020) | Yeni ve küçük girişimcilerin projelerini finanse etmek adına uygulayabilecekleri kitle fonlama yöntemi tanıtılmış ve herhangi bir karşılık beklemeden (bağış bazlı), finansal olmayan (ödül bazlı) ve finansal (borç bazlı ve pay bazlı) bir ödül/getiri karşılığında yapılabilecek fonlamanın geleneksel fonlamaya karşı üstünlükleri ve riskleri açıklanmıştır. |
| Simpson, Schreier, Bitterl & White (2021) | Ödül bazlı kitle fonlama sistemini temel alan çalışma, bu yöntemin sosyal-iyi ürünlere uygulanması sürecini değerlendirmiştir. Bu çerçevede, toplumsal hareketlerin değişim yaratacağına olan inanca sahip bireylerin sisteme karşı artan oranlı bir talep sergiledikleri gözlenmiştir. |
| Akyıldız, Metin-Camgöz ve Atıcı (2021) | Kitlesel fonlama sisteminin başarısına etki eden faktörler 120 proje için 15 değişken eşliğinde ele alınarak, sinyal teorisi ve sosyal ağ teorisi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Türkiye ve Amerika, teknoloji sektörü ve film sektörü üzerinden farklı modeller yapılmıştır. Proje sahibinin harici web sitesi sahibi olması, ödül sayısı projenin başarısını olumlu etkilemekte, fonlama süresi ise Türkiye örneğinde olumlu sonuç verirken Amerika örneğinde olumsuz sonuç vermektedir. |
| Cumming, Meoli, Vismara (2021) | Çalışmada, cinsiyet, yaş, etnik köken ve coğrafyanın pay bazlı kitle fonlama üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Buna göre, genç üst yönetim ekibinin ve coğrafi olarak uzak mesafeli yatırımcı ve girişimcilerin halka arz yerine pay bazlı kitle fonlama tercih ettiği ve yönettikleri kampanyaların başarılı olduğu bulunmuştur. Ancak, finansın demokratikleşmesini değerlendirmek için kadınların ve azınlıkların fon toplama şansları incelenmiş ve yüksek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. |
| Jia & Wang (2021) | Ödüle dayalı kitle fonlama projelerinin fon yaratma başarılarını etkileyen temel faktörleri incelemek için Kickstarter'dan 331.104 proje incelenmiş ve rekabet etkisi ile aynı kategorideki proje sayısı ile projelerin başarısının negatif bir ilişkisi olduğu saptanmıştır. |
| Hsieh & Vu (2021) | Çalışma, Kickstarter'dan alınan veriler doğrultusunda politikayla ilgili belirsizliklerin ödüle dayalı kitle fonlama başarısına etkileri üzerine odaklanmıştır. EPU endeksinin (politika belirsizliğinin) artışı ile kitle fonlama başarısının ters orantılı olduğu bulunmuş ve bu bulgu kitle fonlamanın düşük riskli bir finansman biçimi olmasına bağlanmıştır. |

Kitle fonlama sistemi ile ilgili literatürde, sistemin başarısını ülkeler bazında ve makroekonomik değişkenlerle ele alan çalışma sayısı verilere ulaşım kısıtı nedeniyle yetersiz kalmaktadır. Literatürde bu kapsamda ele alınabilen çalışmalar Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Kitle Fonlama Sistemini Etkileyen Makroekonomik Değişkenler ile İlgili Çalışmalar

| Yazar | İçeriği |
|-------------------------------------|---|
| Bednarz, Markiewicz & Ploska (2017) | Kitle fonlama sistemlerinin ülkelerdeki gelişim hızının farklılaşma nedeni incelenmiştir. 10 Avrupa ülkesinde, 2005-2015 yılları arasındaki ülkelerin milli geliri, nüfus yapısı ve kitle fonlama sistemleri ilişkisi değerlendirilmiş ve sadece genç nüfus yapısına sahip olan ülkeler ile sistemin gelişmişliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. |
| Adamek & Janku (2018) | 5 Avrupa Birliği ülkesinin makroekonomik değişkenlerinin borç bazlı kitle fonlama sistemine olan etkileri değerlendirilmiştir. Çalışmalarında 106 platformdan alınan 2014-2017 arasındaki aylık verilerle panel veri analizi yapan yazarlar, banka faizlerinin ve işsizliğin kitle fonlama talebini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca, kitle fonlamanın artan rolünün mikro kredi talebini nasıl etkilediğini gözlemek için, internet üzerinden aranma sıklığına (Google Trends data) bakılarak, "krediler" teriminin istatistiksel olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir. |
| Di Pietro & Buttice (2020) | 27 ülkenin 2014-2017 yılları arasındaki verileri ile kitle fonlama sistemlerindeki farklı gelişimleri incelenmiştir. Çalışmalarında, girişimci dostu hukuksal ortam, gelişmiş bir finansal piyasa gibi kurumsal etkilerin yanı sıra, bireysellik, belirsizlikten kaçınma gibi kurumsal olmayan etkilerin de kitle fonlama sisteminin gelişimi üzerinde etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. |

4. Uygulama

Kitle fonlama sistemi ile ilgili literatürde, makroekonomik değişkenler ve sistemin gelişimi üzerine yapılan ampirik çalışmalar veri kısıtı nedeniyle yetersiz kalmaktadır. Çalışma bu eksikliği giderme ve bu kısıtları gözeterek kitle fonlama sistemi ile ilgili yeni bir bakış açısı getirme amacı taşımaktadır. Çalışmada, ülkeler bazında makroekonomik değişkenlerin ve ülkelerin girişimcilikle ilgili algılarının sistemin gelişimine etkisi değerlendirilmiştir. Analizde, bağımlı değişken olarak kitle fonlama sistemindeki tutar, bağımsız değişken olarak ödenmemiş borçlar, tasarruflar, cari açık, ülkedeki banka/ATM sayısı ve ülkelerin belirsizlikten kaçınma davranışına eğilimleri ele alınmıştır. Kitle fonlama sistemlerinin türlerine göre ülkeler arasında farklılaşmasının da analizde nasıl bir etki yaratacağını değerlendirebilmek adına, CCAF'nin (Cambridge Centre of Alternatif Finance) ayrımına benzer şekilde dijital sermaye arttırımı bazlı kitle fonlaması (digital capital raising) ve borç bazlı kitle fonlaması (digital lending) ve kitle fonlamayı bütüncül olarak gören toplam değerler üzerinden analizler yapılmıştır (<https://ccaf.io/cafb/methodology>, erişim tarihi: 10.04.2022). Bu ayrım, geleneksel dörtlü ayrım gibi, başış, ödül, pay ve borç bazlı kitle fonlama sistemine dayanmakta ve dijital sermaye arttırımı bazlı kitle fonlaması içerisinde başış ve ödül bazlı kitle fonlaması da bulunmaktadır.

Çalışma kapsamında, Avrupa Birliği ülkelerinde uygulanan kitle fonlama yöntemlerinin, makroekonomik verilerden nasıl etkilendiği belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede yapılan analizlerle, makroekonomik değişkenlerin 24 Avrupa Birliği ülkesinin kitle fonlama sistemine etkileri değerlendirilmiştir. Avrupa Birliğine üye olan 27 ülkenin, verilerine erişilebilen ve değişkenlerde aykırılık yaratmayan 24'ü analize dahil edilmiştir⁴. Çalışma kapsamına alınan 24 Avrupa Birliği ülkesi; Çekya, İsveç, Yunanistan, Almanya, Fransa, İrlanda, İtalya, Lüksemburg, İspanya, Finlandiya, Slovenya, Slovakya, Hollanda, Macaristan, Portekiz, Belçika, Litvanya, Letonya, Hırvatistan, Bulgaristan, Romanya, Danimarka, Estonya, Polonya'dır.

Kitle fonlama sistemine olan olası etkilerin incelendiği analizde, 2020 yılına dair yatay kesit veriler kullanılmıştır. Çoklu doğrusal regresyon modeli ile yapılan analizlerde, kitle fonlama çeşitlerinin AB ülkeleri nezdinde etkilendiği makroekonomik değişkenler ve ülkelerin girişimcilik algılarını değerlendiren değişkenler literatürle uyumlu olarak seçilmiştir.

4.1. Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli

Çoklu doğrusal regresyon analizi, bağımlı değişkenin iki veya daha fazla bağımsız, açıklayıcı değişkene bağlı olduğu modelleri ifade etmektedir. Bu analiz, açıklayıcı değişkenlerin sabit değerlerine bağlı bir regresyon analizi olup bu değişkenlerin verilen değerleri için Y'nin ortalama değerinin bulunmasına yardımcı olmaktadır (Gujarati & Porter, 2009:191). Bu denklem aşağıdaki gibi özetlenebilir.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon \quad (1)$$

Çoklu doğrusal regresyon analizinin varsayımları aşağıdaki gibidir (Gujarati & Porter, 2009:189; Büyüköztürk, 2004):

- Doğrusal regresyon modeli veya parametrelerde doğrusallık,
- Hata teriminden bağımsız X değerleri,
- Homoscedasticity veya sabit varyans,
- Otokorelasyon ve seri korelasyonun olmaması,
- Gözlem sayısının değişken sayısından yüksek olması,
- X değişkenlerinin değerinde varyasyon olması,
- Bağımsız değişkenlerin (X değişkenlerinin) arasında kesin bir doğrusal ilişkinin olmaması, çoklu doğrusal bağlantısının olmaması,
- Spesifikasyon yanlılığının olmaması,
- Hata terimlerinin normal dağılımı.

Çalışmada kullanılan çoklu doğrusal regresyon modelinde de bu varsayımların sağlanmasına dikkat edilmiş ve modelin sağlıklı bir şekilde değerlendirmeye olanak vermesine çalışılmıştır.

4.2. Değişkenler

Çalışmada, bağımlı değişken olarak kitle fonlama sistemindeki tutarlar ele alınmış ve CCAF verilerinden yararlanılarak, 3 farklı model bağlamında **borç bazlı, pay bazlı ve toplam kitle fonlama tutarları**⁵ elde edilebilen en güncel veri olan 2020 yılı için analize dahil edilmiştir. Veriler, ham veri olarak kullanılmamış ve gerekli düzenlemeler yapılarak analize hazır hale getirilmiştir. Parametrik analizlerin varsayımlarını yerine getirmek adına dönüşümler yapılmıştır.

⁴ Aykırı değerler (outlier) kutu grafiği (box plot) ile belirlenmiş ve bu verilerin analizin istatistiki olarak gücünü olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Bu nedenle, aykırı değer olduğu görülen Malta, Kıbrıs ve Avusturya verileri analizin olumsuz etkilenmemesi adına analizden çıkarılmıştır.

⁵ Dijital sermaye arttırımı bazlı kitle fonlaması (digital capital raising) ve borç bazlı kitle fonlaması (digital lending), pay ve borç bazlı kitle fonlaması ayrımını temel almaktadır. Bu nedenle, çalışmada da literatürde daha çok sözü edilen ayrım baz alınmıştır.

Çalışmada bağımsız değişken olarak dikkate alınan makroekonomik değişkenler, Dünya Bankası, IMF ve Hofstede'nin toplumsal örgüt kültürü verilerinden yararlanılarak elde edilmiştir. Değişkenlerin belirlenmesi sırasında yapılan yazın taramasında görece yeni bir sistem olan kitle fonlama sistemi ile ilgili yeterince ampirik değerlendirme bulunmadığından, girişimcilik ile ilgili yazından da yararlanılmıştır. Literatürle uyumlu bir değişken seçimi yapılmaya çalışılsa da, literatürdeki çalışma sayısının azlığı bu noktada bir kısıt oluşturmuştur. Buna rağmen, Bednarz, Markiewicz & Ploska (2017) çalışmasındaki gibi milli gelir; Adamek & Janku (2018) çalışmasındaki gibi işsizlik rakamları; Di Pietro & Buttice (2020) çalışmasındaki gibi bireysellik ve belirsizlikten kaçınma değişkenleri analize dahil edilmeye çalışılmıştır. Ancak, işsizlik rakamlarının dönüştürme ile bile normalleştirilememesi nedeniyle, işsizlik verileri analizden çıkarılmıştır. Bireysellik, milli gelir, enflasyon oranları, yurtiçi krediler, internet kullanım oranları verilerine, çoklu doğrusal regresyon modelini anlamsız hale getirdikleri için çalışmada yer verilememiştir. Değişkenlere karar verilirken, bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonun çok yüksek olmasından dolayı yaşanabilecek sıkıntılardan kurtulmak adına değişkenlerin korelasyonuna bakılmıştır. Buna göre yüksek korelasyonlu değişkenler olan doğrudan yabancı yatırım ile tasarruflar arasında bir seçime gidilmiş ve analize katkısı daha yüksek olan tasarruf verilerinin analizde yer alması uygun görülmüştür.

Bu çerçevede, parametrik analizlerin varsayımlarını sağlayan bağımsız değişken olarak tasarruf tutarları, ödenmemiş borçlar, banka- ATM sayısı, cari açık ve belirsizlikten kaçınma endeksi ele alınmıştır. Bu değişkenlerin her üç kitle fonlama yöntemi açısından en anlamlı sonuçları veren değişkenler olduğu yapılan analizlerle saptanmıştır. Tasarruf tutarları, cari açık verilerine Dünya Bankası'nın veri setinden (World Development Indicators) ve ödenmemiş borçlar, banka- ATM sayıları verilerine IMF veri setinden (Financial Access Survey) ulaşılrken, belirsizlikten kaçınma endeksine Hofstede'nin toplumsal örgüt kültürü boyutlarında yer verdiği ülkeler arası endeksten ulaşılmıştır (Hofstede Insights, 2021).

Yurtiçi tasarruf tutarı (YT), gayri safi yurtiçi hasıladan toplam tüketim harcamalarının çıkarılmasıyla hesaplanmaktadır. Dünya Bankası verilerinden yararlanılan bağımsız değişken, mevcut ABD doları cinsinden değerlendirilmektedir. Tasarruf, kişilerin bugünkü tüketimlerinden fedakarlıkta bulunarak, gelecekteki yaşam standartlarını iyileştirecek, ihtiyaçlarını karşılamasını ve gelecekteki tüketimi yapmasını sağlayacak gelir unsurudur. Gelirin bir alt türevi olarak görülebilen tasarruf, bugünkü ve gelecekteki tüketim arasında seçim yapılmasını içermektedir. Buna göre, yurtiçi tasarruf tutarı ise yurtiçindeki yerleşiklerin gelirlerinden tüketim yapılmayan kısmın çıkarılması ile bulunmakta ve aynı zamanda yurtiçindeki yatırıma dönüştürülebilir sermaye birikimini de ifade etmektedir. Literatürde, tasarruflar ve girişimcilik düzeyi arasındaki ilişkiyi inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Genellikle, çalışmalarda tasarruf tutarlarının yüksek olduğu ülkelerde girişimcilik düzeyinin de yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu pozitif ilişkinin varlığı, tasarrufların yarattığı sermaye birikimine bağlanmış ve iş fırsatlarını yakalama olanağını arttırması da bir etken olarak belirtilmiştir (Rikwentishe vd, 2015:117; Ribaj & Mexhuani, 2021:12). Parametrik analizlerin varsayımlarından biri olan normallik varsayımının sağlanması için, tasarruf tutarları verisinde logaritmik dönüşüm yapılmış ve veri bu dönüşüm sonrası varsayımı sağlamaya başlamıştır.

Ödenmemiş borçlar (ÖB), finansal kuruluşların yerleşik finansal olmayan şirketlere ve hanehalklarına verilmiş ödenmemiş kredileri temel almaktadır. Bu değişken, finansal sistemin içerisinde kendisine bir yer bulan ve finansal kurumlardan kredi alabilen kesimi daha açık görebilmek adına çalışmaya dahil edilmiştir. Kitle fonlaması, hizmet alamayan ve yetersiz hizmet alan borçluların finansmanına erişiminin iyileştirilmesi; daha ucuz, toplum temelli sigorta ürünlerinin yaratılması; tasarruflarından finansal getiri elde etmek için sınırlı seçeneği olan veya hiç seçeneği olmayan kişilerin dijital yatırımlara erişiminin kolaylaştırılması ile finansal olarak dışlanmış ve yetersiz hizmet alan kişileri (kadınları, gençleri, vb.) sisteme dahil etme amacı taşımaktadır (Jenik vd, 2017:15; OECD, 2020:39). Ödenmemiş borçlar (krediler) verisi, IMF'nin yaptığı Financial Access Survey (FAS) verisinden alınmış olup, geleneksel bankacılık sistemini kullanarak kredilere erişim sağlayan kişileri göstermektedir. Buna göre, ödenmemiş borçlar ne kadar yüksek olursa, kitle fonlama sisteminin işlevselliğinin de o kadar düşeceği, kitle fonlama sistemine gerek duyulmadan finansmana erişim sağlandığı ve geleneksel finansman sistemleri üzerinden yatırım ve girişimlerin yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle, ödenmemiş borçlar değişkeni ile kitle fonlama işlem hacimlerinin birbirleri ile ters orantılı olması, birinin artarken diğeri azalması beklenmektedir.

Banka-ATM sayısı (BAS), kitle fonlama sisteminin finansmana erişim ve finansal içerme açısından katkısını değerlendirebilmek adına IMF'nin yaptığı Financial Access Survey (FAS) verileri ile çalışmaya dahil edilmiştir. Analizdeki ülkelerin finansal sistemlerindeki gelişmişliği ve finansal olarak dışlanmış kişilerin azlığı, o ülkelerin kitle fonlama sistemleri ile ilişkilerini de şekillendirmektedir. Çünkü, kitle fonlama sisteminin, finansal olarak dışlanmış kesimleri finansal sistemin içerisine alarak bu kesimlerin finansmana erişimlerini arttırma amacı taşıdığı bilinmektedir (World Bank, 2013:16). Bu nedenle, finansal sistemleri gelişmiş ve finansal içermeyi sağlayan ülkelerin kitle fonlama sistemlerine ihtiyaçlarının olmayacağı düşünülmektedir. Kitle fonlama sistemi ile 100.000 kişiye düşen banka ve ATM sayılarını belirten bu değişkenin aralarındaki ilişkinin negatif yönlü olması beklenmektedir. Banka ve ATM sayıları yeterince olan ülkelerin, kişilerin finansmana erişimine her daim açık olması ve kitle fonlama sistemlerine gerek kalmaması nedeniyle bu sistemlerinin az gelişmiş olması beklenen bir sonuçtur. Banka-ATM sayıları verisi ayrı ayrı iki veri olarak analize alınmasına rağmen, bu iki değer birbirlerine yüksek korelasyonla bağlantılı olması bu ilişkinin analize zarar vereceğini

düşündürmüştür. Bu çerçevede, veri tek bir veriye dönüştürülerek, ülkelerin bankacılık sistemlerinin finansal sisteme erişim isteyen kişilere nasıl bir olanak tanıdığıнын belirlenmesi sağlanmaya çalışılmıştır.

Cari açık (CA), bir ülkenin dünyanın geri kalanıyla yaptığı uluslararası işlemlerin bir kaydı olarak tanımlanmaktadır. Yerleşik ve yerleşik olmayan işletmeler arasında gerçekleşen ve ekonomik değer içeren tüm işlemleri içeren cari açık, ülkelerin finansal istikrarları ile ilişkilidir. Cari açık oranlarının ülkelerin finansal sistemlerinin kırılganlığını belirleyen bir etken olduğuna dair birçok çalışma bulunmaktadır (Shelburne, 2008:26; Devadas & Loayza, 2018:2). Buna göre, cari açık oranları yüksek olan ülkelerin bu açıkları nasıl finanse ettikleri ile ilgili olarak kırılganlıkları değişmektedir. Doğrudan yabancı yatırım gibi sürdürülebilir ve kalkınmayı destekleyici bir yöntemle finanse edilemeyen cari açıklar, sürdürülemeyecek noktalara gelmesi halinde ülkeleri finansal krizlerle başbaşa bırakmaktadır (Reisen, 1998:125). Bu nedenle, cari açık oranlarının yüksek olduğu, kısa vadeli sermaye akımları gibi sürdürülebilir olmayan finansman yöntemleri ile finanse edildiği ülkelerdeki finansal kırılganlığın daha yüksek olduğu düşünülebilir. Finansal kırılganlığın ödemeler dengesi krizi adı verilen krizleri tetikleme etkisinin olması nedeniyle, risk algısını da olumsuz yönde değiştirmesi ve sistemsel riskleri artırarak girişimciliği olumsuz yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu çerçevede, cari açık oranları ile kitle fonlama sistemleri arasındaki ilişkinin negatif olacağı öngörülmektedir. Ancak, girişimcilerin cari açığın ve sistemsel risklerin oluşturduğu belirsizliklerden kaçınmak ve kendi işinin sahibi olmak adına bankalar gibi katı finansman kuruluşları yerine alternatif finansman yöntemlerine yönelmeleri de şaşırtıcı bir sonuç değildir. Cari açık oranları ile kitle fonlama sistemleri arasındaki görülebilecek pozitif ilişki de bu kapsamda değerlendirilmelidir.

Belirsizlikten kaçınma endeksi (BKE), bir kültürün üyelerinin belirsiz veya bilinmeyen durumlar tarafından tehdit edildiğini hissetme derecesidir. Belirsizlikten kaçınma derecesi düşük toplumlarda, hayattaki belirsizlikler daha kabul edilir durumdur. Bu kültürün üyeleri, belirsizlikle baş edebilme yeteneğine haiz, daha az stresli, daha az endişeli, iş değiştirmekte sorun görmeyen, bireysel farklılıklara daha fazla toleranslı olarak ifade edilmektedir. Tam tersine, belirsizlikle mücadele eden, daha fazla stresli, sevmese de işini değiştirmek istemeyen, bireysel farklılıklara daha az tolerans gösteren üyelerinin olduğu toplumların belirsizlikten kaçınma endeksinde yüksekte oldukları görülmektedir (Hofstede vd, 2010:167). Belirsizlikten kaçınma endeksinin, ülkelerin girişimciliğe bakış açılarını değerlendirmek adına en önemli verilerden biri olduğu düşünülmektedir. Buna göre, girişimciliği etkileyen faktörler arasında kültür de gelmektedir. Kültürün alt boyutlarından biri olan belirsizlikten kaçınma da girişimciliği etkilemektedir, ancak bu etkinin ne yönde olduğu konusunda farklı fikirler bulunmaktadır. Yazındaki kimi çalışmalarda, belirsizlikten kaçınma refleksine sahip olmayan ülkelerin çok daha fazla girişimciliğe yönelindikleri ve gelecekteki belirsizliklerden korkmadıkları için yeni kurulan işletmelere ve projelere yatırım yaptıkları belirlenmiştir. Bazı çalışmalarda ise belirsizlikten kaçınma refleksine sahip olan ülkelerin sakinleri arasındaki yüksek mutsuzluk yüzdeleri bulunmasının ve bu durumun değişmesi için ise daha fazla girişimciliğe yönelmelerinin, girişimcilik ve belirsizlikten kaçınma endeksi arasındaki pozitif sonuçları haklı gösterebildiği belirtilmiştir (Lopez-Cabarcos vd., 2017: 8,9). Belirsizlikten kaçınan ülkelerdeki büyük kuruluşların kısıtlayıcı ikliminin, özerklik için çabalayan bireyleri serbest meslek sahibi olmaya ittiği bulgusuna ulaşılmıştır (Wennekers vd., 2007:141). Çalışmada, bu sonuçlarla uyumlu bir şekilde belirsizlikten kaçınma endeksi ile kitle fonlama sistemleri arasında pozitif bir ilişki beklenmektedir. Belirsizlikten kaçınan kişilerin, ülkelerinin mevcut durumundan kaçınmak adına daha çok kitle fonlama sistemine yönelecekleri düşünülmektedir. Bu sistemin maliyet ve zaman konusundaki avantajları düşünüldüğünde bu durum daha çok anlaşılır hale gelmektedir. Belirsizlikten kaçınmaya çalışan kişilerin çoğunlukta olduğu ülkelerin, geleneksel finansman yöntemlerinin maliyet ve zaman açısından dezavantajları ve kredi şartlarının zorluğu ile baş edebilmek için kitle fonlama sisteminden yararlanmaları beklenmektedir.

4.3. Model

3 farklı çoklu doğrusal regresyon modelinin yapılması ile farklı tür kitle fonlama çeşidinin analizdeki etkisi ölçülmeye çalışılmıştır. İlk çoklu doğrusal regresyon analizinde, bağımlı değişken olarak borç bazlı kitle fonlama sisteminin işlem hacimlerinin (BBKF); bağımsız değişken olarak belirlenen yurtiçi tasarruflar (YT), ödenmemiş borçlar (ÖB), cari açık oranları (CA), banka-ATM sayısı (BAS), belirsizlikten kaçınma endeksinden (BKE) nasıl etkilendiği görülmektedir. Aşağıdaki denklemle bu ilişki analiz edilmiştir.

$$\text{LogBBKF} = \beta_0 + \beta_1 \text{Log YT} + \beta_2 \text{Log ÖB} + \beta_3 \text{CA} + \beta_4 \text{BAS} + \beta_5 \text{BKE} + \epsilon \quad (1)$$

İkinci çoklu doğrusal regresyon analizinde, bağımlı değişken olarak pay bazlı kitle fonlama sisteminin işlem hacimleri (PBKF) ele alınmış ve belirlenen bağımsız değişkenlerle ilişkisi incelenmiştir.

$$\text{LogPBKF} = \beta_0 + \beta_1 \text{Log YT} + \beta_2 \text{Log ÖB} + \beta_3 \text{CA} + \beta_4 \text{BAS} + \beta_5 \text{BKE} + \epsilon \quad (2)$$

Üçüncü çoklu doğrusal regresyon analizinde ise, bağımlı değişken olarak pay bazlı ve borç bazlı kitle fonlama sisteminin işlem hacimlerinin toplamını veren toplam kitle fonlama işlem hacimleri (TKF) dikkate alınmıştır. Bu analizle birlikte, kitle fonlama sistemine bütüncül bir bakış açısıyla bakılması amaçlanmaktadır. Üçüncü ve son çoklu doğrusal regresyon analizinin denklemi aşağıdaki gibidir.

$$\text{LogTKF} = \beta_0 + \beta_1 \text{Log YT} + \beta_2 \text{LogÖB} + \beta_3 \text{CA} + \beta_4 \text{BAS} + \beta_5 \text{BKE} + \epsilon \quad (3)$$

Çalışmada, bu üç analizle kitle fonlama sistemindeki farkın bu denklemde nasıl bir etkisi olduğu görülmek istenmiştir. Bu amaçla yapılan analizde Stata 16.0 uygulamasından yararlanılmıştır.

4.4. Uygulama Sonuçları

Avrupa Birliği ülkelerinin kitle fonlama işlem hacimlerinin farklılaşma nedenlerini makroekonomik değişkenlerle ve ülkelerin belirsizliğe bakış açıları ile değerlendirmeyi amaçlayan çalışmada, kullanılan çoklu doğrusal regresyon modellerinde⁶ kullanılan değişkenlerin tanımlayıcı istatistik sonuçları Tablo 3'de özetlenmiştir.

Tablo 3. Tanımlayıcı İstatistikler

| Değişkenler | N | Ortalama | Std. Sapma | Skewness - Kurtosis |
|----------------------------------|----|----------|------------|---------------------|
| Toplam Kitle Fonlama | 24 | 18.344 | 2.026 | .3734* |
| Paya Dayalı Kitle Fonlama | 24 | 16.295 | 2.074 | .6531* |
| Borçlanmaya Dayalı Kitle Fonlama | 24 | 18.236 | 1.940 | .5254* |
| Ödenmemiş Borçlar | 24 | 12.467 | 1.873 | .9330* |
| Yurtiçi Tasarruflar | 24 | 24.874 | 1.438 | .2254* |
| Cari Açık Oranları | 24 | 1.840 | 4.022 | .7933* |
| ATM-Banka Sayıları | 24 | .00098 | .00041 | .1582* |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | 24 | 71.041 | 21.51 | .2355* |

Kaynak: World Bank, IMF, Hofstede, 2022

*İstatistiksel olarak anlamlı

Tablo 3'de görülen değişkenlerin tamamı parametrik veri analiz yöntemlerinin varsayımlarına uyumlu olarak normal dağılım göstermektedir. Farklı bağımlı değişkenler bazında ele alınan 3 farklı çoklu doğrusal model bağlamında değerlendirmeler yapılmaktadır.

Bağımsız değişkenler arasındaki korelasyonun belirli bir seviyenin üstünde olması da istatistiksel açıdan modelin anlamlılığını olumsuz etkileyen etmenlerden biridir. Bu nedenle, korelasyonu belirli bir seviyenin üstünde olan bağımsız değişkenler modelden çıkarılarak modelin sağlıklı bir şekilde işlemesi sağlanmaya çalışılmıştır. Yurtiçi tasarruflar ile doğrudan yabancı yatırımlar arasındaki ilişkinin yüksek seviyede korelasyon içermesi nedeniyle, doğrudan yabancı yatırım verisi analizden çıkarılmıştır. Bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 4'de gösterilmektedir.

Tablo 4. Bağımsız Değişkenler Arası Pearson Korelasyon Testi

| Değişkenler | Ödenmemiş Borçlar | Yurtiçi Tasarruflar | Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | Banka-ATM Sayısı | Cari Açık |
|--------------------------------|-------------------|---------------------|--------------------------------|------------------|-----------|
| Ödenmemiş Borçlar | 1.0000 | | | | |
| Yurtiçi Tasarruflar | 0.6595 | 1.0000 | | | |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | 0.0163 | -0.1641 | 1.0000 | | |
| Banka-ATM Sayısı | 0.0117 | -0.0354 | 0.4948 | 1.0000 | |
| Cari Açık | 0.0158 | 0.2080 | -0.4701 | -0.2307 | 1.0000 |

Tablo 4'de görüldüğü üzere, bağımsız değişkenlerin, bir miktar tolerans dahilinde, birbirleri ile ilişkileri orta dereceli bir korelasyona işaret etmekte ve yüksek dereceli bir korelasyonun (%70 üstü) olmaması analizin işlerliğini arttırmaktadır (Köklü vd, 2006:93).

Çalışmada uygulanan 3 farklı çoklu doğrusal regresyon modelinin sonuçları aşağıdaki tablolarda verilmiştir. Buna göre, bu modellerin hepsinin F-istatistiğinin (0.0010; 0.0001; 0.0001) istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Modelin bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri açıklamada yardımcı olup olmadığını anlamak için belirlilik katsayısı da denilen düzeltilmiş R² değeri incelenmiştir. Düzeltilmiş R² değerine göre, modeller sırasıyla %57, %68, %66 oranlarında bağımlı değişkenleri açıklamaktadır. Bu değerler özellikle yatay kesit analizlerde düşük çıkması, modelin her zaman anlamsız ya da kullanışsız olduğunu göstermemektedir (Reisinger, 1997:8). Çalışmada da, yatay kesit analiz yapıldığı düşünüldüğünde bu R² değerlerinin modelin anlamlılığını değerlendirmek için yeterli olduğu görülmektedir.

⁶ Bağımlı değişken kitle fonlama sistemine göre değiştirilmiştir.

Tablo 5. Borç Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Model (Model 1)

Bağımlı Değişken: Borç Bazlı Kitle Fonlama Sistemi İşlem Hacmi

| Bağımsız Değişkenler | Katsayı | Standart Hata | t İstatistiği | Olasılık |
|--------------------------------|---------|---------------|---------------|----------|
| Ödenmemiş Borçlar | -.3195 | .2558 | -1.25 | .229 |
| Yurtiçi Tasarruflar | 1.0929 | .2979 | 3.67 | .002* |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | .4035 | .0156 | 2.57 | .020* |
| Banka-ATM Sayısı | -19.96 | 7.44 | -2.68 | .016* |
| Cari Açık | .1648 | .0756 | 2.18 | .044* |
| c | -6.2374 | 5.5666 | -1.12 | .278 |
| F İstatistik | | | | .0010* |
| R ² | | | | .67 |
| Düzeltilmiş R ² | | | | .57 |

*İstatistiksel olarak anlamlı

İlk regresyon modelinde, borç bazlı kitle fonlama sistemi ile yurtiçi tasarruflar, belirsizlikten kaçınma endeksi, banka-ATM sayısı ve cari açık oranları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna göre, sadece banka-ATM sayısı değişkeni ile negatif bir ilişki belirlenirken, diğer değişkenlerle borç bazlı kitle fonlama işlem hacmi arasında pozitif ilişki saptanmıştır.

Tablo 6. Pay Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Model (Model 2)

Bağımlı Değişken: Pay Bazlı Kitle Fonlama Sistemi İşlem Hacmi

| Bağımsız Değişkenler | Katsayı | Standart Hata | t İstatistiği | Olasılık |
|--------------------------------|---------|---------------|---------------|----------|
| Ödenmemiş Borçlar | -.3922 | .1819 | -2.16 | .045* |
| Yurtiçi Tasarruflar | 1.5086 | .2431 | 6.20 | .000* |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | -.0061 | .0149 | -.41 | .687 |
| Banka-ATM Sayısı | -4.911 | 7.011 | -.70 | .493 |
| Cari Açık | -.0548 | .07188 | -.76 | .456 |
| c | -15.320 | 4.995 | -3.07 | .007 |
| F İstatistik | | | | .0001* |
| R ² | | | | .73 |
| Düzeltilmiş R ² | | | | .66 |

*İstatistiksel olarak anlamlı

İkinci regresyon modelinde, pay bazlı kitle fonlama sistemi ile ödenmiş borçlar ve yurtiçi tasarruflar arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ödenmiş borçlar ile negatif bir ilişki içerisindeki kitle fonlama sistemi, yurtiçi tasarruflarla pozitif bir ilişki içerisindedir.

Tablo 7. Toplam Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Model (Model 3)

Bağımlı Değişken: Toplam Kitle Fonlama Sistemi İşlem Hacmi

| Bağımsız Değişkenler | Katsayı | Standart Hata | t İstatistiği | Olasılık |
|--------------------------------|---------|---------------|---------------|----------|
| Ödenmemiş Borçlar | -.6870 | .1721 | -3.99 | .001* |
| Yurtiçi Tasarruflar | 1.4763 | .2300 | 6.42 | .000* |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | .2554 | .0141 | 1.81 | .088 |
| Banka-ATM Sayısı | -13.015 | 6.631 | -1.96 | .065 |
| Cari Açık | .1248 | .068 | 1.84 | .083 |
| c | -10.576 | 4.725 | -2.24 | .038 |
| F İstatistik | | | | .0001* |
| R ² | | | | .75 |
| Düzeltilmiş R ² | | | | .68 |

*İstatistiksel olarak anlamlı

Kitle fonlama sistemini bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmek için, toplam kitle fonlama işlem hacmi ile bağımsız değişkenlerin ilişkisinin incelendiği üçüncü modelde de, ikinci modele benzer şekilde yurtiçi tasarruflar ve ödenmemiş borçlarla istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bu çerçevede, ödenmemiş borçlar ile negatif bir ilişki belirlenirken, yurtiçi tasarruflarla pozitif bir ilişki belirlenmiştir.

Çalışmada yapılan çoklu regresyon analizlerinden elde edilen bulguların geçerli olabilmesi için, En Küçük Kareler Tahmin Yöntemine (EKK) ilişkin gerekli varsayımların sağlanması önemlidir. Modellerde değişen varyans (heteroskedasticity)

problemi olup olmadığı, Breusch-Pagan/Cook-Weisberg testi aracılığıyla araştırılmıştır. Modeller heteroskedasticity için test edildiğinde; bulunan sonuçlar (0.4596; 0,2938; 0,7602) göstermektedir ki, H_0 hipotezi 0.05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmiş ve heteroskedasticitenin olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca, hata teriminin normalliği varsayımının geçerliliği de test edilmiş ve tüm modellerde bu varsayım doğrulanmıştır. Bu sonuçlar da EK'te sunulmuştur.

Diğer önemli bir unsur değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı olup olmadığıdır. Bu konu, Varyans Artış Faktörü (Variance Inflation Factor-VIF) kullanılarak saptanmaktadır. VIF değerinin 5'ten küçük olması çoklu doğrusal bağlantı olmadığı anlamına gelmektedir (James vd, 2021:102). Çalışmaya ilişkin VIF değerleri EK'te sunulmuştur.

Çalışmadaki modellere ait kalıntıların normal dağılım sergileyip sergilememesi de modelin sağlığı açısından önemlidir. Bu noktada, yapılan Jarque-Bera normallik testine göre olasılık değerlerinin 0.05'den büyük olması nedeniyle modellere ait kalıntıların normal dağıldığı görülmektedir. Jarque-Bera normallik testi sonuçları EK'te sunulmuştur.

Çalışmada kurulan 3 farklı modelin bahsi geçen testlerden geçmesi, modellerin geçerli ve istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Buna göre, modellerin tahmin sonuçlarının kitle fonlama sistemini anlama açısından doğru çıkarımlar yapmaya yetecek derecede anlamlı olması sağlanmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Kitle fonlama sistemleri, banka gibi geleneksel finans sistemindeki aracı kuruluşlara gerek duymadan küçük tasarrufların büyük yatırımlara dönüşmesini, banka koşullarını sağlayamayan girişimcilerin yatırım yapacak finansmana ulaşmasını sağlamaktadır. Kitle fonlama sisteminin, finansal olarak dışlanmış kesimleri finansal sistemin içerisine alma ve finansal sistemleri genişleterek zenginleştirme gibi bir amacı bulunmaktadır. Günümüzde, bu amaç doğrultusunda kitle fonlama sistemleri giderek daha fazla uygulanan bir alternatif finansman yöntemi olmaktadır. Ancak, uygulamada bu sistemin ülkeler arasında farklı farklı gelişim seyri izlediği bilinmektedir. Bu durumun nedeninin analiz edilmesi, kitle fonlama sistemlerinin gelecekteki gelişimi açısından önemlidir. Bu nedenle, çalışma Avrupa Birliği ülkelerindeki kitle fonlama sistemlerinin gelişimi açısından oluşan farklılık ile söz konusu ülkelerin makroekonomik değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Çalışmada uygulanan 3 farklı çoklu doğrusal model ile farklı kitle fonlama çeşitlerinin değişkenlerden nasıl etkilendiği üzerinde durulmuş ve karşılaştırma olanağı yaratması açısından bu modelleri anlamlı kılacak aynı değişkenlerin analize dahil edilmesi sağlanmıştır. Bağımlı değişken olarak borç, pay bazlı ve toplam kitle fonlama sistemlerinin işlem hacimleri alınırken, bağımsız değişken olarak yurtiçi tasarruflar, ödenmemiş borçlar, cari açık, belirsizlikten kaçınma endeksi ve banka-ATM sayısı alınmıştır.

Borç bazlı kitle fonlama sisteminin gelişiminde, yurtiçi tasarruflar, cari açık, belirsizlikten kaçınma endeksi ve banka-ATM sayısının etkili olduğu; pay bazlı kitle fonlama sisteminin gelişiminde yurtiçi tasarruflar, ödenmemiş borçların etkili olduğu; toplam kitle fonlama sistemlerinin gelişiminde ise yurtiçi tasarruflar, ödenmemiş borçların etkili olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Buna göre, yurtiçi tasarrufların büyümesi ile kitle fonlama sistemlerinin gelişimi arasındaki pozitif ilişki tüm modellerde kendini göstermiştir. Ayrıca, bu değişkenin bağımlı değişkenleri etkileyen en önemli değişken olduğu analiz sonuçlarında görülmektedir. Yurtiçi tasarrufların, gelirin harcama dışında kalan yatırım yapılabilir kısmını ifade etmesi nedeniyle kitle fonlama sisteminin gelişmişlik seviyesi ile pozitif ilişkisi beklenen bir sonuçtur. Yurtiçi tasarrufları yüksek olan ülkeler girişimcileri daha çok destekleyebilecek sermaye birikimine sahiptir, bu nedenle analiz sonuçları beklenti doğrultusundadır. Borç bazlı sistemle ilgili olan ilk modelde, banka-ATM sayıları da önemli bir değişken olarak değerlendirilmektedir. Bu değişken ile sistem arasındaki ilişkinin negatif olması da beklenmektedir. Bu değişken, finansal dışlanmışlık yaşayan yerleşiklerin sistem içerisine dahil edilip edilmediğini görmek için analize katılmıştır. Banka-ATM sayılarının yüksek olduğu, kişilerin finansal sisteme erişimlerinin yeterli olduğu ülkelerde kitle fonlama sistemine gerek duyulmaması nedeniyle bu sistemin gelişmişlik derecesinin düşük olduğu saptanmıştır. Cari açık ve belirsizlikten kaçınma endeksinin de sistemlerin gelişimine etkisi pozitif olarak belirlenmiştir. Bu bulgunun nedeni girişimcilerin ülkelerinin mevcut durumundan kaçınmak adına daha çok kitle fonlama sistemine yönelmeleri olduğu düşünülmektedir.

Pay bazlı kitle fonlama ve toplam kitle fonlama sistemlerinin analiz sonuçları birbirleri ile uyumludur. Buna göre, ödenmemiş borçlar ve yurtiçi tasarruflar istatistiksel olarak anlamlıdır ve bu sistemlerin gelişmişliğini etkilemektedir. Yurtiçi tasarruflar, borç bazlı kitle fonlama çeşidine benzer şekilde sistemin gelişmişliği ile pozitif orantılıdır ve yurtiçi tasarruflar arttıkça ülkelerin kitle fonlama işlem hacimleri de aynı şekilde artmaktadır. Ödenmemiş borçlar ise, tam tersi bir etkiye sahiptir. Ülkelerin finansal sisteminin içerisinde yer alabilen, yeterli bir şekilde finansman olanaklarından yararlanabilen yerleşiklerin kitle fonlama sistemine gerek kalmadan geleneksel yöntemlerden yararlanmaları nedeniyle, ödenmemiş borçların yüksek olduğu ülkelerin kitle fonlama sistemleri işlem hacimlerinin düşük olduğu belirlenmiştir. Kitle fonlama sistemlerinin özellikleri düşünüldüğünde bu sonuç beklenen bir sonuçtur ve literatürle uyumludur.

Çalışmada dikkat çekilmesi gereken noktalardan biri, her üç kitle fonlama çeşidinin etkilendiği ana etmenin yurtiçi tasarruflar olmasıdır. Bu nedenle, kitle fonlama gibi kalabalıkların sermaye birikiminden yararlanılan alternatif bir finansman

yönteminde de tasarrufların yüksek olması gerekmektedir. Ülkeler, öncelikle yurtiçi tasarruflarını arttıracak önlemler almalı ve düzenlemeleri bu tasarrufları teşvik edecek şekilde yapmalıdır. Ayrıca, ödenmemiş borçlar veya banka-ATM sayıları gibi finansal içermeyi belirleyen değişkenlerden de etkilenen kitle fonlama sisteminin hala alternatif bir yöntem olarak görüldüğü unutulmamalıdır. Ancak gelecekte bu durumun değişerek, kitle fonlama yönteminin geleneksel yöntemlerin bir adım önüne geçmesi beklenmektedir. Ülkelerin belirsizliğe bakış açılarını gösteren, toplumsal örgüt kültürü öğelerinden biri olan belirsizlikten kaçınma endeksinin etkisi düşünüldüğünde, bireylerin her zaman rasyonel kararlar vermedikleri, aynı zamanda kültürel, duygusal etkilerle de kararlar verebildikleri görülmektedir. Bu nedenle, kitle fonlama sistemlerinin gelişmesi adına yapılacak düzenlemelerde, ülkelerin farklı kültürel altyapıları da gözetilmelidir. Çalışmanın bulgularına göre, farklı kitle fonlama çeşitlerinin farklı makroekonomik değişkenlerden etkilendiği görülmektedir. Bu nedenle, ülkeler halihazırdaki makroekonomik verileri ile kendilerine en uygun kitle fonlama sistemine yönelmeli ve bu sistemi geliştirmeye çalışmalıdır.

Kaynakça

- Adamek, E. & Jan, J. (2018). Crowdfunding in some countries of the european union: which factors determine number of launched projects? In: Majerova, I. (ed.). *Proceedings of 18th International Conference Economic Policy in the European Union Member Countries*. Karvina: Silesian University, 1-8.
- Akyıldız, B., Metin-Camgöz, S. ve Atıcı, K. (2021). Kitlesele fonlama projelerinin başarılarını etkileyen faktörler üzerine bir inceleme. *Sosyoekonomi*, 29, 50, 521-545.
- Anbar, A. (2020). Girişimcinin finansmanında alternatif bir yöntem: kitlesele fonlama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 88, 237-254.
- Bednarz, J., Markiewicz, M. & Ploska, A. (2017). The determinants and development of crowdfunding in the central and eastern europe countries. *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 16, 3, 275-285.
- Belleflamme, P. & Lambert, T. (2014). Crowdfunding: some empirical findings and microeconomic underpinnings. *Revue Bancaire et Financiere*, 4, 288-296.
- Block, J., Groh, A., Hornuf, L., Vanacker, T. & Vismara, S. (2021). The entrepreneurial finance markets of the future: a comparison of crowdfunding and initial coin offerings. *Small Bus Econ*, 57, 865-882.
- Block, J., Hornuf, L., Moritz, A. (2018). Which updates during an equity crowdfunding campaign increase crowd participation? *Small Bus Econ*, 50, 3-27.
- Bouncken, R., Komorek, M. & Kraus, S. (2015). Crowdfunding: The current state of research. *International Business & Economics Research Journal*, 14, 3, 407-416.
- Burtch, G., Ghose, A. & Wattal, S. (2014). Cultural differences and geography as determinants of online prosocial lending. *MIS Quarterly*, 38, 3, 773-794.
- CCAF, Methodogy, <https://ccaf.io/cafb/methodology>, Erişim tarihi: 10.04.2022.
- CCAF. (2019). *Shifting paradigms: the 4th european alternative finance benchmarking report*. Cambridge Centre for Alternative Finance. Cambridge: University of Cambridge Judge Business School.
- CCAF. (2020). *The global alternative finance market benchmarking report*. Cambridge Centre for Alternative Finance. Cambridge: University of Cambridge Judge Business School.
- CCAF. (2021). *The 2nd global alternative finance market benchmarking report*. Cambridge Centre for Alternative Finance. Cambridge: University of Cambridge Judge Business School.
- Chi, M. & Kim, G. (2017). A cross-cultural comparative analysis of crowdfunding projects in the United States and South Korea. *Computers in Human Behavior*, 72, 312-320.
- Cumming, D., Meoli, M. & Vismara, S. (2021). Does equity crowdfunding democratize entrepreneurial finance? *Small Bus Econ*, 56, 533-552.
- Devadas, S. & Loayza, N. (2018). When is the current account deficit bad? *World Bank Group, Research & Policy Briefs*, World Bank Malaysia Hub.
- Di Pietro, F. & Masciarelli, F. (2022). The effect of local religiosity on financing cross-regional entrepreneurial projects via crowdfunding (local religiosity and crowdfinancing). *Journal of Business Ethics*, 178, 429-443.

- Drover, W., Busenitz, L., Matusik, S., Townsend, D., Anglin, A. & Dushnitsky, G. (2017). A review and road map of entrepreneurial equity financing research: venture capital, corporate venture capital, angel investment, crowdfunding, and accelerators. *Journal of Management*, 43, 6, 1820-1853.
- European Commission. (2012). *A framework for european crowdfunding*. Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2017). Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. *Crowdfunding explained : a guide for small and medium enterprises on crowdfunding and how to use it*, Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2018). *Executive summary of the impact assessment*, Brussels: European Parliament.
- Fettahoğlu, S. ve Khusayan, S. (2017). Yeni finansman olanağı: kitle fonlama. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 4, 498-521.
- Freedman, D. & Nutting, M. (2015). *Including rewards, donation, debt, and equity platforms in the USA*. A Brief History of Crowdfunding. <http://www.freedman-chicago.com/ec4i/History-of-Crowdfunding.pdf>, Erişim tarihi: 10.05.2022.
- Gerber, E., Hui, J. & Kuo, P. (2012). *Crowdfunding: why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms*. Proceedings of the International Workshop on Design, Influence, and Social Technologies: Techniques, Impacts and Ethics, 2, 11.
- Gujarati, D. & Porter, D. (2009). *Basic Econometrics*. Fifth Edition. New York: The McGraw-Hill Series Economics.
- Hoegen, A., Steininger, D. & Veit, D. (2018). How do investors decide? An interdisciplinary review of decision-making in crowdfunding. *Electron Markets*, 28, 339-365.
- Hofstede, G., Hofstede, G. & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: software of the mind*, Third edition, New York: Mcgraw Hill Professional.
- Hofstede Insights. *Cultural compass report*. <https://www.hofstede-insights.com/fi/product/compare-countries>, Erişim tarihi: 10.05.2022.
- Hsieh, H. & Vu, T. (2021). The impact of economic policy uncertainty on crowdfunding success. *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 75.
- James, G., Witten, D., Hastie, T., Tibshirani, R. (2013). *An Introduction to Statistical Learning: With Applications in R*. 1st ed. 2013, Corr. 7th printing 2017 edition. Springer.
- Jenik, I., Lyman, T. & Nava, A. (2017). Crowdfunding and financial inclusion. CGAP Working Paper.
- Jia, Q. & Wang, G. (2021). Exploring crowdfunding success in cross-culture framework. *Proceedings of the International Conference on Electronic Business*, 21, 610-614, China.
- Kallio, A. & Vuola, L. (2021). *History of crowdfunding in the context of ever-changing modern financial markets*. R. Shneor et al. (eds.), *Advances in Crowdfunding*, 210-240.
- Köklü, N., Büyüköztürk, Ş. ve Çokluk Bökeoğlu, Ö. (2006). *Sosyal Bilimler için İstatistik*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Kurt Cihangir, Ç. (2018). Finansal piyasalar için bir yenilik Türkiye için bir fırsat: kitlese fonlama. *5th International Congress on Accounting and Finance Research*, 157-173, İzmir.
- Lopez-Cabarcos, M., Pineiro-Chousa, J., Quinoa-Pineiro, L. & Santos-Rodrigues, H. (2021). How can cultural values and entrepreneurship lead to the consideration of innovation-oriented or non-innovation-oriented countries?. *Sustainability*, 13, 4257.
- Luo, X., Ge, L. & Wang, C. (2022). Crowdfunding for microfinance institutions: the new hope. *MIS Quarterly*, 46, 1, 373-400.
- Micic, I. (2015). *Crowdfunding: overview of the industry, regulation and role of crowdfunding in the venture startup*. Anchor Academic Publishing
- Mollick, E. & Robb, A. (2016). Democratizing innovation and capital access: the role of crowdfunding. *University of California, Berkeley*, 58, 2, 72-88.
- Mollick, E. (2013). Swept away by the crowd? Crowdfunding, venture capital, and the selection of entrepreneurs. Retrieved January 23, 2021, from https://repository.upenn.edu/mgmt_papers/263

- OECD. (2020). *Alternative financing instruments for asean SMEs*. Canada-OECD Project for ASEAN SMEs (COPAS), Canada: OECD
- Reisen, H. (1998). Sustainable and excessive current account deficits. *Empirica*, 25, 111-131.
- Reisenger, H. (1997). The impact of research designs on R^2 in linear regression models: an exploratory meta-analysis. *Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science*, 2, 1-12.
- Ribaj, A. & Mexhuani, F. (2021). The impact of savings on economic growth in a developing country (the case of Kosova). *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10, 1, 1-13.
- Rikwentishe, R., Pulka, B. & Msheliza, S. (2015). The effects of saving and saving habits on entrepreneurship development. *European Journal of Business and Management*, 7, 23, 111-119.
- Ryu, S. (2019). *Beauty of crowdfunding: blooming creativity and innovation in the digital era*. 1st Edition. London: Routledge
- Shelburne, R. (2008). Current account deficits in european emerging markets. *UNECE Discussion Papers Series*, No 2008.2., United Nations.
- Sheldon, R. & Kupp, M. (2017). A market testing method based on crowd funding. *Strategy & Leadership*, 45, 4, 19-23.
- Simpson, B., Schreier, M., Bitterl, S. & White, K. (2022). Making the world better place: How crowdfunding increases consumer demand for social-good products. *American Marketing Association*, 58, 2, 363-376.
- Skotte, R. & Juvik, H. (2019). Localization of crowdfunding platforms. University of Agder, Faculty of Business & Law.
- Wallmeroth, J., Wirtz, P. & Groh, A. (2017). Institutional seed financing, angel financing, and crowdfunding of entrepreneurial ventures: a literature review. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 14, 1, 1-129.
- Wennekers, S., Thurik, R., Stel, A. & Noorderhaven, N. (2007). Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries, 1976-2004. *J Evol Econ*, 17, 133-160.
- World Bank. (2013). *Crowdfunding's potential for the developing*. World, Finance and Private Sector Development Department. Washington, DC: World Bank.

Extended Abstract

Aim and Scope

The crowdfunding system aims to bring together the small savings of the crowd with the entrepreneurs. The crowdfunding system helps the development of the financial system by providing financing to people who do not have the opportunity to access adequate financing, without the need for traditional financial institutions. However, the development of this system is not the same in all countries. At this point, the question comes to mind whether the macroeconomic variables of the countries mentioned are effective in the development difference of the system between countries. This study is carried out in order to find the answer to this question and to partially eliminate the insufficiency of empirical studies in the literature on the crowdfunding system. The aim of the study is to determine how the crowdfunding systems between countries are affected by macroeconomic variables and to make suggestions for the development of the system.

Methods

In the study, the effect of outstanding loans, domestic savings, current account deficit, number of banks-ATMs, and uncertainty avoidance index on the crowdfunding systems of 26 EU countries in 2020 was examined and 3 different multiple linear regression models were analyzed.

Findings

In the study, it was found that domestic savings, current account deficit, uncertainty avoidance index, and the number of banks-ATMs are effective in debt-based crowdfunding systems. On the other hand, it was found that domestic savings and outstanding loans are effective in the development of equity-based and total crowdfunding systems. Accordingly, in all three models, it was seen that domestic savings enable the development of the crowdfunding system. This is an expected result when it is considered that domestic savings cause capital accumulation and investment increase. However, results other than domestic savings vary according to the type of system. In this context, it is among the findings of the study that different crowdfunding systems are affected by different macroeconomic variables. The negative relationship between the development of the equity-based and total crowdfunding system and the outstanding loans is due to the limited crowdfunding system interest of people who can get loans from traditional financial institutions. For the debt-based crowdfunding system, the impact of the current account deficit and uncertainty avoidance index on the development

of the system was determined as positive. It is thought that this situation occurs because entrepreneurs tend to crowdfunding systems in order to avoid the current situation in their countries.

Conclusion

Crowdfunding systems are used more and more in place of traditional financial systems. This method, which is one of the alternative financing methods, is called a new and different financing method and ensures that entrepreneurs who cannot benefit enough from traditional financing systems are included in the system. However, the development of the crowdfunding system and the frequency of use of this system vary on a country basis. The aim of this study is to shed light on these differences and to determine which macroeconomic variables affect the distinction between countries. In the analyzes made for this purpose, it was seen that different types of crowdfunding systems are affected by different macroeconomic variables. However, when looking at the whole system, it is thought that increasing savings and capital accumulation; reaching people who cannot access traditional finance, and evaluating each country separately on the basis of different social organizational cultures will help to improve the system.

Ekler

Tablo 8. Borç Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelin Heteroskedasticity (Model 1)

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg Testi
Prob > chi2 = 0.4596

Tablo 9. Borç Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelin Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi - VIF (Model 1)

| Bağımsız Değişkenler | Katsayı | Standart Hata |
|--------------------------------|---------|---------------|
| Ödenmemiş Borçlar | 2.65 | .3774 |
| Yurtiçi Tasarruflar | 2.57 | .3886 |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | 1.63 | .6148 |
| Banka-ATM Sayısı | 1.36 | .7353 |
| Cari Açık | 1.30 | .7698 |
| Mean VIF | 1.90 | |

Tablo 10. Borç Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelde Kalıntıların Normalliği (Model 1)

Jarque-Bera Normallik Testi
Prob > chi2 = 0.4596

Tablo 11. Pay Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelin Heteroskedasticity (Model 2)

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg Testi
Prob > chi2 = 0.5965

Tablo 12. Pay Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelin Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi - VIF (Model 2)

| Bağımsız Değişkenler | Katsayı | Standart Hata |
|--------------------------------|---------|---------------|
| Ödenmemiş Borçlar | 1.94 | .5149 |
| Yurtiçi Tasarruflar | 1.84 | .5424 |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | 1.64 | .6080 |
| Banka-ATM Sayısı | 1.33 | .7515 |
| Cari Açık | 1.33 | .7535 |
| Mean VIF | 1.62 | |

Tablo 13. Pay Bazlı Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelde Kalıntıların Normalliği (Model 2)

Jarque-Bera Normallik Testi
Prob > chi2 = 0.5526

Tablo 14. Toplam Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelin Heteroskedasticity (Model 3)

Breusch-Pagan / Cook-Weisberg Testi
Prob > chi2 = 0.7602

Tablo 15. Toplam Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelin Çoklu Doğrusal Bağlantı Testi - VIF (Model 3)

| Bağımsız Değişkenler | Katsayı | Standart Hata |
|--------------------------------|----------------|----------------------|
| Ödenmemiş Borçlar | 1.94 | .5149 |
| Yurtiçi Tasarruflar | 1.84 | .5424 |
| Belirsizlikten Kaçınma Endeksi | 1.64 | .6080 |
| Banka-ATM Sayısı | 1.33 | .7515 |
| Cari Açık | 1.33 | .7535 |
| Mean VIF | 1.62 | |

Tablo 16. Toplam Kitle Fonlama Sistemi ile ilgili Modelde Kalıntıların Normalliği (Model 3)

Jarque-Bera Normallik Testi
Prob > chi2 = 0.5234

Dijital Bağımlılık ve Boş Zaman Yönetiminin Günlük Hayata Etkisinin İncelenmesi*

Examining The Effect of Digital Addiction and Leisure Management on Daily Life

Mehmet Demirel¹, Yusuf Er², Alper Kaya³, Abdullah Çuhadar⁴

Öz

Bu araştırmada, dijital bağımlılık ile boş zaman değerlendirme yönetim düzeylerini hem çeşitli demografik değişkenlere göre incelenmek hem de değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek amaçlanmıştır. Örneklem grubu; kolayda örneklem yöntemi kullanılarak Necmettin Erbakan Üniversitesi ile Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesinde çeşitli bölümlerde öğrenim gören üniversite öğrencileri olarak belirlenmiştir. Çalışmada 132 kadın ve 119 erkek toplam 251 üniversite öğrencisi katılımcı olarak yer almıştır. Araştırmada kişisel bilgi formunun yanı sıra katılımcıların dijital bağımlılık durumlarını ve boş zaman yönetimlerini belirlemek için "Dijital Bağımlılık Ölçeği" ile "Boş Zaman Yönetimi Ölçeği" kullanılmıştır. Verilerin analizinde katılımcıların kişisel bilgilerinin dağılımlarını belirlemek için yüzde ve frekans gibi tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek için verilerin çarpıklık ve basıklık değerleri kontrol edilerek Kolmogorov-Smirnov testi yapılmıştır. Verilerin normal dağılım parametrelerine uygun olduğu belirlendikten sonra ise T-testi, Anova testi, anlamlı farklılıkların kaynaklandığı grubu belirlemek için ise Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi ile korelasyon analizi yöntemleri kullanılmıştır. Sonuç olarak boş zaman yönetiminin cinsiyet, faaliyetlere katılım tipi değişkeni ve algılanan refah düzeyi açısından anlamlı farklılık gösterdiği belirlenmiş olup dijital bağımlılığın ise yaş, faaliyetlere katılım tipi ve algılanan refah düzeyi değişkeni açısından anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca dijital bağımlılık ile boş zaman yönetimi arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, Dijital Bağımlılık, Boş Zaman Yönetimi.

Abstract

In this study, it was aimed to examine digital addiction and leisure management levels according to various demographic variables and to test the relationship between the variables. The sample group was determined as university students studying in various departments at Necmettin Erbakan University and Karamanoğlu Mehmetbey University by using convenient sampling method. A total of 251 university students 132 female and 119 male participated in the study. In the study, in addition to the personal information form, the "Digital Addiction Scale" and the "Leisure Management Scale" were used to determine the digital addiction status and leisure management of the participants. In the analysis of the data, descriptive statistical methods such as percentage and frequency were used to determine the distribution of personal information of the participants, and the Kolmogorov-Smirnov test was performed by controlling the skewness and kurtosis values of the data to determine whether the data showed a normal distribution. After it was determined that the data were suitable for the normal distribution parameters, T-test, Anova test, Tukey HSD multiple comparison test and correlation analysis methods were used to determine the group from which the significant differences originated. As a result, it has been determined that leisure management differs significantly in terms of gender, type of participation in activities and perceived welfare level, and it has been determined that digital addiction shows a significant difference in terms of age, type of participation in activities and perceived welfare level. In addition, it was determined that there is a positive and significant relationship between digital addiction and leisure time management.

Keywords: Recreation, Digital Addiction, Leisure Management.

Araştırma Makalesi (Research Paper)

Submitted: 28 / 07 / 2022

Accepted: 14 / 09 / 2022

* Bu çalışma 3. Uluslararası Rekreasyon ve Spor Yönetimi Kongresinde Özet Bildiri olarak sunulmuştur.

¹ Doç. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, mdemirel@erbakan.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0003-1454-022X>

² Dr. Öğr. Üyesi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Karaman, Türkiye, erylusuf@kmu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-6490-4880>

³ Arş. Gör., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Konya, Türkiye, akaya@erbakan.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-0364-4122>

⁴ Arş. Gör., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Rekreasyon Yönetimi Bölümü, Karaman, Türkiye, abduhahcuhadar@kmu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-6942-4475>

Giriş

Akıllı telefonlar, dizüstü ya da masaüstü bilgisayarlar, tabletler gibi dijital cihazlar çoğu insanın hayatının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Schulz van Endert, 2021). Pazar ve tüketici verilerinde uzmanlaşmış "Statista" adlı bir şirket tarafından 2021 Ocak ayında yapılan bir araştırmaya göre dünya üzerinde 4.66 milyar aktif internet kullanıcısı bulunduğu, 4,32 milyar kişinin aktif olarak mobil internet kullandığı, 4,2 milyar kişinin ise aktif olarak sosyal medya kullandığı belirlenmiştir (Statista, 2022). Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yapılan hanehalkı bilişim teknoloji kullanım araştırması sonuçlarına göre; 2021 yılı itibarıyla hanelerin %92,0'ünün evden internete erişim imkanına sahip oldukları, internet kullanım oranınının 16-74 yaş grubundaki bireylerde 2020 yılında %79,0 oranındayken 2021 yılında %82,6 oranına yükseldiği tespit edilmiştir (TÜİK, 2022).

Teknolojinin hızla gelişim göstermesi, global anlamda bilgisayar kullanımının, internet ağına ulaşımın kolaylaşmasının, sanal dünyanın daha etkileşimli bir boyuta evrilmesinin sonucunda bireylerde dijital bağımlılıkların ortaya çıktığı, bu bağımlılıkların çeşitli davranış bozukluklarına neden olduğu belirlenmiştir (Akkaya vd., 2021; Aksu, 2020; Arslan, 2020; Demirel ve Harmandar, 2009; Er vd., 2021). Bağımlılık en genel anlamda "bir şeyi özellikle de zararlı bir şeyi yapmayı ve kullanmayı bırakamama" ve "bir şeyi yapma veya bir şeye sahip olma ihtiyacı veya güçlü bir istek veya bir şeye karşı çok güçlü bir hoşlanma" durumu olarak tanımlanmıştır (Cambridge, 2022). Türk Dil Kurumu bağımlı kavramını "Başka bir şeyin istemine, gücüne veya yardımına bağlı olan, özgürlüğü, özerkliği olmayan, tabii", "Bir kimseye veya şeye maddi veya manevi yönden aşırı bağlı olan" ve "Sigara, uyuşturucu madde vb. kötü alışkanlıklara aşırı derecede düşkün, müptela" olarak tanımlamıştır (TDK, 2022). Dijital bağımlılık, dijital cihazların, teknolojilerin bağımlı bir şekilde kullanımı içeren bireysel anlamda dürtüsel kontrol bozukluğu olarak tanımlanmıştır (Kumar Singh ve Kumar Singh, 2019). Dijital bağımlılık, dijital teknolojinin etkin bir şekilde yayılmasının bir sonucu olarak ortaya çıkan bir kavram olarak bilinmekte olup bir tür teknolojik bağımlılık olarak değerlendirilmektedir (Almourad vd., 2020). Dijital bağımlılığın siber cinsellik, siber ilişki bağımlılığı (çevrimiçi ilişki içerikli alanlara katılım), çevrimiçi kompilyasyonlar (çevrimiçi kumar, takıntılı e-alışveriş), aşırı bilgi yüklemesi (aşırı bilgiye yönelik net tabanlarında gezinme), aşırı bir şekilde bilgisayar oyunlarına yönelme gibi unsurları da içerisinde barındırmaktadır. Dijital bağımlılık; dijital medya bağımlılığı, oyun bağımlılığı, internet bağımlılığı, gibi konuları içeren geniş bir terimdir. Bunun yanında sadece çevrimiçi unsurları içermemekte olup çevrimdışı olarak oyun bağımlılığı, dijital cihaz kullanımı gibi bağımlılık türlerini içermektedir (Aziz vd., 2021; Cemiloglu vd., 2022; Mantz, 2008; Meng vd., 2022; Rahayu vd., 2020).

Ortaya çıkan yeni cihazlar, yazılımlar, çeşitli internet tabanlı eğlence platformları, uygulamaların sürekli olarak geliştirilmesi durumu özellikle genç bireylerin dijital cihazlarda ve internette daha fazla zaman geçirmesine neden olabilmektedir. Dijitalleşmiş bir toplum içerisindeki genç bireylerin dijital bağımlılığının ölçülmesi, dijital teknolojinin çok fazla kullanımı ve bu olguların kavramsallaştırılıp bir ölçüm haline getirilmesi zor bir sorun olarak değerlendirilir. Özellikle dijital cihazların aşırı kullanımının normalleştiği toplumlarda bu durum sadece cihaz kullanımında harcanan süre dahilinde ele alınamaz ya da ölçümün tek kriteri olamaz. Dijital cihazların olumlu ve olumsuz bir şekilde kullanımı arasındaki asıl çizginin belirlenmesi aşırı dijital cihaz kullanımının bireyin yaşamının önemli alanlarını ve sağlığını etkilediği sınırlamalarda olabilmektedir. Teknoloji gelişip yaygınlaştıkça dijital bağımlılık kavramının iyi bir şekilde kavramsallaştırılması ve incelenmesi durumu önem kazanmaktadır (Seema vd., 2022) Literatüre bakıldığında dijital bağımlılık kapsamında internet bağımlılığı (Alimoradi vd., 2019; Hassan vd., 2020; Kurniasanti vd., 2019; Li vd., 2021; Panova vd., 2021; Servidio vd., 2021), sosyal medya bağımlılığı (Dalvi-Esfahani vd., 2019; Hou vd., 2019; Longobardi vd., 2020; Robinson vd., 2019; Zivnuska vd., 2019), bilgisayar bağımlılığı (Baghdasaryan ve Akopyan, 2020; Cherepov vd., 2018; Ermolova vd., 2017; Kurt vd., 2018; Oskembay vd., 2016; Wölfling vd., 2019), akıllı telefon bağımlılığı (Chopdar vd., 2022; Jo ve Bang, 2022; Olson vd., 2022; Pedrero Pérez, 2022; Serdar vd., 2022; Vujić ve Szabo, 2022) gibi konularda birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir.

Bağımlılık ilk başlarda kişisel bir problem gibi görülse de bireyin çevresiyle, ailesiyle, okul yaşamıyla yakından ilişkili bir kavramdır. Gençler açısından aile, sosyal çevre ve okul çevresi arasında yaşanan çatışmalar, iletişim zayıflığı gibi konular bireyleri teknolojik bağımlılıklara itebilmektedir (Lozano Blasco vd., 2022). Dijital tabanlı teknolojinin insan hayatını birçok yönden kolaylaştırdığı, iş, özel ve sosyal yaşamın önemli bir parçası haline geldiği yadsınamaz bir gerçektir. Fakat çoğu birey dijital teknolojinin problemleri doğasının ve kötüye kullanımının farkında değildir (Aksu vd., 2021; Kapus vd., 2021). Özellikle internet donanımlı bilgisayarların, akıllı telefonların iş, özel ve sosyal yaşama önemli ölçüde etkilemesinden dolayı bireyler bu cihazlarda daha fazla zaman geçirmektedirler. Bu durum bireylerin boş zamanlarını etkin ve verimli bir şekilde değerlendirmelerini engelleyebilmektedir. Aynı zamanda sosyal ve duygusal yalnızlık (Aksu vd., 2022) gibi yalnızlık türlerine sebebiyet verebilir. Ayrıca boş zamanlarının büyük bir bölümünü bu cihazlarda geçirmesi bireylerin sosyal yaşamlarını, akademik yaşamlarını ve genel anlamda günlük yaşamlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Dijital bağımlılıktan uzak olarak bireylerin zamanlarını etkili bir şekilde geçirebilmeleri için boş zamanların iyi bir şekilde planlayabilmeleri, programlayabilmeleri ve yönetebilmeleri gerekebilmektedir.

Verilmiş olan bilgilerden hareketle bu araştırmanın amacı; Üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri ile boş zaman yönetim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu kapsamda aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Üniversite öğrencilerinin boş zaman yönetim becerileri ile dijital bağımlılık düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Üniversite öğrencilerinin cinsiyet, yaş, algılanan refah düzeyi, faaliyetlere katılım türü değişkenleri ile boş zaman yönetim becerileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?
- Üniversite öğrencilerinin cinsiyet, yaş, algılanan refah düzeyi, faaliyetlere katılım türü değişkenleri ile dijital bağımlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmakta mıdır?

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Dijital Bağımlılık

Dijital teknoloji alanında yaşanan gelişmeler modern yaşamı her yönüyle kolaylaştırabilmektedir. Fakat bu gelişmelerin modern yaşam biçimini kolay bir şekilde yönetebilmesi durumu dijital bağımlılık gibi problemlerin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bağımlılık, bir şeyden genel olarak uzak duramama, davranış kontrollerinde bozulmalar, ilgili cihaz-maddeye karşı şiddetli istekli olma durumu ile ilişkili bir kavramdır ve genel anlamda fiziksel ve psikolojik sağlık üzerinde ciddi etkileri olan bir bozukluğu ifade etmektedir (Felt ve Robb, 2016; Panova ve Carbonell, 2018). Dünya Sağlık Örgütü, dijital teknolojik ürünlere karşı bağımlılığı, aşırı çevrimiçi kalma ve internet kullanımının zamanı yönetememe, enerji ve dikkat eksikliği neden olması ve uyku düzenine olumsuz etkilemesinden dolayı dünya çapında bir sorun olarak tanıdığını belirtmiştir (Dresp-Langlely ve Hutt, 2022). Bunun yanında dijital teknolojinin aşırı kullanımı durumu dikkat eksikliği, sosyal ve duygusal zekâ bozuklukları, yalnızlık ve dijital bağımlılık gibi problemlere neden olabilmektedir (Small vd., 2020). Dijital bağımlılık kavramı oldukça geniş bir kavramdır. Video oyunları, internet, sosyal medya ve dijital teknoloji odaklı diğer bağımlılıkları da kapsamaktadır. Dijital teknolojilerin aşırı kullanımı durumu bireyleri bağımlılığa itebileceği gerçeğinin yanı sıra dijital bağımlılık diğer bağımlılık türleriyle de benzerlik gösterebilmektedir. Dijital bağımlılıkla karşı karşıya olan bireylerde ciddi sorunlar baş gösterebilir. Dijital bağımlılık bu nedenle bireylerin davranışlarını esas alan bir bağımlılık türüdür ve dijital cihazların kullanımına odaklı zihinsel ve fiziksel bir bağımlılık türü olarak tanımlanabilir (Alrobai ve Dogan, 2015; Rugai ve Hamilton-Eeke, 2016; Vaghela, 2016).

Teknolojinin aşırı kullanımından kaynaklanan durumlar bireyleri davranışsal, duygusal ve bilişsel anlamda olumsuz etkilemektedir. Bireylerin bu sorunlardan kurtulması, teknolojik aletlerin aşırı kullanımının ve kişinin sosyal çevresi, gerçek dünyadan izole olmasının etkisini azaltmak amacıyla danışmanlık, tedavi seçenekleri gibi birtakım yöntemler kullanılmaktadır (Scott vd., 2017). Literatürde teknolojik bağımlılıkları tedavi etmede psikolojik müdahalelerin etkili olduğunu gösteren araştırmalar bulunmaktadır (Deng vd., 2017; Li vd., 2017; Santos vd., 2016). Diğer bir yandan bireyleri dijital bağımlılığa iten faktörlerin neler olduğunun bilinmesi bireylerin bu bağımlılıktan kurtulmasına, tedavilerin etkili olmasına olanak sağlayabilecektir. Örneğin, Büchi ve diğerleri (2019) tarafından yapılan bir çalışmada dijital ürünleri aşırı kullanan bireylerin sosyal baskılarının da yüksek olduğu belirlenmiştir.

1.2. Boş Zaman Yönetimi

Boş zaman günlük yaşamın ve kültürün en önemli parçalarından biridir. İnsanların, toplumların sağlığı, yaşam kalitesi ve refahında büyük rol oynar. Aynı zamanda bireylerin ve toplumların en temel ihtiyaçlarından biridir (Auger, 2020; Torkildsen, 2005). Boş zaman, bireyin iş, aile ve diğer yükümlülüklerinden geri kalan özgürce seçim yapabileceği zamanı ifade etmektedir. Hazar (2014) boş zamanı "İnsanın sınırlı yaşam süresinin çalışma (iş), çalışmayla ilgili etkinlikler (işe gidiş geliş vb.) yaşamı sürdürebilmek için gerekli etkinlikler (beslenme, uyuma vb.) ve diğer zorunlu davranışlar dışında kalan bölümüdür." şeklinde tanımlamış diğer bir tanımında "İnsanların, sınırlı yaşam süresinin zorunlu davranışlar (iş, işle ilgili etkinlikler, yaşamı sürdürmek için gerekli etkinlikler vb.) dışında kalan zaman dilimi." olarak değerlendirmiştir. Türk Dil Kurumu ise boş zamanı "Uyumak, yemek ve çalışmak için ayrılan zamanın dışında kalan zaman, dinlenmeye, gezmeye ve eğlenmeye ayrılan zaman." olarak tanımlamıştır (TDK, 2022a).

Boş zamanların artışı, bireylerin bu zamanı etkili, iyi ve bilgece bir şekilde değerlendirmesini zorunlu hale getirmektedir. Zamanın yönetilmesi konusu bireylerin ilk olarak istek, ihtiyaç ve hedeflerini değerlendirmesini, belirlemiş olduğu hedefleri gerçekleştirebilmek amacıyla gerekli şeylere öncelik vererek, hedeflerini, isteklerini veya ihtiyaçlarını önem sırasına göre derecelendirmesini içerir. Boş zaman yönetimi bireylerin temel amaçlarını, önceliklerinin belirlemesi ve bunları hayata geçirirken boş zaman dışındaki zamanlarını bile iyi ve verimli bir şekilde kullanmalarını temel almaktadır. Boş zaman yönetiminin "hedef belirleme ve değerlendirme", "teknik", "değerler", "programlama" ve "anında müdahale" olmak üzere beş boyutu bulunmaktadır. Hedef belirleme ve değerlendirme boyutu, bireylerin boş zamanlarında tamamlanacak amaç ve görevlere öncelik verme yeteneğini, teknik boyutu boş zamanı organize etme ve ilgili bilgileri önceden edinme becerisini, değerler boyutu ise boş zamanın mutlu ve değerli olarak algılanmasını, programlama boyutu kişilerin boş zamanlarını ne ölçüde gerekli ve önemli gördüklerini, anında müdahale boyutu ise önceden belirlenmiş bir planın uygulanmaması neticesinde alternatif olarak boş zamanların yeniden etkili bir şekilde planlanması yeteneğini belirtmektedir (Wang, 2018; Wang ve Kao, 2006; Wang vd., 2011; Wang vd., 2012). Literatürde boş zaman yönetimi ile ilgili birçok çalışma bulunmaktadır (Çuhadar vd., 2019; De Klerk ve Bevan, 2014; Durhan vd., 2017; Eranıl ve Özcan, 2018; Kaas ve Artımaç, 2017; Kharadze, 2017; Serdar, vd., 2017).

1.3. Dijital Bağımlılık ve Boş Zaman Yönetimi İlişkisi

Dijital bağımlılık modern toplum içerisinde bir problem haline gelmiş ve akademik çalışmalarda özellikle son beş yıllık süre içerisinde daha fazla yer etmeye başlamıştır. Buna rağmen literatürde boş zaman yönetimi ve dijital bağımlılık konulu çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Wang (2018) tarafından boş zaman yönetimi, boş zaman sıkıntısı ve internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan bir çalışmada boş zamanlarda sıklıkla internet kullanımına neden olduğu boş zaman yönetiminin, boş zaman sıklıkmasını azalttığı ve internet bağımlılığını azaltmada etkili olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı zamanda boş zamanlarda sıklıkmanın boş zaman yönetimi ve internet bağımlılığı arasında aracı bir rolü olduğu da ortaya çıkartılmıştır. Gezin ve diğerleri (2021) tarafından üniversite öğrencilerinin boş zaman yönetim becerilerinin akıllı telefon bağımlılığı riskine etkisini tespit etmek amacıyla yapılan bir çalışmaya göre boş zaman yönetim becerisi yüksek olan katılımcıların akıllı telefon bağımlılığını risklerinin daha düşük olduğu, boş zaman yönetiminin akıllı telefon bağımlılığı riskinin önemli bir yordayıcısı olduğu belirlenmiştir. Çuhadar (2020) tarafından üniversite öğrencilerinin sosyal medya bağımlılığı ile boş zaman yönetimi ilişkisini incelemek amacıyla yapılan çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile boş zaman yönetimi arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Cengiz ve Er (2021) tarafından Covid-19 pandemisi sürecinde boş zaman yönetimi, sosyal medya bağımlılığı ve yaşam doyumu ilişkisini incelemek amacıyla üniversite öğrencileri üzerine yapılan çalışmaya göre katılımcıların boş zaman yönetim becerileri ile sosyal medya bağımlılık düzeyleri arasında bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde, boş zaman yönetimi ile genel bir kavram olan dijital bağımlılığın bir nevi kolları olan sosyal medya bağımlılığı, akıllı telefon bağımlılığı ve internet bağımlılığı gibi konuların üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durumun dijital bağımlılık ve boş zaman yönetim ilişkisinin belirlenmesinde bir araştırma boşluğu olduğu aynı zamanda araştırma konusunun da geliştirilmeye açık olduğu söylenebilir.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Araştırma, üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeyleri ile boş zaman yönetimine ilişkin algı düzeyleri arasındaki ilişkinin günlük hayata etkisini açıklamaya yönelik olduğundan betimsel nitelikte ilişkisel tarama modelinde bir çalışmadır. Betimsel-ilişkisel tarama modelindeki araştırmalarda bir durum ya da olay olduğu gibi betimlenmektedir.

2.2. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini üniversite öğrencileri oluşturmuştur. Örneklem grubu ise uygun örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Sosyal bilimlerde en yaygın kullanılan örnekleme türlerinden biri uygun örneklemedir. Uygun örneklemede, araştırmacılar katılımcıları ulaşması kolay, araştırma için uygun ve gönüllü bireylerden seçmektedir (Gravetter ve Forzano, 2011). Uygun örnekleme, çeşitli sınırlılıklar nedeniyle (zaman, işgücü vb.) örnekleme kolay bir şekilde ulaşılabilir ve uygulama yapılabilir birimlerden alınması olarak tanımlanır (Büyüköztürk vd., 2010). Araştırmanın örneklemini Necmettin Erbakan Üniversitesi ve Karanamaoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nde çeşitli fakültelerde ve bölümlerde öğrenim gören lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Örneklem grubunun bu iki üniversite üzerinden belirlenmesindeki temel sebep ise kolay ulaşılabilirlik ve ortaya çıkan sonuçlar üzerinden genellenebilir olabileceği düşüncesidir. Örneklem grubunu; 132 Kadın ve 119 Erkek olmak üzere toplam 251 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

| Değişkenler | | f | % |
|-------------|---------------|------------|--------------|
| Cinsiyet | Kadın | 132 | 52,6 |
| | Erkek | 119 | 47,4 |
| | Toplam | 251 | 100,0 |
| Yaş | 17-20 | 88 | 35,1 |
| | 21-25 | 121 | 48,2 |
| | 26 ve üstü | 42 | 16,7 |
| | Toplam | 251 | 100,0 |
| Sınıf | 1.Sınıf | 83 | 33,1 |
| | 2.Sınıf | 83 | 33,1 |
| | 3.Sınıf | 65 | 25,9 |

| | | | |
|-----------------------------------|---------------|------------|--------------|
| | 4.Sınıf | 20 | 8,0 |
| | Toplam | 251 | 100,0 |
| Refah Düzeyi | Kötü | 44 | 17,5 |
| | Normal | 170 | 67,7 |
| | İyi | 37 | 14,7 |
| | Toplam | 251 | 100,0 |
| Rekreasyon Etkinliklerine Katılım | Aktif | 144 | 57,4 |
| | Pasif | 107 | 42,6 |
| | Toplam | 251 | 100,0 |

Tablo 1' de görüldüğü gibi, araştırma kapsamında yer alan katılımcıların, %52,6'sının "Kadın" olduğu, %48,2'sinin "21-25" yaş grubunda olduğu, %33,1'inin "2. Sınıf" olduğu, %67,7'sinin "Normal" gelir düzeyinde olduğu, %57,4'ünün "Aktif" olarak rekreasyonel etkinliklere katılmayı tercih ettiği belirlenmiştir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcıların cinsiyet, yaş, sınıf, algılanan refah düzeyi, boş zamanları değerlendirme güçlüğü çekme durumu, haftalık boş zaman süresinin yeterliği ve rekreasyon etkinliklerine katılım şeklini belirlemek amacıyla kişisel bilgi formu oluşturulmuştur. Kişisel bilgi formuna ek olarak katılımcıların dijital bağımlılık düzeylerini tespit etmek amacıyla "Dijital Bağımlılık Ölçeği" kullanılmıştır. Dijital Bağımlılık Ölçeği (DBÖ) Arslan ve diğerleri (2015) tarafından geliştirilmiş olup, ölçek maddeleri hazırlanırken Beyatlı (2012) ve Kaya (2013)'nin yüksek lisans tezleri başta olmak üzere ilgili literatürden yararlanılmıştır. Uygulama sonuçlarından elde edilen verilerle yapılan çalışmalarda ilk olarak ölçeğin yapı geçerliliğine bakılmış ve yamaç-birikinti grafiği yardımıyla da ölçeğin üç faktörlü bir yapıya sahip olduğu anlaşılmıştır. Yapılan faktör analizi sonrasında 21 madde faktör yük değerleri düşük olduğundan veya birden fazla boyutta benzer yük değerine sahip olduğundan ölçekten çıkarılmıştır. Sonuç olarak 29 maddelik üç faktörlü bir yapıya sahip ölçek elde edilmiştir. Ölçek, "Oyun", "Sosyal Medya" ve "Günlük Hayata Etki" boyutu olmak üzere 3 alt boyuta sahiptir. Ölçek "1: Kesinlikle Katılmıyorum", "2: Katılmıyorum", "3: Kararsızım", "4: Katılıyorum" ve "5: Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde 5'li likert tipindedir. Cronbach Alpha Güvenirlik Katsayısı ise 0,89 olarak belirtilmiş olup 1.-11. maddeler arası "Oyun", 12.-23. maddeler arası "Sosyal Medya" ve 24.-29. arası maddeler ise "Günlük Hayata Etki" boyutlarını oluşturmaktadır.

Dijital Bağımlılık Ölçeği'nin yanı sıra katılımcıların boş zaman yönetim düzeyleri tespit etmek amacıyla "Boş Zaman Yönetimi Ölçeği" kullanılmıştır. Boş Zaman Yönetimi Ölçeği (BZYÖ) Wang ve diğerleri (2011) tarafından geliştirilmiş ve Akgül ve Karaküçük (2015) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirliği yapılmıştır. Cronbach Alpha Güvenirlik Katsayısı 0,81 olarak belirtilmiştir. Ölçek 15 maddeden oluşmaktadır ve "Amaç Belirleme ve Yöntem", "Boş Zaman Tutumu", "Programlama" ve "Değerlendirme" alt boyutları olmak üzere toplam 4 alt boyuttan oluşmaktadır. Alt boyutların Cronbach Alpha Güvenirlik Katsayıları ise 0,71-0,81 aralığında değişim göstermektedir. Ölçek 5'li likert tipindedir ve 1. 2. 3. 6. 7. ve 8. maddeler arası "Amaç Belirleme ve Yöntem" alt boyutunu, 4. 5. ve 9. maddeler arası "Değerlendirme" alt boyutunu, 10. 11. ve 12. maddeler arası "Boş Zaman Tutumu" alt boyutunu, 13. 14. ve 15. maddeler "Programlama" alt boyutunu oluşturmaktadır. Boş zaman yönetimi ölçeği için çalışmanın güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) 0,69 olarak belirlenirken; Dijital Bağımlılık ölçeği için ise 0,77 olarak ortaya çıkmıştır.

2.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmanın etik kurul onayı Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırmalar Etik Kurulu Başkanlığı'ndan 08.04.2022 tarihli, 2022/150 karar numarası ve 04 sayılı toplantı ile alınmıştır. Verilerin analizi SPSS 22 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırmada katılımcıların demografik bilgilerinin dağılımlarını tespit etmek için yüzde ve frekans tanımlayıcı istatistik yöntemleri kullanılmış ilaveten verilerin parametrik testlerin ön şartlarını sağlayıp sağlamadığına Skewness ve Kurtosis (+2 ile -2) değerleri ve Levene (varyansların eşitliği) testi sonuçları incelenerek karar verilmiştir (Büyüköztürk, 2012). Verilerin normal bir dağılımı sahip olduğu belirlenmiştir. Tanımlayıcı istatistik modellere ek olarak T-testi, Anova Testi ve anlamlı farklılık oluşan gruplarda Tukey HSD testi kullanılmıştır ($\alpha = 0.05$).

3. Bulgular

Tablo 2. Ölçek Puanlarının Dağılımı

| Alt Boyutlar | Madde Sayısı | N | Ort. | Ss | Çarpıklık | Basıklık |
|-------------------------------|--------------|-----|------|------|-----------|----------|
| BZYÖ Amaç Belirleme ve Yöntem | 6 | 251 | 3,59 | ,892 | -.398 | -.246 |

| | | | | | | |
|-------------------------|----|-----|-------|-------|-------|-------|
| BZYÖ Değerlendirme | 3 | 251 | 3,64 | ,877 | -,543 | ,270 |
| BZYÖ Boş Zaman Tutum | 3 | 251 | 3,99 | ,852 | -,894 | ,969 |
| BZYÖ Programlama | 3 | 251 | 3,13 | 1,06 | -,115 | -,682 |
| DBÖ Oyun Bağımlılığı | 11 | 251 | 33,38 | 10,68 | -,296 | -,617 |
| DBÖ Sosyal Medya | 12 | 251 | 39,82 | 1050 | -,353 | -,504 |
| DBÖ Hayata Olumsuz Etki | 6 | 251 | 18,48 | 6,17 | -,250 | -,811 |

Tablo 2'de çalışma kapsamındaki katılımcıların, BZYÖ ve DBÖ alt boyutlarından aldıkları puanların ortalamaları ile çarpıklık ve basıklık değerleri verilmiştir. Veriler incelendiğinde çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir.

Tablo 3. BZYÖ ile DBÖ Alt Boyut Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre T-Test Sonuçları

| Alt Boyutlar | Değişken | Ort. | Ss | t | p |
|-------------------------------|----------|---------|----------|--------|------|
| BZYÖ Amaç Belirleme ve Yöntem | Kadın | 3,7311 | ,88399 | 2,625 | ,009 |
| | Erkek | 3,4384 | ,87974 | | |
| BZYÖ Değerlendirme | Kadın | 3,7197 | ,85687 | 1,364 | ,174 |
| | Erkek | 3,5686 | ,89711 | | |
| BZYÖ Bos Zaman Tutum | Kadın | 4,0379 | ,80567 | ,819 | ,414 |
| | Erkek | 3,9496 | ,90264 | | |
| BZYÖ Programlama | Kadın | 3,0126 | 1,12825 | -1,928 | ,055 |
| | Erkek | 3,2717 | ,98574 | | |
| DBÖ Oyun Bağımlılığı | Kadın | 32,1439 | 10,24593 | -1,951 | ,052 |
| | Erkek | 34,7647 | 11,03132 | | |
| DBÖ Sosyal Medya | Kadın | 38,9394 | 10,65973 | 1,402 | ,162 |
| | Erkek | 40,7983 | 10,29611 | | |
| DBÖ Hayata Olumsuz Etki | Kadın | 17,8258 | 6,20944 | -1,791 | ,075 |
| | Erkek | 19,2185 | 6,08856 | | |

Cinsiyet değişkenine göre katılımcıların boş zaman yönetimi ölçeği alt boyutları ile dijital bağımlılık ölçeğine ilişkin yapılan T Testi sonuçlarına göre BZYÖ alt boyutları arasında "Amaç Belirleme ve Yöntem" alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu belirlenirken, DBÖ alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı belirlenmiştir ($p>0.05$). Ortalama puanları incelendiğinde anlamlı farklılığın kadın katılımcılar lehine olduğu görülmektedir.

Tablo 4. BZYÖ ile DBÖ Alt Boyut Puanlarının Faaliyetlere Katılım Tipi Değişkenine Göre T-testi Sonuçları

| Alt Boyutlar | Değişken | Ort. | Ss | t | p |
|-------------------------------|----------|---------|----------|--------|------|
| BZYÖ Amaç Belirleme ve Yöntem | Aktif | 3,7431 | ,87570 | 3,161 | ,002 |
| | Pasif | 3,3894 | ,87803 | | |
| BZYÖ Değerlendirme | Aktif | 3,7616 | ,86066 | 2,399 | ,017 |
| | Pasif | 3,4953 | ,88116 | | |
| BZYÖ Boş Zaman Tutum | Aktif | 3,9977 | ,90625 | ,036 | ,971 |
| | Pasif | 3,9938 | ,77835 | | |
| BZYÖ Programlama | Aktif | 3,1204 | 1,13132 | -,259 | ,796 |
| | Pasif | 3,1558 | ,98342 | | |
| DBÖ Oyun Bağımlılığı | Aktif | 33,5208 | 9,94950 | ,231 | ,818 |
| | Pasif | 33,2056 | 11,64712 | | |
| DBÖ Sosyal Medya | Aktif | 38,2639 | 10,82149 | -2,758 | ,006 |
| | Pasif | 41,915 | 9,73529 | | |
| | Aktif | 17,8958 | 6,12768 | | |

| | | | |
|-------------------------|-------|---------|---------|
| DBÖ Hayata Olumsuz Etki | Pasif | 19,2804 | 6,18854 |
|-------------------------|-------|---------|---------|

Katılım tipi değişkenine göre katılımcıların boş zaman yönetimi ölçeği alt boyutları ile dijital bağımlılık ölçeğine ilişkin yapılan T Testi sonuçlarına göre BZYÖ alt boyutları arasında “Amaç Belirleme ve Yöntem” ve “Değerlendirme” alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu belirlenirken, DBÖ alt boyutlarında “Sosyal Medya” alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Ortalama puanları incelendiğinde oluşan bu farklılığın faaliyetlere aktif katılım sağlayan bireylerin lehinde olduğu görülmektedir.

Tablo 5. BZYÖ ile DBÖ Alt Boyut Puanlarının Katılımcıların Yaşlarına Göre ANOVA Testi Sonuçları

| Alt Boyutlar | Değişken | Ort. | Ss | F | p | Tukey |
|-------------------------------|------------|---------|----------|-------|------|-------|
| BZYÖ Amaç Belirleme ve Yöntem | 17-20 | 3,5473 | ,83885 | ,212 | ,809 | |
| | 21-25 | 3,6047 | ,92073 | | | |
| | 26 ve Üstü | 3,6508 | ,93401 | | | |
| BZYÖ Değerlendirme | 17-20 | 3,6364 | ,84816 | ,435 | ,648 | |
| | 21-25 | 3,6171 | ,90335 | | | |
| | 26 ve Üstü | 3,7619 | ,87509 | | | |
| BZYÖ Boş Zaman Tutum | 17-20 | 3,8333 | ,90972 | 2,547 | ,080 | |
| | 21-25 | 4,0716 | ,83799 | | | |
| | 26 ve Üstü | 4,1190 | ,72815 | | | |
| BZYÖ Programlama | 17-20 | 3,1098 | 1,06820 | 1,625 | ,199 | |
| | 21-25 | 3,2369 | 1,07276 | | | |
| | 26 ve Üstü | 2,8968 | 1,04243 | | | |
| DBÖ Oyun Bağımlılığı | 17-20 | 34,8068 | 9,60945 | 8,268 | ,000 | 1-3* |
| | 21-25 | 34,4132 | 9,68131 | | | 2-3* |
| | 26 ve Üstü | 27,4524 | 13,50375 | | | |
| DBÖ Sosyal Medya | 17-20 | 41,5455 | 9,80840 | 2,534 | ,081 | |
| | 21-25 | 39,4545 | 10,61053 | | | |
| | 26 ve Üstü | 37,2619 | 11,23813 | | | |
| DBÖ Hayata Olumsuz Etki | 17-20 | 19,0568 | 5,60451 | 3,085 | ,048 | 1-3* |
| | 21-25 | 18,8099 | 5,99488 | | | 2-3* |
| | 26 ve Üstü | 16,3571 | 7,44024 | | | |

Katılımcıların yaşlarına göre boş zaman yönetimi ölçeği alt boyutları ile dijital bağımlılık ölçeğine ilişkin yapılan Anova testi sonuçlarına göre, BZYÖ alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olmadığı belirlenirken ($p>0.05$), DBÖ alt boyutlarında “Oyun Bağımlılığı” ile “Hayata Olumsuz Etki” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p<0.05$). Anlamlı farkın hangi yaş gruplarından kaynaklandığını belirlemek için yapılan Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre ise anlamlı farkın “26 ve üstü” yaş grubundan kaynaklı olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6. BZYÖ ile DBÖ Alt Boyut Puanlarının Katılımcıların Refah Düzeylerine Göre ANOVA Testi Sonuçları

| Alt Boyutlar | Değişken | Ort. | Ss | F | p | Tukey |
|-------------------------------|----------|--------|--------|-------|------|-------|
| BZYÖ Amaç Belirleme ve Yöntem | Kötü | 3,3977 | ,92358 | 4,658 | ,010 | 3-1* |
| | Normal | 3,5598 | ,86337 | | | |
| | İyi | 3,9730 | ,90054 | | | |
| BZYÖ Değerlendirme | Kötü | 3,3977 | ,92358 | 1,842 | ,161 | |
| | Normal | 3,5598 | ,86337 | | | |
| | İyi | 3,9730 | ,90054 | | | |
| BZYÖ Boş Zaman Tutum | Kötü | 3,3977 | ,92358 | 1,330 | ,266 | |
| | Normal | 3,5598 | ,86337 | | | |
| | İyi | 3,9730 | ,90054 | | | |
| BZYÖ Programlama | Kötü | 3,3977 | ,92358 | 4,003 | ,019 | 3-1* |
| | Normal | 3,5598 | ,86337 | | | |
| | İyi | 3,9730 | ,90054 | | | |
| DBÖ Oyun Bağımlılığı | Kötü | 3,3977 | ,92358 | ,761 | ,468 | |
| | Normal | 3,5598 | ,86337 | | | |
| | İyi | 3,9730 | ,90054 | | | |

| | | | | | |
|-------------------------|--------|--------|--------|-------|------|
| DBÖ Sosyal Medya | Kötü | 3,3977 | ,92358 | 4,638 | ,011 |
| | Normal | 3,5598 | ,86337 | | |
| | İyi | 3,9730 | ,90054 | | |
| DBÖ Hayata Olumsuz Etki | Kötü | 3,3977 | ,92358 | 2,057 | ,130 |
| | Normal | 3,5598 | ,86337 | | |
| | İyi | 3,9730 | ,90054 | | |

Katılımcıların refah düzeyi algılarına göre boş zaman yönetimi ölçeği alt boyutları ile dijital bağımlılık ölçeğine ilişkin yapılan Anova testi sonuçlarına göre, BZYÖ alt boyutları arasında “Amaç Belirleme ve Yöntem” ve “Programlama” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenirken ($p < 0.05$), DBÖ alt boyutlarında sadece “Sosyal Medya alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir ($p < 0.05$). Anlamlı farkın hangi refah düzeylerinden kaynaklandığını belirlemek için yapılan Tukey HSD çoklu karşılaştırma testi sonuçlarına göre ise anlamlı farkın refah düzeyi algısı “Kötü” olan katılımcılardan kaynaklı olduğu belirlenmiştir.

Tablo 7. Boş Zaman Yönetimi Ölçeği ile Dijital Bağımlılık Ölçeğine İlişkin Korelasyon Tablosu

| | | Korelasyon | | | | | | |
|--------|---|------------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| | | BZYÖ | BZYÖ 2 | BZYÖ 3 | BZYÖ 4 | DBÖ 1 | DBÖ 2 | DBÖ 3 |
| BZYÖ 1 | N | 1 | | | | | | |
| | P | 251 | | | | | | |
| BZYÖ 2 | N | ,712** | 1 | | | | | |
| | P | 251 | 251 | | | | | |
| BZYÖ 3 | N | ,440** | ,576** | 1 | | | | |
| | P | 251 | 251 | 251 | | | | |
| BZYÖ 4 | N | ,185** | ,214** | ,145* | 1 | | | |
| | P | 251 | 251 | 251 | 251 | | | |
| DBÖ 1 | N | ,137* | ,074 | -,001 | ,385** | 1 | | |
| | P | 251 | 251 | 251 | 251 | 251 | | |
| DBÖ 2 | N | -,082 | -,021 | ,045 | ,220** | ,540** | 1 | |
| | P | 251 | 251 | 251 | 251 | 251 | 251 | |
| DBÖ 3 | N | ,040 | ,038 | -,056 | ,294** | ,549** | ,649** | 1 |
| | P | 251 | 251 | 251 | 251 | 251 | 251 | 251 |

0.01 ** 0.05* ($p < .05$)

Boş zaman yönetimi ile dijital bağımlılık arasında yapılan korelasyon analizine göre iki ölçek arasında .01 ve .05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Dijital bağımlılık kavramının üniversite öğrencilerinin günlük hayatlarına etkisinin değerlendirilmesinde boş zaman yönetiminin önemini ortaya çıkarmak, dijital bağımlılık ve boş zaman yönetiminin çeşitli demografik değişkenler açısından incelenmesi amaçlanan bu çalışmada katılımcıların cinsiyet değişkenlerine göre boş zaman yönetimi ölçeği ve dijital bağımlılık ölçeği alt boyutlarında; BZYÖ’de “Amaç Belirleme ve Yöntem” alt boyutunda anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiş olup, DBÖ alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 3). Ortaya çıkan bu sonuç katılımcıların cinsiyetlerinin dijital bağımlılık düzeyleri alt boyutlarında etkili olmadığını göstermektedir. Tektaş ve Tektaş (2010) meslek yüksekokulu öğrencilerinin zaman yönetimlerini incelemek amacıyla yaptıkları çalışmada zaman yönetimini verimli değerlendirmede kadın öğrencilerin lehine bir sonuca ulaşmıştır. Karagöz ve diğerleri (2022) tarafından spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin boş zaman yönetimlerini incelemek amacıyla yapılmış olan çalışmada kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla daha yüksek bir boş zaman yönetim düzeyine sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Misra ve McKean (2000) tarafından yürütülen çalışmada kadın katılımcıların erkek katılımcılara göre daha yüksek zaman yönetimi puan ortalamasına sahip olduğunu tespit etmiştir. Araştırmada elde edilen sonuçların aksine Yaşartürk ve diğerleri (2018) üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri çalışmalarında boş zaman yönetimi ölçeği alt boyutlarında cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık olmadığını rapor etmişlerdir. Durhan ve diğerleri (2017) rekreatif amaçlı yüzme

sporuyla uğraşan bireylerin boş zaman yönetimlerini inceledikleri araştırmada cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık oluşmadığı sonucuna ulaşmıştır. Dijital bağımlılığa yönelik gerçekleştirilen benzer araştırmalar incelendiğinde; Taşlıyan ve diğerleri (2021) katılımcıların dijital bağımlılık düzeylerini belirlemeye yönelik gerçekleştirdiği araştırmada cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık olmadığını belirtmiştir. Kim ve diğerleri (2008) gerçekleştirdikleri araştırmada dijital bağımlılık alt boyutlarında kadın ve erkek katılımcılar arasında anlamlı farklılık olmadığını rapor etmiştir. Arslan (2020) üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeylerini ölçmeye yönelik yaptığı araştırmasında cinsiyet değişkenine göre “engelleme”, “duygu durumu” ve “bırakamama” alt boyutlarında anlamlı bir farklılık oluştuğunu, toplam puanlar ve diğer alt boyutlarda ise anlamlı bir farklılık oluşmadığı bulgusuna ulaşmıştır. Çam (2012) öğretmen adaylarına yönelik gerçekleştirdiği araştırmasında Facebook bağımlılık düzeyleri arasında erkek öğretmen adaylarının bağımlılık düzeyleri kadın öğretmen adaylarının bağımlılık düzeylerine göre anlamlı derecede yüksek olduğunu rapor etmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin faaliyetlere katılım tiplerine göre BZYÖ alt boyutları arasında “Amaç Belirleme ve Yöntem” ve “Değerlendirme” alt boyutlarında anlamlı farklılık belirlenirken, puan ortalamaları incelendiğinde faaliyetlere aktif olarak katılım sağlayan öğrencilerin faaliyetlere pasif katılım sağlayan öğrencilere göre puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu durumun, aktif olarak rekreasyonel faaliyetlere katılım sağlayan bireylerin boş zamanlarını, faaliyetlere pasif katılım sağlayan bireylere göre etkili bir şekilde geçirmeleri ve aynı zamanda aktif olarak faaliyetlerle uğraşmaları nedeniyle dijital teknolojilerin olumsuzluklarından diğer bireylere göre daha az etkilenmelerinden dolayı kaynaklanabileceği söylenebilir. DBÖ alt boyutlarında “Sosyal Medya” alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Tablo 4). Katılımcıların puan ortalamaları incelendiğinde Dijital bağımlılık ölçeğinin “Sosyal Medya” alt boyutunda rekreasyonel etkinliklere pasif katılım sağlayan öğrencilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Araştırma bulgularımızdan hareketle günümüz dünyasında her geçen gün artan teknolojik gelişmelerle birlikte üniversite öğrencilerinin boş zamanlarında dijital araçlarla özellikle de sosyal medya platformlarında pasif katılım sağlayarak zaman geçirdikleri anlaşılmaktadır. Eryılmaz ve Bal (2019) tarafından öğrencilerin rekreasyonel eğilimleri ile teknoloji bağımlılıkları arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan bir çalışmaya göre, fiziksel ve kültürel rekreasyonel faaliyetlere katılan bireylerin dijital bağımlılığın alt boyutu olan sosyal medya boyutunu etkilediği belirlenmiştir, aynı zamanda dijital bağımlılığın günlük hayata etkisi boyutunda ise fiziksel, açık alan, grup, kültürel, hobi odaklı ve diğer rekreasyonel faaliyetlerine katılımın etkili olduğu tespit edilmiştir. Hazar ve diğerleri (2015) tarafından yapılan bir çalışmaya göre aktif olarak spor yapan bireylerin internet bağımlılık düzeylerinin aktif olarak spor yapmayan bireylere göre daha az olduğu belirlenmiştir.

Katılımcılar yaş değişkenine göre değerlendirildiğinde BZYÖ alt boyutları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık oluşmadığı belirlenirken, DBÖ alt boyutlarında “Oyun Bağımlılığı” ile “Hayata Olumsuz Etki” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir (Tablo 5). Yapılan Tukey HSD testi sonuçlarına göre ortaya çıkan anlamlı farkın “26 ve üstü” yaş grubundan kaynaklı olduğu belirlenmiştir. Yaşartürk ve diğerleri (2018) üniversite öğrencileri ile gerçekleştirdikleri araştırmalarında boş zaman yönetimi ölçeği alt boyutlarında yaş değişkenine göre anlamlı farklılık olmadığını rapor etmişlerdir. Araştırmadan elde edilen sonuçlarının aksine Çakır (2017) tarafından üniversite öğrencilerinin boş zaman yönetimlerini belirlemeye yönelik yaptığı araştırmasında “boş zaman tutumu” ve “değerlendirme” alt boyut puanlarının anlamlı olarak farklılık gösterdiğini tespit etmiştir. Dijital bağımlılığa yönelik gerçekleştirilen benzer araştırmalar incelendiğinde; Can ve Demir (2020) sporcuların ve e-spor oyuncularının dijital oyun bağımlılıklarını incelediği araştırmasında katılımcıların yaşları arttıkça bağımlılık düzeylerinin arttığını belirtmiştir. Çalışma bulgularının aksine yaş arttıkça dijital oyun bağımlılığı düzeyinin azaldığını tespit eden çalışmalar bulunmaktadır (Ünübol vd., 2020).

Katılımcılar refah düzeyi algılarına göre değerlendirildiğinde BZYÖ alt boyutları arasında “Amaç Belirleme ve Yöntem” ve “Programlama” alt boyutlarında anlamlı farklılık olduğu belirlenirken, DBÖ alt boyutlarında sadece “Sosyal Medya alt boyutunda istatistiksel olarak anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Yapılan Tukey HSD testine göre anlamlı farkın “Kötü” refah düzeyi algısına sahip olan katılımcılardan kaynaklandığı tespit edilmiştir (Tablo 6). Bu durumun, algılanan gelir düzeyi düşük olan bireylerin diğer refah düzeyi algılarına sahip katılımcılara göre daha fazla ekonomik kısıtlılıklara sahip olmasından dolayı kaynaklanabileceği belirtilebilir. Aksoy (2019) beden eğitimi öğretmen adaylarının boş zaman yönetimlerini incelediği araştırmasında “Amaç Belirleme ve Yöntem” alt boyutlarında orta sosyo-ekonomik düzeye sahip katılımcıların puanlarını daha yüksek olduğunu saptamıştır. Yaşartürk ve diğerleri (2018) üniversite öğrencilerinin boş zaman yönetimlerini inceledikleri araştırmasında gelir değişkenine göre “Boş Zaman Tutum” alt boyutunda anlamlı farklılık olduğunu belirtmişlerdir. Araştırma sonuçlarımızın aksine Arslan (2020) üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık düzeylerini ölçmeye yönelik yaptığı araştırmasında ekonomik durum değişkenine göre herhangi anlamlı bir farklılık olmadığını tespit etmiştir. Gençer (2011) yaptığı araştırma sonuçları incelendiğinde ekonomik durumun öğrencilerin dijital bağımlılıkları üzerinde farklılık oluşturmadığı görülmektedir.

Ayrıca yapılan korelasyon analizi ile boş zaman yönetimi ve dijital bağımlılık alt boyutlarında iki ölçek arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Tablo 7). Bu ilişki boş zaman yönetiminin dijital bağımlılık üzerinde etkili bir role sahip olduğunu ifade ederken, boş zamanların tipik boş zaman faaliyetleriyle değerlendirilmesinin dijital bağımlılığı

pozitif yönde etkileyebileceğini ifade etmektedir. Arat ve Çalılımlı (2017) tarafından yapılan benzer bir araştırmada zamanını verimli ve etkin bir şekilde değerlendiren öğrencilerin arkadaşlarıyla sohbet etmek, tiyatroya gitmek, müzik dinlemek, konsere gitmek gibi faaliyetler ile değerlendirdikleri belirlenmiş olup öğrencilerin bu faaliyetlere dahil olma nedenlerini “yaşamdan keyif almak boş zamanlarında iyi bir ruh halinde olmak ve kendisini özgür hissetmek” olarak ifade etmişlerdir

Sonuç olarak, boş zaman yönetimine ilişkin olarak cinsiyet değişkenine göre “Amaç Belirleme ve Yöntem” alt boyutunda, Faaliyet katılım türüne göre “Amaç Belirleme ve Yöntem” ve “Değerlendirme” alt boyutlarında, refah düzeyine göre “Amaç Belirleme ve Yöntem” ve “Programlama” alt boyutlarında anlamlı farklılık olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların dijital bağımlılık düzeyleri incelendiğinde ise faaliyet katılım türüne göre “Sosyal Medya” alt boyutunda, Yaş değişkenine göre “Oyun Bağımlılığı” ile “Hayata Olumsuz Etki” alt boyutlarında, refah düzeyine göre ise sadece “Sosyal Medya” alt boyutunda anlamlı farklılık olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca dijital bağımlılık ile boş zaman yönetimi arasında pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu saptanmıştır. Böylelikle boş zaman yönetiminin dijital bağımlılığın etkilerinin azaltılması konusunda olumlu bir etkiye sahip olduğu belirtilebilir.

Araştırma sonuçları kapsamında şu önermeler yapılabilir:

- Üniversite öğrencilerinin dijital bağımlılık ve boş zaman yönetimi konusunda daha fazla farkındalığa sahip olabilmesi için ilgili alanlara yönelik daha fazla çalışmalar yapılabilir.
- Araştırmaların yanı sıra üniversite öğrencilerine bu konularda danışmanlık yapabilecek birimler oluşturulabilir. -
- Dijital bağımlılıkla mücadele ve boş zaman yönetiminin önemi kapsamında eğitsel programlar gerek yerel yönetimler gerekse üniversiteler tarafından geliştirilebilir. Özellikle genç bireylerde dijital bağımlılıkla mücadele ve boş zaman yönetiminin öneminin daha iyi anlaşılması için gençler aktif rekreasyonel faaliyetlere katılıma teşvik edilebilir.
- Araştırmanın nicel olması ve örneklem sayısının az olması durumuna karşılık olarak konuya farklı bir yöntemden bakılıp, daha fazla örneklem sayısı ve çeşidine erişim sağlanabilir.
- Dijital bağımlılık ile boş zaman yönetimi konusunda literatürde fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu konuyla ilgili bilimsel araştırmaların yapılması elde edilmiş olan bulguların daha sağlam bir zemine oturmasına yardımcı olması açısından önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Akgül, B. M. ve Karaküçük, S. (2015). Boş Zaman Yönetimi Ölçeği: Geçerlik-Güvenirlik Çalışması. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 12(2), 1867-1880.
- Akkaya, F. H., Tutgun Ünal, A. ve Tarhan, N. (2021). Y Kuşağının Dijital Oyun Bağımlılığının İncelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying*, 8(1), 1-22.
- Aksoy, A. (2019). *Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Boş Zaman Yönetimi, İşkoliklik Ve İş Yaşam Dengesi Açısından İncelenmesi (Antalya Merkezi Örneği)*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Spor Yöneticiliği Anabilim Dalı, Antalya.
- Aksu, H. S. (2020). Rekreasyon ve ihtiyaç kavramı. İçinde İ.Kayantaş M. Söyler (Ed.), *Sporda Akademik Yaklaşımlar-6*, (ss. 71-85). Ankara: Gece Kitaplığı.
- Aksu, H. S., Güneş, S. G. ve Kaya, A. (2022). Covid-19 Küresel Salgını Sürecinde Rekreasyona Aktif Katılımın Yalnızlık Algısına Etkisi. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(2), 83-97.
- Aksu, H. S., Harmandar Demirel, D., Kaya, A., ve Demirel, M. (2021). E-spor faaliyetlerinin rekreasyon ve spor açısından değerlendirilmesi. İçinde A. Kaya ve S. Uslu (Ed.) *Akademik Serbest Zaman ve Rekreasyon Araştırmaları*. (ss. 23-40). Konya: NEÜ Yayınevi.
- Alimoradi, Z., Lin, C. Y., Broström, A., Bülow, P. H., Bajalan, Z., Griffiths, M. D., Ohayon, M. M. ve Pakpour, A. H. (2019). Internet Addiction and Sleep Problems: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Sleep Medicine Reviews*, 47, 51-61.
- Almourad, M. B., McAlaney, J., Skinner, T., Pleva, M. ve Ali, R. (2020). Defining Digital Addiction: Key Features from The Literature. *Psihologija*, 53(3), 237-253.
- Alrobai, A., ve Dogan, H. (2015). Digital addiction ontology for social networking systems. içinde L. Aiello, D. McFarland, (Ed.) *Social Informatics*. (ss:167-175). Cham: Springer.
- Arat, T. ve Çalılımlı, Y. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Boş Zamanlarını Değerlendirme Tercihleri: Selçuk Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği. *Çatalhöyük Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 109-128.

- Arslan, A. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Dijital Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *International e-Journal of Educational Studies*, 4(7), 27-41.
- Arslan, A., Kırık, A. M., Karaman, M. ve Çetinkaya, A. (2015). Lise ve Üniversite Öğrencilerinde Dijital Bağımlılık. *Uluslararası Hakemli İletişim ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, 8(8), 34-58.
- Auger, D. (2020). Leisure in Everyday Life. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 43(2), 127-128.
- Aziz, N., Nordin, M. J., Abdulkadir, S. J. ve Salih, M. M. M. (2021). Digital Addiction: Systematic Review of Computer Game Addiction Impact on Adolescent Physical Health. *Electronics*, 10(996), 1-18.
- Baghdasaryan, A. A. ve Akopyan, A. A. (2020). Computer Addiction as Psychological and Pedagogical Problem. *Cross Cultural Studies: Education and Science*, 2, 53-58.
- Beyatlı, Ö. (2012). Orta Öğretim Kademesindeki Öğrencilerin İnternet Bağımlılığı Düzeylerinin Belirlenmesi. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Yakındoğu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Lefkoşa.
- Büchi, M., Festic, N., ve Latzer, M. (2019). Digital overuse and subjective well-being in a digitized society. *Social Media+ Society*, 5(4), 1-12.
- Büyüköztürk Ş., Çakmak E. K., Akgün Ö. E., Karadeniz Ş. ve Demirel F. (2010). Bilimsel araştırma yöntemleri (6. baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Cambridge. (2022). Dictionary Cambridge: Addiction. <https://dictionary.cambridge.org/tr/sözlük/ingilizce/addiction> Erişim Tarihi: 16.04.2022
- Can, H. C. ve Demir, G. T. (2020). Sporcuların ve E-Spor oyuncularının Dijital Oyun Bağımlılığı ve Dijital Oyun Bağımlılığına İlişkin Farkındalık Düzeyleri. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 5(4), 364-384.
- Cemiloglu, D., Almourad, M. B., McAlaney, J. ve Ali, R. (2022). Combatting Digital Addiction: Current Approaches and Future Directions. *Technology in Society*, 68(2), 101832.
- Cengiz, R. ve Er, B. (2021). Investigation of the Relationship between Free Time Management, Social Media Addiction and Life Satisfaction of University Students during the COVID-19 Pandemic Process. *Journal of Educational Issues*, 7(3), 85-99.
- Cherepov, E. A., Kalugina, G. K., Khafizova, A. S. ve Melnikova, O. V. (2018). Computer Addiction Control Model in Application to Physical Education College Students. *Theory and Practice of Physical Culture*, 5, 19-21.
- Chopdar, P. K., Paul, J. ve Prodanova, J. (2022). Mobile shoppers' Response to Covid-19 Phobia, Pessimism and Smartphone Addiction: Does Social Influence Matter? *Technological Forecasting and Social Change*, 174, 1-13.
- Çakır, V. O. (2017). Üniversite Öğrencilerin Serbest Zaman Doyum Düzeyleri ile Serbest Zaman Yönetimleri Arasındaki İlişki. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 17-27.
- Çam, E. (2012). Öğretmen Adaylarının Eğitsel ve Genel Amaçlı Facebook Kullanımları ve Facebook Bağımlılıkları (SAÜ Eğitim Fakültesi Örneği). (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Sakarya.
- Çuhadar, A. (2020). Sosyal Medya Kullanımı ve Boş Zaman Yönetimi İlişkisinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Karaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı, Karaman.
- Çuhadar, A., Demirel, M., Er, Y. ve Serdar, E. (2019). Lise Öğrencilerinde Boş Zaman Yönetimi ve Gelecek Beklentisi İlişkisi. *Journal of International Social Research*, 12(66), 1498-1505
- Dalvi-Esfahani, M., Niknafs, A., Kuss, D. J., Nilashi, M. ve Afrough, S. (2019). Social Media Addiction: Applying the DEMATEL Approach. *Telematics and Informatics*, 43, 1-17.
- De Klerk, N., ve Bevan Dye, A. L. (2014). Free-time Management Amongst Generation Y students. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(21), 11-11.
- Demirel M. ve Harmandar D. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyonel Etkinliklere Katılımlarında Engel Oluşturabilecek Faktörlerin Belirlenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1), 838-846.
- Deng, L.Y., Liu, L., Xia, C.-C., Lan, J., Zhang, J.-T. ve Fang, X. Y. (2017). Craving Behavior Intervention in Ameliorating College Students' Internet Game Disorder: A Longitudinal Study. *Front Psychol*, 8, 1-12

- Dresp-Langley, B., ve Hutt, A. (2022). Digital Addiction and Sleep. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(11), 6910.
- Durhan, T. A., Akgül, B. M. ve Karaküçük, S. (2017). Rekreatif Amaçlı Yüzme Sporuyla Uğraşan Bireylerin Boş Zaman Yönetimleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 19(4), 8-16.
- Er, Y., Çuhadar, A., Demirel, M., Kaya, A. ve Aksu, H. S. (2021). Examination of the Relationship between The University Students' Course-Leisure Conflict and Curiosity. *PJMHS*, 15(3). 929-934.
- Eranıl, A. K. ve Özcan, M. (2018). Lise Öğrencilerinin Boş Zaman Yönetimi Becerisinin İncelenmesi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(6), 779-785.
- Ermolova, T., Florova, N. ve Litvinov, A. V. (2017). Computer Addiction and Computer Literacy: Two Sides of The Same Process. *Journal of Modern Foreign Psychology*, 6(4), 46–55.
- Eryılmaz, S. ve Bal, H. T. (2021). Teknoloji Bağımlılığı ile Rekreatif Eğilimler Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir İnceleme. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4), 902–919.
- Felt, L. J. ve Robb, M. B. (2016). Technology Addiction: Concern, Controversy, and Finding a Balance. San Francisco: Common Sense Media.
- Gençer, S. L. (2011). Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Durumlarının İnternet Kullanım Profilleri ve Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının İncelenmesi. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Teknolojileri Anabilim Dalı, Isparta.
- Gezgin, D. M., Mihci, C. ve Gedik, S. (2021). The Effect of Free Time Management Skills upon Smartphone Addiction Risk in University Students. *Journal of Education in Science Environment and Health*, 7(4), 354-366.
- Gravetter, F. J. ve Forzano, L. A. B. (2011). Research methods for the behavioral sciences. Boston: Cengage Learning.
- Hassan, T., Alam, M. M., Wahab, A. ve Hawlader, M. D. (2020). Prevalence and Associated Factors of Internet Addiction Among Young Adults in Bangladesh. *Journal of the Egyptian Public Health Association*, 95(1), 1–18.
- Hazar, A. (2014). Rekreatif ve animasyon. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, K. , Mamak, H. ve Çınar, V. (2015). Investigation of Relationship Internet und Computer Games Addiction with Sports Participation Level and Some Variables in High School Students . *Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9 (2) , 259-268 .
- Hou, Y., Xiong, D., Jiang, T., Song, L. ve Wang, Q. (2019). Social Media Addiction: Its Impact, Mediation, and İntervention. *Cyberpsychology*, 13(1), 1–17.
- Jo, J. ve Bang, K. S. (2022). The Effect of Peer Relationship Enhancement Programs on the Prevention of Smartphone Addiction among Late School-Age Children in South Korea. *Journal of Pediatric Nursing*, 63, e127–e135.
- Kaas, E. T. ve Artımaç, A. (2017). Free Time Management, Leisure Participation and Satisfaction in University Students. *City*, 358, 89-5.
- Kapus, K., Nyulas, R., Nemeskeri, Z., Zadori, I., Muity, G., Kiss, J., Feher, A., Fejes, E., Tibold, A. ve Feher, G. (2021). Prevalence and Risk Factors of Internet Addiction among Hungarian High School Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(13), 1–14.
- Karagöz, Ş., Dinç, H. ve Kaya, D. G. (2022). Self-Leadership and Leisure Management of Sports Science Students in The Online Education Process. *International Journal of Technology in Education (IJTE)*, 5(2), 206-220.
- Kaya, A. B. (2013). Çevrimiçi Oyun Bağımlılığı Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). T.C. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ölçme ve Değerlendirme Bilim Dalı, Tokat.
- Kharadze, N. (2017). Free-Time Management among Master's Degree Students of Georgia. *European Journal of Social Science Education and Research*, 4(4s), 24-33.
- Kim, E. J., Namkoong, K., Ku, T. ve Kim, S. J. (2008). The Relationship Between Online Game Addiction and Aggression, Self-Control and Narcissistic Personality Traits. *European Psychiatry*, 23, 212-218.
- Kumar Singh, A. ve Kumar Singh, P. (2019). Digital Addiction: A Conceptual Overview. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 3538, 1–11.

- Kurniasanti, K. S., Assandi, P., Ismail, R. I., Nasrun, M. W. S. ve Wiguna, T. (2019). Internet Addiction: A New Addiction? *Medical Journal of Indonesia*, 28(1), 82–91.
- Kurt, A. A., Dogan, E., Erdogan, Y. K. ve Emiroglu, B. G. (2018). Examining Computer Gaming Addiction in Terms of Different Variables. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, 10(1), 29–40.
- Li, W., Garland, E. L., McGovern, P., O'Brien, J. E., Tronnier, C. ve Howard, M. O. (2017). Mindfulness-Oriented Recovery Enhancement for Internet Gaming Disorder in U.S. Adults: A Stage I Randomized Controlled Trial. *Psychological Addictions*, 31, 393–402.
- Li, Y. Y., Sun, Y.-K., Meng, S. Q., Bao, Y. P., Cheng, J. L., Chang, X. W., Ran, M. S., Sun, Y. K., Kosten, T., Strang, J., Lu, L. ve Shi, J. (2021). Internet Addiction Increases in the General Population During COVID-19: Evidence From China. *American Journal on Addictions*, 30(4), 389–397.
- Longobardi, C., Settanni, M., Fabris, M. A. ve Marengo, D. (2020). Follow or Be Followed: Exploring The Links between Instagram Popularity, Social Media Addiction, Cyber Victimization, and Subjective Happiness in Italian Adolescents. *Children and Youth Services Review*, 113, 1–7.
- Lozano Blasco, R., Latorre Martínez, M. P. ve Cortés Pascual, A. (2022). Screen Addicts: A Meta-Analysis of Internet Addiction in Adolescence. *Children and Youth Services Review*, 135, 1–11.
- Mantz, J. W. (2008). Improvisational Economies: Coltan Production in The Eastern Congo. *Social Anthropology*, 16(1), 34–50.
- Meng, S. Q., Cheng, J. L., Li, Y. Y., Yang, X. Q., Zheng, J. W., Chang, X. W., Shi, Y., Chen, Y., Lu, L., Sun, Y., Bao, Y. P. ve Shi, J. (2022). Global Prevalence of Digital Addiction in General Population: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Clinical Psychology Review*, 92, 102–128.
- Misra, R. ve Mckean, M. (2000). College Students' Academic Stress and Its Relation to Their Anxiety, Time Management, and Leisure Satisfaction. *American Journal of Health Studies*, 16(1), 41-45.
- Olson, J. A., Sandra, D. A., Colucci, É. S., Al Bikaii, A., Chmoulevitch, D., Nahas, J., Raz, A. ve Veissière, S. P. L. (2022). Smartphone Addiction is Increasing across The World: A Meta-Analysis of 24 countries. *Computers in Human Behavior*, 129, 1–11.
- Oskenbay, F., Tolegenova, A., Kalymbetova, E., Chung, M. C., Faizullina, A. ve Jakupov, M. (2016). Psychological Trauma as a Reason for Computer Game Addiction among Adolescents. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(9), 2343–2353.
- Panova, T., Carbonell, X., Chamarro, A. ve Ximena Puerta-Cortés, D. (2021). Internet Addiction Test Research Through a Cross-Cultural Perspective: Spain, USA and Colombia. *Adicciones*, 33(4), 307–318.
- Panova, T. ve Carbonell, X. (2018). Is Smartphone addiction Really an Addiction?. *Journal of Behavioral Addictions*, 7(2), 252-259.
- Pedrero Pérez, E. J. (2022). Systematic Review: Treatment Modalities Applied in Smartphone Addiction/Abuse. *Health and Addictions/ Salud y Drogas*, 22(1), 122–131.
- Rahayu, F. S., Nugroho, L. E., Ferdiana, R. ve Setyohadi, D. B. (2020). Research Trend on The Use of It in Digital Addiction: An Investigation Using A Systematic Literature Review. *Future Internet*, 12(10), 1–23.
- Robinson, A., Bonnette, A., Howard, K., Ceballos, N., Dailey, S., Lu, Y. ve Grimes, T. (2019). Social Comparisons, Social Media Addiction, and Social Interaction: An Examination of Specific Social Media Behaviors Related to Major Depressive Disorder in A Millennial Population. *Journal of Applied Biobehavioral Research*, 24(1), 1–14.
- Rugai, J. ve Hamilton-Ekeke, J. T. (2016). A Review of Digital Addiction: A Call for Safety Education. *Journal of Education and e-Learning Research*, 3(1), 17-22.
- Santos, V., Freire, R., Zugliani, M., Cirillo, P. ve King, A. L., (2016). Treatment of Internet addiction with Anxiety Disorders: Treatment Protocol and Preliminary Before-After Results Involving Pharmacotherapy and Modified Cognitive Behavioral Therapy. *JMIR Research Protocols*, 5, e46..
- Schulz van Endert, T. (2021). Addictive Use of Digital Devices in Young Children: Associations with Delay Discounting, Self-Control and Academic Performance. *PloS One*, 16(6), 1–12.
- Scott, D. A., Valley, B. ve Simecka, B. A. (2017). Mental Health Concerns in the Digital Age. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 15(3), 604-613.

- Seema, R., Heidmets, M., Konstabel, K. ve Varik-Maasik, E. (2022). Development and Validation of the Digital Addiction Scale for Teenagers (DAST). *Journal of Psychoeducational Assessment*, 40(2), 293–304.
- Serdar, E., Demirel, D. H., Demirel, M. ve Çakır, V. O. (2017). The Relationship Between University Students'free Time Management and Academic Succes. *The Online Journal Of Recreation And Sports*, 6(4), 72-82.
- Serdar, E., Demirel, M. ve Harmandar Demirel, D. (2022). The Relationship between the Leisure Boredom, Leisure Satisfaction, and Smartphone Addiction: A Study on University Students. *International Journal of Technology in Education*, 5(1), 30–42.
- Servidio, R., Bartolo, M. G., Palermi, A. L. ve Costabile, A. (2021). Fear of COVID-19, Depression, Anxiety, and Their Association with Internet Addiction Disorder in a Sample of Italian Students. *Journal of Affective Disorders Reports*, 4, 1–7.
- Small, G. W., Lee, J., Kaufman, A., Jalil, J., Siddarth, P., Gaddipati, H., ... ve Bookheimer, S. Y. (2022). Brain Health Consequences of Digital Technology Use. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 22(2), 179–187.
- Statista. (2022). Internet Users in the World 2021-Statista. Statista. <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> Erişim Tarihi: 16.04.2022
- Taşlıyan, M., Karakuş, F. N. ve Çakıroğlu, Z. (2021). Dijital Bağımlılık ile Yaratıcı Düşünme Eğilimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 13(25), 503-517.
- TDK. (2022). Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 16.04.2022
- TDK. (2022a). Türk Dil Kurumu. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 20.08.2022.
- Tektaş, M. ve Tektaş, N. (2010). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Zaman Yönetimi ve Akademik Başarıları Arasındaki İlişki. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (23), 221-229.
- Torkildsen, G. (2005). *Leisure and recreation management*. London: Routledge Taylor and Francis Group.
- TÜİK. (2022). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2021. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) Erişim Tarihi: 16.04.2022.
- Ünüböl, H., Koç, A. Ş., Sayar, G. H., Stavropoulos, V., Kircaburun, K. ve Griffiths, M. D. (2020). Measurement, Profiles, Prevalence, and Psychological Risk Factors of Problematic Gaming Among the Turkish Community: A Large-Scale National Study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-21.
- Vaghela, P. S. (2016). Digital addiction: an epidemic of digital world-an article on digital addiction among generation d. In *National Conference On Managing Business Through Digital Marketing In The Globalized Era*. Grajat.
- Vujić, A. ve Szabo, A. (2022). Hedonic Use, Stress, and Life Satisfaction as Predictors of Smartphone Addiction. *Addictive Behaviors Reports*, 100411, 1–8.
- Wang, W. C. (2018). Exploring the Relationship Among Free-Time Management, Leisure Boredom, and Internet Addiction in Undergraduates in Taiwan. *Psychological Reports*, 122(5), 1651-1665.
- Wang, W. C., Kao, C. H., Huan T. C. ve Wu, C. C. (2011). Free Time Management Contributes to Better Quality of Life: A Study of Undergraduate Students in Taiwan. *Journal of Happiness Studies*, 12(4): 561-573.
- Wang, W. C., Wu, C.-Y., Wu, C. C., ve Huan, T. C. (2012). Exploring the Relationships between Free-Time Management and Boredom in Leisure. *Psychological Reports*, 110(2), 416–426.
- Wang, W. W., ve Kao, C. H. (2006) An Exploration of the Relationships Between Free Time Management and the Quality of Life of Wage-Earners in Taiwan. *World Leisure*, 48, 24-33.
- Wölfling, K., Müller, K. W., Dreier, M., Ruckes, C., Deuster, O., Batra, A., Mann, K., Musalek, M., Schuster, A., Lemenager, T., Hanke, S. ve Beutel, M. E. (2019). Efficacy of Short-term Treatment of Internet and Computer Game Addiction: A Randomized Clinical Trial. *JAMA Psychiatry*, 76(10), 1018–1025.
- Yaşartürk, F., Akyüz, H. ve Karataş, İ. (2018). Rekreasyon Bölümü Öğrencilerinin Boş Zaman Yönetimi ile Akademik Başarılarını Etkileyen Örgütsel Faktörler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 233-243.

Zivnuska, S., Carlson, J. R., Carlson, D. S., Harris, R. B. ve Harris, K. J. (2019). Social Media Addiction and Social Media Reactions: The Implications for Job Performance. *Journal of Social Psychology*, 159(6), 746–760.

Extended Abstract

Aim and Scope

Digital addiction draws attention as a type of addiction that affects the quality of life of individuals. It is possible for individuals to get rid of this addiction and to evaluate their time effectively and efficiently through good leisure time management. The good use of free time will reduce the negative impact of digital addiction on daily life and enable individuals to improve their life satisfaction. In the study, it was aimed to examine the levels of digital addiction and leisure management according to various demographic variables and to test the relationship between the variables. In addition, whether digital addiction and leisure management make a significant difference in terms of variables such as gender, age, welfare level and participation in activities of university students represents another aim of the research. It is thought that the results obtained within the scope of the research will contribute to the development of digital addiction and leisure management, researchers who want to work in the relevant field and the existing literature.

Methods

In this study, which was conducted to reveal the importance of leisure time management in the effect of digital addictions of university students on daily life, descriptive survey model was used and the sample group was determined according to the convenient sampling method. In the study, a "Demographic Information Form" was created to determine the demographic information of the participants, and the "Digital Addiction Scale" was used to determine the digital addiction levels of the participants, and the "Leisure Time Management Scale" was used to determine the leisure management levels. Questionnaires were collected from a total of 251 students from Necmettin Erbakan University and Karamanoğlu Mehmetbey University. SPSS 22.0 package program was used in the analysis of the data obtained in the research.

Findings

It was determined that leisure management differed significantly in terms of gender, type of participation in activities and perceived welfare level, while digital addiction showed a significant difference in terms of age, type of participation in activities and perceived welfare level. In addition, it was determined that there is a positive and significant relationship between digital addiction and leisure time management.

Conclusion

As a result, female participants generally manage their leisure time better than male participants, male participants have higher levels of digital addiction than female participants, individuals who actively participate in leisure activities manage their leisure time better than individuals who passively participate in activities, and active participation in leisure activities. It has been revealed that the levels of digital addiction of the individuals who provide social security are lower than the passive participants, the leisure time management levels of the individuals with poor welfare level are lower than the other welfare levels, the digital addiction levels of the individuals with good welfare levels are higher than the individuals with other welfare levels. In addition, it has been determined that leisure time management has an effective role on digital addiction. It is suggested that there is a relationship between digital addiction and leisure time management, and in today's conditions, it is recommended to carry out leisure time management with active leisure activities, especially with physical activity content.

Deneyimsel Pazarlamanın Kurum İmajı ve Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi¹

The Effect of Experiential Marketing on Corporate Image and Customer Loyalty

Nuri Karakaş², Muhammed İhsan Çubukcu³

Öz

Bu çalışmanın temel amacı; deneyimsel pazarlama boyutlarının, kurum imajı ve müşteri sadakati üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Bu amaçla araştırmanın ilk bölümünde literatür taraması yapılarak araştırmaya konu olan deneyimsel pazarlama, kurum imajı ve müşteri sadakati kavramlarıyla ilgili bir kavramsal çerçeve meydana getirilmiştir. Konuyla ilgili kavramsal çerçevenin oluşturulmasının ardından literatürde yer alan gerek deneyimsel pazarlama boyutlarının kurum imajı ve müşteri sadakati üzerindeki, gerekse de kurum imajı ve müşteri sadakati kavramlarının birbirleri üzerinde ki etkilerini ortaya koyan çalışmalar irdelenmiştir. Araştırma modelinin belirlenmesinin ardından hipotezler ortaya konulmuştur. Sonrasında ise deneyimsel pazarlama boyutlarının kurum imajı ve müşteri sadakati üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amacıyla örneklemini Antalya ili Belek turizm bölgesinde hizmet veren beş yıldızlı bir otel işletmesinde konaklayan 428 otel müşterisinin oluşturduğu bir uygulama gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler, verilerin analizi ve bulgular kısmında açıklanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22 programında analiz edilerek hipotezler test edilmiştir. Araştırmada duysal, duygusal, düşünsel, ilişkisel ve davranışsal faktörlerin kurum imajı üzerinde istatistiksel olarak pozitif etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında duysal, duygusal, ilişkisel faktörlerin müşteri sadakati üzerinde olumlu etkileri bulunmuştur. Kurum imajının da müşteri sadakati üzerinde anlamlı pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların uyrukları açısından deneyimsel pazarlamanın tüm boyutları, kurum imajı ve müşteri sadakati algılarında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Deneyimsel Pazarlama, Kurum İmajı, Müşteri Sadakati, Konaklama İşletmeciliği, Turizm.

Abstract

The main purpose of this study is to examine the effects of experiential marketing modules on corporate image and customer loyalty. For this purpose, in the first part of the study, domestic and foreign literature was scanned and a conceptual framework related to experiential marketing modules, corporate image and customer loyalty was created. After the construction of a conceptual framework, studies in the literature which find out either the effect of dimensions of experiential marketing on corporate image and customer loyalty or the effects of corporate image and customer loyalty concepts on each other were scrutinized. After determining the model of the study, hypotheses were put forward. Then, in order to determine the effects of experimental marketing modules on the corporate image and customer loyalty an application was made by 428 hotel customers staying in a five-star hotel operating in Antalya province Belek tourism region and the data were explained in the findings section. Hypotheses were tested by analyzing the obtained data in SPSS 22 program. According to the results of the regression analysis conducted to determine the relationship between the research variables, it was determined that the sensory, emotional, intellectual, relational and behavioral factors had a statistically positive effect on the corporate image. In addition, sensory, emotional and relational factors have positive effects on customer loyalty. Also, it has been found out that corporate image has a significant positive effect on customer loyalty. Besides in terms of nationalities of participants there were significant differences in the perceptions of all the dimensions of experiential marketing, corporate image and customer loyalty.

Keywords: Experiential Marketing, Corporate Image, Customer Loyalty, Hospitality Management, Tourism.

Araştırma Makalesi (Research Paper)

JEL Codes: M30, M31, M3

Submitted: 31 / 07 / 2022

Accepted: 05 / 10 / 2022

¹ Bu çalışma, Nuri Karakaş'ın Bayburt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü yüksek lisans programında tamamlamış olduğu yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

² Bilgisayar İşletmeni, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Rektörlük, Isparta, Türkiye, nurikarakas@isparta.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-0009-9691>

³ Dr. Öğr. Üyesi, Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Erzurum, Türkiye, icubukcu@atauni.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-9087-6070>

Giriş

Çağımız pazar koşullarında kurumların, yalnızca sundukları hizmet ve mallar ile pazar paylarını korumaları ve kârlılıklarını sürdürmeleri her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Bu doğrultuda her geçen gün değişen ve gelişen müşteri istek ve taleplerinin tatmin edilmesi, müşteri sadakati ve kurum imajı algısının sağlam temellere oturtulması amacıyla deneyimsel pazarlama gibi pazarlama yaklaşımları da gelişmiştir.

Zaman içerisinde değişen ve gelişen müşteri taleplerini karşılamakta zorlanan, sadece üretilen mal ve hizmete odaklanan klasik pazarlama anlayışlarının yerini farklı pazarlama yaklaşımları almaktadır. Mal ve hizmet talep edenlerin duygularına da hitap eden, sıradan bir alışveriş ilişkisinden ziyade bunu hayatlarında ki bir deneyim olarak algılamalarını sağlayan deneyimsel pazarlama anlayışı da bu gelişen pazarlama yaklaşımlarının başında gelmektedir.

Şüphesiz ki her işletme için kâr hedefi önceliklidir ve nihai amaçtır. İşletmeler kâr etmek için, sadık müşterilere ve sağlam bir kurum imajına sahip olmak istemektedir. Bu doğrultuda müşterilerin duygularını tatmin ederek, onlara bu deneyimi tekrar yaşatma fırsatı sunan deneyimsel pazarlama anlayışı, her geçen gün önemini artırmaktadır. İnsan duygularının tatmininin söz konusu olduğu bu süreç, son derece dinamik ve yeniliğe açık bir anlayış sunmaktadır. İnsan duyguları ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye, şehirden şehire farklılık göstermektedir. Büyük ölçekli küresel işletmeler, pazardaki yerlerini muhafaza edip devamlılıklarını sağlamak amacıyla, bu değişim ve gelişimlere ayak uydurmak zorundadırlar.

Klasik pazarlama anlayışlarında var olan kâr hedefli anlayışlar, yerini, odağına insanı alan, onları deneyimin bir parçası haline getiren ve duyguların tatminini sağlayan böylelikle müşteri sadakatini kalıcı kılmayı amaçlayan anlayışlara bırakmıştır. Şüphesiz ki duyguları tatmine ulaşmış müşteriler, sadakatlerini koruyacak ve bu durum sürdürülebilir bir kurum imajı olgusu ortaya koyacaktır. İşte bu aşamada değişen tüketim anlayışıyla beraber müşterilere arz edilen mal ve hizmetin fiziksel, işlevsel özelliklerinin yanında kendine duygusal, duygusal, düşünsel, davranışsal, ilişkisel faktörleri de konu eden deneyimsel pazarlama anlayışı başta insanların insanlarla birebir etkileşim halinde hizmet aldıkları turizm sektörü olmak üzere, kendine birçok sektörde yer bulmuştur ve her geçen gün önemi artmaktadır.

Günümüzde müşterilerin yalnızca mal ve hizmeti satın alma ile değil, satın alma öncesi ve sonrasıyla deneyim kavramının sunduğu modülleri deneyimlemeleri, deneyimsel pazarlamanın mal ve hizmet talep edenler üzerinde son derece etkili ve değerli olmasına zemin hazırlamaktadır. Bu çalışma, hem deneyimsel pazarlama modüllerinin hangi ya da hangilerinin kurum imajı ve müşteri sadakati yaratmada etkin bir rol oynadığının belirlenmesi bakımından hem de yerli ve yabancı turistlerin deneyimsel pazarlama algılarının uyruklarına göre farklılığını ortaya koyarak onlar için farklı stratejiler geliştirilmesine imkân sağlayacaktır.

Deneyimsel pazarlama kavramının günümüz pazarlama anlayışı içerisinde ne kadar etkin ve değerli bir yöntem olarak yer aldığı gerek küresel ölçekte, gerekse yerel işletmelerin faaliyetleri neticesinde açıkça görülmektedir. Mal ve hizmet talebinde bulunan müşteriler, artık yalnızca satın alma anının değil, satın almanın öncesi, sonrası ve etkileriyle birlikte bir sürecin deneyimini yaşamaktadırlar. Deneyimsel pazarlamanın, pazarlama anlayışları içerisinde özellikle son yıllarda giderek artan önemi ve insanı ön plana alan pazarlama anlayışı, akademisyenler tarafından da incelenmeye başlanmıştır. Özellikle son yıllarda gerek ülkemizde bölgesel bazda gerekse de dünya çapında literatüre girmiş çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmaların örneklem ve uygulama alanları turizm sektöründen, telekomünikasyona, bankacılıktan resmi kurumlara ve hizmet sektörüne kadar çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Ancak bu çalışmalar çok sınırlıdır. Araştırmanın değişkenleri olan deneyimsel pazarlama, kurum imajı ve müşteri sadakati arasındaki ilişkileri inceleyen sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Özellikle konaklama hizmetleri alanında kurum imajı ve müşteri sadakati arasındaki ilişkiyi inceleyen çok az çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmanın deneyimsel pazarlama, kurum imajı ve müşteri sadakati arasındaki ilişkileri inceleyerek literatüre önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Kavramsal Çerçeve

1.1. Deneyimsel Pazarlama

Temelini deneyimin oluşturduğu deneyimsel pazarlama kavramını ilk kez kullanan Holbrook ve Hirschman, 1982 yılında yayımladıkları çalışmalarında deneyim ile tüketimi ilişkilendirmiştir. Holbrook ve Hirschman bu çalışmada tüketim kavramının hedonik, sembolik, estetik oluşumunu ve kavramın deneyimsel yönlerini incelemiştir. Deneyim kavramını ekonomi alanında ise "Welcome to the Experience Economy" (Deneyim Ekonomisine Hoşgeldiniz) isimli çalışmasında 1998 yılında ilk kez ele alan B. Joseph Pine II ve James H. Gilmore olmuştur. Deneyimsel pazarlamayı bir kavram olarak ortaya koysan ise 1999 yılında ki "Experiential Marketing" (Deneyimsel Pazarlama) isimli çalışmasıyla Bernd Schmitt olmuştur (Uğurluel, 2019: 91).

Deneyimsel pazarlamanın doğru uygulandığı şartlarda müşteri sadakati oluşturmakta en güçlü araç olduğunu savunan Kotler, her işletmenin mal ya da hizmet sunabileceğini ancak asıl olanın unutulmayacak bir deneyim sunmak olduğunu savunmaktadır (Kotler, 2005: 30). Deneyimsel pazarlama, mal ve hizmet talep eden müşteri ile bu arzı sunan işletmeler arasında bağlılık kurmak, duygularını açığa çıkarmak, sağlanan güven ortamıyla birlikte tüketiciye olumlu bir deneyim

yaşatarak sunulan mal ve hizmeti tekrar satın alma arzusu yaratarak müşteri sadakatini sağlamayı hedeflemektedir (Dağdaş, 2013: 4).

Artan ve gittikçe çetinleşen rekabet koşulları altında her geçen gün müşterilerin ve müşteri sadakatinin önemi artmaktadır. Yapılan araştırmalar da yeni müşteri kazanmanın var olan müşterileri elde tutmaktan çok daha maliyetli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu gelişmeler müşteri tatminin ve sadakatini arttırmayı hedefleyen deneyimsel pazarlama kavramının ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır (Schmitt, 1999: 3).

Modern pazarlama yaklaşımı olarak değerlendirilen deneyimsel pazarlama, tüketicilerin satın alma sürecini bir bütün olarak ele alması ve toplam bir deneyime odaklanması, tüketicileri etkilemede duyguları ön plana alması, birlikte yaratımı önelemesi, yeniliklerin ve değişimin önemli hale gelmesi, deneyimleme yöntemi sayesinde tüketicilerin daha kısa bir zaman içinde satın alma kararı vermesi gibi nedenlerle geleneksel pazarlama anlayışından ayrılmaktadır (Güven, 2019: 45).

Deneyimsel pazarlamanın işletmelere sağladığı pek çok fayda bulunmaktadır. Bu faydalar; sunulan mal ve hizmete değer katmak, işletmelerin varlıklarını ortaya koyarak müşterileri ile daha sağlam bir bağ kurmak, müşterilerin işletmelerden umdukları mal ve hizmet kalitesi ile ilgili ihtiyaç ve beklentilerini saptanmasıyla ilgili işletmeye veri akışı sağlamak, işletme kimliklerini yaratarak, sunulan mal ve hizmet neticesinde maksimum girdiyi sağlamak olarak sıralanabilir (Edvardsson, Enquist, ve Johnston, 2005: 150). Deneyimsel pazarlama sadece müşterilere faydalar sunmamaktadır. Tüm paydaşların kârlılığını ve mutluluğunu hedefleyen deneyimsel pazarlama faaliyetlerinin müşterilere sağladığı pek çok fayda bulunmaktadır. Deneyimsel pazarlamanın müşteriler açısından faydaları ise işletme ve müşteri arasında sağlıklı ve doğru bir iletişim oluşturmak, müşterilerin sunulan mal ve hizmetle alakalı marka değerini idrak etmesi, aktif katılımın sağlanması, duygusal ve düşünsel tatminin sağlanması konusunda maksimum verimin alınması, müşteriler ile işletmeler arasında duygusal bağ oluşması ve artan rekabet koşulları içerisinde bu rekabet ortamından faydalar elde edilmesi olarak sıralanabilir (Lenderman, 2006: 18-49).

Deneyimsel pazarlama, mal ve hizmet talep eden müşterilerin kavrayabileceği duygusal deneyimler, duygusal deneyimler, düşünsel deneyimler, davranışsal deneyimler ve ilişkisel deneyimlerden oluşan beş farklı modülle ifade edilmektedir. Bu modüllerin işletmeler tarafından etkili bir şekilde kullanılmasıyla mal ve hizmet talep eden müşterilerle sağlıklı ve doğru bir iletişim kurularak, "deneyimsel marka" türünden kimlikleri ürün ve hizmetlerine kazandırabilirler (Ekici, 2012: 19).

Müşterilere somut ve deneyimleyebildikleri gerçekler sunan işletmeler bu yolla satın alma güdüsü yaratmayı hedeflemektedir. Schmitt 'e göre müşteri analizi, deneyimsel platformun oluşturulması, marka deneyiminin oluşturulması, müşteri etkileşiminin oluşturulması ve sürekli yenilik (inovasyon) olmak üzere beş aşamada uygulanan deneyimsel pazarlama, artık sadece akademik yayınlarla sınırlı kalmayıp, işletmeler tarafından mal ve hizmet talep eden müşterilerin arzularının analiz edilerek müşteri davranışları ve satın alma niyetleri üzerinde birçok yöntem geliştirmelerine olanak sağlamaktadır (Schmitt, 2011: 85).

Günümüzde deneyimsel pazarlama birçok endüstri kolunda geniş bir uygulama alanına sahiptir. Birçok işletme mal ve hizmet talep eden müşterilerle deneyimsel bağlarını kurmak ve geliştirmek için deneyimsel pazarlama stratejilerine başvurmaktadır (Güven, 2019: 49).

Bu çalışmanın da evrenini oluşturan turizm sektöründe, turistlerin gezme, görme, eğlenme, ilişki kurma gibi başından geçen her türlü deneyimin pazarlanabilmesi, deneyimsel pazarlamanın en başta gelen sektörlerinden birinin turizm sektörü olduğunu göstermektedir (Oh, Fiore, ve Jeoung, 2007: 120).

1.2. Kurum İmajı

Bir kişi veya kurumun diğerleri üzerinde bıraktığı değerler, algılar ve düşünceler olarak tanımlanan imaj, karşı tarafın zihninde, belirli bir zaman diliminde oluşan olgular bütünü olarak da ifade edilebilir. Bahsedilen unsurları meydana getiren, karşı tarafa sunulan imkân ve bu imkânları sunma becerisidir (Dinçer, 1998: 2).

İmaj oluşturulurken; sahip olunan imajın yeterlilikleri ve eksikleri tespit edilip hedef kitlenin tatmin edilebilmesine yönelik çalışmalar yapılmalı, organizasyon açısından zayıflıkların giderilmesi açısından tedbirler alınmalı, anlaşılabilir ve açık hedeflerle imajı hedef kitleye ulaştıracak adımlar atılmalı ve imaj yaratma sürecinde bütün imkânlar seferber edilmelidir. Çünkü imaj yaratma, reklam, mal, hizmet sağlayıcılar vb. bileşenlerin imajla ilişkisi bu yolların çeşitlenmesiyle artar. Başarılı bir imaj oluşturma, hedef kitlelerin imaj oluşumunda konu edilen organizasyonu doğru bir şekilde tanınması ve onunla ilgili olumlu bir izlenime sahip olması ile mümkündür. Tüm bu imaj faaliyetleri işletmelerin daha uzun ömürlü ve verimli bir şekilde varlıklarını sürdürmesi içindir (Özalkuş, 1994: 153).

İmajın pek çok çeşidi mevcuttur ve akademisyenler imaj türleri ile ilgili çok kapsamlı çalışmalara gerçekleştirmişlerdir. İmaj türleri ile ilgili en kapsamlı çalışmalardan biri Kurt Huber tarafından 1987' de ortaya konmuş ve Huber çalışmasında bu imaj türlerini sınıflandırırken, kişisel imaj, kurum imajı, marka imajı, ürün imajı, moda imaj, kurum tarafından algılanan imaj, kurum dışından algılanan imaj, hedeflenen imaj, olumlu imaj ve olumsuz imaj şeklinde ifade etmiştir (Huber, 1987: 170-171).

Bu çalışmanın değişkenlerinden birini oluşturan kurum imajı; kurumsal görünüm, kurumsal iletişim ve kurumsal davranışın tümünü kapsayarak, iç ve dış hedef kitleler üzerinde inandırıcılık ve güven duygusu yaratmak ve bu duygunun sürdürülebilirliğini sağlamak şeklinde ifade edilmektedir (Dowling, 1997: 103).

Çağımız yeni pazarlama anlayışıyla birlikte mal ve hizmeti ön plana almaktan ziyade insanı ve duygularını ön planda tutan, değişen ve gelişen müşteri algıları ve beklentileri ile yeni bir müşteri profili ve buna bağlı bir kurum imajı algısı oluşması kurum imajını önemli hale getirmektedir. Sağlam ve etkili bir kurum imajı oluşturmak işletmelerin sürdürülebilirliği açısından olmazsa olmaz bir faktördür. Etkin bir kurum imajı oluşturmak için de olmazsa olmaz aşamalar bulunmaktadır. Bu aşamalar; alt yapı kurmak, dış imaj oluşturmak, iç imaj oluşturmak ve soyut imaj oluşturmak şeklinde sıralanmaktadır (Özüpek 2013: 161). Kurumsal imajı etkileyen faktörler, görsel ve fiziksel faktörler, kurumsal iletişim faktörleri, halkla ilişkiler, reklam, sosyal sorumluluk ve sponsor gibi ana başlıklar altında sıralanabilir.

Tüm bu kavramlar neticesinde pazarda ki yerlerini koruyup geliştirmeleri açısından etkili ve olumlu bir kurum imajı geliştirmeleri işletmeler açısından hayati derecede önemlidir. Bir kuruluşun güçlü ve etkin bir kurum imajına sahip olması hedef kitle ve hedef kitleye ulaşması bakımından oldukça etkili olmaktadır. Kurum imajının öncelikli ve nihai amacı hedef kitle üzerinde bıraktığı olumlu etkiyle birlikte yerini sağlamlaştırmak ve ileriye taşımak böylece işletmenin karlılığını ve sürdürülebilirliğini devam ettirmektir (Budak, ve Budak, 2014: 160).

1.3.Müşteri Sadakati

Günümüz piyasa şartları ve artan pazar rekabetiyle birlikte işletmeler için müşteri sadakati çok daha değerli bir kavram haline almıştır. Bu durumun oluşmasında çeşitlenen pazar alternatifleri ve ikame olanaklarıyla müşterinin tercih imkânının çoğalması ve müşteri sadakatının çok daha zor elde edilip kolayca yitirilmesi faktörleri etkili olmaktadır. İşletmeler sadece müşteri sadakatini talep etmekten ziyade bunu sağlamak ve sürdürmek için birçok çalışma yapmaktadır. Sonuç olarak piyasa koşullarında ikame olanaklarının artmasıyla birlikte artık müşteriler işletmeler için bir alternatif değil, işletmeler birer seçenek haline gelmiştir (Bayuk, ve Küçük, 2007: 286-287).

Bu açıklamalar doğrultusunda müşteri sadakati, müşterinin çeşitlenen pazar tercihleri arasında ne kadar direnç gösterdiği ve markasına duyduğu aidiyet olarak tanımlanabilir. Müşteri sadakati kavramı gerek mal ve hizmet arz eden gerekse bu mal ve hizmeti talep eden açısından son derece önemli bir kavramdır. İşletmeler için her geçen gün çetinleşen piyasa şartlarıyla birlikte yeni müşteri ikamesi oluşturmak, zaten sadakati oluşmuş müşterileri elde tutmaktan çok daha zor ve maliyetlidir, yine aynı şekilde belli bir markaya işletmeye sadık müşteriler de bu durumun ayrıcalıklarından yararlanmaktadır (Baytekin, 2005: 50).

Gerçekleştirilen literatür taraması ile ulaşılan çalışmalarda (Kazançoğlu 2011; Marangoz ve Akyıldız 2007; Giovanis vd. 2014; Nur vd. 2018; Leaniz ve Rodriguez 2016) müşteri sadakatının oluşumunu belirleyen kavramların başlıcalarını müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi, kurum imajı ve değişim maliyeti gibi ana başlıkların oluşturduğu gözlemlenmektedir. Gerek işletme politikaları gerek müşteriler tarafından algılanan yaklaşımlar neticesinde müşteri sadakatine etki eden faktörler ise güven, vazgeçilmezlik, umursanmak ve ödüllendirme olarak sıralanabilir (Gel, 2003: 51-52).

Müşteri sadakati ile ilgili çalışmalarda kendine genişçe yer bulan bir diğer konu da müşteri sadakati ile ilgili yaklaşımlardır. Bu yaklaşımlar tutumsal, davranışsal ve karma yaklaşım modeli olarak ifade edilebilir. Tutumsal sadakat, mal ve hizmet talebinde bulunan bireylerin bu talebi yinelemese dahi bu mal ve hizmet alımını üçüncü kişilere aktarması, telkin ve tavsiyeleriyle onlarda bir talep oluşmasını sağlaması ve yine bir talep arzusu oluşması durumu olarak değerlendirilir (Lin, ve Wang, 2006: 272), davranışsal yaklaşım ise en kısa ifadeyle mal ve hizmet talebinde bir tekrar arzusu oluşması olarak ifade edilmektedir (Chang, ve Chen, 2007: 105). Tutumsal yaklaşım ve davranışsal yaklaşımın tek başına müşteri sadakatini sağlamada yetersiz görülmesinden bu araştırmada her iki yaklaşımın aynı anda kullanılması anlamına gelen karma yaklaşım kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan müşteri sadakati ölçeği dört ifadeden oluşmaktadır. İki ifade müşterilerin hizmetle ilgili üçüncü kişilere olumlu söylemlerde ve tavsiyede bulunmasını içermekte, diğer iki ifade ise gelecekte aynı hizmeti tekrar satın alma arzusunu belirtmektedir.

2. Literatür

Deneyimsel pazarlama boyutları ve bu pazarlama anlayış modelinin kurum imajı ve müşteri sadakati kavramları üzerinde ne denli etkili olduğu özellikle son dönemde yapılan birçok akademik çalışmayla incelenmiştir. Bu çalışmalar hem gelecekte yapılacak araştırmalar hem de işletmeler açısından yol gösterici olmaktadır. Literatürdeki bu çalışmalar incelenerek bu araştırmanın modeli oluşturulmuştur.

Yarkin (2013) İzmir ilinde farklı demografik özelliklere sahip bireyler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada deneyimsel pazarlamanın kurum imajı üzerinde bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. . Hoseinzadeh ve Baktash (2018), deneyimsel pazarlamanın marka değeri ve imajı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmada deneyimsel pazarlamanın

kurum imajı üzerinde doğrudan pozitif bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Özen (2017), araştırmasında deneyim değerinin destinasyon imaj değişimi/yenilenmesi üzerinde pozitif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tsai ve Yeh (2012) araştırmalarında deneyimsel pazarlamanın marka imajı ve sadakat üzerinde anlamlı pozitif bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Bu çalışmalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir Bu çalışmalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

H1a: Deneyimsel pazarlamanın duygusal modülü, kurum imajı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H1b: Deneyimsel pazarlamanın duygusal modülü, kurum imajı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H1c: Deneyimsel pazarlamanın düşünsel modülü, kurum imajı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H1d: Deneyimsel pazarlamanın davranışsal modülü, kurum imajı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H1e: Deneyimsel pazarlamanın ilişkisel modülü, kurum imajı üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Güney (2015) örneklem grubunu, Muğla'da bulunan ve Kültür ve Turizm Bakanlığında alınmış işletme belgesine sahip butik otellerde konaklayan müşteriler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, duygusal deneyim ve davranışsal deneyim boyutlarının müşterilerin sadakatini etkileyen en önemli iki deneyim boyutu olduğunu belirtmiş ve deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatine pozitif yönde etki ettiğini ortaya koymuştur. Alca (2016) İzmir'de büyük ölçekli otel işletmelerinde konaklayan müşteriler üzerinde yaptığı çalışmada başta deneyimsel pazarlamanın duygusal ve duygusal deneyimleri olmakla birlikte deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatini üzerinde pozitif etkili olduğunu ortaya koymuştur. Bülbül (2019) Ankara'da gerçekleştirdiği ve deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisini araştırdığı çalışmada deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatini üzerinde anlamlı bir etkisi bulunduğunu ortaya koymuştur. Çetin (2012) İstanbul'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otellerin yöneticileri ve müşterileri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada deneyim faktörlerinin birçoğunun sadakat üzerinde olumlu etkisi olduğunu tespit etmiştir. Gül (2018) deneyimsel pazarlama çalışmalarının ve müşteri deneyimi yönetiminin müşteri sadakatine etkisini incelediği çalışmada deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatini üzerinde pozitif etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kara ve Çiçek (2015), Nevşehir ilinde 4 ve 5 yıldızlı sahip termal otellerde yaptıkları çalışmalarında deneyimsel modüllerden düşünsel ve duygusal deneyim modüllerinin, mal ve hizmet talep edenlerin demografik özelliklerine göre, termal turizm tercihlerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Oskan (2019) kurvaziyer turizmüne yönelik, farklı demografik özelliğe sahip katılımcılar üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada, deneyimsel pazarlamanın tekrar ziyaret etme ve müşteri sadakatini üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Erbaş (2010), zincir işletme niteliğinde olan kafeleri tercih eden müşterilere yönelik hazırladığı çalışmada tüketici deneyim modüllerinin müşteri sadakatini üzerinde etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Özer (2019), Erzurum ilinde kış turizmüne yönelik deneyimsel pazarlamada müşteri tatmininin müşteri sadakatine etkisi üzerine gerçekleştirdiği çalışmada deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatini üzerine anlamlı etkisini ortaya koymuştur. Bu çalışmalar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

H2a: Deneyimsel pazarlamanın duygusal modülü, müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H2b: Deneyimsel pazarlamanın duygusal modülü, müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H2c: Deneyimsel pazarlamanın düşünsel modülü, müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H2d: Deneyimsel pazarlamanın davranışsal modülü, müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H2e: Deneyimsel pazarlamanın ilişkisel modülü, müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Akdoğan ve Şener (2015), bankacılık iş kolunda önemli paya sahip olduğu değerlendirilen ticaret bankalarında kurum imajının müşteri sadakatini üzerinde etkisini belirlemek amacıyla farklı demografik özelliklere sahip katılımcılar üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında kurum imajının müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Adeniji vd. (2015), Nijerya da bulunan farklı demografik özelliklere sahip banka çalışanlarının katılımıyla gerçekleştirdikleri çalışmalarında kurum imajının müşteri sadakatini üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Kazançoğlu (2011), havayolu taşımacılığını tercih eden müşteriler üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada kurum imajı ile müşteri sadakatini arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Marangoz ve Akyıldız (2007), Türkiye'de bulunan GSM operatörleri kullanıcıları üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında kurum imajının müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Giovanis vd. (2014) Yunanistan'da sabit geniş bant servis sağlayıcılarının hizmet kalitesiyle ilgili, çalışmalarında farklı demografik özelliklere sahip katılımcılar üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında kurum imajı ile müşteri sadakatini arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Nur vd. (2018), Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde farklı demografik özellikler sahip öğrenciler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında kurum imajının müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu tespit etmiştir. Agyei ve Kilika (2014) Kenyatta üniversitesinde eğitim gören öğrenciler üzerinde gerçekleştirdikleri ve Kenya mobil iletişim sektörünün konu edildiği çalışmalarında kurum imajının müşteri sadakatini üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Leaniz ve Rodriguez (2016) İspanya'da farklı demografik özelliklere sahip otel müşterilerinin son tatil

deneyimlerini değerlendirdikleri çalışmalarında fonksiyonel ve duygusal imajın müşteri sadakati üzerine etkilerini incelemişler ve duygusal imajın müşteri sadakati üzerinde pozitif etkisi olduğunu saptamışlardır. Bu çalışmalar doğrultusunda aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir;

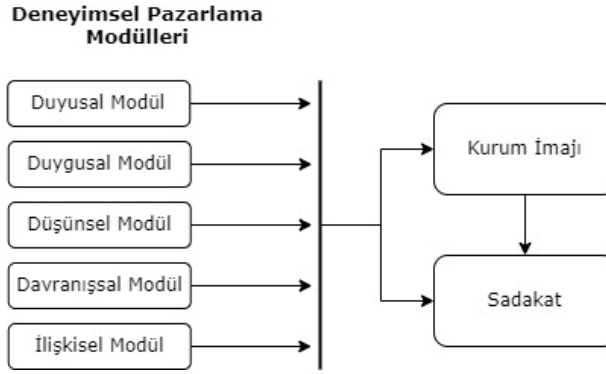
H3: Kurum İmajı müşteri sadakati üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

3. Araştırma Yöntemi

Bu çalışmada deneysel pazarlamanın, kurum imajı ve müşteri sadakati üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada veriler anket yöntemi aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmanın evrenini Antalya ili belek turizm bölgesinde bulunan beş yıldızlı bir grup otel bünyesinde konaklama yapan müşteriler oluşturmaktadır. Örneklem ise bu müşteriler arasından tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenen 428 yerli ve yabancı turistten oluşmaktadır. Veriler katılımcılarla yüz yüze görüşülerek toplanmıştır.

Verilerin toplanmasında 5'li likert (kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, ne katılıyor ne katılmıyorum, katılıyorum, kesinlikle katılıyorum) tipi ölçeğine göre hazırlanmış anket formu kullanılmıştır. Anket formunda katılımcılara yönelik demografik bilgileri içeren soruların yanı sıra, deneysel pazarlama boyutları, müşteri sadakati ve kurum imajını belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Deneysel pazarlama boyutları ve müşteri sadakati ile ilgili ifadeler Kuo-Ming Lin (2006)'in, Schmitt (1999) ve Pullman ve Gross (2004)'ün çalışmalarından otellere uyarladığı ölçekten alınmıştır. Kurum imajı boyutu ise Huang vd. (2014)'nin geliştirdiği ölçekten alınarak otel işletmelerine uyarlanmıştır. Anket formu Türkçe, İngilizce, Almanca ve Rusça olmak üzere 4 farklı dilde hazırlanmıştır.

3.1. Araştırma Modeli



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler anket yöntemi aracılığıyla toplanmış olup anket formu 8 bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler sırasıyla duyusal bölüm (5 ifade), duygusal bölüm (5 ifade), düşünsel bölüm (4 ifade), davranışsal bölüm (5 ifade), ilişkisel bölüm (4 ifade), kurum imajı bölümü (4 ifade), müşteri sadakati bölümü (4 ifade) ve demografik bilgilerden oluşmaktadır. Demografik bilgilere yönelik sorular yabancı uyruklular için 13, Türk olanlar için ise 14 tanedir.

Veriler 15 Haziran 2019 – 15 Eylül 2019 tarihleri arasında toplanmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach Alpha katsayıları duyusal boyut için 0,858; duygusal boyut için 0,894; düşünsel boyut için 0,852; davranışsal boyut için 0,852; ilişkisel boyut için 0,828, kurum imajı için 0,898 ve müşteri sadakati için 0,942 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar bu faktörlere ait ölçeğin yüksek güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada Antalya ili belek turizm bölgesindeki otellerde konaklayan otel müşterilerine gönüllük esas ve otel çalışanlarının yardımı vasıtasıyla anket formları uygulanarak deneysel pazarlama, müşteri sadakati ve kurum imajı arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır.

3.3. Verilerin Analizi ve Bulgular

Anket yöntemiyle elde edilen veriler, SPSS 22 paket programında araştırmanın amacına bağlı olarak gerekli analizlere tabi tutularak aşağıda verilmiştir.

3.3.1. Sosyo-Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların çoğunluğu erkeklerden (% 62) oluşmaktadır. Katılımcıların çoğu evlidir (%65) ve 29-38 yaş aralığında (%50) bulunmaktadır. Katılımcıların meslekleri ve eğitim durumları incelendiğinde çoğunluğu memurların (%48) ve lisans mezunlarının (%56) oluşturduğu görülmektedir. Gelir durumları incelendiğinde %15'inin asgari ücret ve altında

gelire sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer gelir gruplarının oranı ise birbirine yakındır. Katılımcıların sadece %26'sı su sporları yapmaktadır ve %66'sı otele ilk defa gelmiştir. Katılımcıların çoğu otele ailesiyle (%66) gelmiştir ve çoğunun oteli tercih etme sebebi başkalarının tavsiyesidir (%44). Araştırmaya katılım sağlayanların büyük bir bölümü Türk olmakla birlikte anket çalışmasında Alman, İngiliz, Rus uyruklu ve diğer seçeneğine de yer verilmiş ülke vatandaşlarının sonuçları da analize tabi tutulmuştur.

3.3.2. Deneysel Pazarlama Boyutlarının Birbirleriyle İlişkisi

Araştırmanın boyutlarının birbirleri ile ilişkisini belirlemek amacıyla SPSS 22 paket programında korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo1. Korelasyon Analizi Sonuçları

| Değişkenler | Duyusal | Duygusal | Düşünsel | Davranışsal | İlişkisel | İmaj | Sadakat |
|-------------|---------|----------|----------|-------------|-----------|------|---------|
| Duyusal | 1 | | | | | | |
| Duygusal | ,737 | 1 | | | | | |
| Düşünsel | ,742 | ,713 | 1 | | | | |
| Davranışsal | ,748 | ,699 | ,735 | 1 | | | |
| İlişkisel | ,703 | ,654 | ,798 | ,716 | 1 | | |
| İmaj | ,778 | ,803 | ,717 | ,809 | ,745 | 1 | |
| Sadakat | ,740 | ,785 | ,678 | ,688 | ,690 | ,848 | 1 |

Tablo 1 incelendiğinde boyutlar arasında korelasyon katsayısı + 0,50 ile + 0,69 ve + 0,70 ile +0,89 aralığında olduğundan sırasıyla orta düzey ve yüksek düzey pozitif yönlü ilişkiler olduğu görülmektedir.

3.3.3. Deneysel Pazarlama Boyutları İle Kurum İmajı İlişkisi

Deneysel pazarlama boyutlarının kurum imajı üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2. Deneysel Pazarlama Boyutlarının Kurum İmajı Üzerine Etkisi

| Bağımsız Değişken | B | Standart Hata | Beta | t | p |
|-------------------|------|---------------|------|--------|------|
| Duyusal | ,183 | ,041 | ,174 | 4,415 | ,000 |
| Duygusal | ,359 | ,036 | ,362 | 10,095 | ,000 |
| Düşünsel | ,079 | ,037 | ,090 | 2,130 | ,034 |
| Davranışsal | ,330 | ,037 | ,336 | 8,845 | ,000 |
| İlişkisel | ,185 | ,033 | ,218 | 5,582 | ,000 |

Tablo 2 incelendiğinde deneysel pazarlama boyutlarının kurum imajı üzerinde anlamlı ($p < 0,05$) ve pozitif etkisi olduğu görülmektedir. Deneyim boyutları kurum imajındaki değişimin %79'unu açıklamaktadır ($R^2=0,79$). Analiz sonuçları incelendiğinde kurum imajı üzerinde en yüksek etkiye sahip olan boyutun duygusal boyut ($B=0,359$), en düşük etkiye sahip olan boyutun ise düşünsel boyut ($B=0,079$) olduğu görülmektedir. Analiz sonucunda H1a, H1b, H1c, H1d ve H1e hipotezleri kabul edilmiştir.

Deneysel pazarlama boyutlarının kurum imajı üzerindeki etkisi belirlendikten sonra ikinci aşamada deneysel pazarlama boyutlarının müşteri sadakati üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu etkiyi belirlemek için SPSS 22 paket programında regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Deneysel Pazarlama Boyutlarının Müşteri Sadakati Üzerine Etkisi

| Bağımsız Değişken | B | Standart Hata | Beta | t | p |
|-------------------|-------|---------------|-------|--------|------|
| Duyusal | ,289 | ,059 | ,232 | 4,862 | ,000 |
| Duygusal | ,525 | ,051 | ,451 | 10,342 | ,000 |
| Düşünsel | -,041 | ,053 | -,040 | -,773 | ,440 |
| Davranışsal | ,094 | ,053 | ,082 | 1,765 | ,078 |
| İlişkisel | ,205 | ,047 | ,205 | 4,322 | ,000 |

Tablo 3 incelendiğinde bazı deneysel pazarlama boyutlarının müşteri sadakati üzerinde anlamlı ($p < 0,05$) ve pozitif etkisi olduğu görülmektedir. Deneyim boyutları müşteri sadakatindeki değişimin %69'unu açıklamaktadır ($R^2=0,69$). Analiz

sonuçları incelendiğinde müşteri sadakati üzerinde en yüksek etkiye sahip olan boyutun duygusal boyut ($B=0,359$) olduğu görülmektedir. Düşünsel ve davranışsal boyutun ise müşteri sadakati üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır ($p>0,05$). Analiz sonucunda H2a, H2b ve H2e hipotezleri kabul edilmiştir.

Deneyimsel pazarlama boyutlarının müşteri sadakati üzerindeki etkisi belirlendikten sonra son aşamada kurum imajının müşteri sadakati üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu etkiyi belirlemek için SPSS 22 paket programında regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Kurum İmajının Müşteri Sadakati Üzerindeki Etkisi

| Bağımsız Değişken | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | F | p |
|-------------------|------|----------------|----------------------------|----------|------|
| Kurum İmajı | ,848 | ,720 | ,719 | 1092,850 | ,000 |

Tablo 4 incelendiğinde kurum imajının müşteri sadakati üzerinde anlamlı ($p<0,05$) ve pozitif etkisi olduğu görülmektedir. Kurum imajı müşteri sadakatindeki değişimin %72'sini açıklamaktadır ($R^2=0,72$). Analiz sonucunda H3 hipotezi kabul edilmiştir.

3.3.4. Uyrak ile Deneyimsel Pazarlama Değişkenlerinin Karşılaştırılması

Deneyimsel pazarlama boyutlarıyla uyrak arasında karşılaştırma yapıldığında bazı deneyimsel pazarlama boyutlarıyla uyrak arasında istatistiksel olarak çok anlamlı ve anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır.

Tablo 5. Varyans Analizi Sonuçları (Uyrak)

| Değişken | Uyrak(a) | Uyrak(b) | Ortalama Farkı(a-b) | Anlamlılık Düzeyi | Ortalama Değer(a) | S. Değer(a) |
|----------|----------|----------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------|
| Duyusal | Türk | Rus | -,43873* | ,000 | | ,09368 |
| | | Diğer | -,46955* | ,003 | 3,8104 | ,11474 |
| | Rus | Türk | -,43873* | ,000 | 4,2492 | ,09368 |
| | | Alman | ,32715* | ,027 | | ,10932 |
| | | Alman | Rus | ,32715* | ,027 | 3,9220 |
| Diğer | Türk | ,46955* | ,003 | 4,2800 | ,11474 | |
| Duyusal | Türk | Rus | -,50771* | ,000 | 3,9284 | ,08505 |
| | | İngiliz | -,47164* | ,019 | | ,14018 |
| | Rus | Türk | ,50771* | ,000 | 4,4361 | ,08505 |
| | | Alman | ,55471* | ,000 | | ,11828 |
| | Alman | Rus | -,55471* | ,000 | 3,8814 | ,11828 |
| | | İngiliz | -,51864* | ,021 | | ,16250 |
| | | İngiliz | Türk | ,47164* | ,019 | 4,4000 |
| Alman | Türk | ,51864* | ,021 | | ,16250 | |
| Duyusal | Türk | Rus | -,80640* | ,000 | 3,4067 | ,10365 |
| | | İngiliz | -,61828* | ,003 | | ,14995 |
| | Rus | Türk | ,80640* | ,000 | | ,10365 |

| | | | | | | | |
|--------------------|-------|---------|---------|----------|--------|--------|--------|
| Düşünsel | | Alman | ,79786* | ,000 | 4,2131 | ,13441 | |
| | | Alman | Rus | -,79786* | ,000 | 3,4153 | ,13441 |
| | | | İngiliz | -,60975* | ,009 | | ,17265 |
| | | İngiliz | Türk | ,61828* | ,003 | 4,0250 | ,14995 |
| | | | Alman | ,60975* | ,009 | | ,17265 |
| <hr/> | | | | | | | |
| Davranışsal | | | Rus | -,83602* | ,000 | | ,07955 |
| | | Türk | Alman | -,40106* | ,000 | 3,8328 | ,07533 |
| | | | İngiliz | -,58716* | ,000 | | ,11183 |
| | | | Diğer | -,48716* | ,000 | | ,09937 |
| | | | Türk | ,83602* | ,000 | | ,07955 |
| | | Rus | Alman | ,43495* | ,000 | 4,6689 | ,07680 |
| | | | Diğer | ,34885* | ,011 | | ,10048 |
| | | Alman | Türk | ,40106* | ,000 | 4,2339 | ,07533 |
| | | | Rus | -,43495* | ,000 | | ,07680 |
| | | İngiliz | Türk | ,58716* | ,000 | 4,4200 | ,11183 |
| İlişkisel | | Diğer | Türk | ,48716* | ,000 | 4,3200 | ,09937 |
| | | | Rus | -,34885* | ,011 | | ,10048 |
| | <hr/> | | | | | | |
| | | Türk | Rus | -,61295* | ,000 | 3,4608 | ,12972 |
| | | | İngiliz | -,78918* | ,000 | | ,21196 |
| | | | Diğer | -,46418* | ,029 | | ,21196 |
| | | Rus | Türk | ,61295* | ,000 | 4,0738 | ,12972 |
| | | | Alman | ,49326* | ,003 | | ,16697 |
| | | Alman | Rus | -,49326* | ,003 | 3,5805 | ,16697 |
| | | | İngiliz | -,66949* | ,005 | | ,23660 |
| İmaj | | İngiliz | Türk | ,78918* | ,000 | 4,2500 | ,21196 |
| | | | Alman | ,66949* | ,005 | | ,23660 |
| | | Diğer | Türk | ,46418* | ,029 | 3,9250 | ,21196 |
| | <hr/> | | | | | | |
| | | Türk | Rus | -,67335* | ,000 | 3,9291 | ,07870 |
| | | | Diğer | -,45840* | ,036 | | ,14821 |
| | | Rus | Türk | ,67335* | ,000 | 4,6025 | ,07870 |
| | | | Alman | ,47958* | ,000 | | ,10242 |
| | | Alman | Rus | -,47958* | ,000 | 4,1229 | ,10242 |

| | | | | | | |
|----------------|-------|-------|----------|------|--------|--------|
| | Diğer | Türk | ,45840* | ,036 | 4,3875 | ,14821 |
| | Türk | Rus | -,53621* | ,000 | 3,9515 | ,13088 |
| | | Diğer | -,64851* | ,003 | | ,21386 |
| | Rus | Türk | ,53621* | ,000 | 4,4877 | ,13088 |
| | | Alman | ,54703* | ,001 | | ,16847 |
| Sadakat | Alman | Rus | -,54703* | ,001 | 3,9407 | ,16847 |
| | | Diğer | -,65932* | ,006 | | ,23872 |
| | Diğer | Türk | ,64851* | ,003 | 4,6000 | ,21386 |
| | | Alman | ,65932* | ,006 | | ,23872 |

Tablo 5 incelendiğinde bazı deneyimsel pazarlama boyutlarıyla uyruk arasında istatistiksel olarak çok anlamlı ve anlamlı farklılıkların ortaya çıktığı görülecektir. Duyusal değişkenlere yönelik algılarda uyruğu Rus olan otel misafirleri ile Türk ve Alman uyruklu misafirler arasında istatistiksel olarak sırasıyla çok anlamlı ve anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Rus uyruklu (4,2492) otel misafirlerinin duyusal değişkenlere yönelik algısı Türk (3,8104) ve Alman uyruklu (3,9220) olan otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir. Bununla birlikte otelde bulunan diğer grubunda yer alan otel misafirleri ile Türk uyruklu otel misafirleri arasında da istatistiksel olarak çok anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Diğer grubunda (4,2800) yer alan otel misafirlerinin duyusal değişkenlere yönelik algısı Türk uyruklu (3,8104) olan otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir.

Duyusal değişkenlere yönelik algılarda uyruğu Rus ve İngiliz olan otel müşterileri ile Türk ve Alman uyruklu müşteriler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Rus (4,4361) ve İngiliz (4,4000) uyruklu otel müşterilerinin duyusal değişkenlere yönelik algısı Türk (3,9284) ve Alman uyruklu (3,8814) olan otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir.

Düşünsel değişkenlere yönelik algılarda uyruğu Rus ve İngiliz olan otel müşterileri ile Türk ve Alman uyruklu müşteriler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Rus (4,2131) ve İngiliz (4,0250) uyruklu otel müşterilerinin düşünsel değişkenlere yönelik algısı Türk (3,4067) ve Alman uyruklu (3,4153) olan otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir.

Davranışsal değişkenlere yönelik algılarda uyruğu Alman, Rus, İngiliz ve diğer grubunda olan otel müşterileri ile Türk uyruklu müşteriler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Uyruğu Alman (4,2339) Rus (4,6689), İngiliz (4,4200) ve diğer (4,3200) grubunda olan otel müşterilerinin davranışsal değişkenlere yönelik algısı Türk uyruklu (3,8328) olan otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir. Bununla birlikte Rus uyruklu otel müşterileri ile Alman ve diğer uyruklular grubunda bulunan müşteriler arasında da istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Uyruğu Rus (4,6689) olan otel müşterilerinin davranışsal değişkenlere yönelik algısı Alman (4,2339) uyruklu ve diğer (4,3200) grubunda yer alan uyruklu otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir.

İlişkisel değişkenlere yönelik algılarda uyruğu Rus, İngiliz ve diğer grubunda olan otel müşterileri ile Türk uyruklu müşteriler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Uyruğu Rus (4,0738) İngiliz (4,2500) ve diğer (3,9250) grubunda olan otel müşterilerinin ilişkisel değişkenlere yönelik algısı Türk (3,4608) uyruklu olan otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir. Bununla birlikte Rus ve İngiliz uyruklu otel müşterileri ile Alman uyruklu müşteriler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Uyruğu Rus (4,0738) ve İngiliz (4,2500) olan otel müşterilerinin ilişkisel değişkenlere yönelik algısı Alman (3,5805) uyruklu otel müşterilerine kıyasla daha yüksektir.

Kurum İmajına yönelik algılarda uyruğu Rus ve diğer grubunda olan otel müşterileri ile Türk uyruklu müşteriler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Uyruğu Rus (4,6025) ve diğer (4,3875) grubunda olan otel müşterilerinin kurum imajına yönelik algısı Türk (3,9291) uyruklu olan otel misafirlerine kıyasla daha yüksektir. Bununla birlikte Rus uyruklu otel müşterileri ile Alman uyruklu müşteriler arasında da istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Uyruğu Rus (4,6025) olan otel müşterilerinin kurum imajına yönelik algısı Alman (4,1229) uyruklu otel müşterilerine kıyasla daha yüksektir.

Müşterilerin otele karşı sadakatlerine yönelik verilerin analizinde uyruğu Rus ve diğer olan otel müşterileri ile Türk ve Alman uyruklu müşteriler arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Uyruğu Rus (4,4877) ve diğer (4,6000) olan otel müşterilerinin otele karşı sadakatleri Türk (3,9515) ve Alman (3,9407) uyruklu otel müşterilerine kıyasla daha yüksektir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırma, deneysel pazarlamanın kurum imajı ve müşteri sadakati üzerinde etkilerinin belirlenmesi amacıyla Belek turizm bölgesinde hizmet veren beş yıldızlı bir konaklama işletmesinde yapılmıştır. Analizlerde ilk olarak deneysel pazarlama boyutlarının kurum imajı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Analizler sonucunda deneysel pazarlamanın tüm boyutlarının (duyusal, duygusal, düşünsel, davranışsal, ilişkisel) kurum imajı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Kurum imajı üzerinde en fazla etkiye sahip olan boyutun duygusal deneyim boyutu olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar H1a, H1b, H1c, H1d ve H1e hipotezlerini desteklemektedir. Literatür incelendiğinde elde edilen bulguları destekleyen çalışmalar olduğu görülmektedir. Yarkin (2013), Hoseinzadeh ve Baktash (2018), Özen (2017) ve Tsai ve Yeh (2012) araştırmalarında deneysel pazarlamanın imaj türleri üzerinde pozitif etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu bulgular, işletmelerin müşterilerine sunduğu deneysel faaliyetlerin kurumun imajını artırdığını göstermektedir. İşletmenin müşterilere sunduğu yemeklerin lezzeti, otelin kokusu, müşterilere dinletilen müzikler, yatakların rahatlığı, araç gereçlerin kullanışlılığı, otelin görünümü vb. müşterilerin duyularına hitap eden unsurların müşterileri memnun etmesi otelin imajını olumlu etkilemektedir. Bunun yanı sıra müşterilere günlük hayatlarındaki stresten uzaklaşacak bir ortam sunulması, yaşam kalitelerinin artmasının sağlanması, müşterilere stresten uzak düşünebilecek ortam sunulması, düzenlenen etkinliklerin müşterilerde merak duygusu uyandırması vb. unsurlar da müşterileri duygusal ve düşünsel olarak olumlu etkileyerek otelin olumlu imajını artırmaktadır. Bu unsurların yanı sıra otel çalışanlarının yetkinliği, müşterilerle ilişkileri, otele ulaşımın rahat olması, müşterilerde aidiyet duygusu oluşturulması vb. davranışsal ve ilişkisel unsurlar da otelin imajına olumlu katkıda bulunmaktadır. Müşteriler yemeklerinden, çalınan müziklerden, düzeninden, rahatlığından, etkinliklerinden, çalışanlarından memnun oldukları otellerin imajını yüksek algılamaktadır ve bu otelleri tekrar tercih etme eğilimi göstermektedir.

Analizler sonucunda elde edilen bir diğer bulgu da deneysel pazarlamanın duyusal, duygusal ve ilişkisel deneyim boyutlarının müşteri sadakati üzerinde pozitif etkisi olduğu yönündedir. Bu boyutlar içerisinde müşteri sadakati üzerinde en fazla etkiye sahip olan duygusal deneyim boyutudur. Davranışsal ve düşünsel deneyim boyutlarının ise müşteri sadakati üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuçlar H2a, H2b ve H2e hipotezlerini desteklemektedir. H2c ve H2d hipotezleri ise desteklenmemektedir. Literatürde benzer sonuçlara ulaşan çalışmalar bulunmaktadır. Güney (2015), Alca (2016), Bülbül (2019), Çetin (2012), Gül (2018), Kara ve Çiçek (2015), Oskan (2019), Erbaş (2010) ve Özer (2019) deneysel pazarlamanın müşteri sadakati üzerinde pozitif etkisi olduğunu tespit etmiştir. Güney, (2015) duygusal deneyimin, müşteri sadakati üzerinde en fazla etkiye sahip olan boyut olduğu sonucuna ulaşmıştır. Müşteriler otellerin yemeklerinden, havasından, dinletilen müziklerden, rahatlığından ve görünümünden memnun olduklarında oteli tekrar tercih etme konusunda istekli olmaktadır. Birçok müşteriyi işletmeye bağlayan somut unsurlar olmaktadır. Duyusal deneyimler de müşterileri tarafından dokunulabilen, duyulabilen veya hissedilebilen unsurlardır. Bu nedenle daha fazla müşteride bağlılık oluşturabilirler. Ancak duygusal faktörler insanlar üzerinde daha fazla etkiye sahip olabilmektedir. Bu nedenle duygusal faktörlerin daha yüksek bağlılık oluşturması beklenmektedir. Örneğin otelde çalınan müzikleri veya otelin yemeklerini beğenerek oteli tercih eden müşteri sayısı çok fazla olabilir. Ancak bu müşteriler daha iyi müzik yapan veya daha lezzetli yemekler çıkaran oteller bulduklarında tercihlerini değiştirebilir. Fakat otele duygusal olarak bağlanan müşteriler daha iyi alternatifler bulsalar bile konakladıkları oteli değiştirmeyeceklerdir. İlişkisel unsurlar da müşterilerin değerlerine hitap ederek bağlılık oluşturmaktadır. Müşteriler, otelleri yaşam tarzlarına uygun olduğu veya aidiyet duygusu oluşturulduğu için oteli tercih edebilmektedir.

Analizler sonucunda elde edilen son bulgu ise kurum imajının müşteri sadakatini pozitif olarak etkilediği yönündedir. Bu sonuç H3 hipotezini desteklemektedir. Literatürde benzer sonuçlara ulaşan çalışmalar bulunmaktadır. Akdoğan ve Şener (2015), Adeniji vd. (2015), Kazançoğlu (2011), Marangoz ve Akyıldız (2007), Giovanis vd. (2014), Nur vd. (2018), Agyei ve Kilika (2014) ve Leaniz ve Rodriguez (2016) kurum imajının müşteri sadakatini pozitif olarak etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Müşterilerin konakladıkları otele güvenmesi ve otel hakkında olumlu izlenimlere sahip olması o oteli tekrar tercih etmelerini sağlayabilmektedir. İşletmelerin imajı pek çok faktörden etkilenmektedir. Kimi oteli güvenilir bulur, kimi statü değeri yüksek olduğu için tercih eder, kimileri de kültürel kaygılarla otelde konaklama kararı verir. Deneysel unsurlar da otelin imajını olumlu etkileyerek müşterilerde bağlılık oluşturabilir. Yeni müşteri kazanmak mevcut müşterileri elde tutmaktan daha maliyetlidir. Dolayısıyla otel işletmelerinin mevcut müşterilerini ellerinde tutmaları oldukça önemlidir. Bu nedenle otel işletmeleri müşterilere sundukları imkânları ve müşterilerle ilişkilerini geliştirerek olumlu bir imaj oluşturma çabası içerisinde.

Sonuç olarak her yıl özellikle yaz ayları boyunca yerli, yabancı birçok turiste ev sahipliği yapan ve ekonomiye çok ciddi girdi sağlayan konaklama işletmelerinde gerçekleştirilen bu araştırma sonucunda deneysel pazarlamanın kurum imajı ve müşteri sadakati üzerinde olan etkisi ve kurum imajının müşteri sadakati üzerindeki etkisi ortaya konulmuştur. Bu çalışma, daha önceki akademik çalışmalarda da ortaya konulduğu gibi değişen ve gelişen müşteri algıları ile birlikte geleneksel pazarlama anlayışının yerini insanı ve duygularını önceleyen modern pazarlama anlayışına bırakmasının kaçınılmaz olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu araştırma Antalya ili belek turizm bölgesinde bulunan beş yıldızlı bir otel işletmesinde gerçekleştirilmiştir, bu çalışma daha geniş bir coğrafya ve farklı işletmelerle genişletilerek, diğer araştırma sonuçlarıyla karşılaştırılabilir. Bu çalışmada deneyimsel pazarlamanın kurum imajı ve müşteri sadakati ile olan ilişkisi irdelenmiştir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda deneyimsel pazarlamanın farklı kurumsal değişkenler ve tüketici tutumları ile ilişkisinin incelenmesi literatüre önemli katkılar sağlayacaktır.

Yapılan bu çalışma neticesinde daha güçlü bir kurum imajı ve sürdürülebilir müşteri sadakati yaratmak için deneyimsel pazarlama çalışmalarıyla ilgili bazı öneriler ortaya konulabilir. Bunlar;

Sonuçlar, işletmelerin müşteriler açısından güçlü ve olumlu bir imaja sahip olmalarının müşterilerin işletmeye olan bağlılıklarını artıracaklarını göstermektedir. Bu nedenle özellikle konaklama işletmeleri müşterilerine yeni ve ilgi çekici deneyimler sunarak onları işletmeye daha sadık hale getirebilirler. Bu deneyimlerle diğer işletmelerden farklılaşması işletmeye rekabet avantajı da sağlayacaktır. İşletmelerin diğer işletmelerden farklı olarak sportif etkinlikler düzenlemeleri, konser vb. organizasyonlar yapmaları, müşteriler arasında yarışmalar düzenleyerek ödüller dağıtmaları müşterilere hem eğlenceli bir tatil yaşatacak hem de işletmeye yönelik aidiyet hissi oluşturarak bağlılıklarını artıracaktır.

Sonuçlar, işletmenin sahip olduğu imajın müşterilerin bağlılığını olumlu etkilediğini göstermektedir. Ulaşılan bir diğer sonuç da deneyimsel pazarlama boyutlarının işletmenin imajını artırdığıdır. Dolayısıyla işletmelerin deneyimsel pazarlama unsurlarını göz önünde bulundurmaları müşterilerde sadakat oluşturarak her yıl tekrar yeni müşteriler kazanma maliyetini ortadan kaldıracaktır. Bu doğrultuda otel işletmeleri sunulan yemeklerin lezzeti, müzik kalitesi, odaların rahatlığı, çalışanların yeterliliği, etkinliklerin kalitesi, otelin görünümü vb. konularda müşterileri tatmin etmesi gerekmektedir. Ancak bu konulardaki beklentiler kişiden kişiye değişebilmektedir. Bu nedenle otel yöneticilerinin müşterilerin beklentilerini tespit etmesi gerekmektedir. Bunu sağlamak için de müşterileri sıkmadan amaca yönelik hazırlanan kısa anketlerle müşterilerin yemekler, etkinlikler, müzik veya otelin görünümüyle ilgili beklentileri öğrenilebilir ve bu doğrultuda uygulamalar yapılabilir.

Tercih nedenleri incelendiğinde katılımcıların ciddi bir bölümünün tavsiye neticesinde işletmeyi tercih ettikleri görülmektedir. Bu durum kulaktan kulağa iletişimin tercih üzerinde etkili olduğunu göstermektedir. İşletmeler gerçekleştirdikleri uygulamalarla müşterilerine eşsiz bir deneyim sunarak onların işletmeye olan sadakatlerini artırdıkları takdirde bu müşteriler deneyimlerini başkalarına da aktararak işletmenin yeni müşteriler kazanmasını sağlayabilir.

Turistler, turizmin sektörünün yapısı gereği genellikle farklı bölge ve oteller tercih etmekte ve bir defa gittikleri yeri genellikle tercih etmemektedirler. Araştırma sonuçları deneyimsel pazarlama değişkenlerinin müşteriler açısından olumlu algılandığı müddetçe bu problemin aşılabileceğini ve turistleri çekmekte ve sürdürülebilirliği sağlamada deneyimsel pazarlama uygulamalarının kullanılabileceğini göstermektedir.

Katılımcıların uyrukları açısından deneyimsel pazarlamanın tüm boyutları, kurum imajı ve müşteri sadakati algılarında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların uyruklarının ayrıntılı olarak analiz edilmesi sonucunda ise; Türk katılımcıların deneyimsel pazarlamanın tüm boyutları, kurum imajı ve müşteri sadakati algılarında anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Rus katılımcıların analiz sonuçları incelendiğinde ise deneyimsel pazarlamanın duyuşsal, düşünsel, ilişkisel boyutları ve sadakat algılarında anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Alman katılımcıları analiz ettiğimizde 106 deneyimsel pazarlama boyutlarından duyuşsal, ilişkisel boyutları ve sadakat algılarında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Yine İngiliz katılımcıların analizleri sonucunda deneyimsel pazarlama boyutlarından ilişkisel deneyim boyutu ve sadakat algılarında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Son olarak diğer grubunda ki farklı uyruklu olan katılımcıların ayrıntılı analiz sonuçları incelendiğinde ise deneyimsel pazarlama boyutlarından duyuşsal, davranışsal ve ilişkisel boyutlarda anlamlı farklılıklar olduğu görülmüştür. Uyruklar açısından ortaya çıkan bu farklılıklar, imaj ve sadakat açısından farklı pazarlama stratejilerinin uygulanabileceğini ortaya koymaktadır.

Günümüzde tüketicilerin mal ve hizmetlere yönelik beklentileri değişmiştir ve bu nedenle işletmeler tarafından uygulanan geleneksel pazarlama faaliyetleri tek başına yeterli olmamaktadır. Tüketiciler işletmelerden sadece işlevsel fayda sağlayacak ürünler değil, onlara yeni deneyimler yaşatacak, ilgi çekici, duygularına hitap edecek, onları duyuşsal olarak da tatmin edecek ürünler beklemekte ve yeni deneyimler yaşamayı arzulamaktadırlar. Bu bağlamda tüketicilerin bu istek ve ihtiyaçlarını gidermeye yönelik uygulamaları ile deneyimsel pazarlama, işletmenin imajını güçlendirmek ve müşterilerin işletmeye olan sadakatlerini artırmak açısından işletmeye artı bir değer katacaktır.

Kaynakça

Adeniji, A. A., Osibanjo, A. O., Abiodun, A. J., & Oni-Ojo, E.E. (2015). Corporate Image: A Strategy for enhancing customer loyalty and profitability. Journal of South African Business Research, 2015. <http://eprints.covenantuniversity.edu>. adresinden edinilmiştir.

- Agyei, P. M., & Kilika, J. M. (2014). Relationship between corporate image and customer loyalty in the mobile telecommunication market in Kenya. *Management Studies*, 2(5), 299-308. <https://d1wqxts1xzle7.cloudfront.net>
- Akdoğan, M. Ş., ve Şener, T. (2015). Kurum imajının müşteri sadakatine etkilerinin ticari bankalar üzerinde değerlendirilmesi: Nevşehir ili örneği. *Journal of Turk of Worlds*, 7(3). <http://www.dieweltdertuerken.org>
- Akyıldız, M. (2010). Boş zaman pazarlanmasında deneyimsel boyutlar: 2009 Rock'n Coke katılımcılarına yönelik bir araştırma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Alca, B. (2016). Deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakati üzerine etkisi: İzmir'deki büyük ölçekli otel işletmeleri üzerine bir araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. İzmir Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 441549).
- Başar, B. ve Hassan, A. T. (2015). Kültür ve Sanat Faaliyetlerinde Deneyimsel Pazarlamanın Müşteri Sadakatine Etkisinin İncelenmesi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(4), 77-98.
- Baytekin, E. P. (2005). Toplam kalite hedefinde müşteri memnuniyetinden müşteri sadakatine. *Yeni Düşünceler Dergisi*, 1(1), 41-52. <https://dergipark.org.tr/tr/>
- Bayuk, N., & Küçük, F. (2007). Müşteri tatmini ve müşteri sadakati ilişkisi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 285-292. <https://dergipark.org.tr/tr/>
- Budak, G., & Budak, G. (2014). İmaj mühendisliği vizyonunda halkla ilişkiler. Nobel Yayıncılık. Ankara.160
- Bülbül, N. (2019). Deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisi: Starbucks üzerine bir araştırma. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek lisans tezi. Ankara. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 550096).*
- Chang, Y. H., & Chen, F. Y. (2007). Relational benefits, switching barriers and loyalty: A study of airline customers in Taiwan. *Journal of Air Transport Management*, 13, 104-109. <https://researchoutput.ncku.edu>.
- Chang, W. J. (2020). Experiential marketing, brand image and brand loyalty: a case study of Starbucks. *British Food Journal*, 123(1), 209-223.
- Çetin, G. (2012). Konaklama İşletmelerinde Müşteri Deneyiminin Sadakat ve Tavsiye Davranışına Etkisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora tezi. İstanbul. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 328589).*
- Dağdaş, G. (2013). İşletmelerde retro pazarlama uygulamalarının müşteri bağlılığına etkileri üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. Konya. 4-5, Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 354820).*
- Dinçer, M. K. (1998). İş yaşamında ve özel yaşamda kişisel imaj. Alfa Yayınları.2.Baskı, İstanbul. 2
- Dowling, G. (1997). Developing your company image into a corporate asset. *Long Range Planning*, 26(2), 101- 109. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(93\)90141-2](https://doi.org/10.1016/0024-6301(93)90141-2)
- Edvardsson, B., Enquist, B., & Johnston, R. (2005). Co-creating customer value through hyperreality in the prepurchase service experience. *Journal of Service Research*, 8(2), 149-161. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1094670505279729>
- Ekici, N. (2012). Deneyimsel pazarlama ve seyahat deneyimi: Türk Havayolları örneği. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. Karaman. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 320266).*
- Erbaş, A. P. (2010). The effect of experiential marketing on customer satisfaction and loyalty: A study on Starbucks. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yüksek lisans tezi. İstanbul. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 291576).*
- Fournier, M., de Ridder, D., & Bensing, J. (1999). Optimism and adaptation to multiple sectors: What does optimism mean? *Journal of Behavioral Economics*, 22, 303-326. Abstract retrieved October 23, 2000, from EBSCO database.
- Gel, O. C. (2003). CRM yolculuğu. Sistem Yayıncılık. İstanbul. 51-52
- Giovanis, A. N., Zondiros, D., & Tomaras, P. (2014). The antecedents of customer loyalty for broadband services: The role of service quality, emotional satisfaction and corporate image. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 148, 236-244. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.039>

- Güney, D. (2015). Deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakatine etkisi: Muğla'daki butik otellere yönelik bir uygulama. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. Muğla. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 412215).
- Güven, H. (2019). Deneyimsel pazarlama ve deneyimsel değerın müşteri memnuniyetine etkisi: İzmir'deki alışveriş merkezlerinde bir uygulama. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. Manisa, .49. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 553621).
- Holbrook, M.B., & Hirshman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140. <https://pdfs.semanticscholar.org>
- Hoseinzadeh, R., & Baktash, F. (2018). Studying the Effect of Mixed Experiential Marketing on Brand Equity and Brand Image (Case Study: Royal Mattress Brand). *Journal of Business Management*, 10(2), 303-324.
- Huang, C. C., Yen, S. W., Liu, C. Y., & Huang, P. C. (2014). The relationship among corporate social responsibility, service quality, corporate image and purchase intention. *International Journal Of Organizational Innovation*, 6(3), 68-84. <https://www.ijonline.org>
- Huber, K. (1987). Image: Corporate image, marken imagen, produkt image. Landberg am Lech: Verlag Moderne Industrie. 170-171
- Kara, M., & Çiçek, B. (2015). Deneyimsel pazarlama ve satın alma karar sürecine etkisi: Termal turizm sektöründe bir uygulama. *Gümüşhane Üniversitesi, Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(13), 177-200. <https://app.trdizin.gov.tr>
- Kazançoğlu, İ. (2011). Havayolu firmalarında müşteri sadakatinin yaratılmasında kurum imajının ve algılanan hizmet kalitesinin etkisi. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (21). 130-158. <http://www.acarindex.com>
- Koçoğlu, C. M. (2009). Hizmet kalitesinin müşteri sadakati üzerindeki etkisi ve 5 yıldızlı bir otel işletmesinde uygulama. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. Düzce Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 279989).
- Kotler, P. (2005). A'dan Z'ye pazarlama: Pazarlamayla ilgili herkesin bilmesi gereken 80 kavram. (A. K. Bakkal, çev ed.). İstanbul: Mediacat Yayınları. 30-31
- Lee, M. S., Hsiao, H. D., & Yang, M. F. (2010). The study of the relationships among experiential marketing, service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *International Journal of Organizational Innovation*, 3(2), 352-378.
- Leaniz, P. M. G., & Rodriguez, I. R. B. (2016). Coorporate image and reputation as drivers of customer loyalty. *Coorporate Reputation Review*, 19, 166-178. <https://link.springer.com>
- Lenderman, M. (2006). Experience the message: How experiential marketing is changing the brand world. New York: Carroll and Graf Publishers.18-49
- Luo, M. M., Chen, J. S., Ching, R. K., & Liu, C. C. (2011). An examination of the effects of virtual experiential marketing on online customer intentions and loyalty. *The Service Industries Journal*, 31(13), 2163-2191.
- Marangoz, M., & Akyıldız, M. (2007). Algılanan şirket imajı ve müşteri tatmininin müşteri sadakatine etkileri. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(1), 194-218.
- Nguyen, N., & Leblanch, G. (2001). Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 8(4), 227- 236.
- Nguyen, N., & Leblanch, G. (2002). Contact personnel, physical environment and the perceived corporate image of intangible services by new clients. *International Journal Of Service Industry Management*, Vol. 13(3), 242- 262. DOI: 10.1108/09564230210431965
- Nur, E., Arslan, B., ve Küçük, F. (2018). Hizmet kalitesi algısı ile memnuniyet düzeyi arasındaki ilişki: Harran üniversitesi öğrencileri üzerine bir uygulama. *Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 40-56.
- Oh, H., Fiore, A. M., & Jeoung, M. (2007). Measuring experience economy concepts: Tourism applications. *Journal of Travel Research*, 46(2), 119-132. DOI: 10.1177/0047287507304039
- Oskan, M. (2019). Kruvaziyer turizmde deneyimsel pazarlamanın müşteri sadakati ve tekrar ziyaret etme niyetine etkileri: Kuşadası limanını ziyaret eden yabancı turistler üzerine bir araştırma. Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. Gaziantep. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No.569113).

- Özalkuş, A. (1994). Kurum imajının oluşumunda PR'nin rolü. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek lisans tezi. İstanbul.153 Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No.30709).
- Özen, İ. A. (2017). Deneysel tüketim, destinasyon imaj algısı ve davranışsal sonuçları ilişkisi: Kapadokya sıcak hava balon deneyimi. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Nevşehir.
- Özer, M. N. (2019). Deneysel pazarlamada müşteri tatmininin müşteri sadakatine etkisi: Erzurum'da kış turizmine yönelik hizmet veren otellerde uygulamalı bir araştırma. Yüksek lisans tezi. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No.552406).
- Özüpek, M. N. (2005). Kurum imajı ve sosyal sorumluluk. Tablet Kitabevi.1. Baskı. Konya. 161-162
- Pelteköçlü, F. (1998). Halkla ilişkiler nedir. İstanbul: Beta Yayınları.
- Pine, J., & Gilmore, J. H. (2012). Deneyim Ekonomisi. (L. Cinemre, çev. ed.) 1. Baskı İstanbul: Optimist Yayınları. (Çalışmanın orijinali 1999'da yayımlanmıştır.)
- Pullman, M. E., & Gross, M. A. (2004). Ability of experience design elements to elicit emotions and loyalty behaviors. *Decision Science*, 35(3), 551-578. <https://doi.org/10.1111/j.0011-7315.2004.02611.x>
- Schmitt, B. H. (1999). Experiential marketing: How to get customers to sense, feel, think, act, relate to your company and brands. New York: Free Pres.
- Schmitt, B. (1999b). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1), 53-67.
- Schmitt, B. H. (2011). Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. Boston: Now Publishers Inc 3-4, 84-85.
- Tsai, K. H., & Yeh, K. H. (2012). The Impact of Experiential Marketing and Qualia on the Brand Image, Customer Satisfaction and Loyalty: With the Digital Camera as an Example. *Xing Xiao Ping Lun*, 9(2), 161-180.
- Uğurluel, S. (2019). Tüketim kültürüne etkileri bakımından deneysel pazarlama: Alışveriş merkezlerinde özel gün uygulamaları üzerine bir inceleme. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek lisans tezi. İzmir. 90-91. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No.548563).
- Wang, C., & Lin, W. (2006). An examination of the determinant of customer loyalty in mobile commerce contexts. *Information & Management*, 43(3), 271-282. <https://doi.org/10.1016/j.im.2005.08.001>
- Wu, M. Y., & Tseng, L. H. (2015). Customer satisfaction and loyalty in an online shop: An experiential marketing perspective. *International Journal of Business and Management*, 10(1), 104-114.
- Yapraklı, Ş., & Keser, E. (2016). Deneysel pazarlama ve deneysel değerın müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati üzerindeki etkisi: Nostaljik ve fast food restoranlar üzerinde bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 47, 19-35.
- Yarkin, D. (2013). Deneysel pazarlama yaklaşımı ve kurum imajı ilişkisi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora tezi. Kütahya Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezinden edinilmiştir. (Tez No. 333587).
- Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2012). The study of relationship among experiential marketing, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. *Asean marketing journal*, 4(1), 37-46.

Extended Abstract

Aim and Scope

Within the scope of the marketing concept of our age, customers not only purchase goods and services, but also experience the modules offered by the concept of experience before and after purchasing, and with this understanding, it has been observed that experiential marketing is extremely effective and valuable on those who demand goods and services. This study gains value in terms of determining which or which of the experience modules play an active role in creating corporate image and customer loyalty. In particular, the aim of this study is to provide an opportunity to evaluate the effect of the experiential marketing approach, which prioritizes the satisfaction of human emotions, on customer loyalty and corporate image, perhaps in the tourism sector, where people can experience the goods and services that their emotions and desires are at the forefront.

Methods

In this study, it has been applied on customers who receive accommodation service in a tourism region in order to reveal the effects of the perceptions of experiential modules on customers on customer loyalty and corporate image. First of all, the framework of the concepts that are the subject of the research was emphasized, information was given along with the literature review on the subject, and then the research phase was started with the hypotheses formed. In this study, it is aimed to determine the effects of experiential marketing on corporate image and customer loyalty. The study was carried out with the assumption of 95% confidence interval, using the convenience sampling method, which is one of the non-random sampling methods, based on the basis of face-to-face interviews among the customers staying in a five-star hotel in the Belek tourism region of Antalya. 428 questionnaires left at the hotel were answered and analyzed. 5-point Likert (strongly disagree, disagree, neither agree nor disagree, agree, strongly agree) questionnaire form was used to collect the data. In addition to the demographic title in the questionnaire, there are questions measuring experiential marketing dimensions, customer loyalty and corporate image.

Findings

Statements about experiential marketing dimensions and customer loyalty are taken from the scale adapted by Kuo-Ming Lin(2006) for hotels from the studies of Schmitt (1999) and Pullman and Gross (2004). The corporate image dimension was adapted to hotel companies from the scale developed by Huang, C. C., Yen, S. W., Liu, C. Y., and Huang, P. C. (2014). The questionnaire form consists of 8 parts. These sections are the sensory section (5 questions), the emotional section (5 questions), the intellectual section (4 questions), the behavioral section (5 questions), the relational section (4 questions), the corporate image section (4 questions), the customer loyalty section (4 questions). question) and demographic data were prepared as a total of 44, 13 questions for foreign nationals, and a total of 45, 14 questions for Turkish ones. Data were collected between 15 June 2019 – 15 September 2019. The Cronbach Alpha coefficient was 0.858 for the sensory dimension; 0.894 for the emotional dimension; 0.852 for the intellectual dimension; 0.852 for the behavioral dimension; 0.828 for the relational dimension and 0.898 for the corporate image. The Cronbach Alpha coefficient of the loyalty dimension was calculated as 0.942 and this shows that the scale has a very high level of reliability. It was tried to determine the relationship between corporate image and correlation analysis to determine the relationship between these concepts, and regression analyzes to determine the effect between variables. In addition, Independent Two-Sample t-test and ANOVA analysis were performed to determine whether the research variables showed a significant difference according to the demographic variables of the participants)

Conclusion

In this study, experiential marketing has been reached from a positive perspective on corporate image and customer loyalty. In addition, the image of the institution was also checked on customer loyalty and according to the analysis, it was found that the approval of the corporate image had a positive effect.

It has been concluded that the sensory, emotional, behavioral, intellectual and relational dimensions of experiential marketing have a significant and positive effect on the corporate image. In this direction, it is considered that providing sensory, emotional, intellectual, behavioral and relational experiences to customers will strengthen the corporate image. The sensory, emotional and relational dimensions of experiential marketing also have a significant and positive effect on customer loyalty. Behavioral and intellectual dimensions were not found to have a significant effect on customer loyalty. In this case, it is thought that providing sensory, emotional and relational experiences to their customers will increase the loyalty of the customers to the business.

According to the results of the analysis, the corporate image of the business also has a significant and positive effect on customer loyalty. This result shows that having a strong and positive image for the customers will increase the loyalty of the customers to the business. For this reason, especially accommodation businesses can make them more loyal to the business by offering new and interesting experiences to their customers.

Bitcoin Enerji Tüketimi Özelinde Bitcoin Öncü Göstergeleri ve Hisse Senedi Piyasaları Ortak Hareket Ediyor Mu? Bitcoin Üreticisi Ülkelerden Kanıtlar

Do The Stock Markets and The Leading Indicators of Bitcoin Act Together in The Special of Bitcoin Energy Consumption? The Evidence from Producing Countries of Bitcoin

Müge Sağlam Bezgin¹, Selim Güngör²

Öz

Bu çalışmada Bitcoin enerji tüketimi, Bitcoin fiyat ve Bitcoin hacim değişkenleri arasındaki ilişkinin incelenmesi ve öncü Bitcoin göstergeleriyle en çok Bitcoin üretimi yapan 5 ülkenin hisse senedi piyasalarının ortak hareket edip etmediklerinin araştırılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda çalışmada Bitcoin enerji tüketimi, Bitcoin fiyat, Bitcoin hacim, Amerika Birleşik Devletleri, Çin, Kazakistan, Rusya ve Kanada endekslerinin 2011-2022 aylık verileri dikkate alınmıştır. Çalışmada Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi ve zamanla değişen parametrelili VAR (TVP-VAR) yöntemleri kullanılmıştır. Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi yöntemi sonucunda, Bitcoin enerji tüketiminin Bitcoin fiyatına yayılım etkisinin %3,5 olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca Bitcoin öncü göstergelerinden incelenen tüm hisse senedi endekslerine yayılım olduğu belirlenirken, en yüksek yayılımın ise Bitcoin fiyatından S&P500 endeksine doğru olduğu görülmüş ve Diebold ve Yılmaz (2012) net yayılım endeksi %4,54 olarak hesaplanmıştır. Bununla birlikte kurulan TVP-VAR modeliyle değişkenlerin 4, 8 ve 12 aylık dönemlerdeki etki tepki fonksiyonları incelenmiştir. TVP-VAR modeli etki tepki fonksiyonlarında Bitcoin enerji tüketiminde 4, 8 ve 12 aylık dönemlerde yaşanan şokların Bitcoin fiyatına benzer şiddetle yayıldığı gözlemlenmiştir. Çalışma sonucunda, Bitcoin enerji tüketiminde yaşanan şokların tüm dönemlerde, fiyat ve hacimde yaşanan şokların ise kısa dönemlerde S&P500, Shanghai, KASE ve RTSI endekslerinde benzer şiddette yayıldığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bitcoin Enerji Tüketimi, Finansal Yayılma, Finansal Bağlantılılık, Finansal Zaman Serisi Analizi, TVP-VAR Modeli.

Abstract

In this study, it was aimed to examine that the relationship between Bitcoin price, Bitcoin volume and Bitcoin energy consumption, and to research leading indicators of Bitcoin and whether the stock markets of the 5 countries that produce the most Bitcoin act together. In this context, 2011-2022 monthly data of Bitcoin energy consumption, Bitcoin price, Bitcoin volume, USA, China, Kazakhstan, Russia, and Canada Indexes was regarded in the study. Diebold and Yilmaz (2012) spillover index and time varying parameter VAR (TVP-VAR) methodologies were used in the study. In the result of Diebold and Yilmaz (2012) spillover index methodology was observed that the spillover effect of the Bitcoin energy consumption on the Bitcoin price is 3.5%. Furthermore, while it was determined that there was a spillover to all stock indices examined from the Bitcoin leading indicators, it was seen that the highest spillover was from the Bitcoin price to the S&P500 index and net spillover index of Diebold and Yilmaz (2012) was calculated that is 4.54%. In addition, the impulse-response functions of the variables in the 4th, 8th and 12th-month periods were examined with the established TVP-VAR model. In the impulse response functions of the TVP-VAR model, it was observed that the shocks experienced in Bitcoin energy consumption in the 4th, 8th and 12th month periods spread with a similar intensity to the Bitcoin price. As a result of the study, it was detected that Bitcoin energy consumption shocks spread with similar severity to SP500, Shanghai, KASE and RTSI indexes in all periods, while the shocks of the price and the volume shocks spread with similar severity to these indexes in short periods.

Keywords: Bitcoin Energy Consumption, Financial Spillover, Financial Connectedness, Time Series Analysis, TVP-VAR Model.

Araştırma Makalesi [Research Paper]

JEL Codes: C58, G15, G40.

Submitted: 19 / 08 / 2022

Accepted: 13 / 10 / 2022

¹ Arş. Gör. Dr. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman, Türkiye, mugesaglam@kmu.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0001-8674-2707>.

² Dr.Öğr.Üyesi, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tükat, Türkiye, selim.gungor@gop.edu.tr, Orcid No: <https://orcid.org/0000-0002-2997-1113>.

Giriş

Finansal varlıklar arasındaki ortak hareketler, yatırımcılar, portföy yöneticileri ve politika yapımcıların temel ilgi alanıdır. Bu hareketler asimetrik ilişkileri işaret etmektedir. Piyasa katılımcıları ortak hareketleri hesaba katarak, varlık tahsisi ve portföy tasarımı hakkında karara varabilirler. Ortak hareketler nedeniyle finansal varlık fiyatlarının birbirine bağıllığının anlaşılması, sadece farklı varlık fiyatları arasındaki ilişkileri açıklamak için değil, aynı zamanda bir varlığın veya piyasa fiyatının diğer varlıkların veya piyasaların fiyatlarındaki değişikliklere tepki verip vermediğinin belirlenmesi hususunda da kritik öneme sahiptir (Giudici ve Abu-Hashish, 2019). Bu tür bir anlayış, yatırımcıların riskten korunma fırsatları yakalamasına yardımcı olmaktadır.

Finansal piyasalar, çok çeşitli kripto para birimlerinin ve çeşitli yenilikçi finansal araçların ortaya çıkmasıyla birlikte son yıllarda hacim ve büyüklük açısından önemli düzeyde ilerleme kaydetmiştir. Yatırımcıların ilgisini çeken Bitcoin sanal finansal varlık piyasalarında piyasa değeri en yüksek para birimidir. Bitcoin, merkezi olmayan sistemlerin güvenli ve adil bir şekilde yeni paralar basmasını ve işlemleri onaylamasını sağlamaktadır. Bitcoin işlemlerinin hacmi arttıkça, Bitcoin ağı daha rekabetçi hale gelmektedir. Blokları doğrulayan ve madencileri telafi eden kripto algoritması daha karmaşık hale gelmekte, bu durum da güç ve enerjinin oynaklığını tahmin etmeyi zorlaştırmaktadır. British Broadcasting Channel (BBC)'a göre Cambridge akademisyenleri, Bitcoin'in her yıl yaklaşık 121,36 terawatt-saat (TWh) elektrik tükettiğini tahmin etmektedir. Bu tüketim, 46 milyon nüfuslu Arjantin'in elektrik tüketiminden daha fazlasını oluşturmaktadır. Digiconomist'in Bitcoin Enerji Tüketim Endeksi'ne göre, tek bir Bitcoin işlemi ortalama bir Amerikan ailesi için 53 günlük elektrik tüketimine eşdeğerdir. Bu raporlar, kripto para birimlerinin geleceğinde finans ve enerji piyasalarının kritik bir rol oynayacağını göstermektedir (Attarzadeh ve Balcılar, 2022). Bitcoin üretiminde kullanılan enerji miktarının büyüklüğü ise "etik finans", "yeşil finans" alanlarında son derece dikkat çekmekte ve araştırmacılar tarafından Bitcoin'in sadece madencilik değil, aynı zamanda ağları tarafından depolama ve işlem teyidi için de kullanılan enerjinin geniş bir karbon ayak izine neden olduğu vurgulanmaktadır. Corbet vd. (2019) ile Krause ve Tolaymat (2018), kripto para birimlerinin madencilik sürecinin çevresel zararlarla nasıl ilişkili olduğu sorusunu gündeme getirmişlerdir. Her ne kadar enerji tüketiminin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi ampirik olarak sınanmış olsa da reel bir üretime dayanmadığından hâkim ekonomik anlayış için de eleştiri konusu olan Bitcoin'in enerji tüketiminin incelenmesi hem etik finans hem eleştirel finans hem de hâkim iktisadi yaklaşımlar açısından literatüre özgün katkı sayılacaktır.

Finansal yatırım davranışları perspektifinden; yatırım için güvenli liman kavramının, yatırımcıların olası kazançlardan çok kayıplardan kaçınmakla ilgilendikleri ve yatırımcıların kayıptan kaçınmasıyla motive edildiği bilinmektedir. Bu kayıptan kaçınma, yatırımcıları güvenli liman varlıkları, diğer bir deyişle piyasanın çalkantılı olduğu dönemlerde geleneksel varlıklarla ilişkisi olmayan veya negatif korelasyonlu varlıklar aramaya teşvik etmektedir. Bu doğrultuda, altın, para birimleri, uzun vadeli hazine bonoları ve kripto para birimleri dâhil olmak üzere kısa ve orta vadeli çeşitli güvenli liman varlıkları oluşturulmuştur (Conlon vd., 2020). Kripto para birimlerinin artan popülaritesi, güvenli liman emtiaları da dâhil olmak üzere yatırım avantajları hakkında çok sayıda araştırmaya ilham kaynağı olmuştur. Urquhart ve Zhang (2019)'ın çalışmasında, saatlik frekansta Bitcoin'in riskten korunma ve güvenli liman özellikleri araştırılmış, bir dizi uluslararası para birimi için sırasıyla riskten korunma, çeşitlendirilmiş ve güvenli liman görevi gördüğü belirlenmiştir. Guesmi vd. (2019)'nin çalışmasında, Bitcoin'in altın, petrol ve gelişmekte olan piyasaların hisselerinden oluşan bir portföye dâhil edilmesiyle portföy riskinin önemli ölçüde azaldığını tespit edilmiştir. Bahsedilenlerin aksine Corbet vd. (2018) ve Gandal vd. (2018)'nin çalışmalarında ise kripto para birimlerindeki spekülasyon davranışlarının balonlar şeklinde tezahür etmesi, güvenli bir liman olarak hareket etme yetenekleri konusunda şüphe uyandırabileceği saptanmıştır.

Güvenli liman özelliklerinin uluslararası olarak değişebileceğini kanıtlayan birtakım nedenler söz konusudur. Literatürde güvenli liman hipotezi için öne sürülen temel belirleyicilerden biri para politikasında kripto para birimlerinin bağımsızlığıdır. Baker vd. (2016), gazete kapsamındaki ilgili anahtar kelimelerin ölçülen sıklığına dayalı olarak bir ekonomi politikası belirsizliği endeksi (para politikası belirsizliği dâhil EPU) geliştirmiş ve seçimler gibi yerel olayların hem politika belirsizliği hem de finansal piyasa belirsizliği üzerinde önemli bir etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır (Goodell vd., 2020). Kripto para getirileri ile EPU arasındaki ilişkiyi araştıran çok sayıda çalışma mevcuttur (Demir vd., 2018; Fang vd., 2019; Wang vd., 2019; Wu vd., 2019). Örneğin, Wang vd., (2020)'nin çalışmasında en yüksek ekonomik politika belirsizliği günlerinde Bitcoin getirilerinin, en düşük EPU günlerindeki getirilerden önemli ölçüde daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Aysan vd. (2019)'nin çalışmasında, küresel jeopolitik riskin (GPR) Bitcoin üzerindeki etkisi araştırılmış, GPR'deki olumsuz değişikliklerin daha fazla Bitcoin getirisine yol açtığı tespit edilmiştir. Bouri vd. (2017)'nin çalışmasında, 14 gelişmiş ve gelişmekte olan hisse senedi piyasasının VIX endekslerinin ilk temel bileşeni ile ölçülen Bitcoin'in küresel belirsizliği koruyup koruyamayacağı incelenmiş, Bitcoin'in belirsizliğe karşı bir koruma görevi gördüğü saptanmıştır.

Bitcoin'in hisse senedi piyasalarına dâhil edilmesini motive eden teorik altyapı ise doğrudan olmaktan ziyade dolaylıdır. Narayan vd. (2019a) ve Narayan vd. (2019b)'nin çalışmalarında, Bitcoin fiyatlarının bir ekonominin para sistemini etkilediği belirlenmiştir. Bitcoin'in para sistemini ve genel hisse senedi piyasalarını etkilediği üç temel kanal sırasıyla parasal büyüklükler, enflasyon ve döviz kurlarıdır. Bitcoin benimsenip geleneksel paranın yerini aldığı anda, sadece paranın rolünü

değiştirmekle kalmaz, aynı zamanda para dolaşımını da azaltabilir; böylece bu olgu nicel para teorisini geçersiz kılacaktır. Benzer şekilde, Bitcoin'in sadece bir yatırım varlığı değil, aynı zamanda değer depolayan bir araç olarak kabul edilmesinden dolayı Bitcoin ticareti ve ana ekonomiye dâhil edilmesi enflasyonu ve marjinal üretim maliyetini servet etkileri aracılığıyla etkileyebilmektedir. Bu nedenle, değer ve servet etkileri sayesinde Bitcoin, mal ve hizmetlere olan talebi tetiklemekte ve fiyatlar üzerinde yukarı yönlü baskı oluşturabilmektedir. Geleneksel paranın aksine, Bitcoin para politikası tarafından kontrol edilmemektedir. Dolayısıyla Merkez Bankası'nın enflasyonu kontrol altına almak için belirlediği politika oranları işe yaramayabilir. Bitcoin'in diğer iki kanalda olduğu gibi döviz kuruna yansıyan ticaret üzerinde servet etkilerinin olması sebebiyle döviz kurunun Bitcoin'deki ticaret ve yatırım faaliyetinden dolayı değer kazandığı veya değer kaybettiği kabul edilmektedir (Mensi vd., 2020).

Bitcoin ile hisse senedi piyasaları arasındaki ilişki kademeli bilgi yayılımı hipotezi ve yatırımcı muhafazakârlığı hipotezi şeklinde ifade edilen iki farklı teoriyle de desteklenebilmektedir. Hong ve Stein (1999) tarafından geliştirilen kademeli bilgi yayılımı hipotezinin temel çıkış noktası, hisse senedi getirilerinin varlık (Bitcoin) fiyatlarındaki değişikliklere yetersiz tepki vereceğidir. Bu durum, hisse senedi piyasalarındaki bilgi asimetrisinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle, hisse senedi piyasalarında yüksek düzeyde ve aşırı tepkilerin hemen bastırılması beklenmemektedir. Narayan ve Sharma (2011) tarafından literatüre kazandırılan yatırımcı muhafazakârlığı hipotezi ise yatırımcıların varlık (Bitcoin) fiyatlarındaki değişimlere karşı muhafazakâr olma eğiliminde olduklarını açıklamaktadır. Varlık (Bitcoin) fiyatlarındaki değişimlere ilişkin bu tür muhafazakâr davranışın temel nedeni, yine bilgi asimetrisinin derecesinden kaynaklanmaktadır. Hisse senedi piyasalarında bilgi asimetrisi probleminin nispeten yüksek düzeyde yaşanması nedeniyle hisse senetlerinin Bitcoin fiyatlarındaki değişikliklere tepki verme hususunda daha temkinli olması beklenmektedir. Hisse senedi piyasalarında yaşanan belirsizlik düzeyi arttıkça hisse senetleri Bitcoin fiyatlarındaki değişikliklere yüksek veya aşırı tepki verebilmektedir.

Bahsedilenlerden hareketle çalışmanın amaçları; Bitcoin enerji tüketimi ile Bitcoin fiyat ve hacim değişikliklerinin birlikte hareket edip etmediklerinin incelenmesi ve yine bu öncü Bitcoin göstergelerinin Bitcoin üretiminde bulunan ülkelerin hisse senedi piyasalarının ortak hareket edip etmediklerini ve risk paylaşımında bulunup bulunmadıklarını ortaya koymak olarak ifade edilebilir. Böylece bu çalışmanın ampirik analiz ile teorik etik finans araştırmalarına bilimsel kanıt sunarken, aynı zamanda literatür incelendiğinde, Bitcoin fiyatları ile çeşitli hisse senedi piyasalarının ortak hareket edip etmediklerini test eden çalışmaların olmasına rağmen Bitcoin enerji tüketimi, fiyat ve hacim göstergeleriyle Bitcoin üreticisi ülkelerin hisse senedi piyasalarını ele alarak konuyu araştıran herhangi bir çalışmaya rastlanmaması sonucunda uygulamalı finans literatürüne de katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bahsedilen bu durumlar çalışmanın özgünlüğünü belirtmektedir. Çalışmanın geri kalanı şu şekilde yapılandırılmıştır: Çalışmanın ikinci kısmında, konuya ilişkin yapılan ampirik literatür özetlenmiş, üçüncü kısımda araştırmada kullanılan veri seti tanıtarak araştırma yönteminden bahsedilmiş, dördüncü kısımda araştırma bulguları raporlanarak yorumlanmış, son kısımda ise araştırma bulguları teorik açıdan tartışılarak literatürdeki çalışmalardan benzer farklı yönleri vurgulanarak politika önerilerinde bulunulmuştur.

1. Literatür Taraması

Literatür incelendiğinde, yapılan çalışmaların genel olarak Bitcoin'in diğer geleneksel varlıkların risklerini çeşitlendirmek için uygun bir varlık olduğu üzerine odaklandığı görülmektedir. Bu kısımda, Bitcoin ile çeşitli hisse senedi piyasaları arasındaki ilişkiyi inceleyen ve araştırmaya katkı sağlayacağı düşünülen çalışmalar özetlenmiştir.

Bouri vd. (2018)'in çalışmasında, 19.07.2010-31.10.2017 dönemi için ayı ve boğa piyasa şartları altında, Bitcoin ile MSCI Dünya, MSCI Gelişmekte Olan Piyasalar ve MSCI Çin endeksleri arasındaki getiri ve volatilité yayılımı GARCH-M modelleriyle sınanmıştır. Analizler neticesinde, Bitcoin getirilerinin, hisse senedi piyasalarıyla yakından ilişkili olduğu ve yayılımların işaretinin, Bitcoin'in ilettiğinden daha fazla volatilité aldığına dair kanıtlar sunduğu belirlenmiştir. Gajardo vd. (2018)'nin çalışmasında, 13.09.2005-25.08.2017 dönemi için Bitcoin ile Dow Jones Endüstriyel Ortalama (DJIA) endeksi arasındaki çapraz korelasyonun ve asimetrisinin varlığı çoklu kesirsel eğilimden arındırılmış asimetrik çapraz korelasyon analizi (MF-ADCCA) modeliyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda, her çapraz korelasyonda çoklu kesirsel yapının var olduğu ve DJIA'nın farklı trendleri altında çapraz korelasyon üslerinde asimetri olduğu tespit edilmiştir. Symitsi ve Chalvatzis (2018)'in çalışmasında, 22.08.2011-15.02.2018 dönemi için Bitcoin ile MSCI Dünya ve MSCI Dünya Bilgi Teknolojileri endeksleri arasındaki volatilité yayılımı VAR-BEKK-AGARCH modelleriyle test edilmiştir. Araştırma sonucunda, değişkenler arasında tek yönlü getiri ve volatilité yayılımlarının ve çift yönlü şok etkilerinin olduğuna dair bulgulara ulaşılmıştır. Trabelsi (2018)'nin çalışmasında, 07.10.2010-08.02.2018 dönemi için Bitcoin ile SP500, Nasdaq, FTSE 100, Hang Seng ve Nikkei 225 endeksleri arasındaki finansal bağlantılılık Diebold ve Yılmaz ile Davidian ve Carroll'un yayılım endeksi modelleriyle araştırılmıştır. Analizler neticesinde, değişkenler arasında zaman, frekans ve dinamik düzeylerde finansal bağlantılılığın olduğu belirlenmiştir. Tiwari vd. (2019)'nin çalışmasında, 07.08.2015-15.06.2018 dönemi için Ripple, Dash, Stellar, Litecoin, Ethereum ve Bitcoin ile SP500 endeksi arasındaki dinamik

korelasyon Kopula Asimetrik Dinamik Koşullu Korelasyon-EGARCH modelleriyle incelenmiştir. Araştırma sonucunda, kripto para biriminin SP500 borsa riskine karşı bir hedge varlık olarak hizmet ettiğini gösteren genel zaman değişken korelasyonlarının çok düşük olduğu ve volatilitelerin her iki piyasada da pozitif şoka kıyasla negatif şoka daha fazla tepki verdiği bulgular elde edilmiştir. Conlon vd. (2020)'nin çalışmasında, Ağustos 2015-Nisan 2020 dönemi için kripto paraların hisse senedi piyasaları için güvenli bir liman olup olmadığı iki ve dört momentli riske maruz değer modelleriyle sınıanmış, sadece Çin CSI 300 endeksindeki yatırımcıların mütevazı düzeyde aşağı yönlü risk avantajları gerçekleştirdikleri tespit edilmiştir. Engle ve Manganelli tarafından geliştirilen koşullu otoregresif riske maruz değer (CAViaR) modelini uygulayan Kwon (2020)'un çalışmasında, 01.10.2013-30.06.2019 dönemi için Bitcoin ile FTSE 100 ve MSCI Dünya endeksleri arasındaki kuyruk davranışı incelenmiş, Bitcoin ve borsa endeksleri arasındaki kuyruk davranışının eşzamanlı korelasyona göre benzerlik gösterdiğini saptamıştır. Maghyreh ve Abdoh (2020)'un çalışmasında ise 18.08.2011-01.01.2020 dönemi için Bitcoin ile SP500, FTSE 100, DAX 30 ve Şangay A-hisseleri arasındaki kuyruk bağımlılığı, dalgacık uyum modeli ve kantillerde nedensellik testiyle araştırılmıştır. Analizler neticesinde, uzun dönemde Bitcoin getirileri ile SP500 endeksi arasında sağ kuyruk bağımlılığının olduğu ve bulguların Bitcoin'in belirli getiri miktarlarında finansal çeşitlilik sağlayabileceği fikrini desteklediği belirlenmiştir.

Araştırmayı zamanla değişen parametrelili TVP-VAR modeliyle yapan Dahir vd. (2020)'nin çalışmasında, 01.01.2012-31.05.2018 dönemi için Bitcoin ve Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika hisse senedi piyasaları arasındaki dinamik bağlantı sınıanmıştır. Araştırma sonucunda, Bitcoin getirisinin volatiliteler aktarımının Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin ve Güney Afrika'da önemli bir piyasa getiri şoku kaynağı olmadığı tespit edilmiştir. TVP VAR modeli uygulanan Urom vd. (2020)'nin çalışmasında ise 29.04.2013-11.05.2018 döneminde Bitcoin ile gelişmiş 12 hisse senedi piyasası arasındaki farklı piyasa koşullarına yönelik dinamik yayılımlar araştırılmıştır. Analizler neticesinde, piyasa getirileri yükselişe geçtiğinde, Bitcoin ile hisse senedi piyasalarının çoğu arasında güçlü bir bağımlılığın ve pozitif yönlü öngörülebilirliğin olduğu; ancak piyasa getirileri düşüşe geçtiğinde, Bitcoin'den Finlandiya, Hollanda ve ABD hisse senedi piyasalarına doğru negatif yönlü öngörülebilirliğin ve bağımlılığın olduğu tespit edilmiştir. Aynı model kullanılarak yapılan Attarzadeh ve Balcilar (2022)'in çalışmasında ise 11.11.2013-30.09.2021 dönemi için Bitcoin ile SP500 endeksi arasındaki dinamik getiri ve volatiliteler bağlantılılığı araştırılmış, hisse senedi piyasalarının getiri açısından Bitcoin'e şoklar ilettiği ve Bitcoin'den volatiliteler açısından şoklar aldıkları tespit edilmiştir. Mensi vd. (2020)'nin çalışmasında, 09.07.2010-23.03.2018 dönemi için Bitcoin'in dünya çapında ve bölgesel İslami hisse senedi piyasalarıyla ortak hareket edip etmediği ve riski paylaşarak paylaşmadığı dalgacık uyumu modeliyle test edilmiştir. Araştırma sonucunda, ortak hareketin, düşük frekanslarda güçlü ve aynı yönde olduğu ve Bitcoin ile çeşitlendirmenin faydalarının uzun dönemli yatırımcılar için kısa vadeli yatırımcılara kıyasla nispeten daha az olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada, yüksek frekanslarda ters yönde birlikte hareket etmenin, Bitcoin ve İslami hisse senedi piyasalarında çeşitlendirme yoluyla kısa dönemde riskten korunmanın faydalarını daha iyi ifade ettiği tespit edilmiştir.

Hung (2021)'un çalışmasında, 06.09.2012-12.08.2019 dönemi için Bitcoin ile Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Romanya ve Hırvatistan hisse senedi piyasaları arasındaki karşılıklı bağlantı DECO-GARCH modeliyle kantil ve kantil regresyon modelleriyle incelenmiştir. Analizler neticesinde, değişkenler arasındaki ortalama getiri eş korelasyonunun pozitif olduğu, farklı kantil düzeylerinde ise Bitcoin ile Polonya, Çek Cumhuriyeti ve Hırvatistan hisse senedi piyasaları arasındaki finansal bağlantılılığın pozitif ve Macaristan ve Romanya hisse senedi piyasaları arasındaki finansal bağlantılılığın negatif yönlü olduğu saptanmıştır. Li ve Li (2021)'in çalışmasında, 12.03.2012-12.03.2021 dönemi için Bitcoin ve Çin hisse senedi piyasaları arasındaki volatiliteler yayılımı Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi modeliyle test edilmiştir. Araştırma sonucunda, Bitcoin ile CSI 300 ve Hang Seng endeksleri arasında asimetrik bir volatiliteler yayılım etkisinin olduğu ve yayılma etkisinin alıcısının Bitcoin olduğu saptanmıştır. Sha ve Song (2021)'un çalışmasında, 02.01.2014-31.12.2019 dönemi için Kuşak-Yol Girişimi ülkelerinin hisse senedi piyasaları ile Bitcoin arasındaki ortak hareketlerin portföy kompozisyonunu optimize edip edemeyeceği DCC-GARCH modeliyle sınıanmıştır. Araştırma sonucunda, Covid-19 salgını sırasında, basit bir riskten korunma stratejisinin yüksek riskten kaçınan yatırımcıların imkânlarını artırırken, işlem maliyetlerini kontrol ettikten sonra pozitif getiriler sağlayabildiği tespit edilmiştir. Hung (2022)'un çalışmasında, Ocak 2013-Aralık 2021 dönemi için Bitcoin ile SP500 endeksi arasındaki asimetrik finansal bağlantılılık Diebold ve Yılmaz'ın yayılım endeksi modeliyle analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda, SP500 endeksinin Bitcoin'den net bir volatiliteler alıcısı olduğuna, Bitcoin ve hisse senedi piyasaları arasındaki fiyat dalgalanması bağımlılığının genellikle minimal düzeyde gerçekleştiğine; ancak bu düzeyin COVID-19 döneminde artış gösterdiğine ilişkin bulgular elde edilmiştir. Sajeev ve Afjal (2022)'in çalışmasında, Mart 2017-Mayıs 2021 dönemi için, Bitcoin'in ulusal menkul kıymetler borsası, Şanghay ve Londra menkul kıymetler borsaları ve DJIA endeksi üzerindeki bulaşma etkisi köşegen BEKK ve DCC GARCH modelleriyle test edilmiştir. Analizler neticesinde, Bitcoin ile borsalar arasındaki zamana göre değişen genel korelasyonun düşük olduğu, bu durumun da Bitcoin'in hisse senedi piyasalarının riskine karşı korunmak için bir varlık olarak alınabileceğini gösterdiği belirlenmiştir.

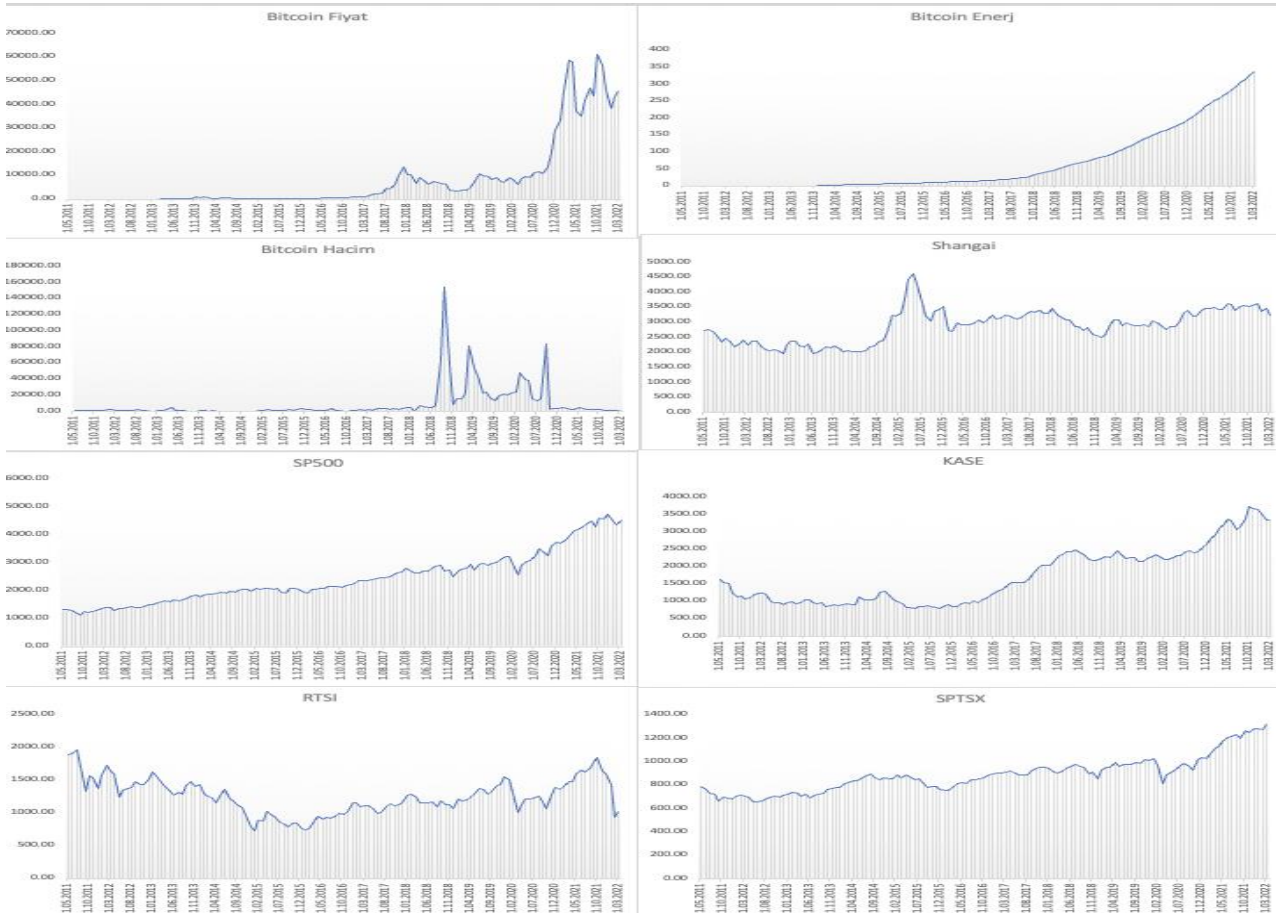
Ulusal literatürde yayınlanan çalışmalardan Şenol ve Koç (2022)'un çalışmasında, 02.01.2015-29.06.2021 dönemi için Bitcoin ile temel piyasalar (MSCI Dünya endeksi) arasındaki volatiliteler yayılımı Diebold ve Yılmaz'ın yayılım endeksi

modeliyle incelenmiş, Bitcoin'in temel piyasalarla volatilité ilişkisinin zayıf olduğu belirlenmiştir. Ustaoglu (2022)'nin çalışmasında, 07.08.2015-20.05.2021 dönemi için Bitcoin, Ethereum, Ripple ve Litecoin ile BİST 100 endeksi arasındaki getiri ve volatilité yayılımı VAR-DCC-GARCH modeliyle test edilmiştir. Analizler neticesinde, BİST 100 endeksinden Bitcoin, Ripple ve Litecoin'e doğru tek yönlü şok iletimi ve BİST 100 endeksinden Bitcoin ve Ethereum'a doğru tek yönlü volatilité yayılımının olduğuna dair bulgulara ulaşılmıştır.

2. Veri Seti ve Yöntem

2.1. Veri Seti

Çalışmada Bitcoin enerji tüketim verileri, Bitcoin fiyatı ve hacminin yanı sıra en çok Bitcoin üreten 5 ülkenin borsa endeksleri dikkate alınmıştır. Bitcoin enerji tüketim verilerine ve en çok Bitcoin üreten ülkeler sıralamasına "Cambridge Alternatif Finans Merkezi"nden erişilmiştir. İlgili merkezin yayımlandığı rapora göre en çok Bitcoin üreten ülkeler Amerika Birleşik Devletleri, Rusya, Kazakistan, Kanada ve Çin'dir. Bu bağlamda çalışmaya dâhil edilen borsa endeksleri sırasıyla, SP500, RTSI, KASE, SPTSX ve Shanghai endeksleridir. Çalışmanın veri aralığı 2011-2022 ve veri sıklığı ise aylıktır. Şekil 1'de tüm değişkenlere ait zaman yolu düzey değerleri verilmiştir.



Şekil 1. Değişkenlere Ait Düzey Değerlerin Zaman Yolu Grafikleri

Şekil 1'de yer alan düzey değerler incelendiğinde, Bitcoin fiyatının 2018'e kadar belirgin bir sıçrama göstermediği, 2020'de ise 60.000 \$ seviyelerine sıçradığı görülmektedir. Bitcoin enerji tüketimi grafiği incelendiğinde ise Bitcoin enerji tüketiminin yıllar içerisinde gittikçe arttığı başka bir deyişle seride artan trend etkisi olduğu görülmektedir. Bununla birlikte Bitcoin hacim grafiği incelendiğinde, 2018 döneminde hacimde büyük bir sıçrama olduğu görülmektedir. Hacimdeki bu yükselişin aynı dönemde fiyattaki artışın tetiklemiş olabileceği düşünülebilir. Borsa endekslerine ait düzey değerler incelendiğinde ise Kanada, Rusya ve Çin endekslerinde mevsimsel, diğer endekslerde artan trend etkisi olduğu görülmektedir. Tüm serilerde Covid-19'un ilk dönemindeki aşağı yönlü seyirler de ayrıca dikkat çekmektedir.

Değişkenlerin istatistiksel analizlere dâhil edilebilmesi için ham veriler toplandıktan sonra, her değişkene ait logaritmik getiriler hesaplanmıştır. Literatürde, zaman serileri analizlerinde getiri serileriyle çalışılması hususu Tsay (2005) tarafından önerilmiştir. Tsay (2005)'in de belirttiği gibi çoğu finansal çalışma, varlıkların fiyatları yerine getirilerini içermektedir.

İncelemelerde getiri serilerinin kullanılması için iki ana neden vardır. Bunlardan ilki, ortalama yatırımcılar için bir varlığın getirisinin yatırım fırsatının eksiksiz ve ölçeksiz bir özefini sunması, ikincisi ise getiri serilerinin ele alınmasının fiyat serilerinden daha kolay olmasıdır. Çünkü fiyat serileri farklı ve yüksek birçok değer içerip karmaşık istatistiksel özellikler sunarken, getiri serileri daha temel istatistiksel özelliklere sahiptir. Getiri serilerine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Getiri Serilerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler³

| | rlnbite | rlnbitf | rlnbith | rlnsp500 | rlnshangai | rlnkase | rlnrtsi | rlnsptsx |
|----------------|----------|---------|---------|----------|------------|---------|---------|----------|
| Ortalama | 0.0103 | 0.0153 | 0.0005 | 0.0012 | 0.0002 | 0.0008 | -0.0006 | 0.0005 |
| Standart Sapma | 0.1570 | 0.0796 | 0.0948 | 0.0051 | 0.0074 | 0.0082 | 0.0123 | 0.0049 |
| Çarpıklık | 6.02 | 1.47 | -1.25 | -0.45 | -0.2289 | -0.30 | -1.03 | -1.17 |
| Basıklık | 55.5539 | 11.3769 | 10.5760 | 4.3534 | 5.8266 | 5.2395 | 6.8306 | 8.5513 |
| J-B Test | 15746.66 | 427.35 | 345.26 | 14.39 | 44.41 | 29.11 | 102.74 | 196.89 |
| Olasılık | 0.0000 | 0.0000 | 0.0000 | 0.0008 | 0.0000 | 0.0000 | 0.0000 | 0.0000 |

Tablo 1’de yer alan tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde Borsa endeks getirilerine ilişkin verilerde en yüksek standart sapmaya sahip değişkenin “rlnrtsi” olduğu görülmektedir. Buradan hareketle, tüm endeksler içerisinde en yüksek riske sahip endeksin RTSI olduğu söylenebilir. Bitcoin fiyat getiri serisi incelendiğinde ise ortalama getirinin %1 olduğu ve tüm varlıklar içerisinde en yüksek ortalama getiriye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bitcoin fiyat getirisinin standart sapmasının Borsa endeksleriyle karşılaştırılarak incelenmesinde fiyat getirisinin standart sapmasının %7 olduğu ve Bitcoin fiyat getirisinin riskinin borsalardan daha yüksek olduğu görülmektedir. Çarpıklık ve basıklık katsayıları incelendiğinde ise değerlerin 0 ve 3’ten farklı olduğu görülmektedir. Bilindiği gibi çarpıklık katsayısı, sıfırdan farklı ise asimetric, negatif ise sola çarpık, pozitif ise sağa çarpık bir seriyi ifade etmektedir. Bu çalışmada incelenen verilerin Bitcoin enerji ve Bitcoin fiyat değişkenlerinin sağa çarpık, diğer değişkenlerin ise sola çarpık olduğu görülmüştür. Tüm değişkenlerin basıklık katsayısı 3’ten farklı ve büyüktür. Bu nedenle serilerin sivri bir dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Genel olarak ifade edilecek olursa seriler normal dağılıma uymamaktadır. Jargue-Bera testi olasılık değerleri de bu sonucu doğrulamaktadır. J-B Testi sıfır hipotezi serilerin normal dağıldığını ifade etmektedir. İnceleme sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde J-B yokluk hipotezi reddedilerek serilerin normal dağılıma uymadıkları kabul edilmiştir. Tanımlayıcı istatistiklere ek olarak çalışmaya dahil edilen değişkenlerin lineer olup olmadığının incelenmesinin de seçilecek yöntemler için temel bilgi sağlayacağını önemli olduğunu belirtmek gerekir. Serilerin lineerlik durumları başka bir deyişle doğrusallık sınamalarına ilişkin test sonuçları Tablo 2’de raporlanmıştır.

Tablo 2. Doğrusallık İncelemesi

| | Teraesvirta Testi | White Testi | Keenan Testi | Tsay Testi |
|------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| rlnbitcoinenerji | 34.8854 (0.0000)*** | 33.7703 (0.0000)*** | 23.4606 (0.0000)*** | 25.1854 (0.0000)*** |
| rlnbitcoinfiyat | 10.8543 (0.0044)*** | 9.3852 (0.0092)*** | 8.4806 (0.0042)*** | 8.4827 (0.0042)*** |
| rlnbitcoinhacim | 0.0738 (0.9638) | 1.8215 (0.4022) | 0.0694 (0.7926) | 0.0696 (0.7924) |
| rlnsp500 | 3.7395 (0.1542) | 1.5528 (0.4601) | 5.1459 (0.0250)** | 1.7251 (0.1654) |
| rlnshangai | 0.5905 (0.7444) | 2.7978 (0.2469) | 0.1495 (0.7010) | 0.1490 (0.7001) |
| rlnkase | 7.1616 (0.0279)** | 5.4721 (0.0648)* | 2.9330 (0.0895)* | 2.9327 (0.0893)* |
| rlnrtsi | 4.4122 (0.1101) | 5.1571 (0.0759)* | 1.8754 (0.1733) | 3.5190 (0.0630)* |
| rlnsptsx | 7.8393 (0.0198)** | 6.8345 (0.0328)** | 1.5187 (0.2201) | 7.2798 (0.0079)*** |

*, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 önem seviyesinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

Doğrusallık sınamasında kullanılan testlerden Teraesvirta Testi ve White Testi’nin yokluk hipotezleri “ortalamada doğrusallık” alternatif hipotezi ise ortalamada doğrusallık olmadığı yönündedir. Bu iki teste ait sonuçlar incelendiğinde

³ rlnbite: Bitcoin enerji tüketimi logaritmik getiri serisini; rlnbitf: Bitcoin fiyatı logaritmik getiri serisini; rlnbith: Bitcoin hacmi logaritmik getiri serisini; rlnsp500: SP500 endeksi logaritmik getiri serisini; rlnshangai: Shanghai endeksi logaritmik getiri serisini; rlnkase: KASE endeksi logaritmik getiri serisini; rlnrtsi: RTSI endeksi logaritmik getiri serisini; rlnsptsx: SPTSX endeksi logaritmik getiri serisini ifade etmektedir.

rlnbite, rlnbif değişkenlerinde %1 anlamlılık düzeyinde, rlnkase ve rlnsptsx değişkenlerinde ise %5 anlamlılık düzeyinde yokluk hipotezinin reddedildiği görülmektedir. Başka bir ifadeyle rlnbite, rlnbif, rlnkase ve rlnsptsx değişkenlerinin doğrusal olmadığı kabul edilmiştir. Karesi alınmış tahminin herhangi bir ek tahmin yeteneği olup olmadığını soran ve bu nedenle, ortalamada doğrusallıktan sapmaları doğrudan test eden Keenan testi ve doğrudan ortalamada doğrusallıktan sapmaları test eden Tsay testi sonuçları incelendiğinde de rlnbite, rlnbif değişkenlerinin %1 anlamlılık düzeyinde yokluk hipotezinin reddedildiği ve doğrusal olmadıkları görülmektedir. Bununla birlikte Keenan testine göre %5 anlamlılık düzeyinde rlnsp500 değişkeninde yokluk hipotezinin reddedildiği, Keenan ve Tsay testine göre rlnkase değişkeninin %10 anlamlılık düzeyinde yokluk hipotezinin reddedildiği ve Tsay testine göre rlnrtsi değişkeninde %10, rlnsptsx değişkeninde ise %1 anlamlılık düzeyinde yokluk hipotezlerinin reddedildiği görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle sahte regresyon probleminden kaçınmak için değişkenlerin durağanlıklarının araştırılma süreçlerinde rlnbite, rlnbif, rlnsp500, rlnkase, rlnrtsi ve rlnsptsx değişkenlerinde verinin doğrusal olmadığını kabul eden birim kök testleriyle, rlnbith ve rlnshangai değişkenlerinde ise verinin doğrusal olduğunu kabul eden birim kök testleriyle incelemeler yapılacaktır.

2.2. Yöntem

Ekonometrik incelemelerde sahte ilişki probleminden kaçınmak için değişkenlerin durağan olup olmadıklarının incelenmesi, durağan olmayan serilerin durağanlaştırma süreçleri sonrasında araştırmaya dâhil edilmesi önem arz etmektedir. Doğrusallık sınamaları sonrasında doğrusal olan seriler için verinin doğrusal olduğu kabulünde olan ADF ve Phillips-Perron (PP) gibi geleneksel birim kök testleriyle durağanlık sınaması yapılması tercih edilirken doğrusal olmayan verilerde nonlinear veriler için durağanlık sınamalarında kullanılan Kruse (2011) ve Hu ve Chen (2016) birim kök testi kullanılmıştır. Buna ek olarak, çalışmada literatürdeki yöntemler referans alınarak değişkenler arasındaki dinamik yayılım ilişkilerinin incelenmesindeyse Diebold ve Yılmaz (2012) tarafından geliştirilen yayılım endeksi ile zamanla değişen parametrelili VAR (TVP-VAR) modeli kullanılmıştır. Tercih edilen her iki modelin de dinamik bağlantılıkları yakalama noktasında literatürde tavsiye edildiği görülmüştür.

2.2.1. Kruse (2011) Birim Kök Testi

Yumuşak Geçişli Otoregresif (STAR) modeller, sürekli olarak durum geçişini ve yapısal değişiklikleri gerçekçi bir şekilde tanımlayabildiğinden reel döviz kuru, işsizlik oranı gibi alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Hu ve Chen, 2016). Literatürde Baharumshah ve Liew (2006) ile Ubilava ve Helmers (2013) çalışmaları gibi bazı çalışmalarda incelenen birçok zaman serisinin doğrusal olmayan STAR modeline dayalı yerel-patlayıcı özellikler sunduğunu görülmektedir. Tek değişkenli bir zaman serisi için STAR modeli;

$$y_t = (\phi_{1,0} + \phi_{1,1}y_{t-1} + \dots + \phi_{1,p}y_{t-p})(1 - G(s_t; \gamma, c)) + (\phi_{2,0} + \phi_{2,1}y_{t-1} + \dots + \phi_{2,p}y_{t-p})G(s_t; \gamma, c) + \varepsilon_t \quad (1)$$

$$y_t = (\phi'_1 x_t (1 - G(s_t; \gamma, c)) + \phi'_2 x_t G(s_t; \gamma, c) + \varepsilon_t \quad (2)$$

Şeklinde ifade edilmektedir. Geçiş fonksiyonu $G(s; \gamma, c)$ sürekli bir fonksiyondur ve bu fonksiyon LSTAR ve ESTAR modelleri olarak ikiye ayrılmaktadır (Baktemur, 2021, s. 586). ESTAR modelinde Üssel fonksiyon simetrik ve 0 etrafında U şeklini almaktadır. STAR modelleri değerlendirilirken doğrusallık reddedilirse uygun geçiş fonksiyonu oluşturulur. Bu çalışmada uygun geçiş fonksiyonunun ESTAR modeli olduğu görülmüştür. Bu nedenle Kruse (2011) ve Hu ve Chen (2016) birim kök testleriyle sınamalar yapılmıştır. Kapetanios vd. (2003), üstel yumuşak geçişli otoregresif (ESTAR) modelinin şu şekilde göstermektedir:

$$\Delta y_t = \theta y_{t-1} (1 - \exp\{-\varphi(y_{t-1} - \kappa)^2\}) + \varepsilon_t \quad (3)$$

Burada φ yumuşaklık ve κ konum parametresidir. ESTAR süreci ile ilgili olarak, Kapetanios vd. (2003) tarafından popüler bir Dickey-Fuller tipi test önerilmiştir. Bu test, yerel parametre α 'nın sıfıra eşit olduğunu varsayar. Bu; işlemin yerel bir birim köke sahip olduğu anlamına gelmektedir (Baktemur, 2021). Kapetanios vd. (2003) doğrusal olmayan birim kök testi için sıfır olduğunu varsaydığı konum parametresinin dikkate alınması gerekir. Kruse (2011) ise bu varsayımı gevşeterek ve aşağıdaki değiştirilmiş ADF regresyonunu vurgular:

$$\Delta y_t = \theta y_{t-1} (1 - \exp\{-\varphi(y_{t-1} - \kappa)^2\}) + \varepsilon_t \quad (4)$$

Kruse (2011) $\varphi=0$ civarında birinci dereceden bir Taylor yaklaşımı uygular ve aşağıdaki regresyonu elde eder:

$$\Delta y_t = \alpha_3 y_{t-1} + \alpha_2 y_{t-1}^2 + \alpha_1 y_{t-1}^3 + u_t \quad (5)$$

Kruse (2011) testin gücünü artırmak için sıfır kısıtlama uygulamıştır.

$$\Delta y_t = \alpha_2 y_{t-1}^2 + \alpha_1 + y_{t-1}^3 + u_t \quad (6)$$

Burada $\alpha_2 = -2\kappa\varphi$ ve $\alpha_1 = \theta\varphi$ 'dir. Kruse (2011), birim kök hipotezi için Hessian matrisine dayalı değiştirilmiş bir Wald tipi test önermektedir. Bu testte serinin birim kök içerdiğini ifade eden yokluk hipotezine karşı global durağan ESTAR sürecini yansıtan alternatif hipotezi test edilmektedir. Ham veri, ortalamadan arındırılmış veri ve trendden arındırılmış veri üzerinde 3 farklı alternatifle sınama yapılabilir. Bu çalışmada trendden arındırılmış veriler alternatifleriyle birim kök sınaması yapılmıştır. Hu ve Chen (2016) çalışmaları da Kruse (2011) ile benzer süreci takip etmekte ve ESTAR modeliyle birim kök incelerler. Hu ve Chen (2016) alternatif hipotez altında bir parametrenin tek yönlü, diğerlerinin iki yönlü olduğu bir ortak hipotez için değiştirilmiş bir Wald tipi test önermişlerdir.

2.2.2. Diebold ve Yılmaz (2012) Yayılım Endeksi

Roy ve Roy (2017)'ye göre Diebold ve Yılmaz (2012) tarafından geliştirilen yayılım endeksi yöntemi diğer volatilité yayılım yöntemlerine göre çeşitli avantajlara sahiptir. Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi varlıklardaki, portföylerdeki ya da varlık piyasalarındaki getiri yayılımının veya getiri volatilitesi yayılımının, bir ülke/piyasa içerisindeki ya da ülkeler/piyasalar arasındaki yayılım trendlerinin ve döngülerinin ölçülmesinde kullanılabilir (Diebold ve Yılmaz, 2012: 57; Karabıyık 2020: 271). Tahmin hatası varyans ayrıştırması yöntemine dayanan Diebold ve Yılmaz (2012) metodu incelenen değişkendeki şokların ne kadarının kendisinden ne kadarının dış şoklardan kaynaklandığını vermesi ve değişkenler arasındaki karşılıklı bağlantılılıkları göstermesi açısından kullanışlı bir yöntemdir. VAR temelli olan Diebold ve Yılmaz (2012) yönteminin adımları şu şekildedir

N değişkenli kovaryans durağan VAR(p) modeli (Diebold ve Yılmaz, 2012: 58);

$$x_t = \sum_{i=1}^p \phi_i x_{t-i} + \varepsilon_t \quad (7)$$

Burada $\varepsilon \sim (0, \Sigma)$ bağımsız ve özdeş dağılan bir vektördür. Hareketli ortalama gösterimi (Diebold ve Yılmaz, 2012: 58);

$$x_t = \sum_{i=0}^{\infty} A_i \varepsilon_{t-i} \quad (8)$$

Burada A_i , A_0 'ın $N \times N$ birim matrisi ve $i < 0$ için $A_i = 0$ olduğu $A_i = \phi_1 A_{i-1} + \phi_2 A_{i-2} + \dots + \phi_p A_{i-p}$ özyineleme koşuluna uyan $N \times N$ katsayı matrisini ifade etmektedir. Hareketli ortalama katsayıları (veya etki-tepki fonksiyonları veya varyans ayrıştırılmaları gibi dönüşümler), sistemin dinamiklerini anlamının anahtarıdır. Varyans ayrıştırılmaları, her i için x_i , $\forall j \neq i$ 'ye yönelik şoklardan kaynaklanan x_i tahmininde H- adım-ileri hata varyansının fraksiyonunu değerlendirmeye izin vermektedir. H-adım-ileri tahmin hatası varyans ayrıştırması;

$$\theta_{ij}^g(H) = \frac{\sigma_{ij}^{-1} \sum_{h=0}^{H-1} (e_i' A_h \Sigma e_j)^2}{\sum_{h=0}^{H-1} (e_i' A_h \Sigma e_j)} \quad (9)$$

Burada Σ simgesi, hata vektörü ε için varyans matrisi, σ_{ij} j'inci eşitlik için hata teriminin standart sapması, e_i ise, i'inci element olması durumunda bir, diğer durumda sıfır değerini alan seçim vektörünü ifade etmektedir. Varyans ayrıştırma matrisindeki bilgilerin yayılma endeksinin hesaplanmasında kullanılabilmesi için varyans ayrıştırma matrisinin her bir girdisi, satır toplamları alınarak aşağıdaki gibi normalleştirilir (Diebold ve Yılmaz, 2012: 58):

$$\tilde{\theta}_{ih}^g(H) = \frac{\theta_{ij}^g(H)}{\sum_{j=1}^N \theta_{ij}^g(H)} \quad (10)$$

KPPS varyans ayrıştırmasından elde edilen volatilité katkıları kullanarak oluşturulan toplam volatilité yayılım endeksi ise (Diebold ve Yılmaz, 2012: 58):

$$S^g(H) = \frac{\sum_{i,j=1}^N \tilde{\theta}_{ij}^g(H)}{\sum_{i,j=1}^N \tilde{\theta}_{ij}^g(H)} \cdot 100 = \frac{\sum_{i,j=1}^N \tilde{\theta}_{ij}^g(H)}{N} \cdot 100 \quad (11)$$

şeklinde ifade edilmektedir. Yönlü yayılmalar ise i piyasasının diğer piyasalardan aldığı ve i piyasasından her bir j

piyasasına olan yayılımlar olmak üzere şu şekildedir (Diebold ve Yılmaz, 2012: 59):

$$S_i^g(H) = \frac{\sum_{j=1, j \neq i}^N \tilde{\theta}_{ij}^g(H)}{\sum_{i,j=1}^N \tilde{\theta}_{ij}^g(H)} \cdot 100 = \frac{\sum_{j=1, i \neq j}^N \tilde{\theta}_{ij}^g(H)}{N} \cdot 100 \quad (12)$$

$$S_i^g(H) = \frac{\sum_{j=1, j \neq i}^N \tilde{\theta}_{ji}^g(H)}{\sum_{i,j=1}^N \tilde{\theta}_{ji}^g(H)} \cdot 100 = \frac{\sum_{j=1, i \neq j}^N \tilde{\theta}_{ji}^g(H)}{N} \cdot 100 \quad (13)$$

Net yayılım endeksi ise;

$$S_i^g(H) = S_i^g(H) - S_i^g(H) \quad (14)$$

şeklinde ifade edilmektedir. Net volatilité yayılımı, basitçe, diğér tüm piyasalara iletilen brüt volatilité şokları ile diğér tüm piyasalardan alınanlar şoklar arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır.

2.2.3. Zamana Bağlı Değışen VAR modeli (TVP-VAR)

Standart VAR modeline göre bazı avantajları olduğu için bu çalışmada TVP-VAR modeli kullanılmıştır. Bu yöntemin seçilmesinin ilk sebebi; yöntemin, büyütölmüş parametre tahminlerine neden olan keyfi pencere boyutu seçim probleminin üstesinden gelmesidir. Bununla birlikte Kalman filtre prosedürüne dayalı olarak tahmin edilen TVP-VAR modeli; varyans-kovaryans matrisini ve zamanla değışen katsayıları hesaplarken gözlemlerin kaybolmaması avantajına sahiptir. Ayrıca, model, aykırı değêrlere duyarlı değildir ve bu modelde düşük frekanslı bir veri seti ile analiz yapılması da mümkündür (Antonakakis vd., 2019). Çalışmaya dahil edilen veri setinde 130 gözlem serisinin olması düşük frekanslı verilerle çalışılmasına olanak sağlayan bu modelin tercih edilmesine neden olmuştur. Özellikle Bitcoin enerji tüketimi verisinin son dönemlerde hesaplanıyor olması gözlem kısıtını beraberinde getirmiştir. Ancak TVP-VAR modeli bu sorunun üstesinden gelme noktasında faydalıdır. Bunlara ek olarak Nakajima (2011)'in de belirttiği gibi; "Primiceri (2005) tarafından önerilen, stokastik oynaklığa sahip zamanla değışen parametre VAR (TVP-VAR) modeli, özellikle makroekonomik konuların analizinde yaygın olarak kullanılmaktadır". Nakajima (2011)'nin bu vurgusu da çalışmada TVP-VAR modelinin seçilmesinde etkili olmuştur. TVP-VAR modeli; ekonomideki temel yapının zamanla değışen potansiyel doğasının esnek ve sağlam bir şekilde yakalanmasını sağlar. Model, VAR spesifikasyonundaki tüm parametrelerin birinci dereceden rastgele yürüyüş sürecini takip ettiği varsayar ve böylece parametrelerde hem geçici hem de kalıcı bir kaymaya izin verir.

Çoğu durumda, ekonomik değışkenlerden oluşan bir veri üretim sürecinin, değışken katsayılara ve stokastik volatilité şoklarına sahip olduğu görölmektedir. Bu durumda, zamanla değışen katsayıları olan ancak sabit oynaklığı olan bir modelin uygulanması, tahminde zamanla değışen katsayıların sapmalı olup olmayacağı sorunsalını gündeme getirir. Bu hatalı tanımlamayı önlemek için TVP-VAR modelinde stokastik volatilité varsayılır. Bilindiği gibi stokastik volatilité, olabirlik fonksiyonunu hesaplamayı zor hale getirmektedir. Böyle durumlarda tahmin zorlaşır. Ancak stokastik volatilitéyi içeren TVP-VAR modelinde Bayes çıkarımı temelinde Markov zinciri Monte Carlo (MCMC) yöntemleri kullanılarak tahmin gerçekleştirilir (Nakajima, 2011). Böylece olabirlik fonksiyonunu hesaplama zorluğunun da üstesinden gelinmektedir. Bu çalışmada buradan hareketle TVP-VAR modeli parametrelerinin tahmininde Markov zinciri Monte Carlo (MCMC) yöntemi kullanılmıştır.

Stokastik volatilitéyi içeren ve hata terimlerinin varyansındaki zaman değışimine izin veren TVP-VAR modeli şu şekilde ifade edilebilir:

$$y_t = c_t + B_{1t}y_{t-1} + \dots + B_{st}y_{t-s} + \varepsilon_t, \quad \varepsilon_t \sim N(0, \Omega_t) \quad (15)$$

$$t = s + 1, \dots, n \quad (16)$$

$$y_t = [u, i, m2] \quad (17)$$

Burada y_t : $n \times 1$ boyutlu içsel değışkenler vektörünü, B_{1t}, \dots, B_{st} $n \times n$: boyutlu zamanla değışen katsayılar matrisini, c_t : $n \times 1$ boyutlu zamanla değışen sabit terimler vektörünü, ε_t : zamanla değışen gözlemlenemeyen şokları, Ω_t : ise varyans-kovaryans matrisini göstermektedir. Varyans kovaryans matrisinin Ω_t indirgenmiş formu $A_t \Omega_t A_t' = \sum t$ zamanla değışen parametreler rassal yürüyüş süreci takip etmektedir (Nakajima, 2011; Güngör ve Erer, 2022)

$$\beta_{t+1} = B_t + u_{\beta t} \quad (18)$$

$$\alpha_{t+1} = \alpha_t + u_{at} \quad (19)$$

$$h_{t+1} = h + u_{ht} \quad (20)$$

$$\begin{pmatrix} \varepsilon_t \\ u_{\beta t} \\ u_{at} \\ u_{ht} \end{pmatrix} \sim N \left(0, \begin{pmatrix} I & 0 & 0 & 0 \\ 0 & \sum \beta & 0 & 0 \\ 0 & 0 & \sum \alpha & 0 \\ 0 & 0 & 0 & \sum h \end{pmatrix} \right) \quad (21)$$

Burada $t = s + 1, \dots, n$, $\varepsilon_t = A_t^{-1} \sum_t e_t \cdot \sum_\alpha \sum_h$. Diagonaldir.

3. Bulgular

Diebold ve Yılmaz (2012) ile TVP-VAR Modeli uygulamalarına geçmeden önce sahte ilişki probleminden kaçınmak için değişkenlerin durağan olup olmadıkları incelenmiştir. Doğrusal olmayan serilerin durağanlık sınamalarında Kruse (2011) ve Hu ve Chen (2016) birim kök testlerinden, doğrusal serilerin durağanlık sınamalarında ise ADF ve PP birim kök testlerinden yararlanılmıştır. Durağanlık sınamasına ilişkin bulgulara Tablo 3'te yer verilmiştir.

Tablo 3. Durağanlık Sınaması Sonuçları

| | ADF | PP | Kruse (2011) | Hu ve Chen (2016) |
|------------|------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|
| rlnbith | -4.6222 (0.0000)*** | -13.2170 (0.0000)*** | - | - |
| rlnshangai | -4.1681 (0.0000)*** | -9.5118 (0.0000)*** | - | - |
| rlnbite | - | - | 27.6074 (0.0000)*** | 28.3797 (0.0000)*** |
| rlnbitf | - | - | 31.2823 (0.0000)*** | 51.97089 (0.0000)*** |
| rlnsp500 | - | - | 10.5266 (0.0000)*** | 165.2816 (0.0000)*** |
| rlnkase | - | - | 24.6857 (0.0000)*** | 45.67994 (0.0000)*** |
| rlnrtsi | - | - | 13.6734 (0.0000)*** | 46.7446 (0.0000)*** |
| rlnsptsx | - | - | 29.1434 (0.0000)*** | 153.101 (0.0000)*** |

*, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 önem seviyesinde anlamlılıkları ifade etmektedir.

Tablo 3'te yer alan sonuçlar incelendiğinde, logaritmik getiri serilerinin hem doğrusal hem doğrusal olmayan verilerde serilerin durağan olduğuna ilişkin alternatif hipotezin kabul edildiği görülmektedir. Kruse (2011) ve Hu ve Chen (2016) test sonuçlarında rlnbite, rlnbitf, rlnsp500, rlnkase, rlnrtsi ve rlnsptsx değişkenlerinin global durağan ESTAR sürecine sahip olduğu yorumu yapılabilir. Çalışmada durağan olan logaritmik getiri serilerinin ilk olarak Diebold ve Yılmaz (2012) volatilité yayılımı incelenmiştir. Genel tahmin varyans ayrıştırmasına dayanan ve Diebold ve Yılmaz (2012)'in önerdiği genelleştirilmiş yayılım endeksi sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Diebold ve Yılmaz (2012) Yayılım Endeksi Sonuçları

| | rlnbite | rlnbitf | rlnbh | rlnsp | rlnsh | rlnkas | rlnrtsi | rlnspt | j-i'ye ⁴ |
|-----------|---------|---------|-------|-------|-------|--------|---------|--------|---------------------|
| rlnbitene | 8.1% | 3.5% | 0.0% | 0.2% | 0.1% | 0.1% | 0.2% | 0.4% | 4.4% |
| rlnbitf | 0.2% | 10.5% | 0.1% | 0.7% | 0.0% | 0.0% | 0.4% | 0.4% | 2.0% |

⁴ J-i'ye her bir piyasadan alınan şokları ifade etmektedir.

| | | | | | | | | | |
|------------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| rlnbith | 0.0% | 0.2% | 11.3% | 0.2% | 0.1% | 0.1% | 0.4% | 0.1% | 1.2% |
| rlnsp500 | 0.0% | 0.4% | 0.0% | 5.3% | 0.8% | 0.5% | 1.9% | 3.5% | 7.2% |
| rlnshangai | 0.1% | 0.0% | 0.1% | 1.3% | 8.6% | 1.0% | 0.5% | 1.0% | 3.9% |
| rlnkase | 0.1% | 0.3% | 0.4% | 0.8% | 1.0% | 7.8% | 1.4% | 0.7% | 4.7% |
| rlnrtsi | 0.1% | 0.2% | 0.1% | 2.3% | 0.3% | 1.1% | 6.4% | 2.1% | 6.1% |
| rlnsptsx | 0.0% | 0.2% | 0.1% | 3.5% | 0.6% | 0.7% | 1.8% | 5.6% | 6.9% |
| i-j ⁵ | 0.5% | 4.8% | 0.9% | 9.0% | 3.0% | 3.5% | 6.6% | 8.1% | 36.3% |
| Kendisini içeren | 8.6% | 15.3% | 12.2% | 14.3% | 11.6% | 11.3% | 13.0% | 13.6% | 100.0% |
| Net Yayılım | 7.6% | 14.3% | 11.2% | 13.3% | 10.6% | 10.3% | 12.0% | 12.6% | 4.5% |

VAR modelinde uygun gecikme uzunluğu 2 olarak belirlenmiş ve Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi bu modele göre kurulmuştur. Tablo 4'te yer alan sonuçlarda görüleceği üzere Bitcoin enerji tüketimi verisinden en yüksek yayılım Bitcoin fiyat değişkenine doğrudur. Enerji tüketim verisinin borsalara olan yayılımı incelendiğinde ise en yüksek yayılımın %0.4 oranıyla Kanada (SPTPX) Endeksi'ne olduğu görülmektedir. Bitcoin fiyatından diğer değişkenlere doğru olan yayılım incelendiğinde ise en yüksek yayılım oranının SP500 endeksine olduğu görülmektedir. Bitcoin hacminden ise en yüksek yayılımın %0.4 oranıyla Rusya endeksine doğru olduğu görülmektedir. Bununla birlikte SP500 endeksinden Bitcoin hacmine doğru herhangi bir yayılım görülmezken, Bitcoin fiyatına borsalar arasından en yüksek yayılımın SP500 endeksinden olduğu görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle Bitcoin fiyatı ve SP500 endeksi arasında karşılıklı yayılım etkisinin olduğu iddia edilebilir. Yine borsalar içerisinde incelemeler yapıldığında SP500 endeksine Bitcoin değişkenlerinden daha ziyade diğer borsalardan ve kendi gecikmeli değerlerinden yayılım etkisi olduğu görülmektedir. Tablo 4'te yer alan sonuçlardan hareketle Bitcoin fiyatına kendi içsel değerine ek olarak Bitcoin enerji tüketiminden yayılım olduğu kabul edilmektedir. Bitcoin hacminden Bitcoin fiyatına yayılımın Bitcoin enerji tüketiminden ve SP500 ve KASE endekslerinden daha düşük olması ise dikkat çekici bir bulgudur. Bu bulgudan hareketle yüksek enerji tüketiminin Bitcoin fiyatını yukarı yönlü etkileyebileceği varsayımı kuvvetlenmektedir. İncelenen dönem içerisinde değişkenler arasındaki net yayılım ise %4.5'tir. Bu oran Bitcoin göstergeleri ile ele alınan endekslerde görece yüksek bağlantılılık problemi olmadığını ve incelenen endeksler ve Bitcoin arasında basit portföy çeşitlendirilmesi yapılabileceğine dair sonuçlar sunmaktadır. Ancak elde edilen bu sonuçların Bitcoin pazarındaki ve borsalar arasındaki yayılımın Bitcoin çıkarmak, depolamak ve ticaretini yapmak için tükettiğimiz enerji tüketimiyle giderek daha fazla bağlantılı olabileceğine dair varsayımları da güçlendirmektedir.

Zamanla değişebilecek ilişkileri incelemek için TVP-VAR modelinden yararlanılarak etki tepki fonksiyonları incelenmiştir. Bitcoin değişkenleri ve her bir endeks tek alınmak suretiyle 5 ayrı VAR modeli şeklinde kurulan TVP-VAR modeli parametreleri Markov Zincir Monte Carlo yöntemiyle 10000 iterasyon için hesaplanmıştır. Bu modellerde de gecikme uzunluğu AIC kriterine göre 2 olarak alınmıştır. Tablo 5'te Bitcoin değişkenleri ile SP 500 endeksi arasındaki TVP-VAR modeli parametre tahmin sonuçları raporlanmıştır.

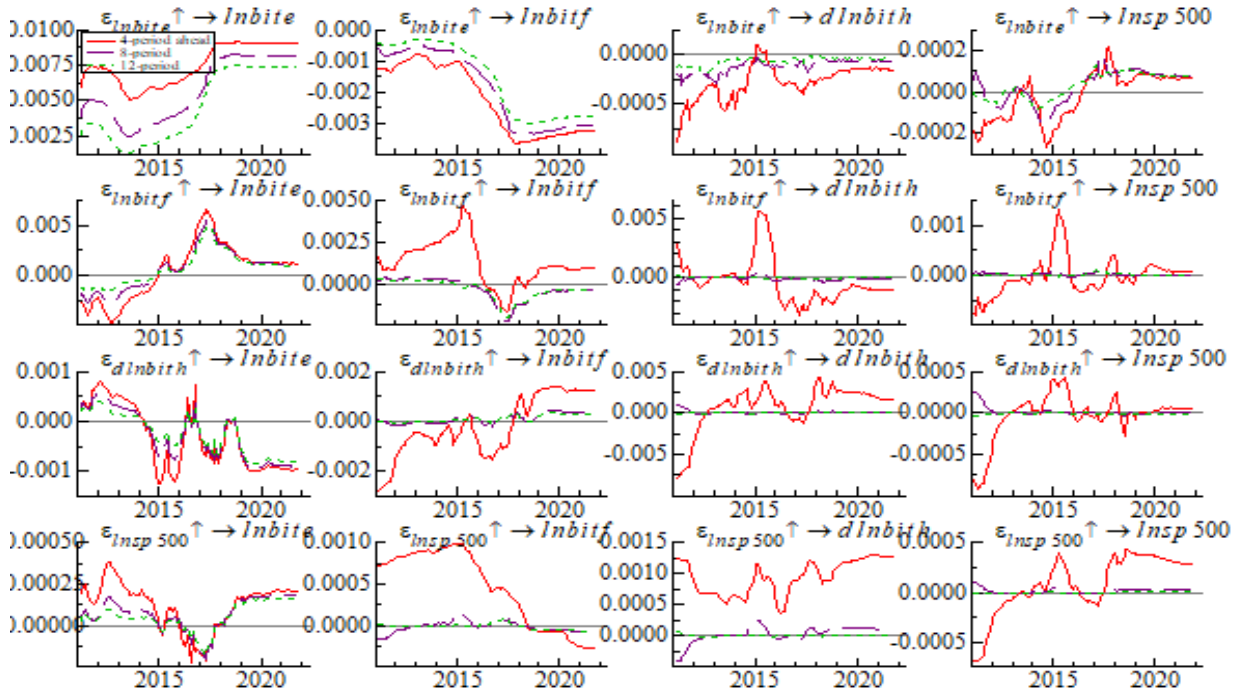
Tablo 5. Bitcoin Değişkenleri-SP500 TVP-VAR Modeli Parametre Tahminleri

| Parametre | Ortalama | Standart Sapma | %95L | %95U | Geweke | Etkinsizlik |
|-----------------|----------|----------------|--------|--------|--------|-------------|
| $\sum \beta_1$ | 0.0228 | 0.0027 | 0.0184 | 0.0288 | 0.401 | 7.72 |
| $\sum \beta_2$ | 0.0225 | 0.0025 | 0.0183 | 0.028 | 0.69 | 6.57 |
| $\sum \alpha_1$ | 0.0856 | 0.0406 | 0.0422 | 0.1967 | 0.291 | 71.61 |
| $\sum h_1$ | 1.2005 | 0.1711 | 0.9059 | 1.5811 | 0.728 | 67.94 |
| $\sum h_2$ | 0.3253 | 0.0523 | 0.2402 | 0.4485 | 0.665 | 37.62 |

Tablo 5'te yer alan Bitcoin değişkenleri-SP500 TVP-VAR Modeli parametre tahmin sonuçları incelendiğinde, etkinsizlik

⁵ Her bir piyasaya olan şokları ifade etmektedir.

katsayılarının 100'den küçük olduğu buna göre parametre tahminlerinin etkin olduğu ve Geweke değerlerinin %5 önem seviyesinde 1.96 kritik değerinden daha küçük olduğu dolayısıyla, sonsal dağılımın yakınsadığını ifade eden sıfır hipotezinin her bir parametre için kabul edildiği görülmektedir. Buna göre MCMC algoritması iterasyon sayısının bu model için yeterli olduğu sonucuna da ulaşılmaktadır. Şekil 2'de Bitcoin değişkenleri-SP500 TVP-VAR modeline ait Etki-Tepki fonksiyonları verilmiştir.



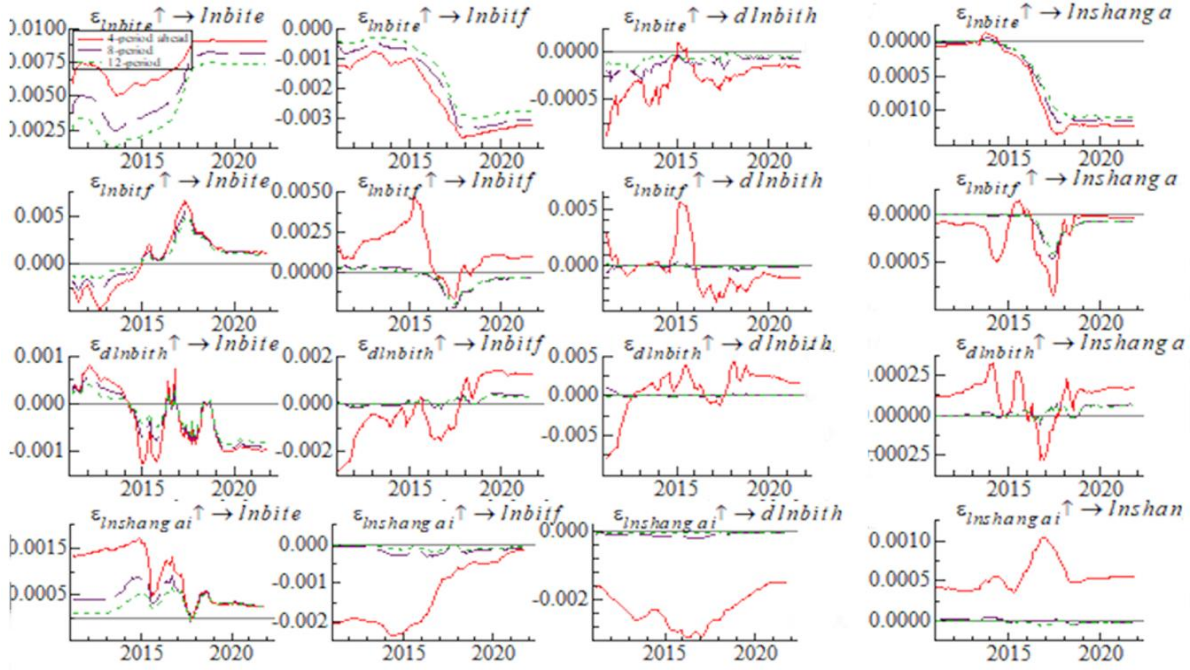
Şekil 2. Bitcoin Değişkenleri-SP500 Endeksi TVP-VAR Modeli Etki Tepki Fonksiyonları

Şekil 2'de 4,8,12 aylık dönemler itibariyle değişkenlerin etki-tepki fonksiyonları yer almaktadır. Buna göre, Bitcoin enerji tüketimi değişkeninde yaşanan bir değişikliğin Bitcoin fiyatlarında değişikliğe neden olduğu görülürken Bitcoin hacmindeki bir şokun 4 aylık dönemde diğer dönemlere kıyasla Bitcoin fiyatında daha büyük bir değişime neden olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle, kısa vadede Bitcoin enerji tüketimi, Bitcoin hacim değişkenleri Bitcoin fiyatını daha çok etkilemektedir. Ayrıca SP500 endeksinde yaşanan bir şokun Bitcoin fiyatını yine kısa dönemde daha şiddetli etkilediği ve bu şiddetin 2019 dönemine kadar belirgin olduğu; ancak 2020 itibariyle azaldığı görülmektedir. Bitcoin değişkenlerinde yaşanan şokların SP500 endeksine olan etkileri incelendiğinde ise Bitcoin enerji tüketimi değişkeninde yaşanan bir değişimin, yine kısa vadede SP500 endeksinde daha etkili olduğu, tüm değişkenler içerisinde en şiddetli etkinin 2015-4 aylık dönemde Bitcoin fiyatından SP500 endeksine olduğu görülmektedir ki bu sonuç Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım yöntemiyle elde edilen sonuca paraleldir. Ayrıca Bitcoin fiyatının 2015 döneminde SP500 endeksine yayılımının pozitif şok yönlü olduğu görülmektedir. Genel olarak, Bitcoin değişkenlerinin 2016 dönemine kadar SP500 endeksini daha çok etkilediği bu etkinin 2015'te zirve değerine ulaştığı ve etkinin zaman içerisinde azalan ivme sergilediği görülmektedir. Çalışmada kurulan diğer bir model, Bitcoin Değişkenleri-Shanghai TVP-VAR modelidir. Tablo 6'da Shanghai endeksiyle kurulan TVP-VAR modelinin parametre tahminleri sunulmuştur.

Tablo 6. Bitcoin Değişkenleri-Shanghai TVP-VAR Modeli Parametre Tahminleri

| Parametre | Ortalama | Standart Sapma | %95L | %95U | Geweke | Etkinsizlik |
|-------------------|----------|----------------|--------|--------|--------|-------------|
| $(\sum \beta)_1$ | 0.0229 | 0.0027 | 0.0184 | 0.0289 | 0.63 | 7.18 |
| $(\sum \beta)_2$ | 0.0225 | 0.0025 | 0.0182 | 0.0279 | 0.922 | 8.81 |
| $(\sum \alpha)_1$ | 0.0992 | 0.0558 | 0.0435 | 0.2597 | 0.368 | 87.7 |
| $(\sum h)_1$ | 0.805 | 0.1156 | 0.6023 | 1.0513 | 0.67 | 70.43 |
| $(\sum h)_2$ | 0.3203 | 0.089 | 0.1782 | 0.5395 | 0.424 | 52.44 |

Tablo 6'da yer alan parametre tahmin sonuçları incelendiğinde, Geweke katsayısının %5 önem düzeyinde 1.96 kritik değerinden küçük olduğu görülmektedir. Bu nedenle, sonsal dağılımın yakınsadığını ifade eden sıfır hipotezinin her bir parametre için %5 önem seviyesinde kabul edildiği görülmektedir. Ayrıca etkinsizlik katsayıları 100 değerinden küçüktür. Buna göre MCMC algoritması iterasyon sayısının bu model için yeterli olduğu sonucuna da ulaşılmaktadır. Şekil 3'te Bitcoin değişkenleri-Shangai TVP-VAR Modelinden elde edilen etki tepki fonksiyonları yer almaktadır.



Şekil 3. Bitcoin Değişkenleri-Shangai TVP-VAR Modeli Etki Tepki Fonksiyonları

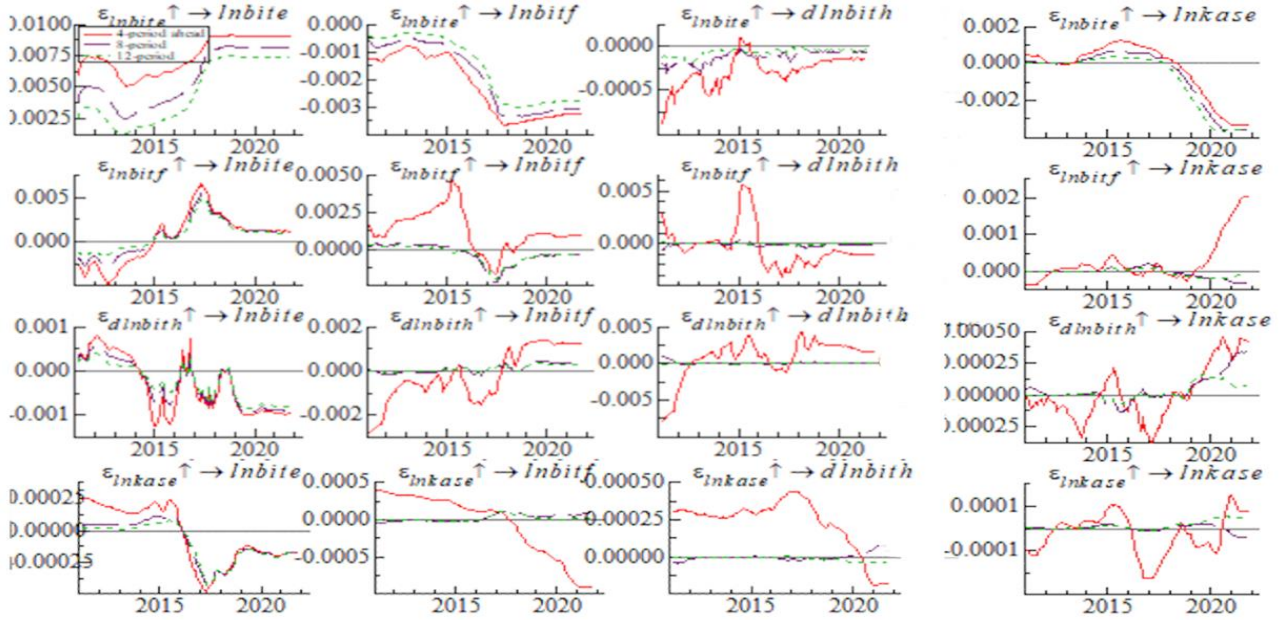
Şekil 3 incelendiğinde, 4, 8,12 aylık dönemlerde Bitcoin enerji tüketimi değişkeninde yaşanan bir şokun Shangai endeksine yayılımının her üç dönem bazında aynı şiddette olduğu, yayılım yönünün ise negatif olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Bitcoin fiyatlarında yaşanan bir şokun Shangai endeksini 4 aylık dönemde diğer dönemlere kıyasla daha fazla etkilediği ve yayılım yönünün ise yine negatif olduğu görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, Bitcoin fiyatlarındaki yukarı yönlü bir şokun Shangai endeksine negatif yönlü yayıldığı anlaşılmaktadır. Bitcoin hacminin ise yine 4 aylık dönemde Shangai endeksini daha şiddetli etkilediği görülmektedir. 2015 dönemi sonuna kadar yayılım yönü pozitifken, 2016 döneminde Bitcoin hacminde yaşanan pozitif şokun Shangai endeksine negatif yayılım sergilediği görülmüştür. Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım yöntemi inceleme sonuçları, Bitcoin değişkenleri içerisinde Shangai Endeksine doğru en yüksek yayılımın %13 oranıyla Bitcoin enerji tüketimi değişkeninden olduğunu görülmürken, TVP-VAR modeli etki tepki fonksiyonları incelendiğinde Bitcoin fiyat ve hacim değişkenlerinden yayılımların daha şiddetli olduğu söylenebilir. Çalışmada kurulan diğer bir model, Bitcoin değişkenleri-KASE TVP-VAR modelidir. Tablo 7'de KASE endeksiyle kurulan TVP-VAR modelinin parametre tahminleri raporlanmıştır.

Tablo 7. Bitcoin Değişkenleri-KASE TVP-VAR Modeli Parametre Tahmin Sonuçları

| Parametre | Ortalama | Standart Sapma | %95L | %95U | Geweke | Etkinsizlik |
|-------------------|----------|----------------|--------|--------|--------|-------------|
| $(\sum \beta)_1$ | 0.0228 | 0.0026 | 0.0183 | 0.0287 | 1.0000 | 8.8400 |
| $(\sum \beta)_2$ | 0.0226 | 0.0026 | 0.0182 | 0.0282 | 0.1400 | 8.6000 |
| $(\sum \alpha)_1$ | 0.0968 | 0.0522 | 0.0411 | 0.2407 | 0.6630 | 92.3500 |
| $(\sum h)_1$ | 0.9007 | 0.1227 | 0.6824 | 1.1646 | 0.6000 | 49.1900 |

| | | | | | | |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| $(\sum h)_2$ | 0.3175 | 0.0908 | 0.1742 | 0.5240 | 0.6050 | 34.9900 |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|

Tablo 7’de yer alan Bitcoin değişkenleri-KASE TVP-VAR Modeli parametre tahmin sonuçları incelendiğinde etkisizlik katsayılarının 100’den küçük, parametre tahminlerinin etkin ve Geweke değerlerinin %5 önem seviyesinde 1.96 kritik değerinden daha küçük olduğu dolayısıyla, sonsal dağılımın yakınsadığını ifade eden sıfır hipotezinin her bir parametre için %5 önem seviyesinde kabul edildiği görülmektedir. Buna göre MCMC algoritması iterasyon sayısının bu model için yeterli olduğu sonucuna da ulaşılmaktadır. Şekil 4’te Bitcoin değişkenleri-KASE TVP-VAR modeline ait etki-tepki fonksiyonları raporlanmıştır.



Şekil 4. Bitcoin Değişkenleri-KASE TVP-VAR Modeli Etki Tepki Fonksiyonları

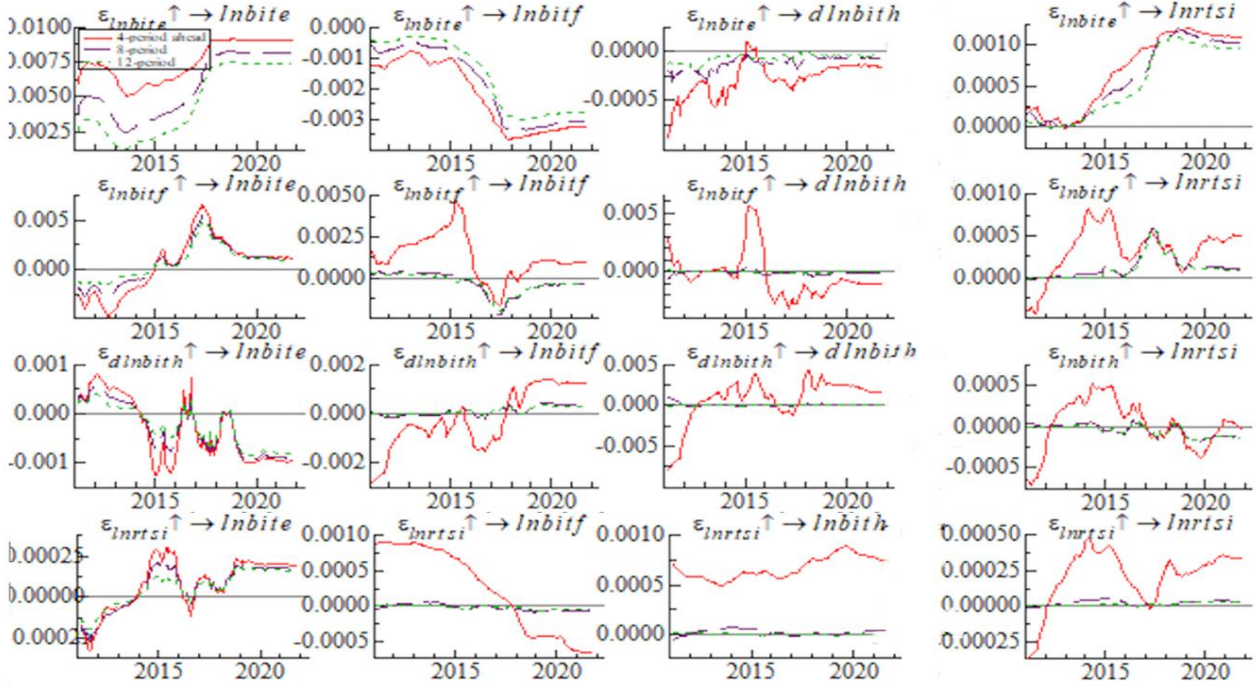
Şekil 4 incelendiğinde, 4,8,12 aylık dönemler itibariyle Bitcoin değişkenlerinin KASE endeksine yayılımlarının şiddetinin farklı olduğu görülmektedir. 2019 dönemi itibariyle Bitcoin enerji tüketimi değişkeninin KASE endeksi değişkenine yayılımının negatif yönlü olduğu görülmektedir. Bitcoin fiyat değişkeninden KASE endeksine yayılım incelendiğinde ise 4 aylık dönem bazında yayılım şiddetinin diğer dönemlere kıyasla daha güçlü olduğu ve yayılımın 2020 dönemi itibariyle pozitif yönlü arttığı görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, Bitcoin fiyatlarında yaşanan kısa şokların KASE endeksinde kısa dönemli şoklara neden olduğu anlaşılmaktadır. Bitcoin hacim şoklarının KASE endeksine yayılımları incelendiğinde kısa dönemli şok yayılımlarının daha kuvvetli olduğu görülmekte ve 2020 dönemi sonrasında pozitif kısa dönemli şok yayılımının şiddetli olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmada kurulan diğer bir model Bitcoin değişkenleri-RTSI TVP-VAR modelidir. Tablo 8’de RTSI endeksiyle kurulan TVP-VAR modelinin parametre tahminlerine yer verilmiştir.

Tablo 8. Bitcoin Değişkenleri-RTSI TVP-VAR Modeli Parametre Tahmin Sonuçları

| Parametre | Ortalama | Standart Sapma | %95L | %95U | Geweke | Etkisizlik |
|-------------------|----------|----------------|--------|--------|--------|------------|
| $(\sum \beta)_1$ | 0.0228 | 0.0026 | 0.0184 | 0.0285 | 0.007 | 6.51 |
| $(\sum \beta)_2$ | 0.0226 | 0.0027 | 0.0181 | 0.0286 | 0.537 | 14.24 |
| $(\sum \alpha)_1$ | 0.0892 | 0.039 | 0.0433 | 0.1897 | 0.048 | 61.25 |
| $(\sum h)_1$ | 1.3419 | 0.1978 | 1.0015 | 1.778 | 0.766 | 81.47 |

| | | | | | | |
|--------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|
| $(\sum h)_2$ | 0.3131 | 0.0882 | 0.1717 | 0.5138 | 0.846 | 40.65 |
|--------------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|

Tablo 8'de yer alan parametre tahmin sonuçları incelendiğinde, etkinsizlik katsayısının 100'den küçük ve Geweke katsayısının %5 önem düzeyinde 1.96 kritik değerinden küçük olduğu görülmektedir. Bu nedenle sonsal dağılımın yakınsadığını ifade eden sıfır hipotezinin her bir parametre için %5 önem seviyesinde kabul edildiği görülmektedir. Buna göre MCMC algoritması iterasyon sayısının bu model için yeterli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Şekil 5'te Bitcoin değişkenleri-RTSI TVP-VAR Modelinden elde edilen etki tepki fonksiyonları yer almaktadır.



Şekil 5. Bitcoin Değişkenleri-RTSI TVP-VAR Modeli Etki Tepki Fonksiyonları

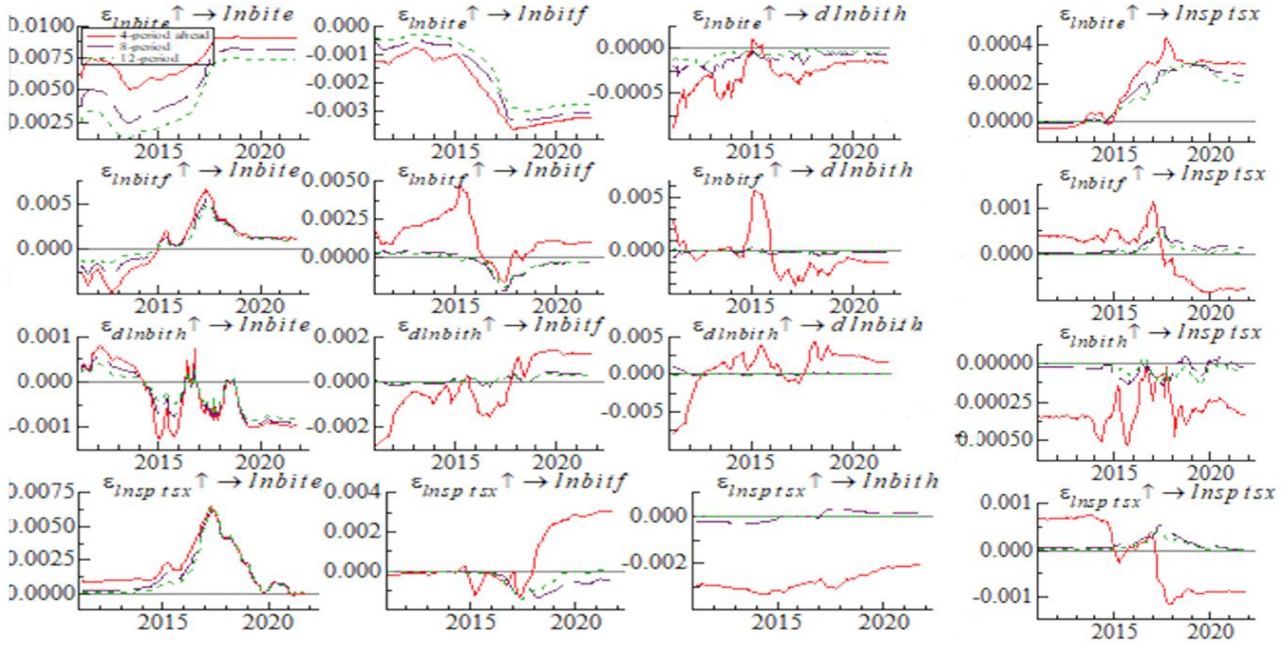
Şekil 5 incelendiğinde, Bitcoin değişkenlerinden RTSI endeksine yayılım incelendiğinde, Bitcoin enerji tüketimi değişkeninin 4,8,12 aylık dönemlerde benzer şiddetlerde ve pozitif yönlü yayıldığı; ancak fiyat değişkeninde yaşanan bir şokun kısa dönemde RTSI endeksine çok daha şiddetli yayıldığı söylenebilir. Ayrıca 2013-2016 döneminde Bitcoin fiyatlarında yaşanan şokların RTSI endeksini pozitif yönlü etkilediği, Bitcoin hacim değişkeninde yaşanan şokun ise yine kısa dönemde ilgili endekste yayıldığı görülmektedir. Bitcoin fiyat ve hacim değişkenlerinin yayılım etkisinin Bitcoin enerji tüketimi değişkeni yayılımından yoğun olması bulgusu Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi yöntemi sonuçlarında da benzerdir. Çalışmada kurulan son model ise Bitcoin değişkenleri-SPTSX TVP-VAR modelidir. Tablo 9'da SPTSX endeksiyle kurulan TVP-VAR modelinin parametre tahminleri raporlanmıştır.

Tablo 9. Bitcoin Değişkenleri-SPTSX TVP-VAR Modeli Parametre Tahmin Sonuçları

| Parametre | Ortalama | Standart Sapma | %95L | %95U | Geweke | Etkinsizlik |
|-------------------|----------|----------------|--------|--------|--------|-------------|
| $(\sum \beta)_1$ | 0.0227 | 0.0026 | 0.0183 | 0.0287 | 0.029 | 7.91 |
| $(\sum \beta)_2$ | 0.022 | 0.0025 | 0.0178 | 0.0276 | 0.798 | 17.78 |
| $(\sum \alpha)_1$ | 0.0915 | 0.0455 | 0.0431 | 0.2064 | 0.43 | 90.1 |
| $(\sum h)_1$ | 0.6522 | 0.1225 | 0.4563 | 0.9394 | 0.839 | 58.72 |
| $(\sum h)_2$ | 0.4249 | 0.0687 | 0.3091 | 0.5779 | 0.022 | 27.57 |

Tablo 9'da yer alan TVP-VAR modeline ilişkin parametre tahminleri, Geweke katsayısının %5 önem düzeyinde 1.96 kritik değerinden küçük olması, sonsal dağılımın yakınsadığını ifade eden sıfır hipotezinin her bir parametre için %5 önem seviyesinde kabul edildiğini göstermektedir. Bununla birlikte etkinsizlik katsayısının 100'den küçük olması da MCMC algoritması çözücüsünde 10000 iterasyon sayısının yeterli olduğunu ifade etmektedir. Şekil 6'da Bitcoin değişkenleri-

SPTSX TVP-VAR modelinden elde edilen etki tepki fonksiyonları yer almaktadır.



Şekil 6. Bitcoin Değişkenleri-SPTSX TVP-VAR Modeli Etki Tepki Fonksiyonları

Şekil 6 incelendiğinde, 4,8 ve 12 aylık dönemlerde Bitcoin enerji tüketimi değişkeninde yaşanan şokların SPTSX endeksine yayılımının benzer şiddette olduğu söylenebilir. Bununla birlikte Bitcoin fiyatlarında yaşanan şokların ise kısa dönemde ilgili endekse yayılımının daha şiddetli olduğu, 2016 itibariyle Bitcoin fiyat şoklarının endekse yayılımının yönünün ise negatif olduğu görülmektedir. Ayrıca Bitcoin hacim değişkeni şoklarının da kısa dönemde endekse negatif yönlü yayıldığı Şekil 6'dan gözlemlenmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bitcoin enerji tüketimi ile Bitcoin fiyat ve hacim değişikliklerinin birlikte hareket edip etmediklerinin incelenmesi ve yine bu öncü Bitcoin göstergelerinin Bitcoin üretiminde bulunan ülkelerin hisse senedi piyasalarının ortak hareket edip etmediklerini ve risk paylaşımında bulunup bulunmadıklarını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada Bitcoin enerji, Bitcoin hacim, Bitcoin fiyat, SP500, Shanghai, KASE, RTSI ve SPTSX değişkenlerinin 2011-2022 dönemi aylık gözlem serileri Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi ve TVP-VAR modeli yaklaşımları kullanılarak incelenmiştir. Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksi yönteminde Bitcoin enerji değişkeninde yaşanan şokların Bitcoin fiyatına yayılım gösterdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Burada politika yapıcıların, bu varlık sınıfını düzenlerken kripto para madenciliğinin çevresel etkisini dikkate alması gerektiği vurgulanmalıdır. Nitekim Bitcoin ve diğer alternatif kripto para birimleri yatırımcılara potansiyel beklenen getirilerle yeni bir teknoloji platformu getirmiş olsa da sistem ayrıca madencilik sürecinden ve onaylanmış işlemlerden kaynaklanan önemli miktarda enerjiye ihtiyaç duymakta ve bu da enerjide sürdürülebilirlik için kaynaklarının büyük miktarda karbon ayak izi veya teknolojik atık olmadan yenilenebilir ve sürdürülebilir enerjiden gelmesini sağlanmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, Bitcoin gibi yeni endüstrilerinin sürdürülebilir kalkınmayı finanse etmek için "yeşil token" çerçevesinde yeşil enerjiye dayalı bir kripto para birimi çıkarmayı düşünceleri önerilebilir. Gelecekteki araştırmalar, enerji tüketimini azaltarak kripto para pazarının büyümesini kolaylaştırabilir. Yatırımlarda portföy ve risk çeşitlendirilmesi ve kayıptan kaçınması noktasında çalışma sonuçları incelendiğinde ise Diebold ve Yılmaz (2012) yayılım endeksinden elde edilen net yayılım sonucunun %4.5 olduğu görülürken incelenen serilerde yüksek bağlantılılık problemi olmadığı ve incelenen endeksler ve Bitcoin ile basit bir portföy çeşitlendirilmesi yapılabileceği görülmüştür. İncelenen endeksler en çok Bitcoin üreten ülkelerin ana endeksleridir. Dolayısıyla büyük Bitcoin hacminin bu ülkelerin endeks getirilerine etkisinin çok olacağı düşünülmüştür. Çalışma sonucunda ise yüksek enerji tüketimine rağmen Bitcoin hacminin ana endekslerle bağlantılılığının görece düşük olduğu anlaşılmıştır.

Değişkenler arasındaki yayılımın zamanla değişen yapısının incelenmesinde, bu çalışmada ayrıca TVP-VAR modeli de kullanılmıştır. Bu bağlamda incelenen her bir endeks ve Bitcoin öncü göstergeleri için ayrı TVP-VAR modelleri kurulmuştur. 10.000 iterasyonlu MCMC algoritmasının her bir model parametrelerinin tahmininde etkin olduğu görülmüştür. TVP-VAR etki tepki fonksiyonları incelendiğinde ise tüm değişkenlerde kendi gecikmeli değerlerinden olan şokların yayılımının daha

şiddetli olduğu, 4, 8 ve 12 aylık dönemlerde ise yayılımın şiddetinin değiştiği görülmüştür. Bitcoin fiyatında yaşanan bir şokun SP500 endeksine yayılımının 4 aylık dönemde daha şiddetli olduğu görülmüştür. Bitcoin fiyat ve SP500 arasındaki bağlantılılık bulguları, Trabelsi (2018); Tiwari ve diğ. (2019); Maghyreh ve Abdoh (2020); Attarzadeh ve Balcılar (2020) ve Hung (2022)'nin çalışmalarıyla benzerdir.

Bitcoin öncü göstergelerinden Shanghai Endeksine yayılımlar incelendiğinde ise Bitcoin enerji değişkeninde yaşanan şokların 4, 8 ve 12 aylık dönemlerde benzer şiddette olduğu, Bitcoin fiyatında yaşanan şokların ise Shanghai endeksine 2016 dönemi hariç 4 aylık dönemde diğer dönemlere kıyasla daha şiddetli yayıldığı ve yayılımın yönünün negatif olduğu görülmektedir. Buradan hareketle Bitcoin fiyatında yaşanacak yukarı yönlü bir şokun Shanghai endeksinde aşağı yönlü bir hareketi tetikleyebileceği iddia edilebilir. Bitcoin fiyat getirileri ve Çin endeksi arasındaki yayılımın olduğuna ilişkin bulgu Bouri vd. (2018) ile Li ve Li (2021)'in sonuçlarıyla benzerdir. Bitcoin enerji değişkeninin KASE endeksi değişkenine yayılımının yönünün ise negatif yönlü olduğu görülmektedir. Bitcoin fiyat değişkeninden KASE endeksine yayılım incelendiğinde 4 aylık dönem bazında yayılım şiddetinin diğer dönemlere kıyasla daha güçlü olduğu ve yayılımın 2020 dönemi itibarıyla pozitif yönlü arttığı görülmüştür. Bu durumda Bitcoin fiyatında yaşanacak pozitif bir şokun KASE endeksinde yukarı yönlü hareketi tetikleyebileceği iddia edilebilir. Bununla birlikte benzer bir sonuç Bitcoin fiyatı ve RTSI değişkeni için de görülmüştür. Bitcoin fiyatlarında yaşanan pozitif şoklar RTSI endeksinin pozitif yönlü hareketini tetikleyebilir. Dahir vd. (2020) Bitcoin getirisi ve Rusya ve Çin endeksleri arasındaki ilişkinin görece zayıf olduğunu belirlemeleri sebebiyle bu çalışmanın bulguları Dahir vd. (2020)'nin bulgularından farklıdır. Ayrıca Bitcoin fiyatlarında yaşanacak bir şokun SPTSX endeksine yayılımının negatif olduğu da görülmüştür.

Bu çalışmadan elde edilen ampirik bulgular, endeksler ve Bitcoin göstergeleri arasındaki bağlantılıklara kanıtlar sunarken, etik ve yeşil finans teorik araştırmalarına da temel oluşturmaktadır. Bulgularımız daha sonra bu alanlarda yapılacak çalışmalarda varsayımlara temel teşkil etme noktasında önemlidir. Bununla birlikte Narayan ve Sharma (2011) tarafından literatüre kazandırılan yatırımcı muhafazakârlığı hipotezi çerçevesinden bulgular değerlendirilecek olduğunda yatırımcıların varlık (Bitcoin) fiyatlarındaki değişimlere karşı muhafazakâr olma eğiliminde oldukları kısa vadeli yayılım sonuçlarının desteklenmemektedir. Hipoteze göre hisse senetlerinin varlık (Bitcoin) fiyatlarındaki değişikliklere tepki verme hususunda daha temkinli olması beklenmektedir ancak TVP-VAR modeli etki tepki fonksiyonları incelendiğinde tüm değişkenlerde Bitcoin fiyatlarında yaşanan şokların kısa dönemde (4 aylık dönemde) yayılımının diğer dönemlere göre daha şiddetli olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgulara göre bu kısa dönemli şok geçişlerinin neden kaynaklanabileceği ve yüksek enerji tüketimi ve Bitcoin fiyat ilişkisinin etik finans çerçevesinde nasıl değerlendirilebileceği konusunun sonraki çalışmalarda araştırılmasının literatüre katkı sağlayacağı iddiasında bulunulabilir.

Kaynakça

- Antonakakis, N., Chatziantoniou, I. ve Gabauer, D. (2019). Cryptocurrency market contagion: Market uncertainty, market complexity, and dynamic portfolios. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 1(61), 37-51.
- Attarzadeh, A. ve Balcılar, M. (2022). On the dynamic return and volatility connectedness of cryptocurrency, crude oil, clean energy, and stock markets: a time-varying analysis. *Environmental Science and Pollution Research*, 1-12.
- Aysan, A.F., Demir, E., Gozgor, G. ve Lau, C.K.M. (2019). Effects of the geopolitical risks on Bitcoin returns and volatility. *Research in International Business and Finance*, 47, 511-518.
- Baharumshah, A. Z., ve Liew, V.K.S. (2006). Forecasting performance of exponential smooth transition autoregressive exchange rate models. *Open economies review*, 17(2), 235-251.
- Baker, S.R., Bloom, N. ve Davis, S.J. (2016). Measuring economic policy uncertainty. *The quarterly journal of economics*, 131(4), 1593-1636.
- Baktemur, İ. (2021). Türkiye için işsizliğin doğrusal olmayan zaman serileri ile incelenmesi. İçinde: *Ekonometride Güncel Yöntemler ve Uygulamalar* (Prof. Dr. Ahmet M. Gökçen'e Armağan), (Ed. Çil, N.) İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınevi. Doi: <http://10.26650/B/SS10.2021.013>.
- Bouri, E., Das, M., Gupta, R. ve Roubaud, D. (2018). Spillovers between Bitcoin and other assets during bear and bull markets. *Applied Economics*, 50(55), 5935-5949.
- Bouri, E., Gupta, R., Tiwari, A. K. ve Roubaud, D. (2017). Does Bitcoin hedge global uncertainty? Evidence from wavelet-based quantile-in-quantile regressions. *Finance Research Letters*, 23, 87-95.
- Cambridge Alternative Finance Center (2022). [Çevrim içi: <https://www.jbs.cam.ac.uk/faculty-research/centres/alternative-finance/>], Erişim tarihi: 15.07.2022.

- Conlon, T., Corbet, S. ve McGee, R.J. (2020). Are cryptocurrencies a safe haven for equity markets? An international perspective from the COVID-19 pandemic, *Research in International Business and Finance*, 54, 101248.
- Corbet, S., Lucey, B. M. ve Yarovaya, L. (2019). The financial market effects of cryptocurrency energy usage. Available at SSRN. [Çevrim içi: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3412194>], Erişim tarihi: 15.07.2022.
- Corbet, S., Lucey, B. ve Yarovaya, L. (2018). Datestamping the Bitcoin and Ethereum bubbles. *Finance Research Letters*, 26, 81-88.
- Dahir, A.M., Mahat, F., Noordin, B.A.A. ve Ab Razak, N.H. (2020). Dynamic connectedness between Bitcoin and equity market information across BRICS countries: Evidence from TVP-VAR connectedness approach, *International Journal of Managerial Finance*, 16(3), 357-371.
- Demir, E., Gozgor, G., Lau, C. K.M. ve Vigne, S.A. (2018). Does economic policy uncertainty predict the Bitcoin returns? An empirical investigation. *Finance Research Letters*, 26, 145-149.
- Diebold, F. X. ve Yilmaz, K. (2012). Better to give than to receive: Predictive directional measurement of volatility spillovers. *International Journal of forecasting*, 28(1), 57-66.
- Fang, L., Bouri, E., Gupta, R. ve Roubaud, D. (2019). Does global economic uncertainty matter for the volatility and hedging effectiveness of Bitcoin?. *International Review of Financial Analysis*, 61, 29-36.
- Gajardo, G., Kristjanpoller, W.D. ve Minutolo, M. (2018). Does Bitcoin exhibit the same asymmetric multifractal cross-correlations with crude oil, gold and DJIA as the Euro, Great British Pound and Yen?, *Chaos, Solitons & Fractals*, 109, 195-205.
- Gandal, N., Hamrick, J.T., Moore, T. ve Oberman, T. (2018). Price manipulation in the Bitcoin ecosystem. *Journal of Monetary Economics*, 95, 86-96.
- Giudici, P. ve Abu-Hashish, I. (2019). What determines bitcoin exchange prices? A network VAR approach. *Finance Research Letters*, 28, 309-318.
- Goodell, J.W., McGee, R.J. ve McGroarty, F. (2020). Election uncertainty, economic policy uncertainty and financial market uncertainty: a prediction market analysis. *Journal of Banking & Finance*, 110, 105684.
- Guesmi, K., Saadi, S., Abid, I. ve Ftiti, Z. (2019). Portfolio diversification with virtual currency: Evidence from bitcoin. *International Review of Financial Analysis*, 63, 431-437.
- Güngör, S. ve Erer, D. (2022). Türkiye'deki gıda fiyatları ile petrol fiyatları ve döviz kuru arasındaki doğrusal olmayan ilişkinin incelenmesi: zamanla-değişen parametrelili VAR modelleri. *Alanya Akademik Bakış*, 6(2), 2481-2498.
- Hong, H. ve Stein, J.C. (1999). A unified theory of underreaction, momentum trading, and overreaction in asset markets. *The Journal of finance*, 54(6), 2143-2184.
- Hu, J. ve Chen, Z. (2016). A unit root test against globally stationary ESTAR models when local condition is non-stationary. *Economics Letters*, 146, 89-94.
- Hung, N.T. (2021). Bitcoin & CEE stock markets: fresh evidence from using the DECO-GARCH model & quantile on quantile regression, *European Journal of Management & Business Economics*, 30(2), 261-280.
- Hung, N.T. (2022). Asymmetric connectedness among S&P 500, crude oil, gold & Bitcoin, *Managerial Finance*, 48(4), 587-610.
- Kapetanios, G., Shin, Y. ve Snell, A. (2003). Testing for a unit root in the nonlinear STAR framework. *Journal of Econometrics*, 112(2), 359-379.
- Karabyık, C. (2020). Türkiye'de borsa, emtia, tahvil ve döviz piyasaları arasındaki etkileşim: yayılım endeksi yaklaşımı. *Journal Of Management and Economics Research*, 18(4), 265-284.
- Krause, M. J. ve Tolaymat, T. (2018). Quantification of energy and carbon costs for mining cryptocurrencies. *Nature Sustainability*, 1(11), 711.
- Kruse, R. (2011). A new unit root test against ESTAR based on a class of modified statistics. *Statistical Papers*, 52(1), 71-85.
- Kwon, J.H. (2020). Tail behavior of Bitcoin, the dollar, gold & the stock market index, *Journal of International Financial Markets, Institutions & Money*, 67, 101202.

- Lee, T. H., White, H. ve Granger, C. W. (1993). Testing for neglected nonlinearity in time series models: A comparison of neural network methods and alternative tests. *Journal of Econometrics*, 56(3), 269-290.
- Li, J. ve Li, P. (2021). Volatility Spillovers between Bitcoin & Chinese Economic & Financial Markets, *Available at SSRN* 3997392.
- Maghyereh, A. ve Abdoh, H. (2020). Tail dependence between Bitcoin & financial assets: Evidence from a quantile cross-spectral approach, *International Review of Financial Analysis*, 71, 101545.
- Mensi, W., Rehman, M.U., Maitra, D., Al-Yahyaee, K. H. ve Sensoy, A. (2020). Does bitcoin co-move & share risk with Sukuk & world & regional Islamic stock markets? Evidence using a time-frequency approach, *Research in International Business & Finance*, 53, 101230.
- Nakajima, J. (2011). Time-varying parameter VAR model with stochastic volatility: An overview of methodology and empirical applications. *Monetary and Economic Studies*.
- Narayan, P. K., Phan, D. H. B., & Sharma, S. S. (2019b). Does Islamic stock sensitivity to oil prices have economic significance?. *Pacific-Basin Finance Journal*, 53, 497-512.
- Narayan, P.K. ve Sharma, S.S. (2011). New evidence on oil price and firm returns. *Journal of Banking & Finance*, 35(12), 3253-3262.
- Narayan, P.K., Narayan, S., Rahman, R.E. ve Setiawan, I. (2019a). Bitcoin price growth and Indonesia's monetary system. *Emerging Markets Review*, 38, 364-376.
- Primiceri, G. E. (2005). Time varying structural vector autoregressions and monetary policy. *Review of Economic Studies*, 72 (3), 2005, 821–852.
- Roy, R. P. ve Roy, S. S. (2017). Financial contagion and volatility spillover: An exploration into Indian commodity derivative market. *Economic Modelling*, 67, 368-380.
- Sajeev, K. C. ve Afjal, M. (2022). Contagion effect of cryptocurrency on the securities market: a study of Bitcoin volatility using diagonal BEKK & DCC GARCH models, *SN Business & Economics*, 2(6), 1-21.
- Şenol, Z. ve Koç S. (2022). Borsa, faiz, döviz kuru, altın, petrol ve bitcoin arasındaki volatilité yayılımları, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (35), 31-46.
- Sha, Y. ve Song, W. (2021). Can Bitcoin hedge Belt & Road equity markets?, *Finance Research Letters*, 42, 102129.
- Symitsi, E. ve Chalvatzis, K.J. (2018). Return, volatility & shock spillovers of Bitcoin with energy & technology companies, *Economics Letters*, 170, 127-130.
- Tiwari, A.K., Raheem, I.D. ve Kang, S.H. (2019). Time-varying dynamic conditional correlation between stock & cryptocurrency markets using the copula-ADCC-EGARCH model, *Physica A: Statistical Mechanics & its Applications*, 535, 122295.
- Trabelsi, N. (2018). Are there any volatility spill-over effects among cryptocurrencies & widely traded asset classes?, *Journal of Risk & Financial Management*, 11(4), 66.
- Tsay, R. S. (2005). *Analysis of financial time series*. New York: John Wiley & Sons.
- Ubilava, D. ve Helmers, C. G. (2013). Forecasting ENSO with a smooth transition autoregressive model. *Environmental Modelling & Software*, 40, 181-190.
- Urom, C., Abid, I., Guesmi, K. ve Chevallier, J. (2020). Quantile spillovers & dependence between Bitcoin, equities & strategic commodities, *Economic Modelling*, 93, 230-258.
- Urquhart, A. ve Zhang, H. (2019). Is Bitcoin a hedge or safe haven for currencies? An intraday analysis. *International Review of Financial Analysis*, 63, 49-57.
- Ustaoglu, E. (2022). Return & Volatility Spillover Between Cryptocurrency & Stock Markets: Evidence from Turkey, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 93, 117-126.
- Wang, G.J., Xie, C., Wen, D. ve Zhao, L. (2019). When Bitcoin meets economic policy uncertainty (EPU): Measuring risk spillover effect from EPU to Bitcoin. *Finance Research Letters*, 31, 489-497.
- Wang, P., Li, X., Shen, D. ve Zhang, W. (2020). How does economic policy uncertainty affect the bitcoin market? *Research in International Business and Finance*, 53, 101234.

Wu, S., Tong, M., Yang, Z. ve Derbali, A. (2019). Does gold or Bitcoin hedge economic policy uncertainty? *Finance Research Letters*, 31, 171-178.

Extended Abstract

Aim and Scope

The aim of the study can be expressed as examining whether Bitcoin energy consumption and Bitcoin price and volume changes act together, whether these leading Bitcoin indicators act together with the stock markets of Bitcoin-producing countries and whether they share risk. In this context, 2011-2022 monthly data of Bitcoin energy, Bitcoin price, Bitcoin volume, USA, China, Kazakhstan, Russia, and Canada indexes were regarded in the study.

Methods

In this study, It was used two different methods that are Diebold and Yılmaz Spillover Index and the time varying parameter AR Model. Diebold and Yılmaz's (2012) spillover index can be used to measure return spread or return volatility spread on assets, portfolios or asset markets, spread trends and cycles within a country/market or between countries/markets. The Time-varying parameter AR model (TVP-VAR) model enables us to capture the potential time-varying nature of the underlying structure in the economy flexibly and robustly. All parameters in the VAR specification are assumed to follow the first-order random walk process, thus allowing both a temporary and permanent shift in the parameters.

Findings

In the result of Diebold and Yılmaz's (2012) spillover index model, observed that the spillover effect of the Bitcoin energy variable on the Bitcoin price is 3.5%. While was observed from leading indicators of Bitcoin to all series examined be spillover, the most spillover was observed be from Bitcoin price to SP500 index. The net spillover index of Diebold and Yılmaz (2012) was calculated that is 4.54%. In addition to this, the TVP-VAR established model examined the action and the reaction functions in 4, 8 and 12 months periods. In the action-reaction functions of the TVP-VAR model, it was observed that the shocks at the 4, 8 and 12-month periods in Bitcoin energy prices spread with a similar intensity to the Bitcoin price. In the result of the study was observed that Bitcoin energy shocks spread to SP500, Shanghai, Kase and RTSI indexes in all periods, and the shocks of the price and the volume shock spread to these indexes in short periods. In addition to these, in all TVP-VAR Models established was observed that inefficiently coefficients are less than 100 and Geweke coefficients are less than 1.96 critique level. Therefore, the null hypothesis, which is state the posterior distribution converges, was accepted at the 5% significant level. Accordingly, it was found that the number of iterations of the Monte Carlo Markov Chain algorithm is sufficient for these models.

Conclusion

In the study was observed the shock from the bitcoin energy variable to bitcoin price in Diebold and Yılmaz's (2012) spillover index method. It can be emphasized that policymakers should consider the environmental impact of cryptocurrency mining when regulating this asset class. Indeed, although Bitcoin and other alternative cryptocurrencies have brought investors a new technology platform with potential expected returns, the system also requires a significant amount of energy from the mining process and validating transactions, meaning that for energy sustainability, its resources can be renewable and without massive carbon footprints or technological waste. requires the provision of sustainable energy. Therefore, it can be suggested that their new industries such as Bitcoin should consider issuing a green energy-based cryptocurrency within the framework of a "green token" to finance sustainable development.

Future research could facilitate the growth of the cryptocurrency market by reducing energy consumption. When the results of the study are examined in terms of portfolio and risk diversification and loss avoidance in investments, it is seen that the net spread result obtained from the Diebold and Yılmaz (2012) spread index is 4.5%, while there is no high connectivity problem in the examined series and simple portfolio diversification can be made with the examined indices and Bitcoin. The indices examined are the main indices of the countries that produce the most Bitcoin. Therefore, it was thought that the large Bitcoin volume would have a great impact on the index returns of these countries. As a result of the study, it was understood that despite the high energy consumption, the correlation of Bitcoin volume with the main indices is relatively low.

Dealing with Intolerance of Uncertainty: Mediator Role of Online Social Support in Case of Psychological Inflexibility

Belirsizliğe Tahammülsüzlükle Başa Çıkmak: Psikolojik Esneksizlik Durumunda Çevrimiçi Sosyal Desteğin Aracı Rolü

Durmuş Ümmet¹, Şeyda Çetintaş²

Abstract

Intolerance of uncertainty (IU) has been defined as a disposition resulting from negative beliefs about uncertainty and its implications. It also involves the tendency to react negatively uncertain situations and events in an emotional, cognitive, and behavioral level. Given that, one's psychological inflexibility (PI) is assumed to be related how one will be tolerant to unexpected events such as pandemic and restricted social isolation. Accordingly, this research aims to highlight the relationship between IU and PI, as well as the role of online social support (OSS) on the effect of relationship between PI and IU. Sample consisted of 238 university students from Turkey, aging from 18 to 27. Participants were completed Intolerance of Uncertainty Scale-12, Online Social Support Scale, Acceptance and Action Questionnaire-II. Mediation analysis performed by the PROCESS software revealed that the indirect effect of PI on IU was statistically significant. Results indicated that when controlling the effect of perceived OSS, PI remained to be a significant predictor of IU but with rather slight reduction in the unstandardized regression coefficient. This finding indicates the partial mediating effect of online social support.

Key words: Psychological inflexibility, intolerance of uncertainty, online social support, partial mediation

Öz

Belirsizliğe tahammülsüzlük (IU), belirsizlik ve etkileri hakkındaki olumsuz inançlardan kaynaklanan bir eğilim olarak tanımlanmıştır. Ayrıca duygusal, bilişsel ve davranışsal düzeyde belirsiz durumlara ve olaylara olumsuz tepki verme eğilimini de içerir. Bu göz önüne alındığında, kişinin psikolojik esneksizliğinin, COVID-19 pandemisi ve bununla birlikte gelişen sosyal izolasyonu gerekli kılan yaşam tarzı gibi beklenmedik olaylara nasıl tolerans gösterileceğiyle ilişkili olacağı beklenmektedir. Bu araştırma, belirsizliğe tahammülsüzlük ve psikolojik esneksizlik arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmayı ve ayrıca çevrimiçi sosyal desteğin (OSS) IU ile PI arasındaki ilişkinin etkisi üzerindeki rolünü vurgulamayı amaçlamıştır. Araştırma örneklemini yaşları 18 ila 27 arasında değişen üniversite öğrencileri oluşturmaktadır. Katılımcılara demografik bilgi formu, Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği-12, Çevrimiçi Sosyal Destek Ölçeği, Kabul ve Eylem Formu-II'yi içeren bir soru paketi ulaştırılmıştır. PROCESS yazılımıyla yapılan aracılık analizi, psikolojik esneksizliğin belirsizliğe tahammülsüzlük üzerindeki dolaylı etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ortaya koymuştur. Bulgular, algılanan çevrimiçi sosyal desteğin etkisi kontrol edildiğinde, psikolojik esneksizliğin belirsizliğe tahammülsüzlüğün önemli bir yordayıcısı olmaya devam ettiğini, ancak standartlaştırılmamış regresyon katsayısında bir azalma olduğunu göstermiştir. Bu durum online sosyal desteğin kısmı aracı etkisine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik esneksizlik, belirsizliğe tahammülsüzlük, çevrimiçi sosyal destek, kısmi aracılık

Submitted: 26 / 12 / 2021

Accepted: 26 / 08 / 2022

¹ Doç. Dr. Marmara Üniversitesi, Atatürk Eğitim Fakültesi, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık A.B.D., İstanbul, Türkiye, dummet@marmara.edu.tr; Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8318-9026>

² Uzm. Psk. Danş. Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık programı, İstanbul, Türkiye, sydacetintas@gmail.com; Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-4534-4128>

Introduction

1.1. Intolerance of uncertainty and worry

Corona virus (COVID-19), starting from the end of 2019, turned into pandemic as it spread rapidly in many parts of the world by March 2020 (Horesh & Brown, 2020). Since then, various social and physical distancing precautions were taken to prevent the spread of disease by blocking chains of transmission of COVID-19 by securing physical distance between people (WHO, 2020). In this process, people had to abandon their daily habits (e.g., spending time with friends at outdoor spaces) and keep up with a new order in which the social distancing was encouraged such as closure of non-essential facilities, home-office work arrangements, distance learning, local or national movement restrictions, staying-at home measures. As a precaution, the Council of Higher Education (CHE) has also announced that all Turkish higher education institutions will be closed for three weeks starting from March 16 (CHE, 2020a). Following this official announcement, a new one was released as public and private universities will offer distant education starting from March 23 (CHE, 2020b). Most of the students had to turn back to their families by leaving the cities they studied university and their peer-oriented social support environment. Ultimately, all these precautions in question aimed to encourage and sustain virtual social connection within families and communities (WHO, 2020).

During the pandemic process, one situation many people had to handle was worrying about the uncertainty of what was going to happen in their lives. Some people were more intolerant to this situation than others, and this difference seemed to affect the way how they experienced whole process. The literature has identified this situation as intolerance of uncertainty (IU), which is a “cognitive bias that affects how a person perceives interprets, and responds to uncertain situations on a cognitive, emotional, and behavioral level” (Laugesen, Dugas & Bukowski, 2003, p. 56). Cognitive model of excessive worry displays IU as one of the four cognitive variables that are associated with the development and maintenance of excessive worry (Dugas, Gagnon, Ladouceur & Freeston, 1998). Both clinical and non-clinical studies have provided empirical supports for the role of IU as a main factor for worry (Akbari & Khanipour, 2018). High levels of IU were found to be positively associated with severity of worry (Buhr & Dugas, 2006). It has also found as a key component of anxiety related pathologies such as obsessive-compulsive disorder (OCD) (Tolin, Abramowitz, Brigidi & Foa, 2003; Dugas, Gosselin & Ladouceur, 2001), panic disorder (Dugas et al., 2001) and generalized anxiety disorder (GAD) (Dugas et al., 1998). Therefore, helping people to regulate their intolerance seems important to support them to handle with situations causing worry for uncertainty.

1.2. The acceptance-based model and psychological inflexibility

The concept of psychological flexibility, which is one of the core themes of the acceptance and commitment therapy (ACT) model, appears to have a role in how individuals experience the world. Accordingly, psychological flexibility is defined as “contacting the present moment as a conscious human being, fully and without defense” (Hayes, Pistorello & Levin, 2012, p. 985). Previous studies on psychological flexibility reveal its association with positive life outcomes (i.e., Masuda & Tully, 2012; Luoma, Drake, Kohlenberg & Hayes, 2011). On the other hand, psychological inflexibility (PI), which is considered as a psychopathology, is defined as narrowing of behavioral repertoire (Hayes, Luoma, Bond, Masuda & Lillis, 2006). In the ACT model, psychological flexibility includes an acceptance dimension, which includes the active and aware embrace of private experiences without unnecessary attempts to change their frequency or form (Hayes et al., 2006; Hayes et al., 2012; Hayes, Wilson, Gifford, Follette & Strosahl, 1996). On the other hand, PI includes an avoidance dimension, which indicates an unwillingness to remain in contact with private experiences (e.g., bodily sensations, emotions, thoughts, memories, behavioral predispositions) and efforts to alter the form or frequency of these events (Hayes et al., 2006; Hayes et al., 2012; Hayes et al., 1996). This avoidance is often harmful (Blackledge & Hayes, 2001). Higher levels of PI were found to be related to greater levels of depression, anxiety, stress, and overall psychological distress (Bond et al., 2011).

1.3. Intolerance of uncertainty and psychological inflexibility

In case of IU, individuals tend to find uncertain situations stressful and to perceive unexpected events as negative and should be avoided (Laugesen et al., 2003). It manifests itself by an excessive tendency to think “the possibility of a negative event occurring unacceptable” (Carleton, Norton & Asmundson, 2007, p. 105). In fact, this was the way how some people experienced the pandemic process, especially considering the rapid shifts in their lives, such as changes in their social relations, work and family routines, or health related habits. However, as premised by acceptance-based models, a flexible approach to one's experiences is associated with health and well-being, even when those experiences are sometimes painful (Kashdan & Rottenberg, 2010). Cognitively reappraise, reframe, or find positive meaning in an adverse event is characteristic of many hardy and resilient individuals (Southwick, Vythilingam & Charney, 2005). Having an acceptant manner, in other words being psychologically flexible is considered as a key ingredient in ability to tolerate highly stressful circumstances (Southwick et al., 2005). Therefore, it seems PI has a role in increasing the severity of IU, as well as the way people tolerate and manage the uncertainty, especially in times of crises (i.e., pandemic process).

1.4. Why Is Social Support Important?

During the pandemic, large numbers of people worldwide were expected to show resilience to the profound loss, stress, and fear associated with COVID-19, the virus was likely to contribute to the stress-related symptoms Horesh & Brown, 2020). In this resilience to stress, social support one has received from immediate environment has a crucial role in maintaining physical and psychological health (Ozbak et al., 2007; Southwick et al., 2005). High levels of perceived social support found to be associated with low levels of depression and anxiety symptoms (Zimet, Dahlem, Zimet & Farley, 1988; Roohafza et al., 2014), psychological distress (Norris & Kaniasty, 1996), worry (Anari, Tahmassian & Fathabadi, 2011) and successful management of stress (Naveenraj & Wesley, 2018). In general terms, social support is the “support accessible to an individual through social ties to other individuals, groups, and the larger community” (Lin, Ensel, Simeone, & Kuo, 1979, p. 109). According to the theoretical models of social support, social network is typically described as having a structural dimension and a functional dimension (Wills & Fegan 2001). While the structural dimension refers to the size of social network or frequency of social interactions, the functional dimension is related to sharing fear and worries, feeling accepted and understood due to use of social network (Wills & Fegan 2001). With the restricted social isolation precautions during the pandemic period, the nature of the individuals’ social network structure has also changed and the frequency of vivid social interactions with friends diminished. Thus, virtual social interactions became the primary mean of social communication and support. Yet, changing structure of social interaction does not necessarily indicate a labefaction in the function of it (Wills & Fegan 2001). Previous researches showed a positive relation between online social networking and perceived social support (Eastin & LaRose, 2005). In fact, it could significantly decrease feelings of loneliness and depression, and significantly increase perceived social support (Shaw & Gant, 2002).

1.5. Hypotheses of the Study

Cognitively reframing and finding positive meanings in adverse events are considered to be important features of resilient individuals (Southwick et al., 2005). Having a flexible approach to one's painful experiences is crucial for mental health and well-being (Kashdan & Rottenberg, 2010). Intolerance of uncertainty, on the other hand, is a cognitive bias toward the experience of events (Laugesen et al., 2003), thus involves the tendency to react negatively on an emotional, cognitive, and behavioral level to uncertain situations and events (Buhr & Dugas, 2009). From a perspective of ACT model, the extend of psychological inflexibility one displays is an important indicator of how this person accept or avoid from the experiences and reacts them (Hayes et al., 1996). Consistently, psychological inflexibility and intolerance of uncertainty are assumed to be associated concepts, therefore variables mediating their effects seem to be important as well. Accordingly, the purpose of this study is to examine whether social support perceived via online platforms is a potential mediator of the relationship of psychological inflexibility to intolerance of uncertainty. The principal two hypotheses are: 1) there will be significant positive correlation between psychological inflexibility and intolerance of uncertainty, and 2) perceived online social support will mediate the relationship between psychological inflexibility and intolerance of uncertainty. Highlight of variables that mediate this relationship will be helpful in developing interventions for coping with negative effects of intolerance toward uncertainty in times of crises for individuals in case of psychological inflexibility. However, to our knowledge direct relationship between psychological inflexibility and intolerance of uncertainty has not been studied, yet.

2. Method

2.1. Sample Processing

The participants were 238 (195 female and 43 male) university students from different universities in Türkiye. Their ages ranged from 18 to 27 years, with a mean age of 20.89 ($SD = 1.67$) years. The sample was predominantly living with their families as a precaution against COVID-19 (91.2%). Most of the students were living at big cities ($n = 171$), followed by counties ($n = 47$), and smaller regions (i.e., village, town, hamlet) ($n = 20$). A significant group of participants reported that they worry to be infected and to show the symptoms ($n = 88$).

2.2. Measuring Tools

2.2.1. Intolerance of Uncertainty Scale-12: Participants’ intolerance of uncertainty was assessed via the Intolerance of Uncertainty Scale-12 item version (IUS-12; Carleton, Norton, & Asmundson, 2007). The IUS-12 has demonstrated adequate evidence of internal consistency and criterion-related validity scores (Khawaja & Yu, 2010). The scale was adapted to Turkish by Sarıçam, Erguvan, and Akça (2014). The factor structure of original form was confirmed with 12 items in Turkish population ($\chi^2 = 147.20$, $df = 48$, $RMSEA = .073$, $CFI = .95$, $IFI = .95$, $GFI = .94$, $SRMR = .046$) (Sarıçam et al., 2007). The scale consists of statements representing negative beliefs about the uncertain future and uncertainty-related negative beliefs that reduce one’s ability to effectively handle intolerance of uncertainty related distress (e.g., “One should always look ahead so as to avoid surprises”). Participants rate the degree to which each of the items applies to them on a 5-point Likert scale from 1 (*not at all characteristic of me*) to 5 (*entirely characteristic of me*). The overall scale score, which

is estimated by summing the responses given for each item, ranges from 12 to 60, with higher scores indicating greater intolerance of uncertainty.

2.2.2. Online Social Support Scale: Participants' perceived social support they gained via online platforms was assessed by Online Social Support Scale (OSS) which was developed with Turkish population by Ünal and Güven (2019). The scale consists of 20 items (e.g., "Comments on my social media posts help me cope with difficulties", "direct or one-to-one communication on social media prevents me from feeling alone"). Participants rate the degree to which each of the items applies to them on a 5-point Likert scale from 1 (*completely disagree*) to 5 (*completely agree*). The overall scale score, which is estimated by summing the responses given for each item, ranges from 20 to 100, with higher scores indicating greater online social support.

2.2.3. Acceptance and Action Questionnaire-II: Participants' level of psychological inflexibility was assessed via the revised version of the Acceptance and Action Questionnaire-II (AAQ-II; Bond et al., 2011). The scale was adapted to Turkish by Yavuz et al. (2016) and the factor structure of the original form was confirmed in Turkish population ($\chi^2/df= 3.7$, RMSEA=.079, CFI=.97, GFI=.97, SRMR=.021) (Yavuz et al., 2016). The AAQ-II consists of 7 items tapping on a single dimension (e.g., "I worry about not being able to control my worries and feelings", "My painful experiences and memories make it difficult for me to live a life that I would value"). Participants rate the degree to which they agree with each statement on a 7-point Likert scale from 1 (*never true*) to 7 (*always true*). The scale score which is estimated by summing the responses given the items, ranges from 7 to 49. Since all items are negatively worded, higher scores received from the scale indicates higher levels of psychological inflexibility and increase in experiential avoidance.

2.3. Data Analysis

Statistical analyses were conducted using SPSS version 21.0 (Statistical Package for the Social Sciences) and PROCESS version 3.5 (Hayes, 2017). Prior to proceeding with the analyses, data were screened for homogeneity of distribution by using skewness/kurtosis values, z-score estimates. Mahalanobis distance estimates were calculated to clear data from multivariate outliers, and they were excluded from the study. Assumptions of tests, such as linearity, homoscedasticity and multicollinearity, were verified. Pearson r was used to examine the correlations between continuous variables. T-test was used to evaluate observed variables according to demographic characteristics.

2.4. Procedure

Data of this study was collected during COVID-19 pandemic process (April-May, 2020) when going out on the streets were restricted, distance education were taking place and intercity transportation was prohibited. Required permissions regarding the use of primary data collection measures were taken from the authors. Ethical permission to conduct the study was approved by Fatih Sultan Mehmet Vakıf University Ethics Committee. Study was announced via online platforms. All the instruments were provided via online Google forms. Participants were provided informed consents prior to data collection, and they were asked for voluntary participation. They were not asked any information that can reveal their identity (i.e., name, surname etc.).

3. Results

3.1. Sample Characteristics

Participants' scores on measured variables were compared depending on their gender and worry for COVID-19 infection (Table 1). Results showed that there were no significant differences between male and female participants in terms of their PI ($t(236) = .81, p > .05$), IU ($t(236) = .23, p > .05$) and OSS they perceived ($t(55,08) = -.47, p > .05$). When the participant were grouped depending on their worry to be infected by the virus, groups' PI, IU and OSS scores showed no significant differences ($t(236) = -1.38, p > .05$; $t(236) = .07, p > .05$; $t(236) = -.69, p > .05$, respectively). Correlation estimates were calculated depending on the participants worry for virus infection. The correlation between PI and IU in worried participants ($r = .45, p < .01$) was higher than the no-worry group ($r = .33, p < .01$). Also, the relationship between PI and OSS was stronger in worried participants ($r = -.39, p < .01$) than the no-worry group ($r = -.27, p < .01$).

Table 1. Group Differences for Measured Variables

| | <i>M ± SD</i> | | | |
|--|-----------------|--------------|----------|----------|
| | <i>Female</i> | <i>Male</i> | <i>t</i> | <i>p</i> |
| Grouping by gender | | | | |
| Psychological inflexibility (PI) | 4.07 ± 1.21 | 3.90 ± 1.33 | .81 | .417 |
| Online social support (OSS) | 2.36 ± .82 | 2.43 ± .99 | -.47 | .643 |
| Intolerance of uncertainty (IU) | 3.55 ± .66 | 3.57 ± .57 | -.23 | .817 |
| Grouping by worry for virus infection | No-Worry | Worry | | |
| Psychological inflexibility (PI) | 3.95 ± 1.21 | 4.18 ± 1.26 | -1.38 | .169 |
| Online social support (OSS) | 2.34 ± .83 | 2.42 ± .89 | -.69 | .493 |
| Intolerance of uncertainty (IU) | 3.55 ± .64 | 3.55 ± .66 | .07 | .945 |

Note. Grouping by gender: female (n = 195), male (n = 43). Grouping by worry to be infected by virus: no-worry (n = 150), worry (n = 88).

Table 2. Correlation Estimates of Major Variables in Control of Worry

| Variables | No-worry (n = 150) | | | Worry (n = 88) | | |
|-----------|--------------------|--------|---|----------------|------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 1. PI | - | | | - | | |
| 2. OSS | -.39** | - | | -.27** | - | |
| 3. IU | .33** | -.38** | - | .45** | -.13 | - |

Note. PI = Psychological Inflexibility, OSS = Online Social Support, IU = Intolerance of Uncertainty, **p < .01, coding of worry (suspect to be infected by the COVID-19 virus): No = 1, Yes = 2.

Mean and standard deviation estimates of independent variable (PI), moderator variable (OSS) and the outcome variable (IU) of the study are presented in Table 3. All the constructs in the current study demonstrated high internal consistency as the internal reliability coefficients were all greater than the .70 threshold which indicated that the measures were reliable (Tabachnick & Fidell, 2013).

Table 3. Descriptive Parameters of Major Variables of the Sample

| Measured Variables | <i>M</i> | <i>SD</i> | <i>Cronbach's α</i> | <i>r</i> | | |
|--------------------|----------|-----------|---------------------|----------|--------|---|
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 1. PI | 4.04 | 1.23 | .83 | - | | |
| 2. OSS | 2.37 | .85 | .95 | -.34** | - | |
| 3. IU | 3.55 | .64 | .81 | .38** | -.28** | - |

N= 238, r= internal reliability coefficient, PI = Psychological Inflexibility, OSS = Online Social Support, IU = Intolerance of Uncertainty, ** p< .01.

Results indicated that there were significant correlations between all significant at .01 level. The relationship was moderate and positive between PI and IU (r = .38), moderate and negative between PI and OSS (r = -.34), and weak and negative between OSS and IU (r = -.28). Research results show that PI significantly predicts both OSS (r²= .12) and IU (r²= .14). In addition, OSS predicts IU (r²= .07).

Mediation analysis performed by the PROCESS software (Model 4) revealed that the online social support partially mediated the relationship of psychological inflexibility to intolerance of uncertainty (Figure 1). The direct effect of psychological inflexibility on intolerance of uncertainty was positive and statistically significant, indicating that persons scoring higher on PI are more likely to receive higher scores on IU than those scoring lower on the measure, b = .20, SE= .03, t = 6.21, p = .000, 95% CI [.134, .258]. The indirect effect of psychological inflexibility on intolerance of uncertainty was statistically significant. b = -.17, SE = .03, t = 4.99, p = .000, 95% CI [.099, .230]. To confirm the presence of partial mediation between variables, the null of 0 was controlled whether it falls outside the lower and upper bound of the 95% confidence interval. Results indicated that when controlling the effect of perceived online social support (mediator variable), psychological inflexibility remained a significant predictor of intolerance of uncertainty but with substantial reduction in the unstandardized regression coefficient. In other words, individuals who had lower psychological inflexibility seek more

online social support, $b = -.24$, $SE = .04$, $t = -5.55$, $p = .000$, 95% CI [-.318, -.151]. In turn, those who received greater online social support reported lower levels of intolerance of uncertainty, $b = -.13$, $SE = .05$, $t = -2.76$, $p = .006$, 95% CI [-.226, -.038].

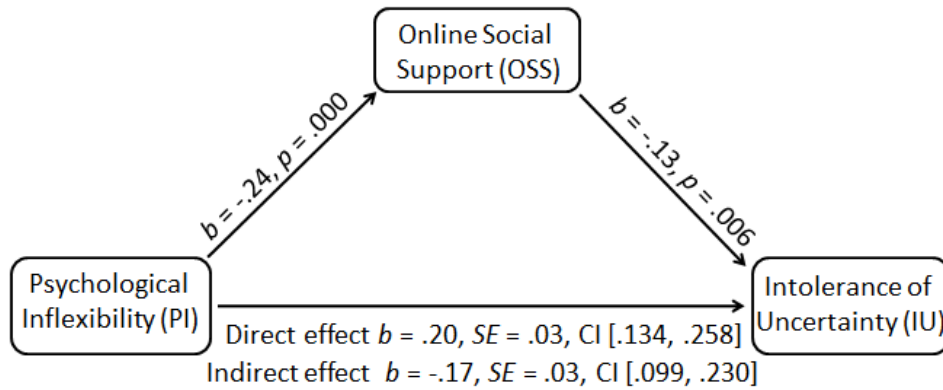


Figure 1. Mediation Model

4. Discussion

This study aimed to investigate the mediator effect of university students' perceived online social support on the relationship between psychological inflexibility and intolerance of uncertainty. Study measures were assessed during COVID-19 pandemic period when going out on the streets were restricted and distance education were taking place. Considering the current situation, prior to data collection, we assumed that the participant' level of intolerance will be high due to the wearing effect of the pandemic process. As predicted, the mean score for IU was more than the average, indicating that the participants were experiencing intolerance. Findings supported the first hypothesis of this study that is there will be significant positive correlation between psychological inflexibility and intolerance of uncertainty. As predicted, findings confirmed that participants' level of intolerance increased as their psychological inflexibility scores increased. Studies on psychological inflexibility affirmed its positive relationship with negative life outcomes such as depression, anxiety, stress, and overall psychological distress (Bond et al., 2011). In previous research, it was also found to be positively correlated with neuroticism and negatively correlated with conscientiousness and marked by experiential avoidance accompanied by decreased daily functioning (Latzman & Masuda, 2013). Having an acceptant manner, in other words being psychologically flexible is considered as a key ingredient in ability to tolerate highly stressful circumstances (Southwick et al., 2005), Intolerance of uncertainty is also a maladaptive way of coping. It manifests itself as a tendency to rejection of negative events (Carleton et al., 2007). Given that, the finding that intolerance of uncertainty and psychological inflexibility has a positive relationship seems consistent with the evaluations in previous literature. Moreover, previous research on IU revealed its association with the severity of worry (Akbari & Khanipour, 2018; Buhr & Dugas, 2006). Consistently, degree of positive correlation of PI with IU was higher in worry group than no-worry group, indicating that the relationship between PI and IU was stronger among individuals who were worried about getting infected by the corona virus.

Confirming our first hypothesis, we aimed to contribute to the literature by examination of a variable that can mediate the adverse effect of PI on participants' intolerance against uncertainty. Considering the changing structure of the social interactions and the promotion of social isolation, the mediator effect online social support was aimed to be highlighted in the relationship between PI and IU. Findings indicated that with the mediator effect of OSS, PI remained to be a significant predictor of IU but with a reduced effect. PI included the avoidance and narrowing of behavioral repertoire (Hayes et al., 2006; Hayes et al., 2012). So, it seems consistent that high PI prevents one from getting contact with others. Given the negative regression coefficient between psychological inflexibility and online social support, it might be interpreted that those with low psychological inflexibility seek more online social support. In turn, given the negative regression coefficient between online social support and intolerance of uncertainty, those who had greater social support more efficiently handle with intolerance of uncertainty

Consistently, previous studies have confirmed the constructive effect of online social support in adaptive human functioning, such as feeling of belongingness and having access to many people (Pfeil, Zaphiris, & Wilson, 2009), positive affect and life satisfaction (Oh, Ozkaya, & LaRose, 2014), lower levels of depression-related thoughts and feelings (Cole, Nick, Zerkowitz, Roeder, & Spinelli, 2017). Our findings also contributed to the claims of theoretical models of social support

in that changing structure of social interaction does not necessarily indicate a deterioration in the function of it. Accordingly, two dimensions of social support (structural dimension and functional dimension) are not supposed to be positively related (Wills & Fegan 2001), meaning that decline in one dimension does not necessarily mean decline in the other dimension. Individuals with relatively small network may still have available a large amount of functional support (Wills & Fegan 2001). It seems although the structure of individuals' social networks inevitably changed during the pandemic process (i.e., decrease in frequency of social gatherings, social isolation), it still provided functional support via online platforms.

Conclusion

In this study, participants' intolerance for uncertainty was purposefully determined as a variable, since many students were speaking out their struggles about uncertainties during the pandemic. Our findings support that psychological inflexibility has a predictive role on participants' intolerance toward uncertainty. This relationship was mediated by the online social support. It seems psychological inflexibility has a role in the increment of the severity of intolerance of uncertainty, as well as the way people tolerate and manage the uncertainty, especially in times of crises (i.e., pandemic process). Also, social support received from online platforms had a constructive role on individuals' intolerance in case of psychological inflexibility. It might be concluded that online social support might be a constructive way to diminish the effect of the relationship between psychological inflexibility and intolerance of uncertainty.

Limitations and Recommendations

Limitation of this study should be acknowledged. In this study, participants' worry for getting infected by the virus was assessed by a self-report question provided in demographic information form. Future research should include an assessment tool for the assessment of worry. This study is also limited about the number of mediator variables. This study only evaluated the effect of online social support on the interaction between psychological inflexibility and intolerance of uncertainty. Future research might also include different variables that could intervene with the effect of psychological inflexibility on intolerance of uncertainty. In this study, participants' online social support was evaluated by a self-report assessment tool. Future studies might focus on the effect of guided and structured online support programs.

References

- Akbari, M., & Khanipour, H. (2018). The transdiagnostic model of worry: The mediating role of experiential avoidance. *Personality and Individual Differences, 135*, 166-172.
- Anari, A., Tahmassian, K. & Fathabadi, M. (2011). Worry and social support in adolescence. *Developmental Psychology: Journal of Iranian Psychologists, 8(29)*, 27-37.
- Bardeen, J. R., & Michel, J. S. (2017). The buffering effect of religiosity on the relationship between intolerance of uncertainty and depressive symptoms. *Psychology of Religion and Spirituality, 9(S1)*, S90.
- Blackledge, J. T., & Hayes, S. C. (2001). Emotion regulation in acceptance and commitment therapy. *Journal of clinical psychology, 57(2)*, 243-255.
- Bond, F. W., Hayes, S. C., Baer, R. A., Carpenter, K. M., Guenole, N., Orcutt, H. K., & Zettle, R. D. (2011). Preliminary psychometric properties of the Acceptance and Action Questionnaire-II: A revised measure of psychological inflexibility and experiential avoidance. *Behavior Therapy, 42(4)*, 676-688.
- Buhr, K., & Dugas, M. J. (2006). Investigating the construct validity of intolerance of uncertainty and its unique relationship with worry. *Journal of Anxiety Disorders, 20(2)*, 222-236.
- Buhr, K., & Dugas, M. J. (2009). The role of fear of anxiety and intolerance of uncertainty in worry: An experimental manipulation. *Behaviour research and therapy, 47(3)*, 215-223.
- Carleton, R. N., Norton, M. P. J., & Asmundson, G. J. (2007). Fearing the unknown: A short version of the Intolerance of Uncertainty Scale. *Journal of Anxiety Disorders, 21(1)*, 105-117.
- Carleton, R. N., Norton, M. P. J., & Asmundson, G. J. (2007). Fearing the unknown: A short version of the Intolerance of Uncertainty Scale. *Journal of Anxiety Disorders, 21(1)*, 105-117.
- Cole, D. A., Nick, E. A., Zelkowitz, R. L., Roeder, K. M., & Spinelli, T. (2017). Online social support for young people: Does it recapitulate in-person social support; can it help? *Computers in Human Behavior, 68*, 456-464.

- Council of Higher Education (CHE). (2020a, March 13). Coronavirus (COVID-19) information note: 1. Retrieved from https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/coronavirus_bilgilendirme_1.aspx.
- Council of Higher Education (CHE). (2020b, March 18). Press release. Head of the higher education board Prof. Dr. M. A. Yekta Saraç. Retrieved from <https://www.yok.gov.tr/Sayfalar/Haberler/2020/universitelerde-uygulanacak-uzaktan-egitime-iliskin-aciklama.aspx>.
- Dugas, M. J., Gagnon, F., Ladouceur, R., & Freeston, M. H. (1998). Generalized anxiety disorder: A preliminary test of a conceptual model. *Behaviour Research and Therapy*, 36(2), 215–226.
- Dugas, M. J., Gosselin, P. & Ladouceur, R. (2001). Intolerance of uncertainty and worry: Investigating specificity in a nonclinical sample. *Cognitive Therapy and Research*, 25(5), 551-558.
- Eastin, M. S., & LaRose, R. (2005). Alt. support: Modeling social support online. *Computers in Human Behavior*, 21(6), 977-992.
- Hayes, A. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis (Second Edition)*. New York, NY: Guilford.
- Hayes, S. C., Luoma, J. B., Bond, F. W., Masuda, A. & Lillis, J. (2006). Acceptance and commitment therapy: Model, processes and outcomes. *Behaviour Research and Therapy*, 44(1), 1-25.
- Hayes, S. C., Pistorello, J. & Levin, M. E. (2012). Acceptance and commitment therapy as a unified model of behavior change. *The Counseling Psychologist*, 40(7), 976-1002.
- Hayes, S. C., Wilson, K. G., Gifford, E. V., Follette, V. M., & Strosahl, K. (1996). Experiential avoidance and behavioral disorders: A functional dimensional approach to diagnosis and treatment. *Journal of Consulting and Clinical psychology*, 64(6), 1152.
- Horesh, D., & Brown, A. D. (2020). Traumatic stress in the age of COVID-19: A call to close critical gaps and adapt to new realities. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12(4), 331.
- Kashdan, T. B., & Rottenberg, J. (2010). Psychological flexibility as a fundamental aspect of health. *Clinical Psychology Review*, 30(7), 865-878.
- Khawaja, N. G., & Yu, L.N.H. (2010). A comparison of the 27-item and 12-item Intolerance of Uncertainty Scales. *Clinical Psychologist*, 14, 97–106.
- Latzman, R. D., & Masuda, A. (2013). Examining mindfulness and psychological inflexibility within the framework of Big Five personality. *Personality and Individual Differences*, 55(2), 129-134.
- Laugesen, N., Dugas, M. J., & Bukowski, W. M. (2003). Understanding adolescent worry: The application of a cognitive model. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 31(1), 55-64.
- Lin, N., Ensel, W. M., Simeone, R. S., & Kuo, W. (1979). Social support, stressful life events, and illness: A model and an empirical test. *Journal of Health and Social Behavior*, 20(2), 108-119.
- Luoma, J., Drake, C. E., Kohlenberg, B. S., & Hayes, S. C. (2011). Substance abuse and psychological flexibility: The development of a new measure. *Addiction Research & Theory*, 19(1), 3-13.
- Masuda, A. & Tully, E. C. (2012). The role of mindfulness and psychological flexibility in somatization, depression, anxiety, and general psychological distress in a nonclinical college sample. *Journal of Evidence-Based Complementary & Alternative Medicine*, 17(1), 66-71.
- McCracken, L. M., & Velleman, S. C. (2010). Psychological flexibility in adults with chronic pain: a study of acceptance, mindfulness, and values-based action in primary care. *Pain*, 148(1), 141-147.
- Naveenraj, X. & Wesley, J. R. (2018). Mediating effect of online social support on the relationship between stress and mental well-being. *Mental Health and Social Inclusion*, 22(4), 178-186.
- Norris, F. H., & Kaniasty, K. (1996). Received and perceived social support in times of stress: a test of the social support deterioration deterrence model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(3), 498.
- Oh, H. J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 30, 69-78.

- Ozbay, F., Johnson, D. C., Dimoulas, E., Morgan III, C. A., Charney, D., & Southwick, S. (2007). Social support and resilience to stress: from neurobiology to clinical practice. *Psychiatry (Edgmont)*, 4(5), 35.
- Pfeil, U., Zaphiris, P. & Wilson, S. (2009). Older adults' perceptions and experiences of online social support. *Interacting with Computers*, 21(3), 159-172.
- Roohafza, H. R., Afshar, H., Keshteli, A. H., Mohammadi, N., Feizi, A., Taslimi, M. & Adibi, P. (2014). What's the role of perceived social support and coping styles in depression and anxiety? *Journal of Research in Medical Sciences: The Official Journal of Isfahan University of Medical Sciences*, 19(10), 944.
- Sarıçam, H., Erguvan, F. M., Akın, A. & Akça, M. Ş. (2014). Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği (BTÖ-12) Türkçe Formu: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Route Educational and Social Science Journal*, 1(3), 148-157.
- Shaw, L. H., & Gant, L. M. (2002). In defense of the Internet: The relationship between Internet communication and depression, loneliness, self-esteem, and perceived social support. *Journal of Obstetrics and Gynaecology Canada*, 41(10), 157-171.
- Southwick, S. M., Vythilingam, M., & Charney, D. S. (2005). The psychobiology of depression and resilience to stress: implications for prevention and treatment. *Annual Review of Clinical Psychology*, 1(1), 255-291.
- Tabachnick, B.G. & Fidell, L.S. (2001). *Using multivariate statistics*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (2013). *Using multivariate statistics (6th edition)*. Boston: Pearson.
- Tolin, D.F., Abramowitz, J.S., Brigidi, B.D. & Foa, E.B. (2003). Intolerance of uncertainty in obsessive-compulsive disorder. *Journal of Anxiety Disorders*, 17(2), 233-242.
- Ünal, Ç. & Güven, E. (2019). *The mediating role of social media addiction and social media fatigue in explaining the relationship between online social support, fear of missing out and social anxiety disorder symptom level*. (Unpublished master's thesis). Başkent University, Ankara, Turkey.
- Wills, T. A. & Fegan, M. F. (2001). Social networks and social support. In A. Baum, T.A. Revenson, & J.E. Singer (Eds.), *Handbook of Health Psychology* (pp. 209-235). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- World Health Organization. (2020). Coronavirus disease 2019 (COVID-19): Situation report, 72.
- Yavuz, F., Ulusoy, S., Iskin, M., Esen, F. B., Burhan, H. S., Karadere, M. E., & Yavuz, N. (2016). Turkish version of Acceptance and Action Questionnaire-II (AAQ-II): A reliability and validity analysis in clinical and non-clinical samples. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni-Bulletin of Clinical Psychopharmacology*, 26(4), 397-408.
- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G. & Farley, G. K. (1988). The multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30-41.